



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID
ESCUELA TEÓRICA SUPERIOR DE ARQUITECTURA
DEPARTAMENTO DE CONSTRUCCIÓN Y TECNOLOGÍA ARQUITECTÓNICA



PONTIFICIA
**UNIVERSIDAD
CATÓLICA**
DEL PERÚ

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL PERÚ
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID**

**Maestría en Gestión y Dirección de Empresas
Constructoras e Inmobiliarias**

**VIABILIDAD DE PROYECTO INMOBILIARIO
CONDOMINO RESIDENCIAL EN LA CIUDAD DE CHICLAYO**

**Tesis para optar el grado de Magíster en Gestión y Dirección
de Empresas Constructoras e Inmobiliarias que presenta:**

**Rubén Darío Sachún Díaz
Fabián Ernesto Sachún Díaz**

**Asesor
César Arturo Ponce Durand**

Enero, 2015

INDICE

| | |
|------------------------------------------------------------------------|-----|
| RESUMEN | 4 |
| CAPITULO 1 – OBJETIVOS | 6 |
| 1.1 OBJETIVO GENERAL..... | 6 |
| 1.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS..... | 6 |
| CAPITULO 2 - ANALISIS SITUACIONAL DEL ENTORNO | 7 |
| 2.1. Macroentorno | 7 |
| 2.1.1. Situación mundial y la Crisis Internacional | 7 |
| 2.1.2. Situación Interna del Perú | 9 |
| 2.2. Microentorno | 14 |
| 2.2.1. El crecimiento Inmobiliario en Chiclayo | 14 |
| 2.2.2. Investigación del Mercado | 14 |
| 2.2.3. La competencia..... | 26 |
| 2.2.3 Resultados y conclusiones | 55 |
| CAPITULO 3 - PERFIL DEL PRODUCTO Y EVALUACION DEL TERRENO | 62 |
| 3.1 Ubicación Del Terreno | 62 |
| 3.2 Perfil del Producto | 70 |
| 3.3 Zonificación y Certificado de Parámetros | 72 |
| 3.4 Antecedentes Registrales | 77 |
| 3.5 Cargas y/o Gravámenes..... | 80 |
| CAPITULO 4 – SEGMENTACION, TARGETING Y POSICIONAMIENTO | 85 |
| 4.1 Segmentación | 85 |
| 4.1.1 Variables para una Segmentación adecuada para el proyecto | 85 |
| 4.2 Targeting | 90 |
| 4.2.1 Target primario..... | 90 |
| 4.2.2 Target secundario..... | 92 |
| 4.3 Posicionamiento..... | 93 |
| 4.4 FODA del proyecto | 93 |
| CAPITULO 5 - VIABILIDAD COMERCIAL | 99 |
| 5.1 Definición del producto. | 99 |
| 5.1.1 Variedad del producto..... | 99 |
| 5.1.2. Valor agregado del producto | 101 |

| | |
|----------------------------------------------------------------|------------|
| 5.2. Precio y forma de pago..... | 102 |
| 5.2.2. Crédito Hipotecario..... | 102 |
| 5.2.3. Plan ahorro..... | 102 |
| 5.3. Posición Competitiva..... | 103 |
| CAPITULO 6 – MARKETING MIX..... | 106 |
| 6.1 Producto..... | 106 |
| 6.1.1 Esquema General..... | 106 |
| 6.1.2. CARACTERISTICAS..... | 110 |
| 6.1.3. Módulos Típicos de Departamentos..... | 112 |
| 6.2 Precio..... | 117 |
| 6.3. Promoción..... | 118 |
| 6.3.1 Ventas..... | 118 |
| 6.3.2 Publicidad..... | 119 |
| 6.4. Plaza..... | 121 |
| CAPITULO 8 – FLUJOS DE CAJA..... | 122 |
| CAPITULO 9 - ANALISIS DE SENSIBILIDAD Y ESCENARIOS..... | 126 |
| CONCLUSIONES FINALES..... | 127 |
| BIBLIOGRAFIA..... | 130 |
| ANEXOS..... | 131 |

RESUMEN

La desaceleración en el sector inmobiliario se debe a que las entidades financieras son más exigentes en los requisitos para acceder a un crédito hipotecario, que influye directamente en la rentabilidad de los proyectos; sin embargo, creemos que el sector se está estabilizando, por la cantidad de demanda de vivienda, que es un respaldo al potencial del mercado inmobiliario. Nuestro objetivo es analizar su rentabilidad, la competencia y características del producto, velocidad de ventas, necesidades del consumidor; desarrollar el diseño de un producto que capte y satisfaga las exigencias del público objetivo. La inversión privada se ha visto afectada, generando desconfianza empresarial. Concluimos que el impulso de proyectos inmobiliarios ha formado parte importante en el desarrollo social, económico y político. Las empresas constructoras e inmobiliarias optan en desarrollar proyectos en provincias, que cumplen las condiciones de demanda y terreno. Lima se ha saturado y desacelerado. En Chiclayo, existen condiciones, terrenos disponibles con precios muy bajos en el eje de la carretera Chiclayo- Pimentel y en zonas donde empezarán a emprender nuevos negocios inmobiliarios, la carretera Chiclayo-Ferreñafe.

La demanda en el sector A y B, los proyectos de departamentos están apuntando actualmente. Para el sector C y D no hay desarrollo de proyectos inmobiliarios de departamentos; pero sí de viviendas, que lo tomamos como un producto sustituto.

Nuestra competencia ofrece un área promedio de 75 m², con sala comedor, 3 habitaciones, cocina integrada a la sala y lavandería, el precio promedio S/2,762 nuevos soles por metro cuadrado.

Para diferenciar nuestro producto, proponemos un área más grande y con un precio de preventa que está por debajo del promedio de la competencia directa.

Para adquirir nuestro producto se necesita un promedio de ingreso mensual familiar de S/ 3947 nuevos soles, siendo accesible para el sector del público hacia donde nos dirigimos.



CAPITULO 1 – OBJETIVOS

1.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar la rentabilidad que generara el desarrollo de este proyecto, punto importante para el desarrollo de más proyectos en esta ciudad.

1.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar estudio de mercado de la zona, analizar la competencia y características del producto que ofrecen. Así como también la velocidad de ventas que tienen.
- Identificar claramente las características y necesidades del consumidor.
- Desarrollar el diseño de un producto que logre captar y satisfacer las necesidades del público objetivo
- Verificar la factibilidad de servicios para este proyecto.
- Obtener la rentabilidad de este proyecto en diversos escenarios que puedan presentarse.
- Conclusiones

CAPITULO 2 - ANALISIS SITUACIONAL DEL ENTORNO

2.1. Macroentorno

Tener la información de la situación del Macroentorno es muy importante debido a que la situación económica y social del mundo influyen en nuestro país, por lo que siempre es valioso estar al tanto de todo lo que pasa con la economía de los países avanzados.

2.1.1. Situación mundial y la Crisis Internacional

La economía Mundial viene siendo alertada por información que indica que las principales economías del mundo han desacelerado su crecimiento.

El FMI estima que este año se cerrara con un crecimiento económico global de 3.3%, 0.3% más bajo de lo estimado, sin embargo se proyecta que para el año 2015 se espera llegar a un crecimiento de 3.8%, llegando a este número con un aporte de crecimiento de 2.3% de las economías avanzadas y de 5 % de las economías emergentes.

Aun así según fuente de información del FMI, enciende las alarmas con respecto a la zona Euro ya que indican que por el gran endeudamiento que tiene, su crecimiento se desacelerara y llegar a

cifras mediocres hasta incluso la deflación, ya que el FMI considera que tiene el 30% de posibilidad para este escenario.

Muy por el contrario pasa con Estados Unidos, donde se espera que el crecimiento del PBI sea de 3.1% para el 2015. Ya que en el 2014 su crecimiento ha sido de 2.2% , 0.5% más de lo proyectado. Esto hace que en la actualidad Estados Unidos tenga un mercado laboral estable y de muy buen comportamiento, el índice de paro laboral es de 5.9% frente a un 11.5% de la zona Euro.

El FMI indica que para América Latina, el aumento del PBI será de 2.2% en el 2015, aunque el crecimiento no será en todos los países que la conforman ya que se espera que Argentina tenga un crecimiento negativo de -1.5% y Venezuela -1%.

Se espera que los países de mayor crecimiento sean Panamá (6.4%), Perú (5.1%), Colombia (4.1%) y México (3.5%)

GRÁFICO N° 01

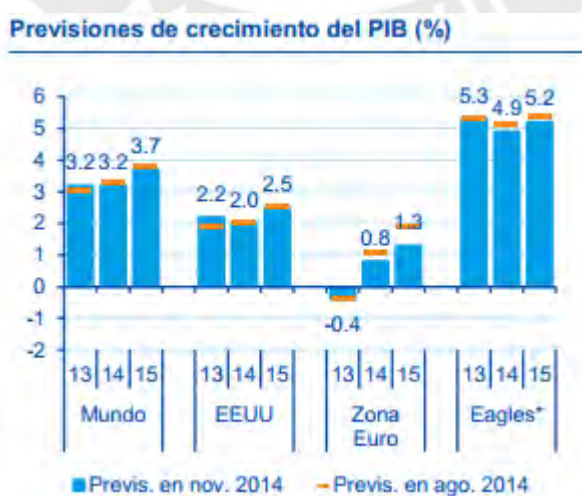


FIG.1 Fuente BBVA RESEARCH

2.1.2. Situación Interna del Perú

2.1.2.1. Entorno Político

La realidad actual de la política peruana es que se está viviendo el nacimiento y también confirmación de varios partidos independientes que están quitándole espacio a varios de los partidos ya tradicionales, esto se vio reflejado en las últimas elecciones municipales y regionales.

También se está viviendo el crecimiento de la desaprobación y desconfianza del pueblo hacia las autoridades, ya que muchos de los representantes políticos de cada ciudad o región vienen siendo involucrados en corrupción y delincuencia.

Con respecto al gobierno central, la desaprobación del presidente ha venido en aumento, cerrando el año con un 80% de desaprobación.

2.1.2.2. Entorno Económica en el Perú

La economía peruana en este año se ha visto afectada por problemas en el sector minero como la falta de desarrollo, mantenimiento y ejecución de proyectos mineros que por ejemplo ha llevado a la baja en la producción de cobre en el Perú (refiriéndose a Antamina, que es la mina que produce más cobre), cabe señalar que la minería metálica genera el 8% del PBI del país.

Otro de los motivos por el cual la economía peruana ha desacelerado su crecimiento es por la poca inversión o cuestionamientos sobre la

administración de recursos públicos por parte de gobiernos regionales a nivel nacional, esto ha generado menor ejecución en la inversión pública.

La inversión privada también se ha visto afectada, generando una contracción en este año, esto se debe en una caída en la confianza empresarial que se debe a las sorpresas económicas negativas en el país.

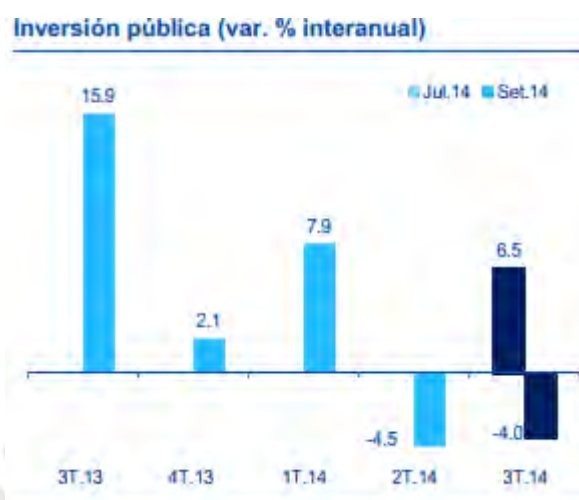
Se tenía estimado que el año 2014 el Perú crecería 5.5%, pero con esta contracción el Perú cerraría el año creciendo un 3.5%.

GRÁFICO N° 02



GRAF. Fuente BBVA RESEARCH

GRÁFICO N° 2.1.



GRAF. Fuente BBVA RESEARCH

También según informes de BBVA podemos decir que hay una perspectiva para el 2015 donde se espera que haya un efecto rebote y por las medidas que tomo el estado, haya más inversión privada, y las minas como Toromocho y Antamina recuperen su producción los primeros meses del próximo año, esto elevaría la confianza empresarial y generaría un crecimiento entre 4.8% y 5.9% como máximo.

Se considera también que el crecimiento del Perú entre el 2016 y 2018 se base en el aumento de la producción minera y maduración de diversos proyectos mineros que ampliarían la producción de cobre, así como también la ejecución de grandes proyectos de infraestructura.

GRÁFICO N° 03



GRAF. Fuente BBVA RESEARCH

TABLA N° 01

Proyectos de infraestructura (Millones de US\$)

| Proyecto* | Inversión** (Millones de US\$) |
|--------------------------------------|-----------------------------------|
| Gaseoducto Sur Peruano | 5,794 |
| Línea 2 del Metro de Lima | 6,727 |
| Modernización de Refinería de Talara | 4,130 |
| Nodo Energético del Sur | 944 |
| Aeropuerto de Chínchero | 634 |
| Longitudinal de la Sierra - Tramo 2 | 651 |
| Telecabinas Kuélap | 21 |
| Terminal Portuaria San Martín | 152 |
| LT 220 KV La Planicie Industriales | 70 |
| LT 220 KV Mollabamba - Iquitos | 589 |
| Total | 19,713 |

GRAF. Fuente BBVA RESEARCH

2.1.2.3. Entorno del Sector Construcción e Inmobiliario

En el sector inmobiliario, específicamente en la Ciudad de Lima donde se desarrolla la mayoría de proyectos inmobiliarios en el último trimestre del se ha venido desacelerando en lo que respecta a la velocidad de ventas en los diferentes proyectos existentes.

Se tiene como información encontrada en el diario Gestión que el nivel de ventas en el sector B cayó un 43% y en el sector C la caída ha sido de un 77%, lo que significa que en general el mercado ha caído en sus ventas un 12% menos a comparación del 2013.

Consideramos que la desaceleración en el sector inmobiliario se debe a que actualmente las entidades financieras son más exigentes en los requisitos para acceder a un crédito hipotecario, así como los incentivos por el gobierno que influye directamente en la rentabilidad (TIR) de los proyectos.

Con esto no quiere decir que haya una caída total en el mercado inmobiliario, sino al contrario creemos que el sector se está estabilizando, además a favor del Perú es que hay una gran cantidad de demanda de vivienda, que es un respaldo al potencial del mercado inmobiliario.

Cabe mencionar que diversas empresas inmobiliarias para mitigar la disminución de colocaciones inmobiliarias en Lima viene desarrollando proyectos en provincias, uno de estos ejemplos es la ciudad de Chiclayo, que se caracteriza por ser netamente comercial.

2.2. Microentorno

2.2.1. El crecimiento Inmobiliario en Chiclayo

En Chiclayo se han venido a establecer grandes marcas, que han ampliado sus negocios y se ven reflejados en las remodelaciones de tiendas y apertura de nuevos locales, esto demuestra que estas empresas ven un potencial de desarrollo y oportunidades en esta ciudad.

El sector inmobiliario no es ajeno a esto, ya que se han visto últimamente desarrollos de proyectos de vivienda en el sector de Reque, centro de la ciudad, Ferreñafe y principalmente en el sector de Pimentel, donde es una zona que se ha densificado con universidades, hospitales, colegios y urbanizaciones.

2.2.2. Investigación del Mercado

Son los estudios que se realizan a cargo de personas profesionales involucradas o que tienen experiencia en el sector construcción e inmobiliario. En estos estudios se identifica las características del producto a evaluar y la comparación con su competencia, también se identifica el público objetivo y las características que ellos aprecian en una vivienda, que puede servir para realizar ajustes a nuestro producto.

2.2.2.1. De las fuentes Secundarias

Es el estudio que encontramos a través de medios escritos, publicaciones en revistas, internet o estudios realizados por instituciones o empresas que sirven como primera pauta y referencia para saber a dónde dirigir nuestro producto.

Tomaremos como Fuente de Estudio Secundario , el estudio realizado por CAPECO el año 2010, así como también datos del censo INEI 2007, datos de la Municipalidad de Chiclayo y Pimentel, Información del BCR encontrada en la red, etc.

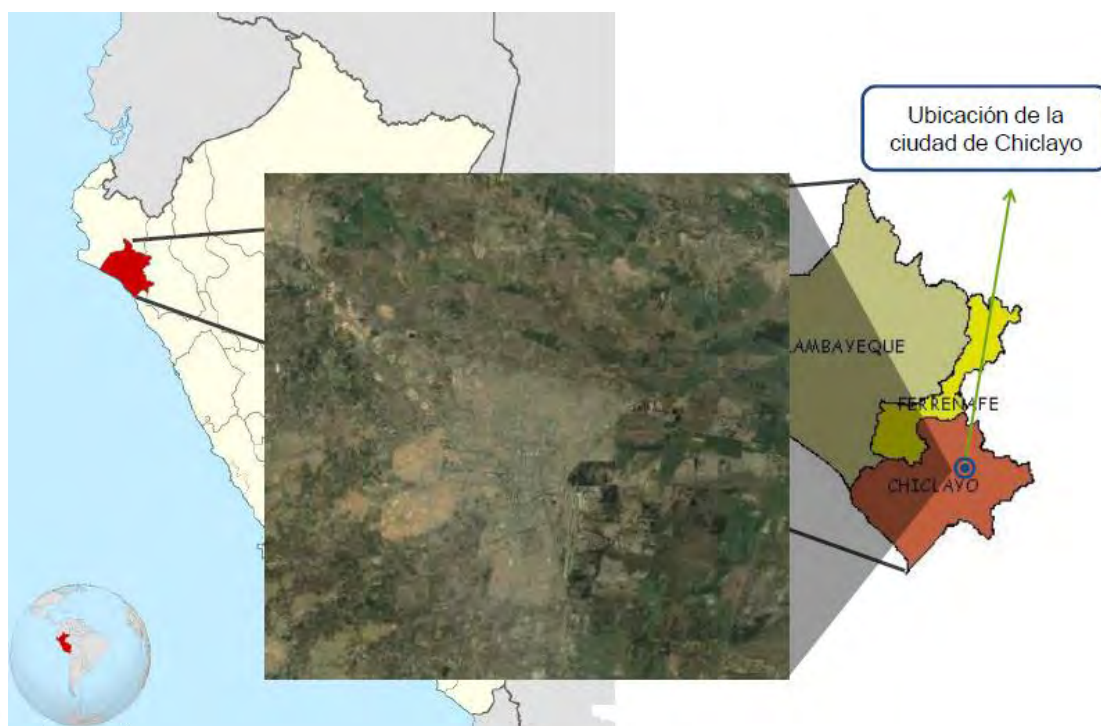
a) Ubicación de la Ciudad de Chiclayo

La Ciudad de Chiclayo es la capital de La región Lambayeque, se encuentra ubicada en la zona costera, a 770 km de la ciudad de Lima y a 578 km de la frontera con Ecuador.

Limita por el noroeste con las provincias de Lambayeque y Ferreñafe, por el sur con le región Libertad, por el este con la región Cajamarca y por el oeste con el Océano Pacífico.

Tiene una extensión de 3 288, 07 km², donde la mayor parte se encuentra ubicada en la zona costera. El clima de la provincia de Chiclayo es semicalido donde las temperaturas van desde 17 °C a 27°C.

FIGURA N° 01



b) Crecimiento de la Ciudad de Chiclayo

La ciudad de Chiclayo ha venido desarrollándose y creciendo principalmente hacia los distritos de José Leonardo Ortiz, La Victoria y Pimentel.

FIGURA N° 02

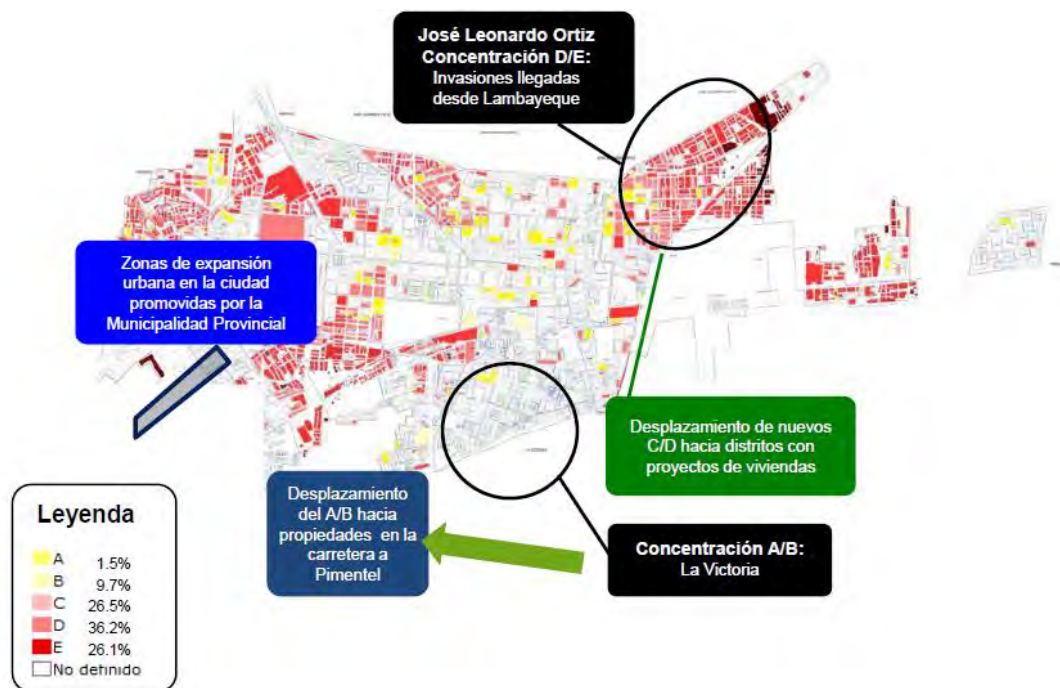


FIGURA N° 03



c) Características demográficas de Chiclayo

TABLA N° 02

| Ciudad | Lima y Callao | Arequipa | Trujillo | Chiclayo | Piura | Huancayo | Ica |
|----------------------------------------|---------------|----------|----------|----------|-------|----------|------|
| Población Total 2011 (miles) | 9,207 | 837 | 742 | 557 | 412 | 344 | 237 |
| Población Total 2007 (miles) | 8,497 | 786 | 683 | 524 | 378 | 323 | 220 |
| Crecimiento 2007 - 2011 (Var. % anual) | 2.0% | 1.6% | 2.1% | 1.5% | 2.2% | 1.6% | 1.9% |

Fuente INEI XI censo nacional de población y vivienda

La evolución de la población de la ciudad de Chiclayo ha venido en aumento a una razón de 3.4% promedio anual por año, como podemos observar en el siguiente cuadro.

GRÁFICO N° 04

Población de la ciudad de Chiclayo



Fuente INEI

El mayor volumen poblacional se concentra en la provincia de Chiclayo casi 6 veces mayor que la población de la provincia de

Ferreñafe y dos veces más que la provincia de Lambayeque. La provincia de Chiclayo Metrópoli se compone de 20 distritos

De acuerdo a sus distritos también decimos que ha venido desarrollándose a razón de 3.4% promedio anual.

TABLA N° 03

| Distrito | Población 2007 | Población 2013 |
|----------------------------|-----------------------|-----------------------|
| Chiclayo | 260,948 | 288,101 |
| José Leonardo Ortiz | 161,717 | 187,500 |
| La Victoria | 77,699 | 88,401 |
| Pimentel | 32,346 | 41,500 |
| Monsefú | 30,123 | 31,905 |
| Tuman | 28,120 | 30,099 |
| Pomalca | 23,092 | 24,246 |
| Pátapo | 20,876 | 21,334 |
| Chongoyape | 17,540 | 18,540 |
| Cayalti | 16,557 | 18,965 |

E

En la siguiente tabla se aprecian los distritos de menor población en la ciudad de Chiclayo, donde destaca el distrito de Reque en donde se han desarrollado dos proyectos de vivienda unifamiliar.

TABLA N° 04

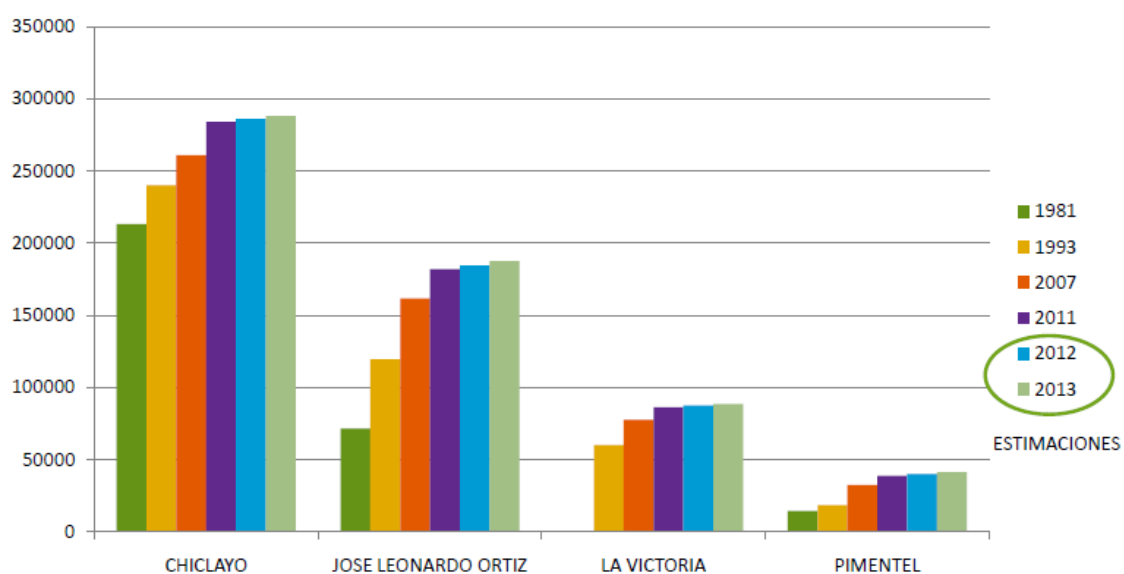
| Distrito | Población-2007 | Población-2013 |
|-------------|----------------|----------------|
| Reque | 12,606 | 12,999 |
| Zaña | 12,013 | 12,334 |
| Santa Rosa | 10,965 | 10,998 |
| Ciudad Eten | 10,673 | 10,414 |
| Oyotun | 9,954 | 10,00 |
| Lagunas | 9,351 | 10,200 |
| Pucala | 9,272 | 9,288 |
| Picsi | 8,942 | 9,700 |
| Nueva Arica | 2,420 | 2,428 |
| Puerto Eten | 2,238 | 2,349 |

Fuente INEI

El resto de distritos no son considerados para el desarrollo de proyectos inmobiliarios, debido a que no son zonas donde se encuentra población en la capacidad de adquirir una vivienda.

GRÁFICO N° 05

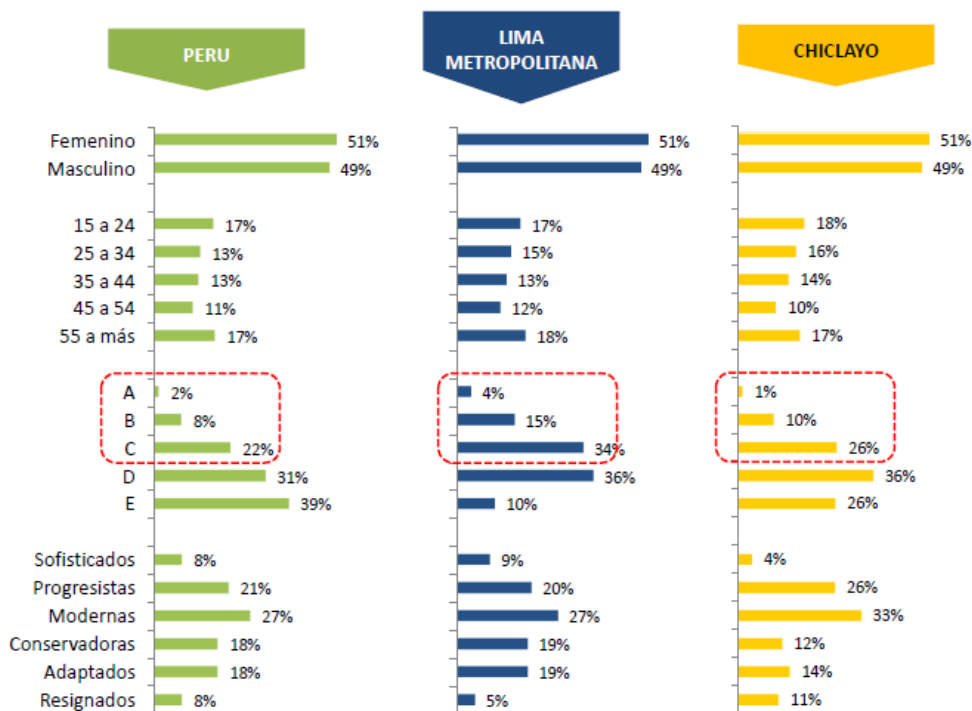
Evolución de la población de la Ciudad de Chiclayo por distritos (1981 - 2011)



Fuente INEI

d) Perfil socio demográfico por ciudad

GRÁFICO N° 06

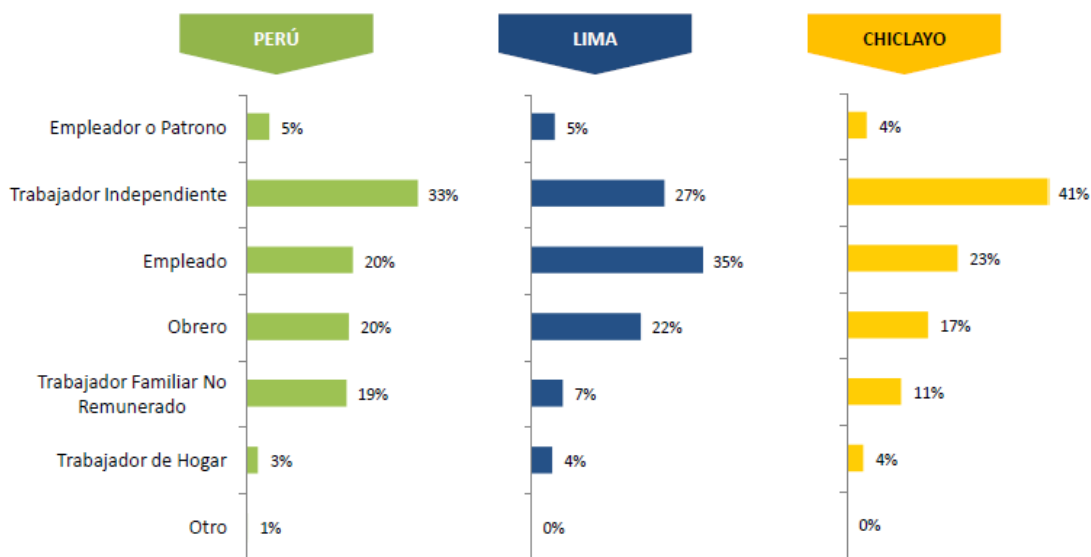


Fuente: Estudio Nacional Consumidor Peruano Arellano Marketing 2011

e) Economía del Hogar en Chiclayo

De acuerdo al tipo de trabajo principal en la ciudad, podemos encontrar que en la ciudad de Chiclayo es alto el porcentaje de trabajadores independientes, esto es porque la ciudad se caracteriza por su alto nivel comercial, negocios, etc.

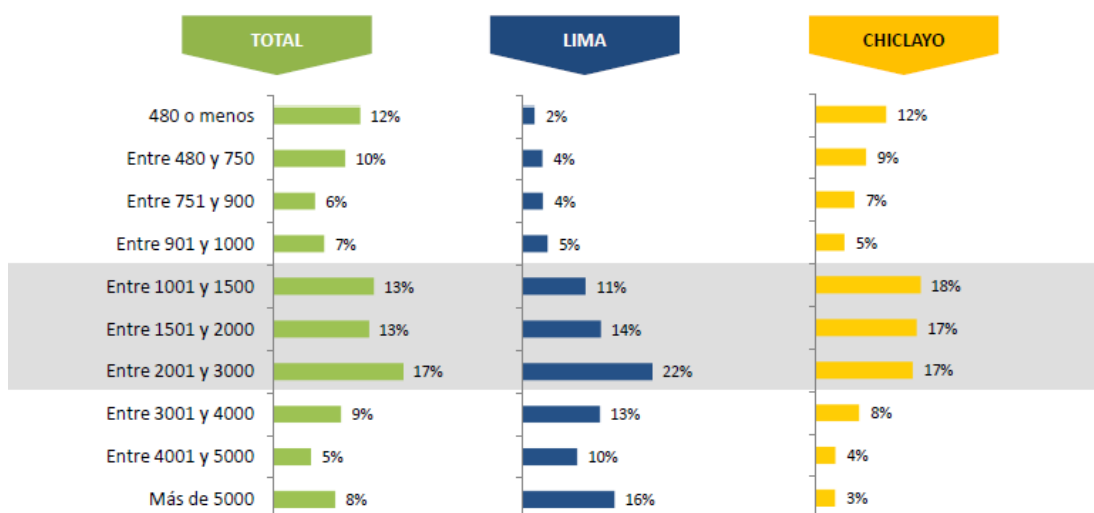
GRÁFICO N° 07



Fuente: INEI

Y de acuerdo al ingreso familiar, podemos decir que el mayor porcentaje de la población tiene como máximo un ingreso de S/. 3000 nuevos soles, es ahí donde empezamos a ver algunas características de nuestro público objetivo.

GRÁFICO N° 08



Fuente: INEI

f) Demanda inmobiliaria

a) Demanda Potencial

De acuerdo a la información que hemos obtenido de nuestras fuentes secundarias podemos decir que hay una demanda potencial en la ciudad de Chiclayo de 27.5%.

TABLA N° 05

| Propiedad de vivienda | Chiclayo Ciudad | PERÚ |
|------------------------------|-----------------|--------|
| Alquilada | 11,2% | 9,2% |
| Propia, totalmente pagada | 67,2% | 67,8% |
| Propia, comprándola a plazos | 0,3% | 0,7% |
| Propia, por invasión | 5,0% | 5,7% |
| Cedida / Usufrutuada | 16,2% | 16,6% |
| No precisa | 0,0% | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% |

Demanda potencial :
Familias que carecen
de vivienda (27,5%)

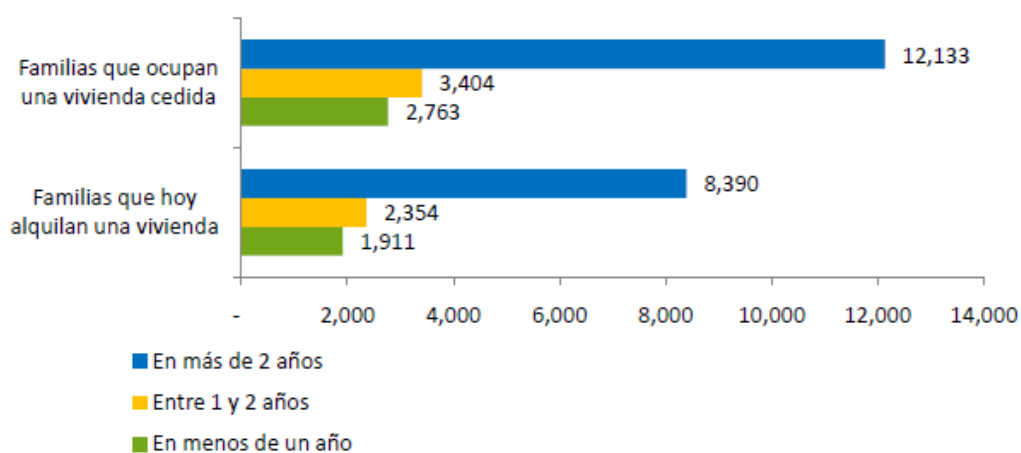
Fuente: INEI Encuesta Nacional de Hogares 2011

En un total de 132, 571 familias, el porcentaje de demanda de vivienda equivale a un número de 36,417 familias.

GRÁFICO N° 09

Intención de compra de una vivienda en la ciudad de Chiclayo

(número de familias)



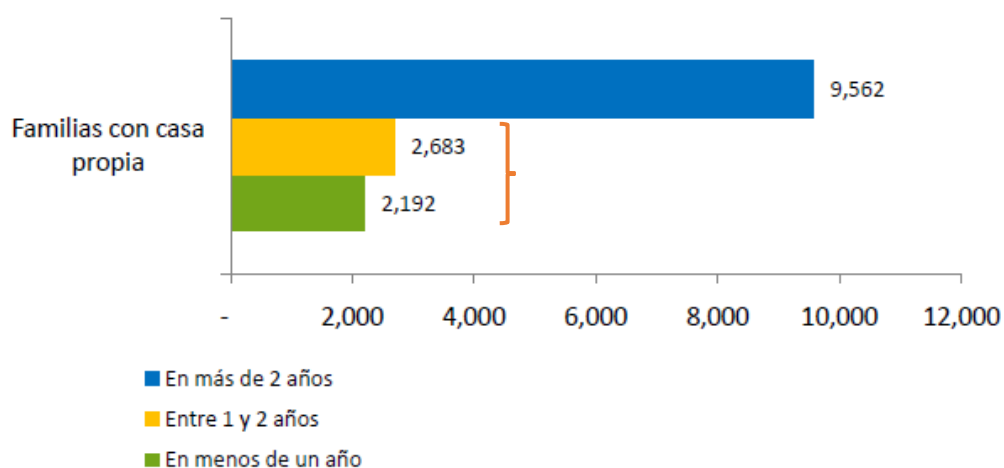
Fuente: Estudio Nacional de Consumidores Arellano Marketing 2011

b) Demanda Efectiva

La demanda efectiva es aquella en la que el consumidor tiene los medios necesarios para adquirir un producto inmobiliario.

GRÁFICO N° 10

Intención de compra de una vivienda en la ciudad de Chiclayo (número de familias)

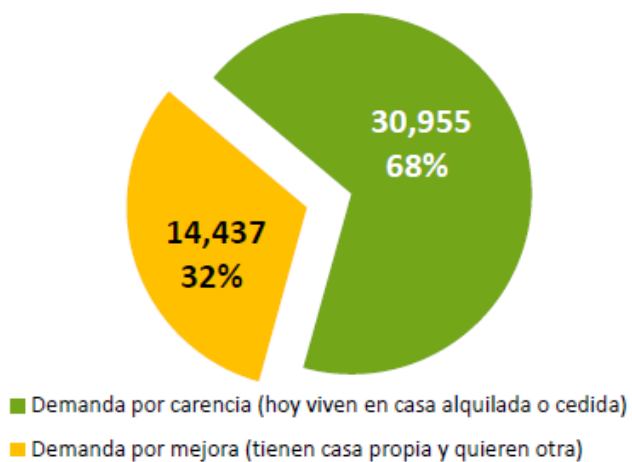


Fuente: Estudio Nacional de Consumidores Arellano Marketing 2011

La demanda efectiva total por carencia es de 30,955 unidades, de las cuales 4,674 familias tienen la intención de adquirir una vivienda en 1 año.

La Demanda efectiva total, es de 45,392 unidades, donde la demanda efectiva total a menos de un año es de 6,866 unidades.

GRÁFICO N° 11



Fuente: Estudio Nacional de Consumidores Arellano Marketing 2011

GRÁFICO N° 12

Tipo de vivienda que busca la demanda
(número de unidades)

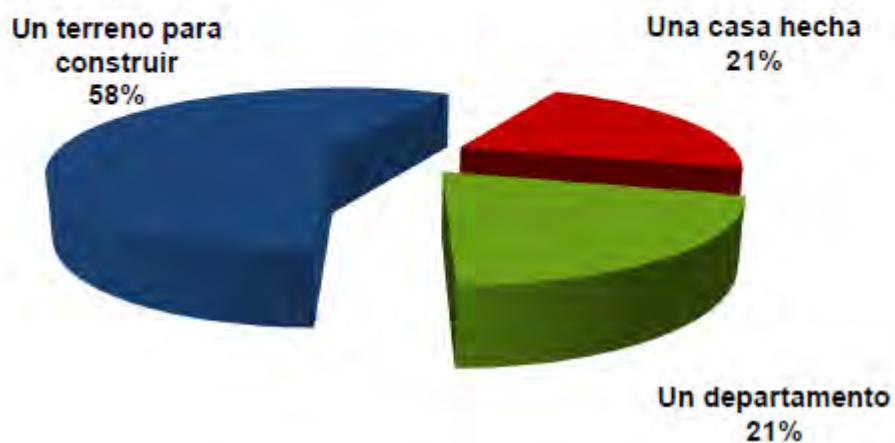


TABLA N° 06

| Demanda efectiva total | Unidades |
|-------------------------------|-----------------|
| Lotes | 26,175 |
| Casas | 9,729 |
| Departamentos | 9,488 |

*Fuente: Estudio Nacional de Consumidores Arellano Marketing 2013
Fuente: Encuesta Nacional de Hogares INEI 2011*

2.2.2.2. De las fuentes Primarias

Tomamos como una fuente primaria al Estudio que se ha realizado en campo visitando los diferentes productos de la competencia tanto directa como sustituta, apreciamos el comportamiento tanto del vendedor como del interesado y podemos obtener datos que pueden aportar a la elaboración de nuestro producto.

2.2.3. La competencia

2.2.3.1. La competencia Directa


Nuestros competidores directos, son los que dirigen su producto al mismo sector socio económico que el nuestro, también está en el rango de precio, y similar a nuestra propuesta.

En este sentido en la ciudad de Chiclayo en los últimos dos años han llegado empresas que ofrecen un producto con distribución funcional, y amenities a los que el público chiclayano no estaba acostumbrado, ya que los proyectos inmobiliarios realizados anteriormente se limitaban a un proyecto denso sin muchas áreas libres.

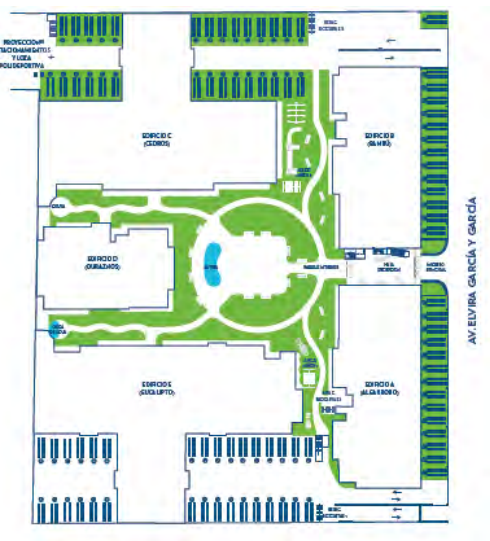
De acuerdo al perfil y tipo de nuestro producto hemos identificado a nuestra competencia directa, estos proyectos son:

- I. Residencial Santa Elvira (CIUDARIS)
- II. Condominio Los Parques de San Gabriel (CLASEM)
- III. Condominio Privado Bolognesi (VIVA GYM)
- IV. Residencial Jockey Chiclayo (DHMONT)
- V. Condominio Colibrí (CISSAC)
- VI. Las Torres de Salaverry (ICM)
- VII. Paseo los Inkas (ICM)
- VIII. Alameda Grau (ICM)
- IX. Condominio (WESCON)



|  | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| Características | |
| Área del Terreno | 7,318.00m ² |
| Densidad | 23.46 (área de terreno / #dptos). |
| Área del departamento promedio | 70.35 |
| Precio del departamento Promedio | 193,200.00 |
| Precio Estacionamiento | 16,000 |
| Pisos | 8 |
| N° de departamentos | 312 |
| N° departamentos vendidos | 40 |
| N° departamentos Ofertados | 272 |
| % de ventas | 13% |
| N° estacionamientos | 103 |
| N° estacionamientos vendidos | 17 |
| N° estacionamientos ofertados | 86 |
| % Avance de obra | 10% |
| Tiempo de venta en Meses | 8 |
| Velocidad de Ventas por mes | 5 |
| Calidad de la zona | B+ (calle regular transitada) |
| Numero de dormitorios | 3 |
| Numero de baños | 2 |
| Dormitorio de servicio | Si |
| Ascensor | Si |
| Home office/estar | Si |
| Balcón | Si |
| Sala comedor | Piso Porcelanato |
| Dormitorio principal | Piso cerámico |
| Dormitorio Hijos | Piso cerámico |
| Dormitorio | Piso cerámico |
| Baño Principal | Piso cerámico |
| Baño Hijos | Piso cerámico |
| Cocina | Piso cerámico |
| Grifería | Trebol o similar |
| Muebles de cocina | cocina integrada, muebles melamine |
| Departamento Piloto | si |
| Financiamiento | BCP |

PLAN GENERAL



ÁREAS SOCIALES

- Hall de ingreso de doble altura
- Parque
- Jardín con juego para niños
- Losa deportiva
- Gimnasio
- Salón social y salón de niños
- Sala de cine para niños
- Sala juvenil y sala de estudio
- Terraza con zona de parrillas



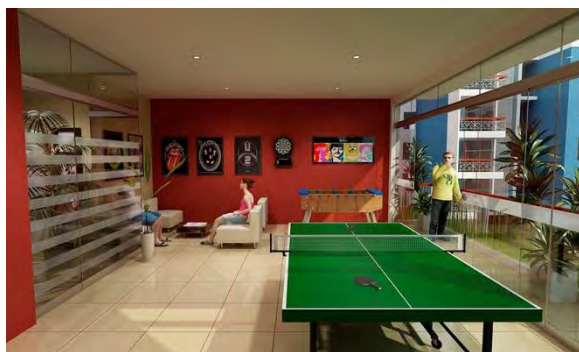
Ingreso



Recepcion



Piscina para niños



Sala de juegos




Sala de juegos infantiles



PLANOS



| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
|  | |
| Características | |
| Área del Terreno | 42,755.77 |
| Densidad | 27.84 |
| Área del departamento promedio | 75.95 |
| Precio del departamento Promedio | 128,000 |
| Precio Estacionamiento | 18,000 |
| Pisos | 8 |
| N° de departamentos | 1536 |
| N° departamentos vendidos | 46 |
| N° departamentos Ofertados | 1490 |
| % de ventas | 3% |
| N° estacionamientos | 80 |
| N° estacionamientos vendidos | 10 |
| N° estacionamientos ofertados | 70 |
| % Avance de obra | 15% |
| Tiempo de venta en Meses | 5 |
| Velocidad de Ventas por mes | 9.2 |
| Calidad de la zona | C+ (Av. Principal muy transitada) |
| Numero de dormitorios | 3 |
| Numero de baños | 2 |
| Dormitorio de servicio | Si |
| Ascensor | Si |
| Home office/estar | No |
| Balcón | No |
| Sala comedor | Piso Laminado |
| Dormitorio principal | Piso Laminado |
| Dormitorio Hijos | Piso Laminado |
| Dormitorio | Piso Laminado |
| Baño Principal | Piso Cerámico "Celima" |
| Baño Hijos | Piso Cerámico "Celima" |
| Cocina | Piso Cerámico "Celima" |
| Grifería | Trebol o similar |
| Muebles de cocina | Muebles de melamine Mesa de piedra granito |
| Departamento Piloto | si |
| Financiamiento | interbank |



Áreas verdes, juego para niños y piscina.

PLANOS




MODELO D: 78.90M2



MODELO : 67.00M2



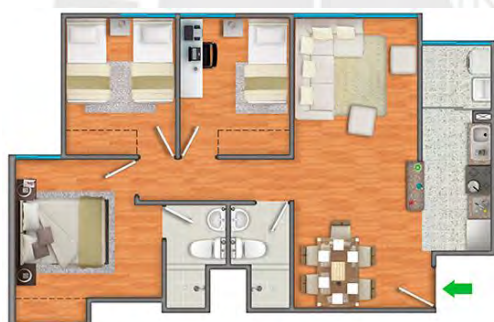
MODELO : 67.00M2

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
|  | |
| Características | |
| Área del Terreno | 10,000.00 |
| Densidad | 46.30 |
| Área del departamento promedio | 61.52 |
| Precio del departamento Promedio | 172,000 |
| Precio Estacionamiento | 19,000 |
| Pisos | 6 |
| N° de departamentos | 216 |
| N° departamentos vendidos | 0 |
| N° departamentos Ofertados | 216 |
| % de ventas | 0% |
| N° estacionamientos | 105 |
| N° estacionamientos vendidos | 0 |
| N° estacionamientos ofertados | 105 |
| % Avance de obra | 0% |
| Tiempo de venta en Meses | 1 |
| Velocidad de Ventas por mes | 0 |
| Calidad de la zona | C+ (Av. poca transitada) |
| Numero de dormitorios | 3 |
| Numero de baños | 2 |
| Dormitorio de servicio | Si |
| Ascensor | Si |
| Home office/estar | No |
| Balcón | No |
| Sala comedor | Piso laminado |
| Dormitorio principal | Piso laminado |
| Dormitorio Hijos | Piso laminado |
| Dormitorio | Piso laminado |
| Baño Principal | Piso cerámico celima |
| Baño Hijos | Piso cerámico celima |
| Cocina | Piso cerámico celima |
| Grifería | Trebol o similar |
| Muebles de cocina | Muebles de melamine Mesa de piedra granito |
| Departamento Piloto | si |
| Financiamiento | Bcp |

ÁREAS COMUNES:

- Sala de usos múltiples con ambiente para juegos de niños, ambiente para jóvenes y/o adultos.
- Alameda y amplio parque interno con más de 2,500 m² de áreas verdes.
- Zona de Juegos Infantiles.
- Zona de parrillas.
- Gimnasio equipado.
- Oficina de administración.
- Lobby de ingreso.
- Baños de hombres y mujeres.

PLANOS:





Dpto. Típico del 101 al 601
Edificio A
AT 62,46 m² aprox.



Dpto. Típico del 104 al 604
Edificio A
AT 61,91 m² aprox.




|   | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| Características | |
| Área del Terreno | 64,319.00 |
| Densidad | 44.67 |
| Área del departamento promedio | 72m2 |
| Precio del departamento Promedio | 130,000 |
| Precio Estacionamiento | 18,000 |
| Pisos | 6 |
| N° de departamentos | 1440 |
| N° departamentos vendidos | 360 |
| N° departamentos Ofertados | 1080 |
| % de ventas | 25% |
| N° estacionamientos | 432 |
| N° estacionamientos vendidos | 120 |
| N° estacionamientos ofertados | 312 |
| % Avance de obra | 40% |
| Tiempo de venta en Meses | 48 |
| Velocidad de Ventas por mes | 7.5 |
| Calidad de la zona | B (calle poco transitada) |
| Numero de dormitorios | 3 |
| Numero de baños | 2 |
| Dormitorio de servicio | 1 |
| Ascensor | Si |
| Home office/estar | No |
| Balcón | Si |
| Sala comedor | Piso Cerámico 30 x 30 |
| Dormitorio principal | Piso Cerámico 30 x 30 |
| Dormitorio Hijos | Piso Cerámico 30 x 30 |
| Dormitorio | Piso Cerámico 30 x 30 |
| Baño Principal | Piso Cerámico 30 x 30 |
| Baño Hijos | Piso Cerámico 30 x 30 |
| Cocina | Piso Cerámico 30 x 30 |
| Grifería | Trébol o similar |
| Muebles de cocina | Muebles de melamine c/tablero postformado |
| Departamento Piloto | no |
| Financiamiento | |

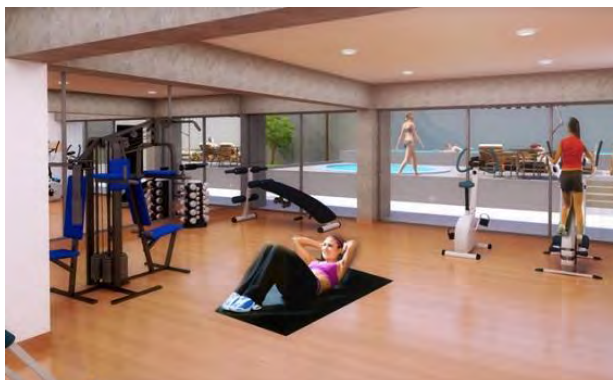


MODELO : 72.00M2

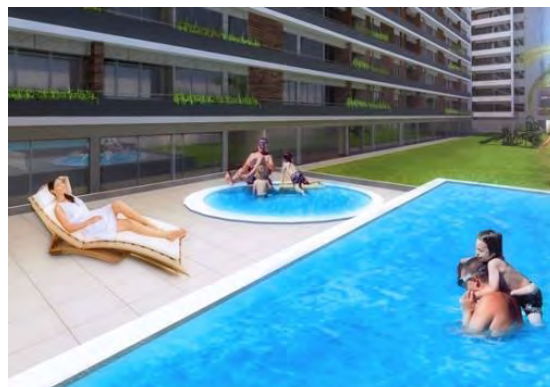


MODELO : 88.00M2

|  | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| Características | |
| Área del Terreno | 4,372.90 |
| Densidad | 16.82 |
| Área del departamento promedio | 80m2 |
| Precio del departamento Promedio | 233,000 |
| Precio Estacionamiento | 19,900 |
| Pisos | 12 |
| N° de departamentos | 260 |
| N° departamentos vendidos | 45 |
| N° departamentos Ofertados | 215 |
| % de ventas | 17% |
| N° estacionamientos | 90 |
| N° estacionamientos vendidos | 0 |
| N° estacionamientos ofertados | 90 |
| % Avance de obra | 0% |
| Tiempo de venta en Meses | 8 |
| Velocidad de Ventas por mes | 5.63 |
| Calidad de la zona | B+ (AV. principal) |
| Numero de dormitorios | 3 |
| Numero de baños | 2 |
| Dormitorio de servicio | Si |
| Ascensor | si |
| Home office/estar | No |
| Balcón | Si |
| Sala comedor | Piso porcelanato |
| Dormitorio principal | Piso porcelanato |
| Dormitorio Hijos | Piso porcelanato |
| Dormitorio | Piso porcelanato |
| Baño Principal | Piso cerámico celima |
| Baño Hijos | Piso cerámico celima |
| Cocina | Piso cerámico celima |
| Grifería | Trébol o similar |
| Muebles de cocina | Muebles de melamine Mesa de piedra granito |
| Departamento Piloto | si |
| Financiamiento | Interbank |



Gimnasio



Piscina para mayores y niños





PLANTAS



MODELO :



MODELO :

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
|  | |
|  | |
| Características | |
| Área del Terreno | 1,338.00 |
| Densidad | 12.87 |
| Área del departamento promedio | 80.30 |
| Precio del departamento Promedio | 230,000 |
| Precio Estacionamiento | 17,000 |
| Pisos | 9 |
| N° de departamentos | 104 |
| N° departamentos vendidos | 83 |
| N° departamentos Ofertados | 21 |
| % de ventas | 80% |
| N° estacionamientos | 36 |
| N° estacionamientos vendidos | 25 |
| N° estacionamientos ofertados | 11 |
| % Avance de obra | 100% |
| Tiempo de venta en Meses | 20 |
| Velocidad de Ventas por mes | 4.15 |
| Calidad de la zona | A (avenida principal) |
| Numero de dormitorios | 3 |
| Numero de baños | 2 |
| Dormitorio de servicio | 1 |
| Ascensor | Si |
| Home office/estar | No |
| Balcón | Si |
| Sala comedor | Piso porcelanato |
| Dormitorio principal | Piso porcelanato |
| Dormitorio Hijos | Piso porcelanato |
| Dormitorio | Piso porcelanato |
| Baño Principal | Piso ceramico |
| Baño Hijos | Piso ceramico |
| Cocina | Piso ceramico |
| Grifería | trebol o similar |
| Muebles de cocina | Tablero granito |
| Departamento Piloto | no |
| Financiamiento | interbank |

TODOS LOS MATERIALES, COLORES Y MOBILIARIOS MOSTRADOS EN ESTA IMAGEN, SON REFERENCIALES





TODOS LOS MATERIALES, COLORES Y MOBILIARIOS MOSTRADOS EN ESTA IMAGEN, SON REFERENCIALES



TODOS LOS MATERIALES, COLORES Y MOBILIARIOS MOSTRADOS EN ESTA IMAGEN, SON REFERENCIALES

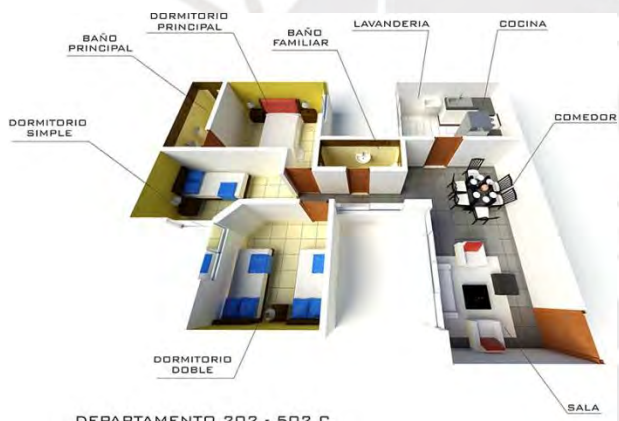


| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
|   | |
| Características | |
| Área del Terreno | 1,518.00 |
| Densidad | 25.30 |
| Área del departamento promedio | 75.73 |
| Precio del departamento Promedio | 200,000 |
| Precio Estacionamiento | 17,000 |
| Pisos | 5 |
| N° de departamentos | 60 |
| N° departamentos vendidos | 45 |
| N° departamentos Ofertados | 15 |
| % de ventas | 75% |
| N° estacionamientos | 16 |
| N° estacionamientos vendidos | 14 |
| N° estacionamientos ofertados | 2 |
| % Avance de obra | 100% |
| Tiempo de venta en Meses | 10 |
| Velocidad de Ventas por mes | 4.50 |
| Calidad de la zona | B- (avenida transitada) |
| Numero de dormitorios | 3 |
| Numero de baños | 2 |
| Dormitorio de servicio | 1 |
| Ascensor | Si |
| Home office/estar | No |
| Balcón | Si |
| Sala comedor | Piso porcelanato |
| Dormitorio principal | Piso porcelanato |
| Dormitorio Hijos | Piso porcelanato |
| Dormitorio | Piso porcelanato |
| Baño Principal | Piso cerámico celima |
| Baño Hijos | Piso cerámico celima |
| Cocina | Piso cerámico celima |
| Grifería | Trébol o similar |
| Muebles de cocina | Tablero de granito |
| Departamento Piloto | No |
| Financiamiento | Interbank |

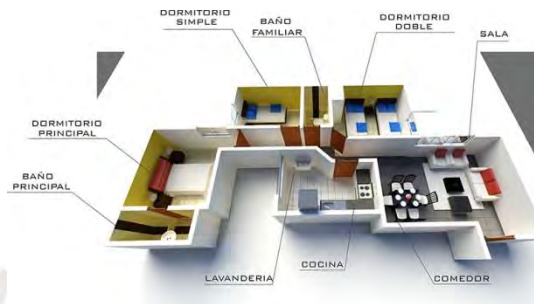
PLANTAS



DEPARTAMENTO 204 - 504 B



DEPARTAMENTO 202 - 502 B







DEPARTAMENTO 204 - 504 C



DEPARTAMENTO 202 - 502 C



| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
|   | |
| Características | |
| Área del Terreno | 1,992.00 |
| Densidad | 19.92 |
| Área del departamento promedio | 76.13 |
| Precio del departamento Promedio | 199,000 |
| Precio Estacionamiento | 17,000 |
| Pisos | 5 |
| N° de departamentos | 100 |
| N° departamentos vendidos | 0 |
| N° departamentos Ofertados | 100 |
| % de ventas | 0 |
| N° estacionamientos | 24 |
| N° estacionamientos vendidos | 0 |
| N° estacionamientos ofertados | 24 |
| % Avance de obra | 0 |
| Tiempo de venta en Meses | 0 |
| Velocidad de Ventas por mes | 0 |
| Calidad de la zona | A (avenida principal) |
| Numero de dormitorios | 3 |
| Numero de baños | 2 |
| Dormitorio de servicio | 1 |
| Ascensor | Si |
| Home office/estar | No |
| Balcón | Si |
| Sala comedor | Piso porcelanato |
| Dormitorio principal | Piso porcelanato |
| Dormitorio Hijos | Piso porcelanato |
| Dormitorio | Piso porcelanato |
| Baño Principal | Piso cerámico celima |
| Baño Hijos | Piso cerámico celima |
| Cocina | Piso cerámico celima |
| Grifería | Trébol o similar |
| Muebles de cocina | Tablero granito/lavadero y 2 pozas c/escurreidero |
| Departamento Piloto | No |
| Financiamiento | interbank |

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
|   | |
| Características | |
| Área del Terreno | |
| Densidad | |
| Área del departamento promedio | 172 m2 |
| Precio del departamento Promedio | 487,336 |
| Precio Estacionamiento | |
| Pisos | 5 |
| N° de departamentos | 132 |
| N° departamentos vendidos | 30 |
| N° departamentos Ofertados | 102 |
| % de ventas | 23% |
| N° estacionamientos | 189 |
| N° estacionamientos vendidos | 30 |
| N° estacionamientos ofertados | 159 |
| % Avance de obra | 30% |
| Tiempo de venta en Meses | 18 |
| Velocidad de Ventas por mes | 1.67 |
| Calidad de la zona | C+ (trocha) |
| Numero de dormitorios | 3 |
| Numero de baños | 2 |
| Dormitorio de servicio | 1 |
| Ascensor | Si |
| Home office/estar | Si |
| Balcón | Si |
| Sala comedor | Piso porcelanato |
| Dormitorio principal | Piso porcelanato |
| Dormitorio Hijos | Piso porcelanato |
| Dormitorio | Piso porcelanato |
| Baño Principal | Piso porcelanato |
| Baño Hijos | Piso porcelanato |
| Cocina | Piso porcelanato |
| Grifería | Trébol o similar |
| Muebles de cocina | Muebles altos y bajos/tablero granito/lavadero y poza c/escurridero |
| Departamento Piloto | No |
| Financiamiento | GNB |



ALAMEDA CONTRY CLUB 2:

El área del terreno es de 10,000.00 m2, consta de 132 departamentos, distribuidos en seis Block, con 120 departamentos Tipo Flat y 12 Penhouse, el proyecto cuenta con 12 ascensores en cada Block se ubican dos con capacidad de 8 personas.

El Área Social contiene piscinas, zonas deportivas, sectores de paseo, ciclo vías, piscina de adultos y 2 de niños, juegos para niños, amplias zonas de jardín, casa club, gym, cancha de tenis y fronton, zona de parrillas, estacionamiento para visita y caseta de vigilancia para acceso al condominio, en el semisótano, 189 estacionamientos.



Modelo A



Modelo B



Penthouse

2.2.3.2. La competencia Indirecta




Consideramos como competencia indirecta, aquel producto inmobiliario diferente al nuestro, pero que también está dirigido a familias en busca de un hogar, estamos considerando como producto sustituto, a los proyectos de ventas de viviendas unifamiliares y lotes.



Hemos identificado a los siguientes productos:




- I. Las Villas de Boungaville (viviendas)
- II. Sol de Pimentel (viviendas)
- III. La ensenada (viviendas)
- IV. Los Ficus III (lotes)
- V. Urbanización Los Nogales (lotes)
- VI. Villa los Sauces (lotes)
- VII. La ensenada (lotes)



| Características | |
|----------------------------------|---------------------------|
| Área del Terreno | 120 m2 |
| Densidad | |
| Área vivienda promedio | 130 m2 |
| Precio del departamento Promedio | 228,228.00 |
| Precio Estacionamiento | Incluido en la vivienda |
| Pisos | 2 |
| N° de viviendas | 300 |
| N° de viviendas vendidos | 95 |
| N° de viviendas ofertados | 205 |
| % de ventas | 32% |
| N° estacionamientos | -- |
| N° estacionamientos vendidos | -- |
| N° estacionamientos ofertados | -- |
| % Avance de obra | 28% |
| Tiempo de venta en Meses | 10 |
| Velocidad de Ventas por mes | 9.5 |
| Calidad de la zona | C+ (carretera principal) |
| Numero de dormitorios | 3 |
| Numero de baños | 3 |
| Dormitorio de servicio | Si |
| Jardin | Si |
| Home office/estar | Si |
| Terraza interior | Si |
| Sala comedor | Piso Porcelanato |
| Dormitorio principal | Piso Porcelanato |
| Dormitorio Hijos | Piso Porcelanato |
| Dormitorio | Piso Porcelanato |
| Baño Principal | Piso Porcelanato/Ceramico |
| Baño Hijos | Piso Porcelanato/Ceramico |
| Cocina | Piso Porcelanato/Ceramico |
| Grifería | Trebol o similar |
| Muebles de cocina | mesa de piedra de granito |
| Departamento Piloto | si |





| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| Financiamiento | |
|   |  |
| Características | |
| Área del Terreno | 120 m2 |
| Densidad | |
| Área vivienda promedio | 93 m2 |
| Precio del departamento Promedio | S/. 184,955.00 |
| Precio Estacionamiento | Incluido en la vivienda |
| Pisos | 2 |
| N° de viviendas | 1139 |
| N° de viviendas vendidos | 80 |
| N° de viviendas ofertados | 1059 |
| % de ventas | 7% |
| N° estacionamientos | -- |
| N° estacionamientos vendidos | -- |
| N° estacionamientos ofertados | -- |
| % Avance de obra | 0% |
| Tiempo de venta en Meses | 12 |
| Velocidad de Ventas por mes | 6.67 |
| Calidad de la zona | B+ (carretera transitada) |
| Numero de dormitorios | 4 |
| Numero de baños | 2 |
| Dormitorio de servicio | no |
| Jardin | no |
| Home office/estar | Si |
| Terraza interior | Si |
| Sala comedor | Piso Ceramico |
| Dormitorio principal | Piso Ceramico |
| Dormitorio Hijos | Piso Ceramico |
| Dormitorio | Piso Ceramico |
| Baño Principal | Piso Ceramico |
| Baño Hijos | Piso Ceramico |
| Cocina | Piso Ceramico |
| Grifería | Trebol o similar |
| Muebles de cocina | mesa de piedra de granito |
| Departamento Piloto | si |



| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |
| Características | |
| Área del Terreno | 90 m2 |
| Densidad | |
| Área vivienda promedio | 45 m2 |
| Precio del departamento Promedio | S/. 103,000.00 |
| Precio Estacionamiento | Incluido en la vivienda |
| Pisos | 1 |
| N° de viviendas | 220 |
| N° de viviendas vendidos | 100 |
| N° de viviendas ofertados | 120 |
| % de ventas | 45% |
| N° estacionamientos | -- |
| N° estacionamientos vendidos | -- |
| N° estacionamientos ofertados | -- |
| % Avance de obra | 0% |
| Tiempo de venta en Meses | 12 |
| Velocidad de Ventas por mes | 8.33 |
| Calidad de la zona | B- (Av. Principal muy transitada) |
| Numero de dormitorios | 3 |
| Numero de baños | 2 |
| Dormitorio de servicio | si |
| Jardin | si |
| Home office/estar | no |
| Terraza interior | no |
| Sala comedor | Piso laminado |
| Dormitorio principal | Piso laminado |
| Dormitorio Hijos | Piso laminado |
| Dormitorio | Piso laminado |
| Baño Principal | Piso Ceramico |
| Baño Hijos | Piso Ceramico |
| Cocina | Piso Ceramico |
| Grifería | Trebol o similar |
| Muebles de cocina | mesa de piedra de granito |
| Departamento Piloto | si |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| Financiamiento | |
|   |  |
| Características | |
| Área del Terreno | 120 m2 |
| Densidad | |
| Área vivienda promedio | 0 |
| Precio del departamento Promedio | S/. 85,785.00 |
| Precio Estacionamiento | Incluido en la vivienda |
| Pisos | 0 |
| N° de viviendas | 213 |
| N° de viviendas vendidos | 20 |
| N° de viviendas ofertados | 193 |
| % de ventas | 9% |
| N° estacionamientos | -- |
| N° estacionamientos vendidos | -- |
| N° estacionamientos ofertados | -- |
| % Avance de obra | 0% |
| Tiempo de venta en Meses | 5 |
| Velocidad de Ventas por mes | 4 |
| Calidad de la zona | B+ (Carretera transitada) |
| Numero de dormitorios | - |
| Numero de baños | - |
| Dormitorio de servicio | - |
| Jardin | - |
| Home office/estar | - |
| Terraza interior | - |
| Sala comedor | - |
| Dormitorio principal | - |
| Dormitorio Hijos | - |
| Dormitorio | - |
| Baño Principal | - |
| Baño Hijos | - |
| Cocina | - |
| Grifería | - |
| Muebles de cocina | - |
| Departamento Piloto | - |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |
| Características | |
| Área del Terreno | 120 m2 |
| Densidad | |
| Área vivienda promedio | 0 |
| Precio del departamento Promedio | S/. 63,000.00 |
| Precio Estacionamiento | Incluido en la vivienda |
| Pisos | 0 |
| N° de viviendas | 300 |
| N° de viviendas vendidos | 120 |
| N° de viviendas ofertados | 180 |
| % de ventas | 40% |
| N° estacionamientos | -- |
| N° estacionamientos vendidos | -- |
| N° estacionamientos ofertados | -- |
| % Avance de obra | 0% |
| Tiempo de venta en Meses | 10 |
| Velocidad de Ventas por mes | 12 |
| Calidad de la zona | B+ (Carretera muy transitada) |
| Numero de dormitorios | - |
| Numero de baños | - |
| Dormitorio de servicio | - |
| Jardin | - |
| Home office/estar | - |
| Terraza interior | - |
| Sala comedor | - |
| Dormitorio principal | - |
| Dormitorio Hijos | - |
| Dormitorio | - |
| Baño Principal | - |
| Baño Hijos | - |
| Cocina | - |
| Grifería | - |
| Muebles de cocina | - |
| Departamento Piloto | - |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| Financiamiento | - |
|  |  |
| Características | |
| Área del Terreno | 120 m2 |
| Densidad | |
| Área vivienda promedio | 0 |
| Precio del departamento Promedio | S/. 53,040.00 |
| Precio Estacionamiento | Incluido en la vivienda |
| Pisos | 0 |
| N° de viviendas | 582 |
| N° de viviendas vendidos | 0 |
| N° de viviendas ofertados | 582 |
| % de ventas | 0% |
| N° estacionamientos | -- |
| N° estacionamientos vendidos | -- |
| N° estacionamientos ofertados | -- |
| % Avance de obra | 0% |
| Tiempo de venta en Meses | 8 |
| Velocidad de Ventas por mes | 0 |
| Calidad de la zona | B+ (Carretera muy transitada) |
| Numero de dormitorios | - |
| Numero de baños | - |
| Dormitorio de servicio | - |
| Jardin | - |
| Home office/estar | - |
| Terraza interior | - |
| Sala comedor | - |
| Dormitorio principal | - |
| Dormitorio Hijos | - |
| Dormitorio | - |
| Baño Principal | - |
| Baño Hijos | - |
| Cocina | - |
| Grifería | - |
| Muebles de cocina | - |

| | |
|---------------------|---|
| Departamento Piloto | - |
|---------------------|---|

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |
| Características | |
| Área del Terreno | 204 m2 (12 * 17) |
| Densidad | |
| Área vivienda promedio | 306 m2 |
| Precio del terreno Promedio | S/. 148,000.00 |
| Precio de la casa | |
| Precio Estacionamiento | Incluido en la vivienda |
| Pisos | 2 |
| N° de viviendas | 80 |
| N° de viviendas vendidos | 45 |
| N° de viviendas ofertados | 35 |
| % de ventas | 56% |
| N° estacionamientos | -- |
| N° estacionamientos vendidos | -- |
| N° estacionamientos ofertados | -- |
| % Avance de obra | 80% |
| Tiempo de venta en Meses | 12 |
| Velocidad de Ventas por mes | 3.75 |
| Calidad de la zona | B - (Carretera poco transitada) |
| Numero de dormitorios | - |
| Numero de baños | - |
| Dormitorio de servicio | - |
| Jardin | - |
| Home office/estar | - |
| Terraza interior | - |
| Sala comedor | - |
| Dormitorio principal | - |
| Dormitorio Hijos | - |
| Dormitorio | - |
| Baño Principal | - |
| Baño Hijos | - |
| Cocina | - |
| Grifería | - |
| Muebles de cocina | - |
| Departamento Piloto | - |

| | |
|-----------------------|---|
| Financiamiento | - |
|-----------------------|---|

2.2.3 Resultados y conclusiones

a) Áreas de departamentos:

GRÁFICO N° 13



De acuerdo al estudio de mercado realizado, el área promedio que se maneja en la oferta es de 75 m², a excepción del proyecto Condominio Privado Bolognesi, donde el área del departamento es de 61.5 m² siendo el más pequeño dentro de la oferta. Por el contrario el proyecto con mayor área por unidad es el de la Alameda Country Club, aunque este proyecto va dirigido a otro sector socio económico donde el ingreso familiar para adquirir el inmueble supera ampliamente al de la oferta existente.

Nuestro producto está considerando tener un área promedio de 86 m², siendo el de mayor área dentro de la oferta existente y la competencia directa.

b) Precio de inmueble vs Área de departamento

GRÁFICO N° 14

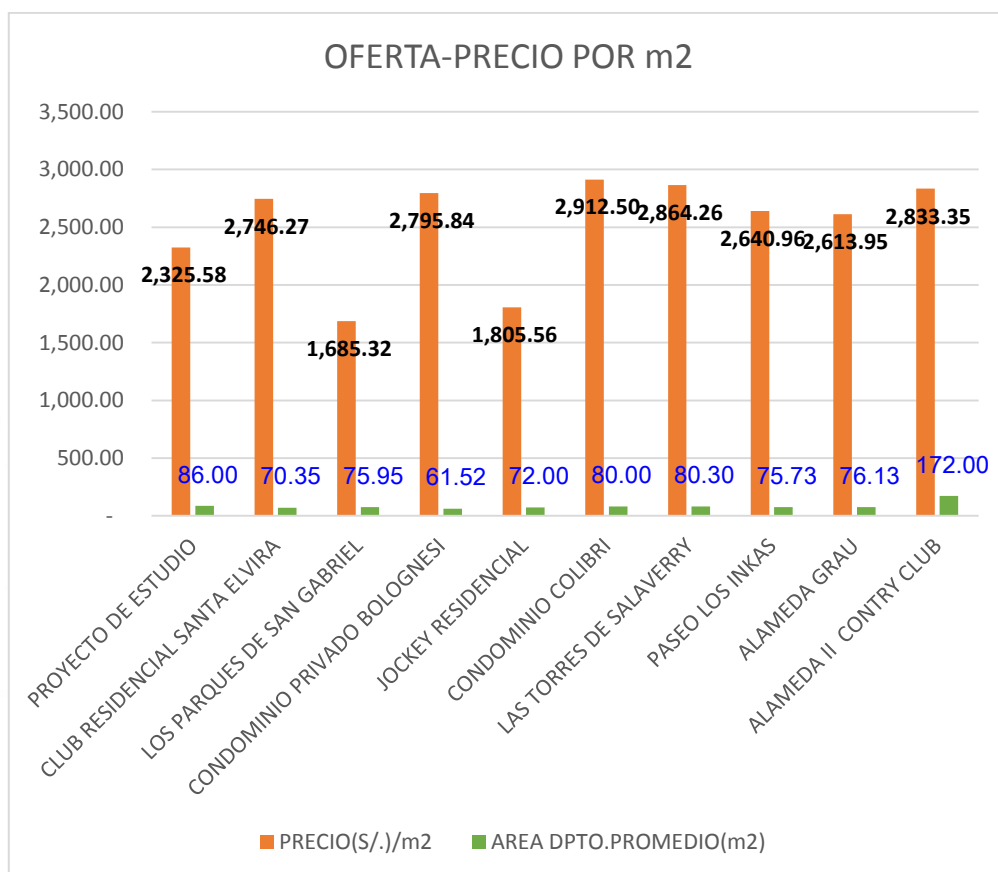


De acuerdo al cuadro () obtenemos que el precio más bajo por unidad inmobiliaria es el del proyecto Los Parques de San Gabriel (con un área de 75.96m²) y el más alto es el del proyecto Alameda Country Club, que como ya indicamos está dirigido a un sector socioeconómico más alto que el de la mayoría de la competencia, nuestro proyecto está al valor del promedio de la competencia, pero cabe indicar que nuestro

producto tiene una mayor área, es necesario ver el costo por m² vendido, como se verá en la figura posterior .

c) Precio de venta por m² vs Área de departamento

GRÁFICO N° 15



De acuerdo a este cuadro podemos identificar que los proyectos con precios más bajos del mercado son Los Parques de San Gabriel y Residencial Jockey.

El precio promedio por metro cuadrado de la oferta es de S/ 2762.29 nuevos soles, nuestro producto está considerando iniciar preventa con un precio de S/. 2325 nuevos soles.

Cabe indicar que el estudio que hemos realizado es actualizado al mes de octubre en donde todos estos precios que se muestran son precios de pre venta en las diferentes etapas de los proyectos que se vienen desarrollando.

d) Velocidad de ventas

GRÁFICO N° 16

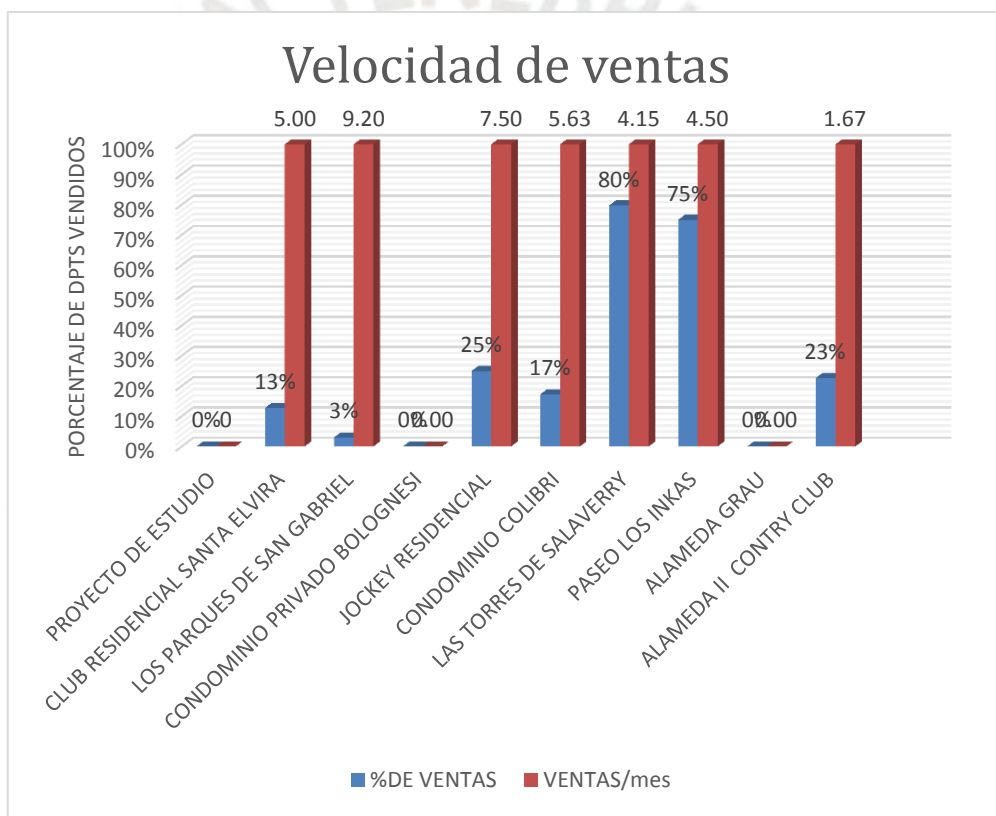


GRÁFICO N° 17



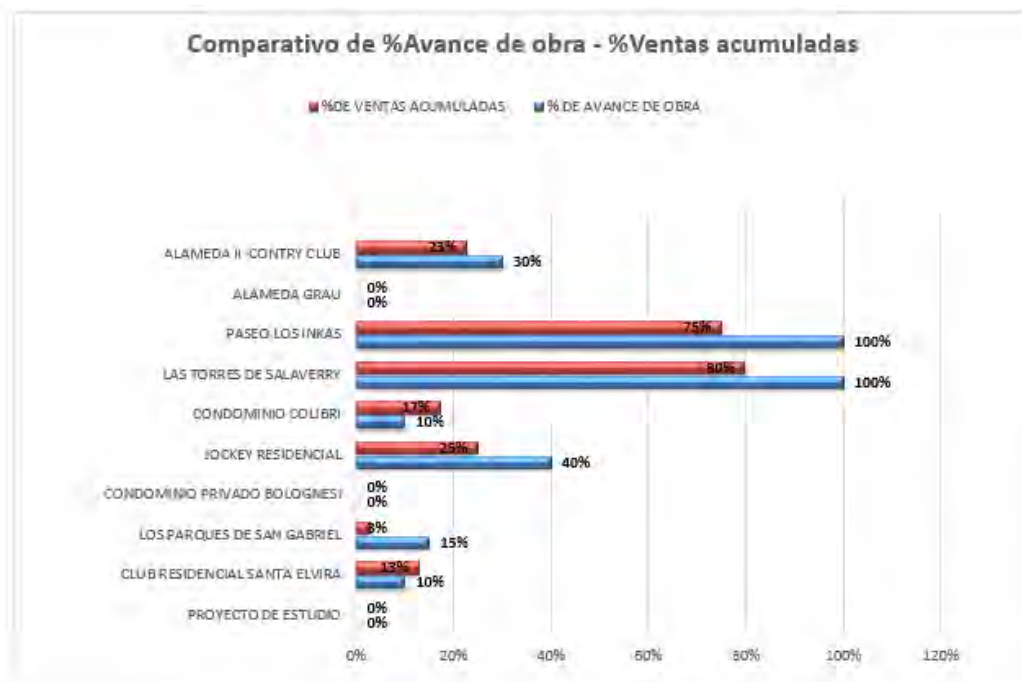
De acuerdo al cuadro () se muestra que la velocidad de venta promedio actualmente en la oferta es de 6 unidades por mes, donde identificamos que el producto que más está vendiendo es Los Parques de San Gabriel, consideramos esto por el precio de la unidad inmobiliaria y el área en comparación a la competencia, sin considerar nuestro producto.

Consideramos que nuestro producto tendrá gran aceptación por el cliente debido a que tenemos el mayor área promedio por departamento y uno de los precios de venta por metro cuadrado más bajos del mercado.

Así que para efectos del análisis financiero, nuestro producto esperara vender como mínimo 6 departamentos al mes.

e) Avance de obra

GRAFICO N° 18



Como se observa en el cuadro, tenemos que los proyectos que ya están terminados y listos para entrega son los proyectos de Las Torres de Salaverry y Paseo Los Inkas, se ha encontrado que tienen unidades en stock, que son la de los pisos 8 y 9, casi en su totalidad, por lo que podemos sacar como conclusión que el público aun no tienen en sus preferencias adquirir departamentos a mayor altura.

Los productos que son nuestra competencia directa como son Residencial Santa Elvira, Condominio Colibrí, están aun en precios de preventa de acuerdo al avance de sus obras en sus diferentes etapas.



CAPITULO 3 - PERFIL DEL PRODUCTO Y EVALUACION DEL TERRENO

3.1 Ubicación Del Terreno

El “**Predio San Lucas**”, se localiza en el distrito de Pimentel, provincia de Chiclayo, departamento de Chiclayo. Cuenta con un área de real 6,821.70m² y un perímetro de 327.54ml.

Colindancias:

- **Por el Norte:** Colinda con propiedad de terceros (U.C. 11225, U.C. 11224), acequia de riego y camino carrozable de por medio con una longitud de 76.74 m.
- **Por el Sur:** Colinda con el Condominio “Los Sauces”, con una longitud de 47.34 m.
- **Por el Este:** Colinda con Propiedad de terceros (U.C. 11206), con una longitud de 101.05 m.
- **Por el Oeste:** Colinda con Propiedad de terceros (U.C. 11209), acequia de riego de por medio con una longitud de 102.41 m.

FIGURA N° 4

Imagen de Plano GG



“El Predio” se encuentra inscrito en la Partida N° 02257353 y publicita un área de 6,200.00 M2

FIGURA N° 4.1

Fotografías descriptivas del predio:



FIGURA N° 4.2

**FOTO N° 1**

VISTA TOMADA DEL FRENTE DEL PREDIO DESDE EL LADO OESTE, SE APRECIA CANAL DE REGADÍO.

FIGURA N° 4.3

**FOTO N° 2**

VISTA TOMADA DESDE EL INTERIOR DEL PREDIOS HACIA EL LADO ESTE (IZQUIERDA) LA CONSTRUCCIÓN QUE SE APRECIA CORRESPONDE AL LOTE COLINDANTE (U.C. 11206)

FIGURA N° 5



FIGURA N° 5.1

FOTO N° 3

VISTA TOMADA DESDE EL LADO ESTE (IZQUIERDA) DEL PREDIO HACIA EL INTERIOR DEL PREDIO SAN LUCAS.



FIGURA N° 5.2

FOTO N° 4

VISTA TOMADA EN EL EXTREMO OESTE (DERECHA) DEL PREDIO, SE OBSERVA EL CANAL DE REGADÍO HACIA EL FRENTE Y HACIA EL LADO DERECHO ASÍ COMO EL INTERIOR DEL PREDIO.

**FOTO N° 5**

VISTA TOMADA EN EL EXTREMO OESTE (DERECHA) DEL PREDIO, SE VISUALIZA LA COLINDANCIA CON U.C. 11209.

FIGURA N° 5.3

**FOTO N° 6**

VISTA TOMADA EN EL LADO SUR (FONDO) EN LA INTERSECCIÓN CON EL LADO OESTE (DERECHA) SE OBSERVA OBRAS DE HABILITACIÓN DE URB. LOS SAUCES II ETAPA.. CERCO DE PALOS Y ALAMBRADO DE PÚAS QUE DETERMINA EL PREDIO

FIGURA N° 5.4

**FOTO N° 7**

VISTA TOMADA EN LA INTERSECCIÓN DEL LADO SUR (FONDO) CON EL LADO OESTE (DERECHA) SE VE LA U.C. 11209.

FIGURA 6

**FOTO N° 8**

VISTA TOMADA EN EL LADO SUR (FONDO) EN LA INTERSECCIÓN CON EL LADO ESTE (IZQUIERDA) SE OBSERVA OBRAS DE HABILITACIÓN DE URB. LOS SAUCES II ETAPA.. CERCO DE PALOS Y ALAMBRADO DE PÚAS QUE DETERMINA EL PREDIO

FIGURA 6.1

**FOTO N° 9**

VISTA TOMADA EN EL LADO SUR (FONDO) EN LA INTERSECCIÓN CON EL LADO ESTE (IZQUIERDA) SE VISUALIZA LIMITE CON U.C. 11206 Y UN CAMINO

FIGURA 6.2

**FOTO N° 10**

VISTA TOMADA POR EL LADO DEL FONDO HACIA EL INTERIOR DEL PREDIOS, VISUALIZANDO UN CAMINO EN LA PARTE INTERIOR DEL PREDIO Y LA AUSENCIA DE CONSTRUCCIONES.

FIGURA 6.3

**FOTO N° 11**

VISTA TOMADA DESDE EL INTERIOR DEL PREDIO HACIA EL LADO SUR (FONDO) SE APRECIA EDIFICACIONES DE LA URB. LOS SAUCES II ETAPA.

FIGURA 7



FIGURA 7.1

FOTO N° 12

ÁREA DEL PREDIO POR DONDE CRUZA LA LÍNEA DEL COLECTOR DE DESAGÜE. LA OBRA DATA DE LA DÉCADA DEL 70'.



FIGURA 7.2

FOTO N° 13

VISTA TOMADA AL INTERIOR DEL PREDIO DONDE SE VISUALIZA AGUAS SERVIDAS. POR LA ANTIGÜEDAD DEL COLECTOR SE HA PROYECTADO UNO NUEVO LAS ÁREAS AFECTADAS POR ROTURA DE LA RED HAN SIDO DEJADAS COMO DUCTOS DE LIMPIEZA

**FOTO N° 14**

VISTA TOMADA AL INTERIOR DEL PREDIO DONDE SE VISUALIZA AGUAS SERVIDAS. LAS ÁREAS AFECTADAS POR ROTURA DE LA RED HAN SIDO DEJADAS COMO DUCTOS DE LIMPIEZA

3.2 Perfil del Producto

El proyecto es un Condominio cerrado de viviendas multifamiliares para el sector B, en un terreno de 6,200 m², en el cual se desarrollarán en 132 departamentos, distribuidos en 110 departamentos tipo Flat y 22 departamentos tipo Dúplex; estas unidades inmobiliarias están compuesta en 4 Edificios de 6 pisos, los cuales presentan 02 tipos de departamentos y 02 tipos de dúplex; con áreas comunes tales como Mini Market, gimnasio, juegos para niños, sala de usos múltiples, casa de niños, zona de parrilla, etc.

FIGURA 8



Todo el condominio está cercado con muros perimetrales de 3 m de altura, brindando a los clientes la seguridad que ellos necesitan, no tienen estacionamientos directo a las avenidas por temas de impacto vial generando un condominio totalmente cerrado y privado con 2 únicos accesos peatonal y vehicular, el acceso peatonal es el

principal ingreso al condominio se ubicó hacia la zona más consolidada de la urbanización y con más cercanía hacia la carretera Chiclayo – Pimentel, el segundo acceso vehicular es por la Av. Roma que desemboca directamente hacia los estacionamientos del proyecto, éstos maximizando el ratio de estacionamientos por m² (25m²/estac.), con la finalidad de generar mayores áreas verdes para el proyecto.

Éstas áreas verdes se están maximizando para brindar al habitante mejor confort, con la idea de generar un producto exclusivo, menos denso, que tenga interesantes espacios comunes y sobre todo genere vistas, buena ventilación e iluminación natural para todos sus departamentos.

El emplazamiento de los bloques de departamentos tiene que ver con la idea de generar un gran espacio verde central, y que a la vez todos éstos gocen de buenas visuales tanto al exterior del proyecto como al interior, reforzando la idea generar para todos los departamentos una buena ventilación cruzada por el clima caluroso que existe en la ciudad de Chiclayo y una excelente iluminación natural.

En cuanto a las plantas de los departamentos se plantean dos tipos y a la vez cada uno con su opción de dúplex. El departamento Tipo A es de 78m² y cuenta con ambientes tales como, Sala, Comedor, Balcón, Cocina, Patio Lavandería, Home office, SS.HH de visitas, Dormitorio Principal con SS.HH, Dormitorio Secundario 01 y Dormitorio Secundario 02; El departamento Tipo B es de 87m² y cuenta con ambientes tales como, Sala, Comedor, Balcón, Cocina, Patio Lavandería, Home Office, SS.H de Visita, Dormitorio Principal con SS.HH, Dormitorio Secundario 1, Dormitorio Secundario 2 y Dormitorio De Servicio con SS.HH, ambos departamentos con distribuciones modernas y funcionales.

Conociendo el clima de Chiclayo y cómo repercute en el mantenimiento de las fachadas es un tema muy importante, ya que al analizar la variedad de nuevos

proyectos inmobiliarios en ésta ciudad nos podemos dar cuenta que quedan desmerecidos al no tener presente para el diseño arquitectónico criterios de mantenimiento. La idea es usar materiales fáciles de limpiar y mantener o emplear colores tierra, pasteles en las fachadas. En el proyecto estamos utilizando colores tierra y oscuros, como también enchapes grises oscuros para el ingreso peatonal, en las ventanas, se plantea carpintería de caucho de fácil mantenimiento y durabilidad.

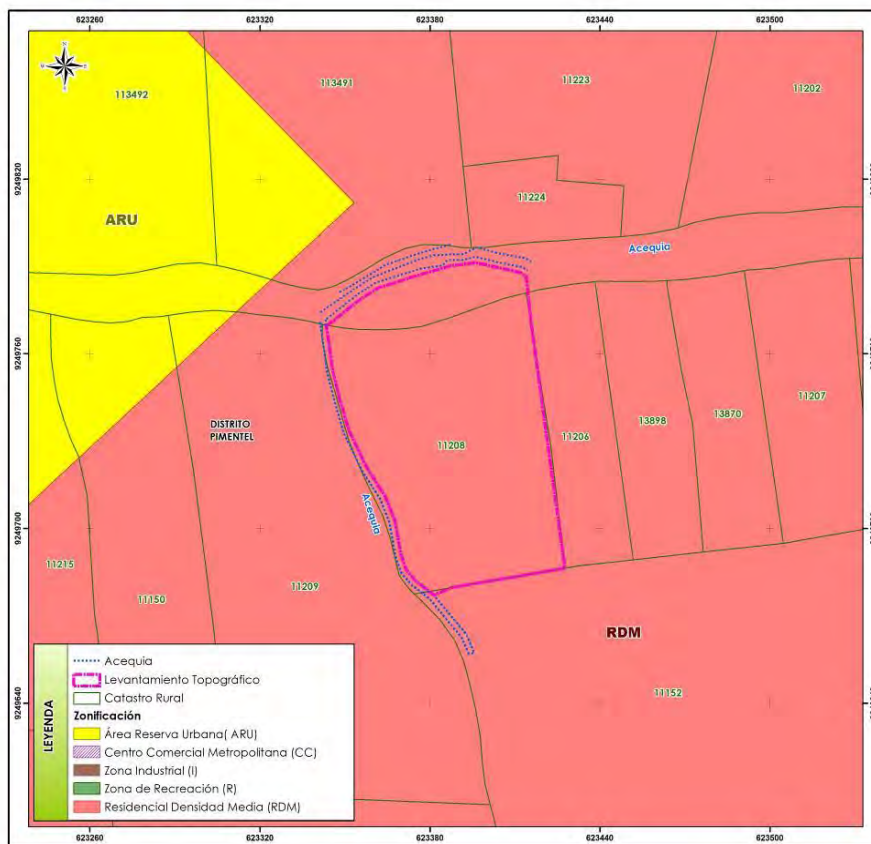
3.3 Zonificación y Certificado de Parámetros

3.3.1 Zonificación

Mediante Acuerdo Municipal N° 059/92-MPCH-A, emitido por la municipalidad provincial de Chiclayo, se aprueba el Plan Director de Desarrollo Metropolitano de Chiclayo 1992-2020, el mismo que incluye el plano de zonificación, disponiéndose que a partir de este documento se emitan las ordenanzas municipales correspondientes.

De la información procesada se ha determinado que El Predio se encuentra como Uso Residencial Densidad Media (RDM), esta información guarda coincidencia con lo establecido en el Certificado de Parámetros Urbanísticos de fecha 30 de septiembre del 2011, expedido por la municipalidad distrital de Pimentel que establece una RDM-R4.con uso permisible de Conjunto Residencial (Unifamiliar- Multifamiliar).
Ver plano adjunto

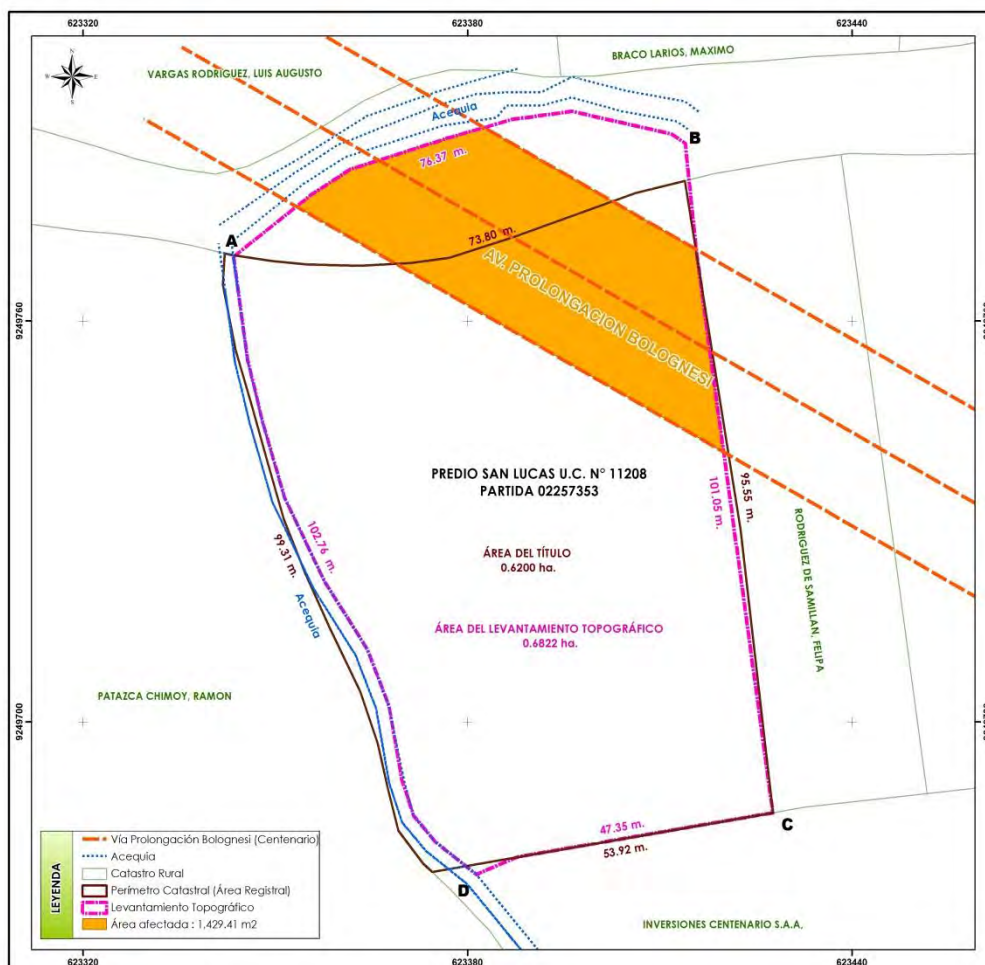
FIGURA 9



Sistema Vial

Se ha tomado como referencia la información correspondiente a la Habilitación Urbana Los Sauces II Etapa, la misma que fue aprobada por Resolución de Alcaldía N° 086-2005-MDP/A de fecha 25 de noviembre de 2005 y rectificada por Resolución Municipal N° 097-2005/MDP-A de fecha 16 de diciembre del 2005, ubicada hacia el lado norte del Predio San Lucas, determinándose que el predio se encuentra afectado por la Av. Prolongación Bolognesi y que representa una afectación de un área de 1,429.41 m², aproximadamente. Ver plano adjunto

FIGURA 10



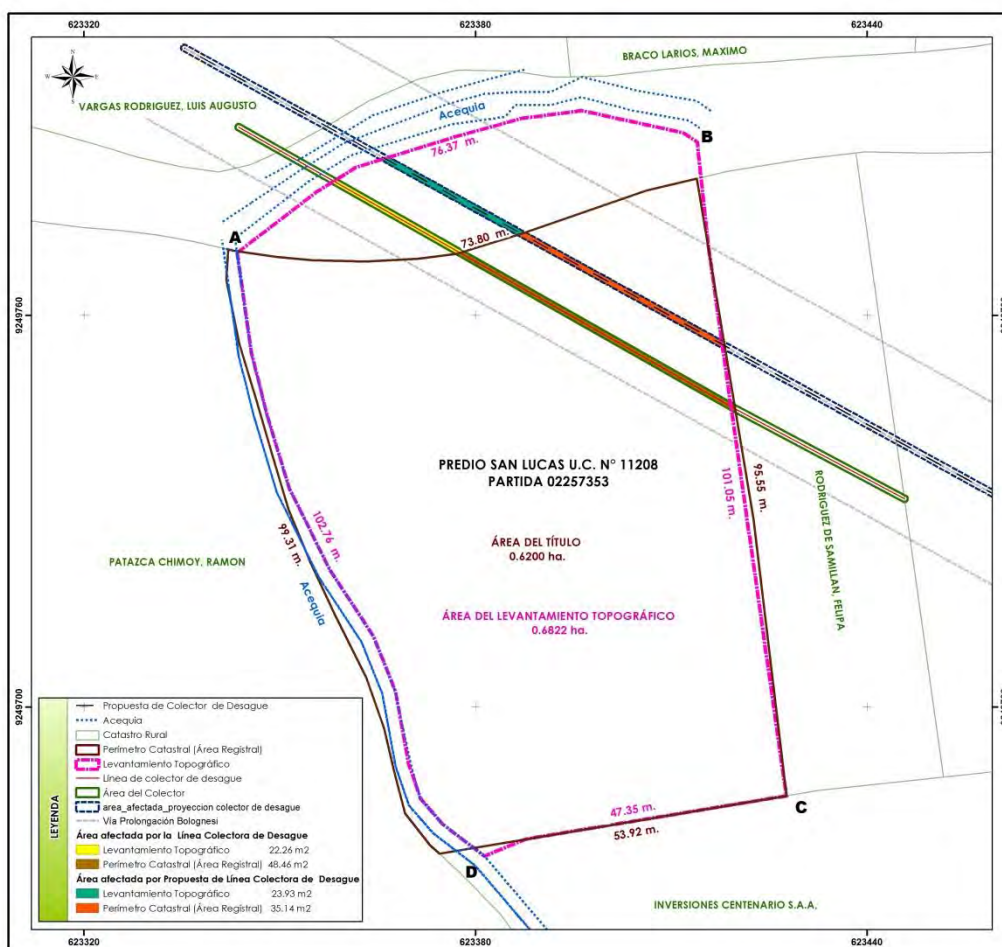
Para un mayor detalle se adjunta la Partida Registral P10130754 correspondiente a la Habilitación Urbana Los Sauces II Etapa.

Red de Alcantarillado

Sobre el área en estudio, por el lado noroeste, **pasa una línea colectora de desagüe de un metro de ancho**. Esta línea colectora pasa a 7.50 m. por el lado izquierdo del eje de la vía proyectada, denominada Av. Prolongación Bolognesi. Además se ha identificado una propuesta de nueva línea colectora de desagüe que pasaría exactamente sobre el eje de la vía proyectada antes mencionada, tal como se

muestra en el plano adjunto. El Reglamento Nacional de Edificaciones, en su Título II, correspondiente a Habilitaciones Urbanas OS. 070, en la disposición 4.7 referida a ubicación y recubrimiento de tuberías, señala que la línea colectora debe pasar por el eje de la vía. De esta manera se estaría cumpliendo con los parámetros establecidos.

FIGURA 11



Afectación de Caminos de Vigilancia

Se ha identificado que hacia el lado Norte (Frente) y hacia el lado Oeste (Derecha) del predio existen dos acequias, las mismas que limitan con el predio.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 74° de la Ley N° 29338 “Ley de Recursos Hídricos”¹, se ha establecido que en los terrenos a los cauces naturales o artificiales se debe establecer caminos de vigilancia necesarios para la protección.

En este sentido, para descartar cualquier afectación del predio se ha cursado con fecha 31 de enero de 2013, la consulta respectiva al Comité de Regantes de Chiclayo a fin de que informen respecto a los caminos de vigilancia existentes que pudieran afectar a El Predio, la misma que está pendiente de respuesta.

Sitios Arqueológicos

De la visita realizada en campo no se ha identificado la existencia de sitios arqueológicos o áreas protegidas. Asimismo de la consulta de sitios arqueológicos reconocidos por la Dirección de Arqueología del Ministerio de Cultura no se ha identificado zonas o sitios reconocidos que se superpongan con el área en estudio, sin perjuicio de lo cual sería recomendable tramitar un CIRA.

De la Fábrica

En la Partida N° 02257353 no corren edificaciones (fabrica) inscritas, asimismo de la visita realizada se ha observado una construcción precaria. Sugerimos revisar la declaración jurada del impuesto al patrimonio predial, a fin de verificar si se ha declarado o no construcción y el área, a efectos de contar con mayores elementos para una eventual demolición.

¹ Artículo 74°.- Faja marginal: *“En los terrenos aledaños a los cauces naturales o artificiales, se mantiene una faja marginal de terreno necesaria para la protección, el uso primario del agua, el libre tránsito, la pesca, caminos de vigilancia u otros servicios. El Reglamento determina su extensión”*

3.4 Antecedentes Registrales²

Se inscribió la posesión sobre el predio con fecha 23 de agosto de 1999, a favor de la sociedad conyugal conformada por Vicente Carranza Chiscul y Blanca Rosa Guimarey Laca, en el asiento 1-c) de la Ficha N° 43276 (Partida N° 02257353) del Registro de Predios de Chiclayo, posteriormente a la conclusión del proceso se inscribió el dominio con fecha 13 de junio del año 2003, conforme consta del asiento 2-c) de la referida partida.

De la revisión del título que dio origen a la inscripción de posesión (T.A. N°20284 del 16 de junio de 1999) se observa que obra la solicitud de oposición presentada por Carlos Carranza Carrasco del 18 de julio de 1998, quien señala que el predio corresponde a la sucesión de María Nazaria Chiscul Dávila, quien a su vez adquirió el predio al ser la única heredera de Lucas Chiscul; sin embargo, obra en el mismo título la minuta de compraventa por la que María Nazaria Chiscul Dávila vende el predio a favor de Vicente Carranza Chiscul, documento con el que se desestima la oposición, debiéndose aclarar que no se observa la fecha de suscripción del documento sino la fecha de certificación de copia del 06 de julio de 1998. Asimismo, no obra en la partida que Carlos Carranza haya cuestionado el proceso de saneamiento a nivel judicial³, por lo que se concluyó con la correspondiente inscripción del derecho de propiedad.

² La inscripción del predio se realizó en virtud al procedimiento de prescripción adquisitiva de dominio recogido en el Decreto Legislativo N° 667, impulsado por el extinto Proyecto Especial de Titulación de Tierras y Asentamiento Rural (PETT).

³ De conformidad con lo establecido en el artículo 24 del Decreto Legislativo un vez inscrita la posesión se debía realizar publicaciones en el Predio y en el diario Oficial El Peruano a fin de que terceros perjudicados se puedan oponer dentro de los 30 días de notificados, siendo los supuestos de oposición que no exista explotación económica ni que se ejerza posesión sobre el predio, esto en razón que estamos ante un proceso de prescripción.

Corre en la Partida N° 02135458 del Registro de Personas Naturales de Chiclayo la sucesión intestada de Vicente Carranza Chiscul, habiendo sido declarados como sus herederos a su cónyuge supérstite Blanca Guimarey Laca y a sus hijas Ada Guisela, María Isabel y Blanca Rosa Carranza Guimarey, la sucesión se inscribió con fecha 13 abril de 1999.

Con el fallecimiento de Vicente Carranza Chiscul se extingue la sociedad conyugal, correspondiendo el 50% acciones y derechos del Predios San Lucas a Blanca Rosa Guimarey Laca, por liquidación de la sociedad conyugal y el 50% de acciones restantes pasan a favor de la sucesión de Vicente Carranza, traslación de dominio que se inscribe en el asiento C00002 de la Partida N° 02257353 con fecha 28 de octubre del 2010.

En el área de estudio no se ha identificado la existencia de predios matrices ni antecedentes registrales distintos al del Predio San Lucas.

No se ha identificado superposiciones con Fundos u otro tipo de predios matrices habiendo ingresado la Búsqueda Catastral ante la Oficina Registral de Chiclayo con fecha 20 de enero del 2013. De las averiguaciones y consultas en la oficina de catastro se ha informado de forma preliminar que en la zona donde se ubica el Predio San Lucas no se cuenta con antecedentes registrales, siendo una zona donde las inscripciones identificadas son de reciente data.

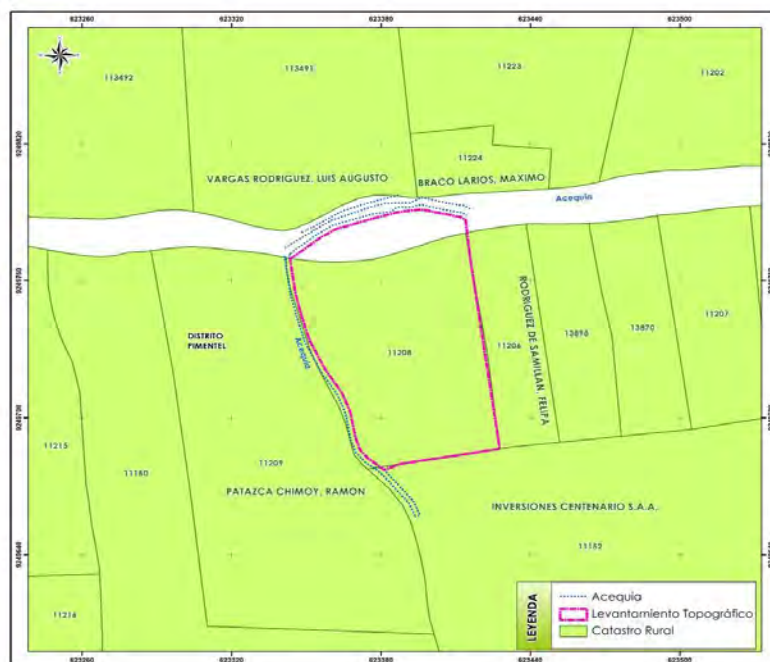
Es usual que el tráfico inmobiliario se vea constantemente debilitado por falta de coincidencia entre la realidad objetiva y la realidad jurídico-registral, esto por lo general a falta de un catastro que determine e informe los derechos de propiedad que existieron con anterioridad en un determinado ámbito geográfico, representando un riesgo al momento de la adquisición; sin embargo, en el caso de EL PREDIO el riesgo

advertido ha sido superado, en razón de haber sido saneado y logrado su inscripción en virtud al proceso de prescripción adquisitiva de dominio en sede administrativa previsto para terrenos agrícolas e introducido por el Decreto Legislativo N° 667⁴ y que concluyó con la conversión de la posesión inscrita a derecho de propiedad con fecha 13 de junio del 2003 en el asiento c2 de la Ficha N° 43276. Ver ANEXO B.

De lo indicado, en el supuesto negado, que se identifique un predio matriz -por ende un derecho de propiedad distinto e incompatible- con posterioridad al presente informe no se estará ante una duplicidad de partidas registrales sino ante una inexactitud registral; en este sentido, el derecho de propiedad nacido de la prescripción adquisitiva e inscrito en la Ficha N° 43276 (Partida 02257353) deberá ser correlacionado con el derecho de mayor antigüedad descontando las áreas, lo indicado tiene sustento en el precedente de observancia obligatoria establecida por el Tribunal Registral en el XXVII – XXVIII Pleno, publicado en el diario oficial “El Peruano” el 01 de marzo de 2008.

FIGURA 12

⁴ Entendiéndose, que los requisitos de verificación de la conducción del predio de forma directa, continua, pacífica, pública y como propietarios por un plazo mayor a 5 años se han cumplido, asimismo, que las publicaciones y notificaciones se ha realizado no habiendo existido oposición alguna por tercero.



3.5 Cargas y/o Gravámenes

En la Partida N° 02257353 no existen cargas o gravámenes inscritos, a favor de terceros que limiten el derecho de propiedad de los titulares registrales.

3.5.1 Certificado de Parámetros

a) Aspecto Normativo

La propuesta está basada en el respeto de los lineamientos normativos exigidos

i. Alturas de la edificación:

La altura de la edificación respeta lo normado por los certificados de parámetros urbanísticos y edificatorios N°116 EXP. N° 6937-2013, donde

señala una altura máxima de 8 pisos, mientras que el proyecto tiene una altura de 7 pisos.

ii. Densidad:

El proyecto en la normativa cuenta con una limitante basada en la densidad que es de 2200 hab/Ha, según el certificado de parámetros.

TABLA N° 7

| | DEPARTAMENTOS | HABITANTES | TOTAL HABITANTES | TOTAL HABITANTES |
|-----------------------------|---------------|------------|------------------|------------------|
| 3 DORMITORIO | 22 | 5 | 110 | 660 |
| 3 DORM + 1 DORM SERV | 110 | 5 | 550 | |
| TOTAL | 132 | | 660 | |

$$\begin{aligned} \text{Densidad} &= \text{N}^\circ \text{ de habitantes} \times 10,000 / \text{Área del terreno} \\ &= 660 * 10,000 / 5,621.17 \\ &= 1,174 \text{ Hab/Ha.} \end{aligned}$$

$$\text{-Cálculo de máximo de habitantes} = \text{Densidad normativa} * \text{Área del terreno} / 10,000$$

$$= 2,200 * 5,621.17 / 10,000$$

$$= 1,236 \text{ Habitantes.}$$

El proyecto tiene de esta manera una densidad de 660 Habitantes, cumpliendo con lo normado en el certificado de parámetros.

b) Área libre:

Los certificados de parámetros urbanísticos y edificatorios nos indican que el área libre no debe ser menor al 40%, en nuestro proyecto tenemos 59% de área libre (equivalente a 3,338.35 m²). Por lo tanto cumplimos con lo normado en el certificado de parámetros.

c) Estacionamientos:

Estos fueron calculados según las normativas vigentes. Los estacionamientos requeridos para las 132 unidades de vivienda son 44, pero en el proyecto tenemos 45, los cuales se distribuyen en el primer piso.

| ESTACIONAMIENTOS | | |
|---------------------------------|-------------------|----------|
| | SEGÚN PARAMETROS | PROYECTO |
| 132 Unidades de Vivienda | 1 POR 3 DPTO = 44 | 45 |

TABLA N° 8

d) Cuarto de acopio:

Se ha proyectado 1 cuarto de acopio ubicado en el 1er nivel hacia la Av. Roma, con área útil de 14.52m², contando con un lavadero para cilindros y una cuneta cubierta con rejillas para su limpieza.

TABLA N° 9

| CUARTO DE ACOPIO | | |
|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| | RNE | PROYECTO |
| 132 Unidades de Vivienda | (*).0.03 x 132 = 3.96 m ³ Con una altura mínima de 2.30m Siendo el área = 1.72 m ² | 132 x 0.107 = 14 14 tachos de basura Área = 14.52 m ² |

* Sobre el Cuarto de Acopio: El Art. 43 de la Norma A-010 del RNE, señala que los ambientes para almacenamiento de basura se calcularán a razón de 30lt/vivienda (0.03m³) por día.

e) Aportes de Habilitación Urbana:

Los aportes de acuerdo a la habilitación tipo 5 serian:

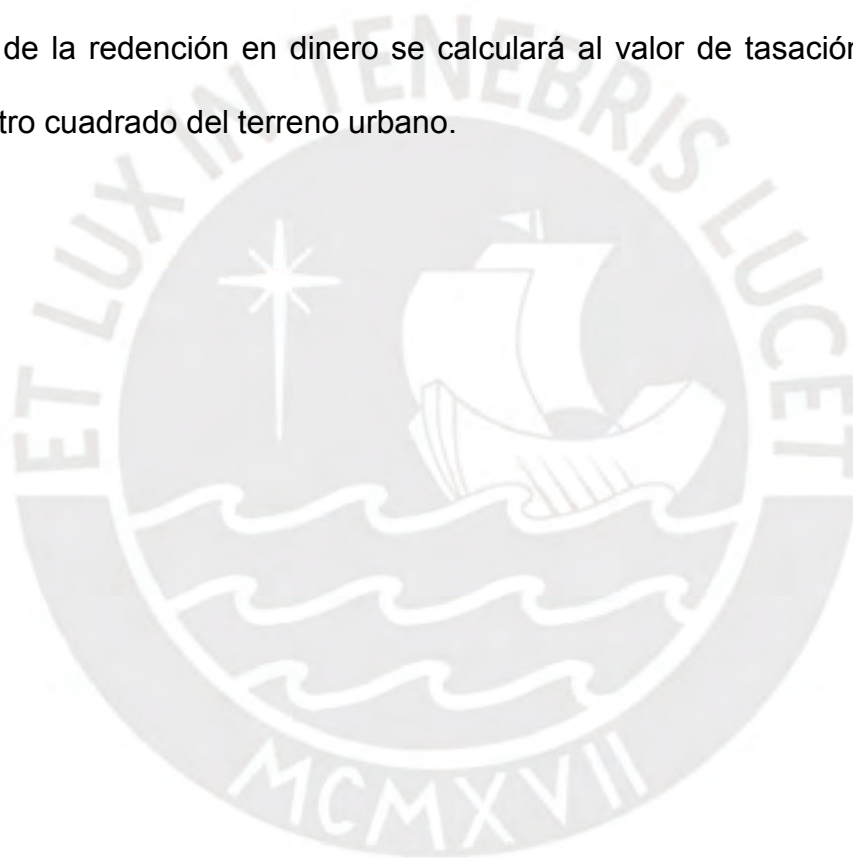
TABLA N° 10

| APORTES HABILITACIÓN URBANA TIPO 5 | | | | |
|------------------------------------|------------------|--------------------|------------------------------|--------------------------|
| APORTE S | SEGÚN PARAMETROS | ÁREA | ÁREA Y LOTE MINIMO NORMATIVO | CONCLUSIÓN |
| RECREACIÓN PÚBLICA | 8% | 496 m ² | 800 m ² (*) | SE REDIME EN DINERO(***) |
| MINISTERIO DE EDUCACIÓN | 2% | 124 m ² | 160 m ² (**) | SE REDIME EN DINERO(***) |

(*) Área mínima normativa para recreación pública según RNE.

(**) Lote mínimo normativo según certificado de parámetros N°116 EXP. N° 6937-2013.

(***)Los aportes de recreación pública (8%), educación (2%) serán redimidos en dinero por no tener el área mínima normativa, este criterio está respaldado por la Norma GH.010 – Capítulo IV –Aportes de Habilitación Urbana – Artículo 27, donde nos señala que cuando el cálculo de área de aporte sea menor al área mínima requerida, podrá ser redimido en dinero. En todos los casos en que las áreas de aporte resultaran menores a los mínimos establecidos, el monto de la redención en dinero se calculará al valor de tasación arancelaria del metro cuadrado del terreno urbano.



CAPITULO 4 – SEGMENTACION, TARGETING Y POSICIONAMIENTO

4.1 Segmentación

La segmentación en el mercado inmobiliario sería la división en grupos de los consumidores de acuerdo a características homogéneas, estas características son por ejemplo el poder de compra, forma de vida del consumidor, ubicación geográfica, etc.

4.1.1 Variables para una Segmentación adecuada para el proyecto

Para la ciudad de Chiclayo iremos identificando cada segmento de acuerdo a las siguientes características.

4.1.1.1 Estilo de vida del Chiclayano

Es importante conocer las características principales del público y consumidor chiclayano y así poder saber lo que buscan y aprecian de un producto, sus costumbres, sus aspiraciones, etc.

FIGURA N° 4



Fuente: Estudio Nacional de Consumidores Arellano Marketing 2013

De acuerdo a los diferentes estilos de vida del público chiclayano, las características que han sido identificadas de acuerdo al tipo de vivienda que esperan son:

FIGURA N° 05

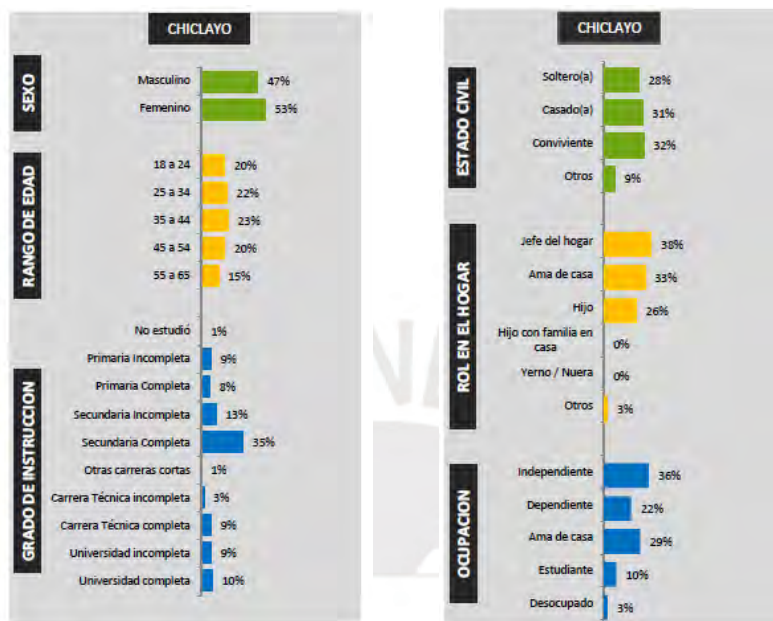
| | PRODUCTO | LOCACIÓN | BENEFICIO |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|
| SOFISTICADO | Espacios amplios. Arquitectura que impresione | Alejado del caos, vecindario GCU | Prestigio |
| PROGRESISTA | Casa en lugares no-céntricos. Crecedera | Cerca a la actividad comercial | Funcional, que pueda poner un negocio |
| MODERNA | Condominios modernos | Cerca al centro (a su trabajo) | La mejor del barrio |
| CONSERVADORA | Casa o condominio cerrado, con vigilancia y áreas verdes para los hijos | Cerca de colegios y parques | Vivienda segura |
| ADAPTADO | Condominios modernos | Zonas "acceptables" | Vivienda socialmente aceptable |
| RESIGNADO | Construcción y autoconstrucción | Cerca de donde ya viven | Tener donde estar |

Fuente: Estudio Nacional de Consumidores Arellano Marketing 2013

4.1.1.2. Características demográficas

Son características base para la segmentación de mercado, se usan datos como la edad, sexo, ingresos familiares, ocupación, etc

FIGURA N° 06

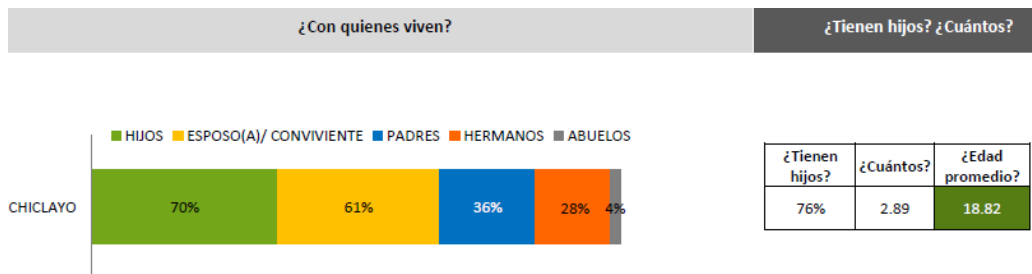


Fuente: Estudio Nacional de Consumidores Arellano Marketing 2013

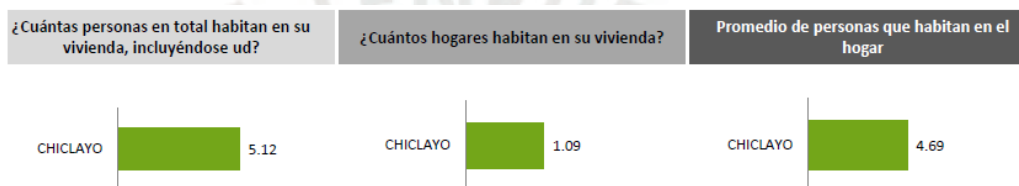
4.1.1.3. Estructura Familiar

Con estos datos podemos conocer la composición de la familia chiclayana, y así identificar el tipo de producto el cual se tiene que ofrecer en Chiclayo, de acuerdo al número de integrantes de una familia promedio.

FIGURA N° 07



Fuente: Estudio Nacional de Consumidores Arellano Marketing 2013



Fuente: Estudio Nacional de Consumidores Arellano Marketing 2013

4.1.1.4. Universo de clientes potenciales

Un primer filtro es saber identificar el universo de clientes potenciales ya que nos permite definir e identificar quienes tienen la necesidad o deseo de querer adquirir un departamento.

FIGURA N° 08



4.1.1.5. Ingresos familiares

Con esta variable nos permite conocer el ingreso familiar de los chiclayanos de acuerdo al nivel socio económico, esto ayuda a conocer el precio de producto al cual las familias pueden acceder.

FIGURA N° 09

| | Total | Rango de Edad | | | NSE | | |
|--------------------------------------------|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------|-------|-------|
| | | ENTRE 25 Y 34 AÑOS | ENTRE 35 Y 44 AÑOS | ENTRE 45 Y 65 AÑOS | A | B | C |
| Ingreso familiar mensual promedio (en S/.) | 4,181 | 4,348 | 3,766 | 4,568 | 5,243 | 3,996 | 3,089 |
| Dependientes (en S/.) | 4,273 | | | | | | |
| Independientes (en S/.) | 4,272 | | | | | | |

Fuente: Estudio Nacional de Consumidores Arellano Marketing 2013

El promedio de ingreso familiar de la familia chiclayana es de S/. 4,181 nuevos soles.

FIGURA N° 10

| | Total | Rango de Edad | | | NSE | | |
|--------------------------------------------|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------|-------|-------|
| | | ENTRE 25 Y 34 AÑOS | ENTRE 35 Y 44 AÑOS | ENTRE 45 Y 65 AÑOS | A | B | C |
| Ingreso personal mensual promedio (en S/.) | 2,729 | 2,913 | 2,706 | 2,256 | 3,314 | 2,770 | 2,015 |
| Dependientes (en S/.) | 2,937 | | | | | | |
| Independientes (en S/.) | 2,409 | | | | | | |

Fuente: Estudio Nacional de Consumidores Arellano Marketing 2013

El promedio de ingreso individual es de S/.2, 884 mensuales.

4.2 Targeting

Conocemos como target al público al que va dirigido directamente nuestro producto, con la información previa obtenida de la segmentación, las características que más aprecian, identificamos a nuestro público objetivo.

4.2.1 Target primario

Es el público que se encuentra dentro de la demanda efectiva de vivienda y está en la posibilidad de adquirir una vivienda.

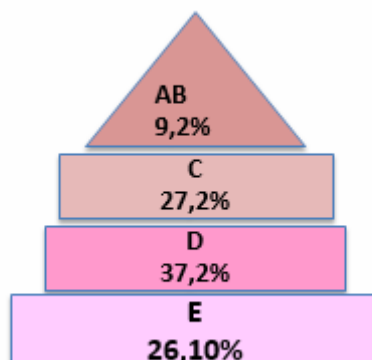
De acuerdo a nuestro producto hemos identificado el perfil de nuestro target primario, estas son:

- Hogares con 3 a 5 integrantes en su familia.
- El ingreso familiar debe ser desde S/.3947 nuevos soles.
- Personas y familias con capacidad de ahorro
- Personas con ingresos principales como asalariados o independientes, con capacidad de crédito para un préstamo hipotecario.
- Familias jóvenes con capacidad de acceder a un préstamo hipotecario.
- Personas con edad desde 30 años a 55 años de edad.
- Familias pertenecientes al NSE B.

4.2.1.1 Nivel Socio económico del Target

Identificamos que nuestro producto puede ser adquirido por familias pertenecientes a nivel socio económico A y B conformado por 5 integrantes.

FIGURA N° 11



4.2.1.2 Ingreso familiar y cuota

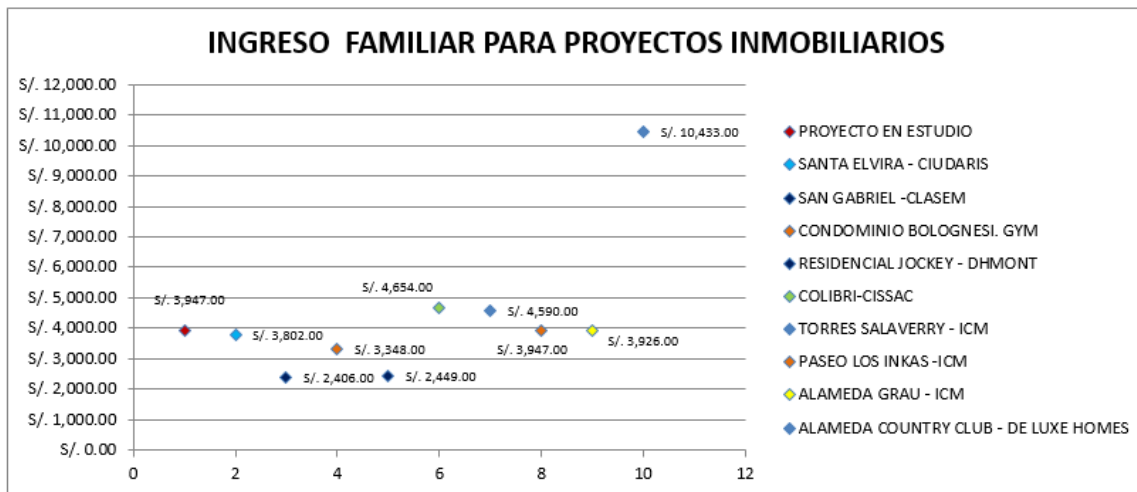
De acuerdo al precio de nuestro producto, califica al crédito mi vivienda, por lo que el cliente recibe un bono de 12,500, tomando como cuota inicial el 20% y un préstamo a 20 años, obtenemos que la cuota a pagar mensual es aproximadamente S/ 1,381 nuevos soles. Por lo que el ingreso familiar debe bordear los S/ 3,946 nuevos soles.

FIGURA N° 12

| CUOTA, INGRESO FAMILIAR Y PERFIL DEL CLIENTE | | | | | |
|----------------------------------------------|----------|--------------------------|--------------|--------------|-------------------|
| DEPARTAMENTO PROMEDIO | 86.00 m2 | S/. 2,325 /m2 | US\$ 816 /m2 | | |
| Precio | IGV | Total | T.C. | U.I.T. (S/.) | Cuota Inicial 20% |
| S/. | S/. | S/. | 2.85 | 3,800 | 39,990 |
| 182,603 | 17,347 | 199,950 | \$70,158 | BONO | S/. 12,500 |
| FINANCIAMIENTO DEL DEPARTAMENTO | | | | | |
| Monto | -159,960 | Soles | | | |
| Bono FMV | 12,500 | Soles | | | |
| Tasa | 10.00% | Tasa Crédito Hipotecario | | | |
| Tasa | 0.80% | mensual | | | |
| Plazo | 240 | meses | 20 años | | |
| Cuota | 1,381 | Soles | | | |
| CARACTERISTICAS DEL CLIENTE | | | | | |
| | Normal | | | | |
| Cuota | 1,381 | Soles | | | |
| Ingresos | 3,946 | Soles | | | |
| Cuota | 485 | Dólares | | | |
| Ingresos | 1,385 | Dólares | | | |
| NSE | B | | | | |

De acuerdo a los proyectos que son competencia directa presentamos el siguiente cuadro con el promedio de ingreso familiar para adquirirlos.

FIGURA N° 13



Tenemos como el proyecto que exige menos ingreso familiar es Condominio Los Parques de San Gabriel, donde el área aproximada del departamento es de 76m², y los acabados son menores al estándar ofrecido por la competencia.

4.2.2 Target secundario

Podemos decir que es el cliente que tiene el poder adquisitivo para adquirir nuestro producto pero aún no decide la compra, podemos tomar como target secundario a las personas solteras y jóvenes con el poder adquisitivo para comprar un departamento, o personas de la tercera edad que viven en viviendas ya muy grandes para ellos y quieren vivir en un lugar más pequeño.

4.3 Posicionamiento

Buscamos que el público nos posicione como un producto confiable y que cubra todas sus expectativas y necesidades para una vivienda, dándoles confortabilidad, comodidad al alcance de sus bolsillos y sobre todo que vean a nuestro producto como el sueño realizado.

También buscamos que el cliente aprecie la diferencia de nuestro proyecto con respecto a la competencia directa, identifique que nuestros acabados están por encima de los de la competencia, que a pesar que el producto sea un departamento aprecie la funcionalidad de los espacios y también el área libre y verde de todo el condominio y lo más importante es que todos estos atributos están al alcance de sus bolsillos.

4.4 FODA del proyecto

OPORTUNIDADES:

- Urbanización los sauces que nos rodea ya terminada y con viviendas ya construidas, es decir una zona ya consolidada.
- La zona del terreno tiene acceso a los servicios básicos.
- Las vías de acceso que nos rodean están asfaltadas en un 100% e iluminadas en su totalidad.
- Transparencia y mayor facilidad de los recursos financieros.
- Transporte público organizado en el eje de Chiclayo a Pimentel.
- Eje Chiclayo-Pimentel considerada como la zona de mayor crecimiento inmobiliario.

- Existe un gran porcentaje de población que no es propietaria y está en busca de opciones de viviendas
- Eje-Chiclayo a Pimentel considerados como eje turísticos de la región , sobre todo por el balneario de Pimentel.
- Existencia de organizaciones de base que facilita realizar convocatorias y concentraciones con el sector público y privado
- Poca competencia directa en la zona de influencia.

FORTALEZAS:

- Nuestro proyecto se encuentra ubicado en el eje-Chiclayo a Pimentel considerado como eje turístico de la región y la zona con mayor crecimiento inmobiliario.
- La geografía de la zona del proyecto ofrece un clima favorable y de menos contaminación.
- Nos rodean urbanizaciones consolidadas, dando seguridad a los usuarios y un ambiente de tranquilidad.
- Nuestro proyecto está ubicado estratégicamente cerca de universidades y hospitales en todo el eje-Chiclayo Pimentel.
- Nuestro proyecto es menos denso, por lo tanto tiene mayor exclusividad frente a los proyectos de la competencia directa.
- Garantía de post-venta de un año.
- La zona donde se desarrolla nuestro proyecto no tiene contaminación acústica.

- Nuestro proyecto tiene una excelente distribución, y espacios funcionales.
- Contaremos con áreas verdes significativas que el cliente podrá apreciar en comparación a la competencia.
- Tendremos una casa club, que tendrá sala de niños, gimnasio, zona de parrillas.
- Tenemos un área destinada para un minimarket.

AMENAZAS:

- El desarrollo de nuevos proyectos inmobiliarios en el eje de Chiclayo a Pimentel.
- La zona donde se desarrolla nuestro proyecto está rodeada por proyectos inmobiliarios considerados como producto sustituto, es decir viviendas y lotes.
- Poco transporte público en hacia la ubicación exacta del condominio.
- Desconfianza en el consumidor por un índice elevado de estafas y extorsión en el rubro inmobiliario
- Asentamientos humanos que rodean el eje Chiclayo a Pimentel ,que da inseguridad de la zona
- Falta de desarrollo comercial en la zona (centros comerciales y supermercados)
- Jóvenes profesionales que migran para encontrar mejores productos a precios óptimos

- Debilidad organizacional en el gobierno provincial lo cual dificulta la realización de trámites en general.
- Poca formalidad de los proveedores existentes.
- Falta de proveedores de publicidad en las vías públicas y los existentes son informales y de bajo nivel

DEBILIDADES:

- Nuestro proyecto no está rodeado en su totalidad por zona urbana, hay cierto sector de chacras que está en la parte posterior.
- El costo de nuestro proyecto no es el más barato del mercado.
- Distancia de 350 metros a zona de carretera donde pasan todo el transporte.

4.5 Construcción de marca

Después de haber realizado el estudio de mercado para conocer la propuesta del producto de la competencia, su forma de llegar al público objetivo y hacer un análisis de nuestras fortalezas y debilidades, creemos que para darnos a conocer como un proyecto confiable y nuestra marca tenga valor es necesario lo siguiente:

- Realizar alianzas o convenios estratégicos con instituciones públicas, privadas, clubes, medios de comunicación
- En la caseta de ventas nuestros asesores deben tener como argumento de venta hacer sentir a nuestros futuros compradores una

experiencia vivencial cuando nos visiten tener como argumento de venta todas las posibilidades que daremos frente a la competencia, exclusividad, área libre amplia, seguridad, excelente distribución y áreas funcionales.

- En transporte generar que las líneas del eje Chiclayo a Pimentel por lo menos 2 lleguen hasta nuestro proyecto y generar empatías con las organizaciones competentes para ver los avances de mejoras en las vías de acceso a nuestro proyecto (municipalidades y mtc) y tenerlo como arma de venta frente a cualquier objeción de los compradores.
- Acciones publicitarias en las vías estratégicas eje Chiclayo -Pimentel y zonas de impacto visual.
- Tener la mayor cantidad de publicidad en las vías públicas para darnos a conocer como proyecto y marca y así generar expectativas en futuros compradores y a la vez flujo de visitas a la caseta de ventas.
- Generar acciones con empresas de transporte de taxis que tengan un paradero en nuestro proyecto las 24 horas
- Que nuestra publicidad llegue a la mayor cantidad de jóvenes profesionales que estén en busca de nuevas opciones inmobiliarias ,demostrando nuestro éxito con los más de 10 años que nos respaldan, a través de ferias o convenios con entidades publicas y privadas

- Generar alianzas con las entidades competentes (municipalidades , rpp,transporte) que nos permitan agilizar cualquier trámite post-venta y así brindar una atención de calidad.
- Todos nuestros medios de comunicación tienen que resaltar las diferencias con la competencia existente y la que está por llegar resaltando nuestras fortalezas
- Alianzas con las municipalidades para estar informados de qué nuevos proyectos comerciales están proyectados en nuestra zona de influencia
- Facilitar la comunicación de comercios con delivery que llegan hasta nuestro proyecto
- Que nuestras acciones estén dirigidas a en busca de nuevas opciones inmobiliarias y generar que seamos su primera opción de búsqueda, estableciéndolas estratégicamente en zonas de impacto.

CAPITULO 5 - VIABILIDAD COMERCIAL

5.1 Definición del producto.

Después de haber identificado el perfil del producto y haber realizado un estudio de mercado viendo la oferta actual y la competencia directa, hemos considerado ofrecer un producto que cumpla con las necesidades del público objetivo y también un producto que ofrezca variedad de precio.

Queremos que nuestro producto sea relacionado por el público objetivo con calidad, seguridad y exclusividad sin necesidad de pagar un alto precio, si no que el precio sea justo.

5.1.1 Variedad del producto

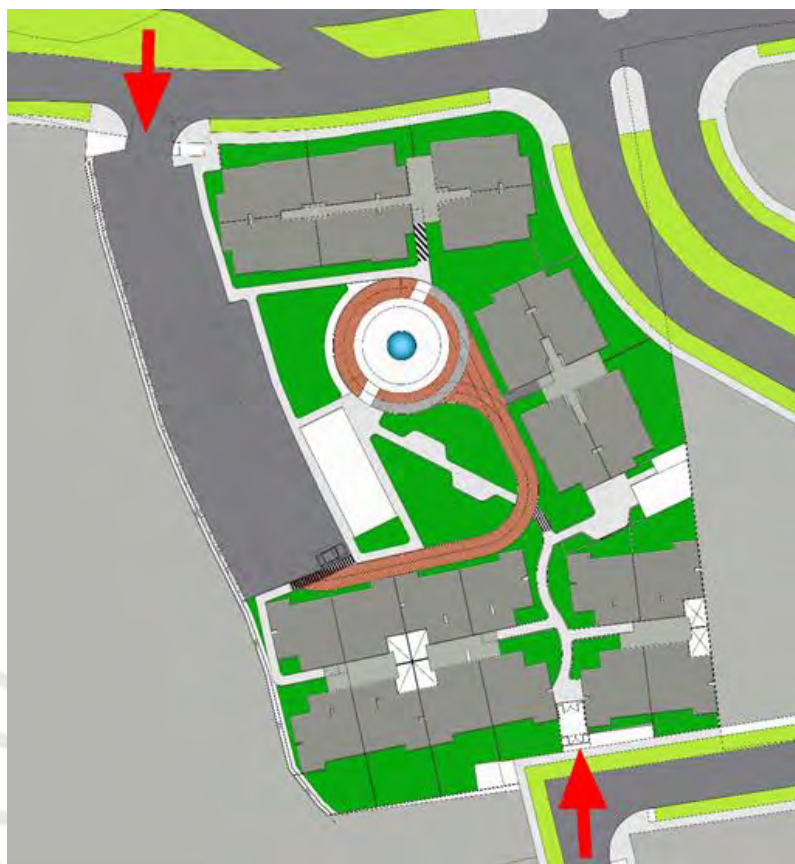
De acuerdo al estudio de mercado que hemos realizado y a la cabida previa donde se analizaron algunas opciones, definimos a nuestro producto como un condominio privado que constara de 132 departamentos y 45 estacionamientos, distribuidos de la siguiente manera:

FIGURA N° 14

| Cuadro de áreas | | | |
|--------------------------------------------|-------------|-----------|------------|
| | N° unidades | Area (m2) | Total (m2) |
| AREA DEPARTAMENTOS | | | |
| Departamentos TIPO 1 (76.26 m2) | 30 | 76.26 | 2,287.80 |
| Departamentos TIPO 1 (79.30 m2) | 30 | 79.30 | 2,379.00 |
| Departamento TIPO 2 (85.75m2) | 25 | 85.75 | 2,143.75 |
| Departamento TIPO 2 (92.09 m2) | 25 | 92.09 | 2,302.25 |
| Duplex 1 (124 m2) | 12 | 125.00 | 1,500.00 |
| Duplex 2 (131m2) | 10 | 131.00 | 1,310.00 |
| AREAS COMUNES | | | |
| Areas comunes (pasadizos) | 1 | 1,101.96 | 1,101.96 |
| minimarket | 1 | 47.55 | 47.55 |
| Casetas de Vigilancia / recepción | 1 | 5.78 | 5.78 |
| cuarto de acopio de basura | 1 | 14.45 | 14.45 |
| Casa club | 1 | 150 | 150.00 |
| ESTACIONAMIENTOS | | | |
| Estacionamientos sotano | 0 | 0 | - |
| Estacionamientos superficie | 45 | 21.65 | 974.25 |
| JARDINES | | | |
| Jardines vendibles de departamentos 1 piso | 1 | 775 | 775.00 |
| Jardines comunes | | | - |
| EQUIPAMIENTO | | | |
| Equipam(cuarto maq/cisternas, etc.) | 1 | 150 | 150.00 |

Se consideró hacer un dúplex entre el piso 6 y 7 debido a que si hacíamos flats en estos pisos, se tendría que considerar más estacionamientos que sacrificaría el área verde que es uno de los puntos fuertes de nuestro proyecto, donde el área libre es del 59%. Otro de los puntos al considerar en no hacer flats es que en el estudio de mercado realizado los proyectos que tienen 8 y 9 pisos tienen un stock casi total de las unidades, esto nos indica que el público no tiene como preferencia los últimos pisos.

FIGURA N° 15



5.1.2. Valor agregado del producto

- Proyecto contará con CAMI programa Comunidad Amiga espacio lúdico que aporta valor a las familias que vivirán en dicho condominio ya que promueve la sana convivencia. Con la finalidad de no saturarlos con la cantidad de personas que habitarán los inmuebles.
- Áreas comunes como una casa club que tendrá una sala SUM (eventos varios), una sala de gimnasio equipado, una sala lounge, terraza y zona de parrillas.
- Con respecto al área libre nuestro proyecto tiene el más grande porcentaje de área libre de acuerdo al terreno, por lo que nuestra área

verde también es amplio, se considera una pileta en medio del área libre.

- Contacto con la Municipalidad y Gobierno regional para realizar acciones con el fin de mejorar los paraderos cercanos a la zona, mejorar la iluminación, coordinar con transporte público para crear rutas o comités de colectivos, esto hará que se valore más la zona y se vea más limpia y segura, lo que generará una actitud positiva hacia la ubicación del proyecto y la imagen del proyecto.
- Se planea construir un área que será destinada a un minimarket, que abastecerá al condominio.

5.2. Precio y forma de pago.

De acuerdo al estudio de mercado, se realizó la recopilación de los precios por m² de la oferta y competencia directa, de acuerdo a ese estudio, nuestro precio iniciara en preventa con un costo de S/. 2300 nuevos soles por m². De acuerdo al costo por unidad inmobiliaria podríamos decir que nuestro producto está dentro del crédito mi vivienda, donde el estado otorga un bono a buen pagador de S/. 12,500 nuevos soles

La forma de pago se considera:

5.2.2. Crédito Hipotecario

Este crédito se otorgara cuando el cliente puede pagar una inicial del 20% y el resto de la deuda se financia mediante un banco.

5.2.3. Plan ahorro

Este Crédito se otorga cuando el cliente no tiene el monto de la inicial, entonces para que califique para un préstamo con un banco, este ahora en una cuenta mensualmente para completar la inicial y el banco es quien supervisa ese ahorro, para demostrar que el cliente tiene la capacidad de adquirir el inmueble.

5.3. Posición Competitiva

Después de tener definido el producto y saber el precio a considerar de acuerdo al estudio de mercado realizado, también es importante definir cuál será nuestra posición competitiva en el mercado para que el público objetivo nos identifique como un producto diferenciado. Consideramos que para ello debemos preguntarnos lo siguiente: ¿Porque Razón nos comprarían el producto?

Responderemos esta pregunta tomando en cuenta características que dan valor a un producto inmobiliario:

- a) Calidad de acabados: Consideramos que los acabados que tendrá nuestro producto está por encima de la competencia directa.
- b) Imagen externa del edificio: Se ha tomado en cuenta que nuestra fachada e ingreso al condominio sea elegante, moderno y atractivo no solo para el que viva en él, sino también para que resalte en el entorno.
- c) Dimensiones de las unidades ofrecidas: Tenemos el área promedio más grande de departamentos a comparación de la competencia directa, a excepción del proyecto la Alameda Country Club que es un producto que se ha considerado en el estudio de mercado pero que en realidad está

dirigido hacia otro sector con ingresos familiares mayores por lo que es para otro sector socio económico.

- d) Habitabilidad y confort: Si bien es cierto nuestra competencia directa está más cercana al centro de Chiclayo, nuestro producto está ubicada en una zona netamente consolidada por una urbanización, donde no hay proximidad a ruidos por estar ubicado en avenidas principales, o zonas muy comerciales.
- e) Áreas libres y verdes: Tenemos como atributo que el área libre es un 59%, y somos el producto que tiene mayor número en la proporción área de terreno sobre número de departamentos.
- f) Estacionamientos: Cumplimos lo requerido por el certificado de parámetros y en cuanto al precio de venta consideramos vender a menor precio que la competencia.
- g) Amenities: Es un atributo que es común dentro de la competencia directa, pero consideramos que nuestros amenities son funcionales y con costo de mantenimiento más bajo, es decir buscamos que realmente nuestros ambientes para distracción de los clientes sean realmente usados.
- h) Seguridad: Como ya lo hemos mencionado nuestro producto se encuentra ubicada en una zona urbanizada ya consolidada, y aparte de eso se considera un condominio cerrado con cerco eléctrico.

- i) Ahorro: Después de realizar el estudio de mercado y comparar los precios con los de la competencia, podemos decir que nuestro producto es el que tiene el mayor área promedio por departamento y uno de los precios de venta más bajos del mercado.



CAPITULO 6 – MARKETING MIX

Mediante el marketing mix analizaremos las variables importantes que tomaremos en cuenta para que nuestro producto sea bien posicionado por el público chiclayano.

6.1 Producto.

Describiremos los atributos de nuestro producto, donde se muestra la funcionalidad, y buena distribución desde los bloques hasta las unidades inmobiliarias

6.1.1 Esquema General

El Condominio presenta dos ingresos, uno peatonal el cual colinda con la calle 17, perteneciente a la Etapa I de la urbanización “Los Sauces” y un segundo ingreso vehicular, el cual colinda con la av. Roma, ubicada al norte del terreno. La concepción del planteamiento arquitectónico parte por aprovechar las necesidades y valoraciones de la demanda, con lo cual se busca generar un espacio central, con áreas verdes amplias y todo el condominio se encuentra cercado para mayor seguridad del condómino. Como entorno inmediato al proyecto encontramos a la urbanización Los Sauces, dirigido a un segmento B y por otro lado tenemos la intersección vial proyectada, colindante a nuestro proyecto (Av. Roma y la vía Colectora Sur) la cual enmarca el trazo de las futuras Habilitaciones Urbanas.

FIGURA N° 16



Como se ve en la imagen siguiente, para resaltar las áreas verdes, que son el potencial del proyecto se plantea ingreso con muro verde, para darle jerarquía al ingreso se plantea doble altura en la sala de recepción, con enchapes en piedra para y parasoles de madera, que ante el clima de Chiclayo, ayudan a darle frescura al ingreso del proyecto.

Para las áreas comunes, se está planteando una casa club con un diseño moderno de fachada para que se acople perfectamente a las áreas verdes y a los edificios, con una sala para juego de niños, un gimnasio

equipado, una sala sum para diversos eventos, una zona lounge, zona de parrillas y una pileta en zona de áreas verdes.

También se está incluyendo un minimarket, una sala de acopio, y una oficina para el administrador del condominio.

FIGURA N° 17



FIGURA N° 18



FIGURA N° 19



FIGURA N° 20



6.1.2. CARACTERISTICAS

Después de haber realizado el estudio de mercado y evaluado las unidades inmobiliarias de la competencia, consideramos que nuestro producto tenga mejores acabados para que el público note la diferencia y pueda posicionarnos como uno de los mejores en la Chiclayo.

a) Estructura Resistente

- Muros estructurales en concreto armado
- Losas aligeradas de concreto armado.

b) Tabiques

- Placas de concreto y ladrillo de concreto

c) Pisos

- Pisos cerámicos, en todos los ambientes del departamento.

d) Puertas y Ventanas

- Puerta principal, madera con enchape en cedro
- Puertas interiores de MDF
- Ventanas correderas en aluminio.

e) Cerrajería y molduras

- Cerradura embutida con mecanismo de cilindro y cerrojo
- Tres bisagras por puerta de 3" x 3".
- Zócalos de cerámico.

f) Pintura

- Exteriores: látex.
- Interiores: látex en muros, cielos y tabiques.

g) Baños

- Sanitarios Top pice
- Grifería trébol minimalista, con mueble
- Enchape cerámico pisos y paredes

h) Cocina

- Lavaplatos de acero inoxidable.
- Muebles altos y bajos
- Tablero de granito incluye tablero en zona de integración con sala comedor.
- Grifería Minimalista
- Lavadero exterior.
- Alcantarillado red y unión domiciliaria.
- Agua potable caliente y fría.

- Electricidad con empalme subterráneo

6.1.3. Módulos Típicos de Departamentos

a) Módulo Típico A

El departamento Tipo A es de 78m² y cuenta con ambientes tales como, Sala, Comedor, Balcón, Cocina, Patio Lavandería, Home office, SS.HH de visitas, Dormitorio Principal con SS.HH, Dormitorio Secundario 01 y Dormitorio Secundario 02.

FIGURA N° 21



b) Módulo Típico B

El departamento Tipo B es de 87m² y cuenta con ambientes tales como, Sala, Comedor, Balcón, Cocina, Patio Lavandería, Home Office, SS.H de Visita, Dormitorio Principal con SS.HH, Dormitorio Secundario 1, Dormitorio Secundario 2 y Dormitorio De Servicio con SS.HH

FIGURA N° 22



c) Módulo Dúplex tipo A

El departamento dúplex tipo A es de 123 m² y cuenta con ambientes tales como, Sala, Comedor, Cocina, Home Office, SS.H de Visita, Dormitorio Principal con SS.HH, Dormitorio Secundario 1, Dormitorio Secundario 2 , escalera que lleva al segundo nivel, donde se tiene una sala estar, 1 dormitorio con baño incorporado y 1 dormitorio de servicio con baño, baño de visita con ducha, patio lavandería amplio y una terraza.

FIGURA N° 23



FIGURA N° 24



d) Módulo Dúplex tipo B

El departamento dúplex tipo B es de 130 m² y cuenta con ambientes tales como, Sala, Comedor, Cocina amplia con área para desayunador diario, área para Home Office, SS.H de Visita, Dormitorio Principal con SS.HH, Dormitorio Secundario 1, Dormitorio Secundario 2 con baño compartido, escalera que lleva al segundo nivel, donde se tiene una sala estar, 1 dormitorio compartido o puede ser usado como baño de visita, 1 dormitorio de servicio que sale a patio, y se tiene un área amplia de terraza.

FIGURA N° 25



FIGURA N° 26



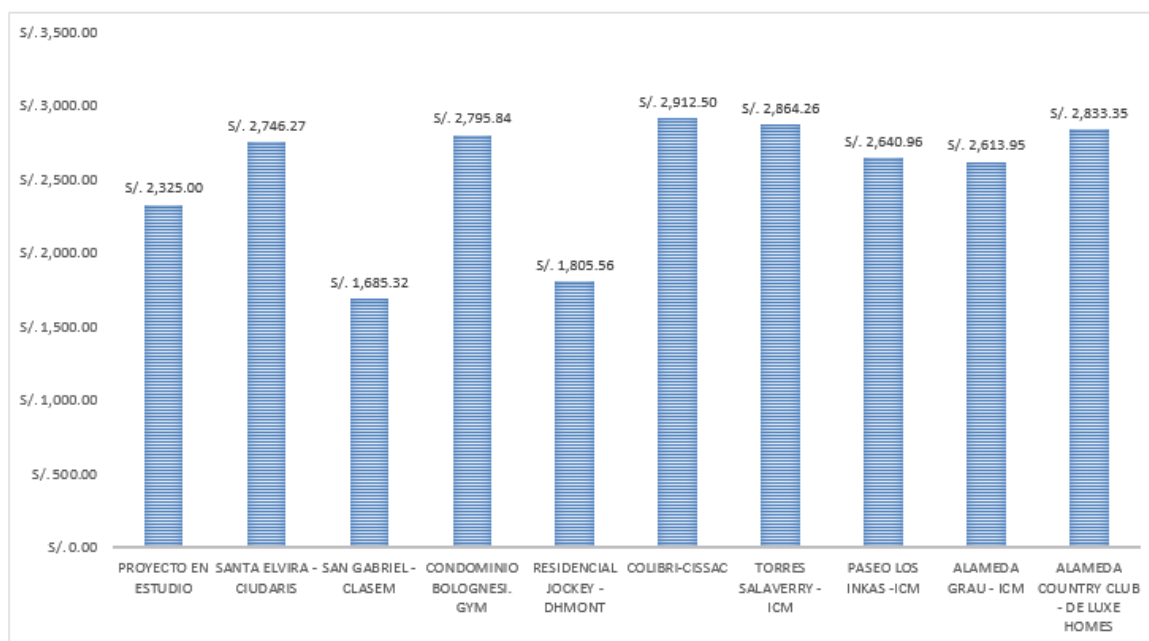
6.2 Precio.

TABLA N° 11

| | SANTA ELVIRA | CONDOMINIO COLIBRI | LAS TORRES DE SALAVERRY | ALAMEDA COUNTRY CLUB | LOS PARQUES DE SAN GABRIEL | JOCKEY RESIDENCIAL | CONDOMINIO BOLGNESE | CONDOMINIO LIDER |
|-------------------------------|------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------------|--------------------------------|------------------------|------------------------|
| UBICACIÓN | Av. Elvira García y García M | Av. Salaverry 1350, Urb. Banc | Av. Salaverry 650, Urb. Pataz | Altura hm5.5 carretera Pime | Via de Evitamiento s7n a espaldas de SE | Av. Los Incas cda 4 (la Victo | Av. Prolong. Bolognesi | Av. Prolong. Bolognesi |
| PROMOTOR | CIUDARIS | CISSAC | ICM | DE LUXE HOME S.A | CLASEM EOM | CONSORCIO DHMONI | VIVA G Y M | LIDER |
| BANCO | BCP | INTERBANK | INTERBANK | GNB | INTERBANK | FINANCIERO | BCP | |
| DATOS GENERALES | | | | | | | | |
| N° EDIFICIOS | 12 | 6 | 2 | 6 | 40 | 30 | 6 | 4 |
| N° DE PISOS | 8 | 12 | 9 | 5 | 8 | 6 | 6 | 7 |
| SOTANOS | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| N° TOTAL DPTOS | 312 | 260 | 104 | 132 | 1280 | 1440 | 216 | 132 |
| N° ESTAC. TOTAL | 114 | 90 | 36 | 189 | 384 | 312 | 108 | 44 |
| RATIO ESTAC/ DPTOS | 37% | 35% | 35% | 143% | 30% | 22% | 50% | 33% |
| AREAS | | | | | | | | |
| AREA PROMEDIO | 72.72 | 74.60 | 76.75 | 171.50 | 72.81 | 72.00 | 62.05 | 104.50 |
| TIPO A | 70 | 66 | 67 | 166 | 67 | 72 | 62.42 | 78.00 |
| TIPO B | 75.43 | 77.79 | 75 | 177 | 69.35 | | 61.52 | 87.00 |
| TIPO C | | 80 | 81 | | 75.94 | | 62.35 | 123.00 |
| TIPO D | | | 84 | | 78.95 | | 61.91 | 130.00 |
| TIPO E | | | | | | | 62.07 | |
| TIPO F | | | | | | | | |
| PRECIOS | | | | | | | | |
| PRECIO PROMEDIO S/. | S/ 199,695.02 | S/ 217,262.79 | S/ 219,831.96 | S/ 485,902.38 | S/ 122,708.15 | S/ 130,000.32 | S/ 173,493.06 | S/ 240,500.00 |
| TIPO A | S/ 192,238.90 | S/ 192,225.00 | S/ 191,905.42 | S/ 470,319.50 | S/ 112,916.44 | S/ 130,000.32 | S/ 174,516.33 | S/ 179,000.00 |
| TIPO B | S/ 207,151.15 | S/ 226,563.38 | S/ 214,819.50 | S/ 501,485.25 | S/ 116,876.94 | | S/ 172,000.08 | S/ 200,000.00 |
| TIPO C | | S/ 233,000.00 | S/ 232,005.06 | | S/ 127,983.20 | | S/ 174,320.62 | S/ 283,000.00 |
| TIPO D | | | S/ 240,597.84 | | S/ 133,056.01 | | S/ 173,090.45 | S/ 300,000.00 |
| TIPO E | | | | | | | S/ 173,537.79 | |
| TIPO F | | | | | | | | |
| PRECIO/m2 S/. | S/ 2,746.27 | S/ 2,912.50 | S/ 2,864.26 | S/ 2,833.25 | S/ 1,685.32 | S/ 1,805.56 | S/ 2,795.84 | S/ 2,300.00 |
| PRECIO ESTACIONAMIENTO | S/ 16,000.00 | S/ 19,900.00 | S/ 17,000.00 | Incluye | S/ 18,000.00 | S/ 18,000.00 | S/ 19,000.00 | S/ 16,800.00 |

Como se ve en el cuadro anterior, de acuerdo a nuestro estudio de mercado tenemos uno de los precios más bajos del mercado por m2, ofreciendo incluso mejor calidad de acabados y ofreciendo un proyecto con áreas bien diseñadas y funcionales.

GRAFICO N° 19



6.3. Promoción.

La estrategia de promoción estará enfocada en el CIERRE DE VENTAS.

6.3.1 Ventas

- Construir una caseta de ventas moderna y muy bien implementada, para que desde que el público pueda percibir la calidad de producto que ofrecemos.

- Construir un departamento Piloto muy bien decorado y aprovechando al máximo los espacios para demostrar al público la funcionalidad de nuestro producto.
- Implementar la Venta Vivencial (Desarrollo de nuevo proceso de ventas enfocado en el servicio)
- Identificación de todos los visitantes a la caseta como INVITADOS explotando este concepto desde que ingresa a la caseta (Seguridad le pedirá el nombre y comunicará a los asesores y/o anfitriona, para que en todo momento se le llame por su nombre).
- Promoción a la fuerza de ventas y coordinador de marketing bono por exceder el % de preventa. (Alianzas estratégicas con empresas de la zona)
- Visita de los asesores por turnos a centros estratégicos como: gobierno regional, la corte, etc. que generen un flujo mayor de visitas al proyecto.

6.3.2 Publicidad

- Medios impresos: La Industria, el correo, etc.
- Medios masivos: Programas televisivos más vistos en Chiclayo, como: Chiclayo construye y Parada Norte
- Publicidad Exterior e Interior: Paneles en vía Pública del cercado de Chiclayo, santa victoria y carretera a Pimentel, para esto tiene que

buscar el espacio para paneles en lugares de mayor afluencia de público y también lugares estratégicos.

- Transporte: Paraderos, Línea a Pimentel y empresas de taxis la más concurrida “Chiclayo taxi”.
- Plegables: Rollscreen, dípticos ,trípticos y volantes con todos los datos necesarios para brindar una información clara en las AGENCIAS BANCARIAS del Cercado de Chiclayo.
- Páginas web propia adaptada para provincias
- Comunicación Cruzada: en convenio con empresas de nuestro interés y universidades de prestigio.
- BTL en: Real Plaza
- Activación dentro de Universidades y entidades del estado de nuestro interés
- Activaciones en los centros comerciales donde tenemos módulos.
- Activaciones en la Puerta de Sodimac y Maestro
- Ofertas Únicas (por cerrar hoy le doy vales de consumo, electrodomésticos, etc.).
- Campaña de referidos
- Colocación de información gráfica en bodegas y cabinas de internet de la zona del proyecto

- Decoración y merchandising temáticos en la caseta para algunos fines de semana para los niños
- Activaciones en playas (Pimentel zona tercer malecón).

6.4. Plaza

En este caso, debemos definir cómo y en que forma se distribuirá nuestro producto, dando a conocer las características y atributos de nuestro proyecto, se debe tener en cuenta la forma y los lugares que llamen la atención del público objetivo.

- El principal canal de ventas se encontraría en la caseta dentro de la obra, que la infraestructura refleje un producto y servicio PREMIUM
- En segundo canal el módulo es en Real Plaza.
- Se propone tener un tercer módulo en cercado de Chiclayo(plaza principal)
- Se propone usar herramientas en los puntos de venta que faciliten la venta vivencial (video de testimonios, recorrido virtual)
- Aromatización y sonidos en la sala de ventas y piloto, relacionados al posicionamiento
- Reflejar en la sala de ventas la experiencia que se tienen construyendo y realizando proyectos inmobiliarios.
- Presencia fuerte del banco dentro de la caseta.

CAPITULO 8 – FLUJOS DE CAJA

8.1 Presupuesto de Egresos

| COSTOS Y GASTOS | Total m ² | Precio x m ² | Valor Venta | IGV | Valor Total | % Incidencia |
|------------------------------------------|----------------------|-------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| Terrenos | | | | | | |
| Costo terreno | 6,200.00 | 110.00 | 682,000.00 | - | 682,000.00 | 8.0% |
| Estudios títulos | | | 3,800.00 | 684.00 | 4,484.00 | 0.1% |
| Correlaje | | | 10,230.00 | 1,841.40 | 12,071.40 | 0.1% |
| Notarial y Registral | | | 3,800.00 | - | 3,800.00 | 0.0% |
| Alcabala | | | 20,460.00 | - | 20,460.00 | 0.2% |
| Total costo de terreno | | | 720,290.00 | 2,525.40 | 722,815.40 | 8.5% |
| Costo de construcción: | | | | | | |
| Costo de construcción | | | 5,300,009.34 | 954,001.68 | 6,254,011.02 | 73.4% |
| Instalación de servicios | | | - | - | - | 0.0% |
| Total costo de construcción | | | 5,300,009.34 | 954,001.68 | 6,254,011.02 | 73.4% |
| Gastos Indirectos: | | | | | | |
| Honorarios de especialistas | 13,392.54 | \$10.00 | 133,925.40 | 24,106.57 | 158,031.97 | 1.9% |
| Licencias y permisos | 9,598,314.94 | 2.0% | 191,966.30 | - | 191,966.30 | 2.3% |
| Gastos de Ventas | 9,598,314.94 | 3.0% | 287,949.45 | 51,830.00 | 339,780.35 | 4.0% |
| Gerencia de Proyecto | 9,598,314.94 | 4.0% | 383,932.60 | 69,107.67 | 453,040.46 | 5.3% |
| Seguro y post venta | 9,598,314.94 | 1.0% | 95,983.15 | 17,276.57 | 113,260.12 | 1.3% |
| Imprevistos | 9,598,314.94 | 2.0% | 191,966.30 | - | 191,966.30 | 2.3% |
| Comisión Estructuración y Superv. Bco | 5,300,009.34 | 1.0% | 53,000.09 | - | 53,000.09 | 0.6% |
| Impuestos Municipales | 9,598,314.94 | 0.5% | 47,991.57 | - | 47,991.57 | 0.6% |
| | | | | | | 0.0% |
| Total gastos indirectos | | | 1,386,714.86 | 162,322.31 | 1,549,037.17 | 18.2% |
| TOTAL COSTOS Y GASTOS (INVERSION) | | | 7,407,014.20 | 1,118,849.39 | 8,525,863.59 | 100.0% |

8.2 Presupuesto de Ingresos

| I. ESTADO DE RESULTADOS (Cifras en USD) | | | | | | | |
|-----------------------------------------|----|----------|-------------|---------------------|-------------------|----------------------|---------------|
| INGRESOS POR VENTAS | Nº | Total m2 | Precio x m2 | Valor Venta | IGV | Valor Total | % Incidencia |
| Departamentos TIPICO 1A | | | | 1,767,482.92 | 159,073.46 | 1,926,556.38 | 18.4% |
| Departamento TIPICO 1B | | | | 1,837,941.19 | 165,414.71 | 2,003,355.90 | 19.1% |
| Departamentos TIPICO 1B | | | | 1,656,194.38 | 149,057.49 | 1,805,251.88 | 17.3% |
| Departamento TIPICO 2B | | | | 1,778,646.54 | 160,078.19 | 1,938,724.73 | 18.5% |
| Duplex TIPO A | | | | 1,158,853.21 | 104,296.79 | 1,263,150.00 | 12.1% |
| Duplex TIPO B | | | | 1,012,065.14 | 91,085.86 | 1,103,151.00 | 10.5% |
| Areas comunes | | | | - | - | - | 0.0% |
| Terrazas y jardines | | | | 213,302.75 | 19,197.25 | 232,500.00 | 2.2% |
| Precio promedio departamentos | | | | 69,781.69 | 6,280.35 | 76,062.04 | 0.7% |
| Estacionamientos superficie | | | | 173,828.81 | 15,644.59 | 189,473.40 | 1.8% |
| Depositos | | | | - | - | - | 0.0% |
| TOTAL INGRESOS | | | | 9,598,314.94 | 863,848.34 | 10,462,163.28 | 100.0% |

CAPITULO 9 - ANALISIS DE SENSIBILIDAD Y ESCENARIOS

9.1 Variables y Escenarios

| VARIABLES | |
|--------------------|--------|
| COSTO VENTA | 842.10 |
| COSTO CONSTRUCCION | 392.85 |
| VELOCIDAD VENTA | 6 |

ESCENARIOS

| | PROBABLE | PESIMISTA | OPTIMISTA |
|--------------------|----------|-----------|-----------|
| Precio Venta | 815.99 | 734.39 | 897.59 |
| Costo Construcción | 392.85 | 432 | 353.57 |
| Velocidad de venta | 6.00 | 7.00 | 9.00 |

9.2 Precio Venta-Costo de construcción

| VAN | PRECIO DE VENTA | | | | |
|------------------|-----------------|-------------|------------|--------------|--------------|
| | 726.3 | 766.65 | 807 | 847.35 | 887.7 |
| \$725,722 | | | | | |
| 432.146 | -413,983.20 | -160,049.61 | 93,884.45 | 347,818.91 | 601,753.72 |
| 412.503 | -208,583.81 | 45,369.78 | 299,303.84 | 553,238.30 | 807,173.11 |
| 392.86 | -3,144.41 | 250,789.17 | 504,723.23 | 758,657.70 | 1,012,592.51 |
| 373.217 | 202,274.98 | 458,208.57 | 710,142.63 | 964,077.09 | 1,218,011.90 |
| 353.574 | 407,694.37 | 661,627.96 | 915,562.02 | 1,169,496.48 | 1,423,431.29 |
| COSTO CONST - M2 | | | | | |

9.3 Precio de venta- Velocidad de Ventas

| VAN | PRECIO DE VENTA | | | | |
|--------------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | 726.3 | 766.65 | 807 | 847.35 | 887.7 |
| \$725,722 | | | | | |
| 4 | -2,455,048.17 | -2,330,973.84 | -2,206,896.47 | -2,082,816.50 | -1,958,734.27 |
| 6 | -3,039.84 | 250,893.75 | 504,827.81 | 758,762.27 | 1,012,697.08 |
| 8 | 155,898.71 | 418,262.00 | 680,625.65 | 942,989.63 | 1,205,353.88 |
| 10 | 241,925.38 | 508,868.91 | 775,812.72 | 1,042,756.76 | 1,309,701.00 |
| 12 | 290,268.84 | 559,786.72 | 829,304.76 | 1,098,822.94 | 1,368,341.24 |
| VELOCIDAD DE VENTA | | | | | |

CONCLUSIONES FINALES

1. En los últimos años el desarrollo de proyectos inmobiliarios en nuestro país ha formado parte importante en el desarrollo social y económico en nuestro país, no ha tenido precedentes parecidos, aunque cabe señalar que para que se siga dando o creciendo el negocio inmobiliario tienen que darse las condiciones políticas, sociales y económicas.
2. El mercado inmobiliario este año ha sufrido una desaceleración debido principalmente a que los bancos se han vuelto más exigentes a la hora de brindar un préstamo hipotecario, en el caso de Lima, también la falta de terrenos o precios muy elevados de estos hacen cada vez más caros desarrollar un proyecto.
3. Las empresas constructoras e inmobiliarias han tenido que poner sus objetivos en desarrollar proyectos en provincias que cumplen las condiciones de demanda y terreno, ya que el mercado de Lima se ha saturado y desacelerado.
4. Este año el PBI del Perú no tuvo el crecimiento que se esperaba, se tenía proyectado crecer un 5.5%, pero cerrando el año se proyecta que cerrara en 3.5%, esto se debe a que este año la producción de cobre ha bajado y no ha habido obras de ampliación o nuevos proyectos que den el respaldo para el crecimiento. Se espera que el 2015, la producción de cobre se recupere especialmente en Toromocho y Antamina, se espera la madurez y desarrollo de proyectos para ampliar la producción de

cobre, esto daría más confianza a la inversión privada. También se espera que el 2015 haya más inversión en el sector público.

5. Con respecto al mercado inmobiliario en la ciudad de Chiclayo, encontramos que hay condiciones en lo que respecta a terrenos disponibles y demanda. Hay una demanda en el sector A y B, a donde los proyectos de departamentos están apuntando actualmente.

Para el sector C y D no hay desarrollo de proyectos inmobiliarios de departamentos, pero sí de viviendas, que para el desarrollo de nuestro proyecto lo tomamos como un producto sustituto.

6. Para el tipo de producto que ofrecemos, de acuerdo al estudio de mercado que hemos realizado, nuestra competencia directa ofrece un área promedio de 75 m², con sala comedor, 3 habitaciones, una cocina integrada a la sala y lavandería, el precio promedio es de S/2,762 nuevos soles por metro cuadrado, para diferenciar nuestro producto proponemos un área más grande y con un precio de preventa que está por debajo del promedio de la competencia directa.
7. De acuerdo al precio por unidad inmobiliaria, para adquirir nuestro producto se necesita un promedio de ingreso mensual familiar de S/ 3947 nuevos soles, siendo accesible para el sector del público hacia donde nos dirigimos.
8. Podemos decir que en la actualidad en la Ciudad de Chiclayo, hay disponibilidad de terrenos aun con precios muy bajos, no solo en el eje de la carretera Chiclayo-Pimentel, si no también zonas donde

empezaran a emprender nuevos negocios inmobiliarios, por ejemplo la carretera Chiclayo-Ferreñafe.

9. Los resultados económicos del proyecto indican un ingreso por ventas total de \$ 10'462,163.28 dólares americanos frente a un total de egresos de \$ 8'525,863.59 dólares americanos , generando una utilidad de \$ 1'278,909.47 dólares americanos. También tenemos una rentabilidad sobre ventas de 13%.



BIBLIOGRAFIA

1. ARELLANO MARKETING, Estudio de Mercado Del Consumidor Peruano 2013 Base Chiclayo.
2. INEI, Censo de vivienda, 2009
3. INEI, Encuesta de Nacional de Vivienda 2011
4. FONDO MI VIVIENDA, Estudio de Mercado de la vivienda social en Chiclayo
5. CAPECO, Estudio del Mercado Inmobiliario en Chiclayo 2010
6. BCR, datos obtenidos en su página web
7. MUNICIPALIDAD DE PIMENTEL, Plan de desarrollo Urbano.
8. JUAN CARLOS FRANCESCHINI, El Mercado Inmobiliario y la Preparación de Proyectos
9. www.inei.gob.pe
10. www.mivivienda.com.pe
11. www.bbva.research.com

ANEXOS

A. Factibilidad de Servicio Eléctrico



INFORME TECNICO N° D - 043 - 2013¹ (PAG. 01)

Documento : Factibilidad de suministro eléctrico y fijación de punto de diseño.
Referencia : Solicitud N° 25100196389.

Objetivo

Sustentar el otorgamiento de factibilidad de suministro y fijación de punto de diseño para electrificar una futura **Habilitación Urbana en el Predio "San Lucas"**, con U.C. N° 11208, ubicada en el Distrito Pimentel, Provincia de Chiclayo, Departamento de Lambayeque.

Generalidades:

Solicitado por : Sra(itas).
Blanca Rosa Guimarey Laca.
Ada Guisela Carranza Guimarey.
Marina Isabel Carranza Guimarey.
Blanca Rosa Carranza Guimarey.
 Propietarios del predio.

Uso de suministro : Domestico.
Demanda máx. estimada : **30,0 kW.**
Planos : Ubicación y Lotización.

Análisis

Punto de diseño SED de M.T. existente, identificada con código EN2922, ubicada en la Urb. "Los Sauces I Etapa", Distrito de Pimentel. Se adjunta plano de ubicación donde se indica el punto de diseño.

Troncal alimentador : **Circuito C-214**, perteneciente al Sistema Eléctrico Chiclayo, que sale del centro de transformación Chiclayo Norte 60/10kV.

Tensión primaria servicio : 10,0 kV Trifásico (Actual)
 22,9 kV Trifásico (Futuro).

Tensión primaria diseño : 10 -22,9 kV. – Trifásico.
Tensión secundaria diseño : 380/220 V. Neutro corrido.

Configuración tierra M.T. : Alimentador puesto a tierra artificialmente (Zig-zag) en el centro de transformación SECHO.

Caída de tensión LDP : 3.10 %(Punto de diseño).

Observaciones

- El predio se encuentra fuera de la zona de concesión de la empresa.
- Para la atención de vuestra solicitud es necesario ejecutar una expansión sustancial de nuestras instalaciones eléctricas. Según lo indicado en el literal iii del numeral 7.1.3 **Tolerancias**, del capítulo 7.1 **Trato al Cliente** de la **Norma Técnica de Calidad de los Servicios Eléctricos**, el tiempo de atención para la presente será en un plazo máximo de 360 días calendarios.
- Por lo tanto, es factible suministrar energía eléctrica al referido predio, luego de realizar la expansión sustancial de nuestras instalaciones eléctricas indicado en el párrafo anterior, y dentro del plazo estipulado por la Norma Técnica de Calidad los Servicios Eléctricos; para tal efecto los interesados deberán llegar con sus instalaciones hasta un punto de la red de media tensión que opera bajo nuestra administración, cabe indicar que Electronorte S.A. no se compromete al financiamiento de las obras.
- Asimismo, Los interesados deberán comprometerse legalmente, a asumir el uso de servidumbre y/o saneamiento de la propiedad de terceros en donde se proyecte instalar infraestructura eléctrica para el fin solicitado, eximiendo de toda responsabilidad a Electronorte S.A.
- El proyecto deberá indicar las zonas reservadas para la instalación de las subestaciones de distribución, tal como lo indica el Art. 95° de la Ley de Concesiones Eléctricas.



Empresa Regional de Servicio Público de Electricidad del Norte S.A. , Electronorte S.A.
 Ca. Lora y Cordero N° 350 - Chiclayo, Perú.
 RUC: 20103117560 e-mail: electronorte@distriluz.com.pe Web: www.distriluz.com.pe/ensa
 Telf: (074) 48-1210 Fax: (074) 48-1210 Anexo: 21122 Serviluz: (074) 48-1200

Empresa del
Grupo Distriluz

B.) Factibilidad de servicio de agua y desagüe


**ENTIDAD PRESTADORA DE SERVICIOS
DE SANEAMIENTO DE LAMBAYEQUE S.A.**

**"TRABAJAMOS PERMANENTEMENTE PARA LLEVARLE AGUA DE
LA MEJOR CALIDAD, CÚDELA NO LA DESPERDICIE"**

Chiclayo, 03 NOV. 2014

CERTIFICADO DE FACTIBILIDAD N° 59 - 2014-EPSEL S.A.-GG-GPO

Sr. José Macedo Alfaro
Gerente General de LIDER INVERSIONES CHICLAYO S.A.
Ca. Manuel Holguín Nro. 501 – Surco - Lima

ASUNTO : RECONSIDERACION DE FACTIBILIDAD DE SERVICIOS DE AGUA POTABLE Y
ALCANTARILLADO PARA EL PREDIO SAN LUCAS – SECTOR LA GARITA –
DISTRITO PIMENTEL – CHICLAYO.

REF. : Carta N° 007 - 2014 / LIDER INVERSIONES CHICLAYO S.A del 10.01.14 (Exped. 290159)

En atención al Expediente de la referencia y Visto el Informe N° 574-2014-EPSEL S.A.-GG/GPO de la Gerencia de Proyectos y Obras de fecha 21 de Octubre del 2014, El Informe Nro. 422 -2014-EPSEL S.A.-GPO/SGEP de la Sub Gerencia de Estudios y Proyectos, de fecha 21 de Octubre del 2014, le comunicamos a Usted que la solicitud de RECONSIDERACION de Factibilidad de Servicios de Agua Potable y Alcantarillado otorgado con el N° 033-2013-EPSEL S.A.-GG-GPO del 21 NOV 2013, para el PREDIO SAN LUCAS – SECTOR LA GARITA – DISTRITO DE PIMENTEL – CHICLAYO, ubicado en el Sector La Garita, a 650 metros de la Autopista Chiclayo – Pimentel, Región Lambayeque, en la jurisdicción del Distrito de Pimentel, Provincia de Chiclayo, Región Lambayeque, ES PROCEDENTE en los términos siguientes:

El presente Certificado de Factibilidad de Servicios de Agua Potable y Alcantarillado se otorga en base a los parámetros de diseño planteados por EPSEL S.A. con la documentación técnica adjunta presentada y que forma parte de su solicitud, los mismos que luego de la evaluación respectiva del Expediente y las evaluaciones de campo, no podrán ser modificados sin previa autorización de EPSEL S.A., por lo que deberá cumplir con las siguientes consideraciones.

**1. DEL PROYECTO:**

- Nombre del Proyecto : VIVIENDAS MULTIFAMILIARES – PREDIO SAN LUCAS
- Ubicación : Predio San Lucas – Sector La Garita – Distrito Pimentel, Provincia de Chiclayo – Departamento de Lambayeque.
- Zonificación : Zona Residencial Media
- Área : 0.6822 Hás.

Parámetros de Diseño: Según Norma OS.100 del Reglamento Nacional de Edificaciones se tiene:

| | |
|------------------------------|---------------------|
| • Lotización | : 132 Departamentos |
| • Densidad Poblacional | : 5 Hab / Viv |
| • Población | : 660 Hab. |
| • Dotación | : 220 Lts/Hab/día |
| • Variación diaria - horaria | : 1.3 - 2.00 |
| • Caudal promedio | : 1.68 Lts/seg. |
| • Caudal Máximo Diario | : 2.18 Lts/seg. |
| • Caudal Máximo Horario | : 3.36 Lts/seg. |
| • Caudal de descarga desagüe | : 2.69 Lts/seg. |

**2. DEL ANALISIS DEL SERVICIO EXISTENTE DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO:**

Sistema de Agua Potable: Según el Informe N° 739-2014-EPSEL S.A.-GO/SGMR del 02.10.14, el Informe N° 690-2013-EPSEL S.A.-GO/SGMR del 05.08.13 y el Informe Nro. 030-2012-EPSEL S.A.-GPO/SGEP/SSG del 10.06.13, las redes de agua potable se ubican en la Urbanización Los Sauces y frente al predio existe la red PVC Ø 110mm, que se encuentra en estado de conservación bueno, sistema abastecido del Reservorio Elevado de dicha Urbanización, con un abastecimiento de 5:30 hrs/día, por ser una Habilitación Urbana en proceso de consolidación urbana que bajo esas condiciones su funcionamiento hidráulico es normal a la fecha. Y de acuerdo a la evaluación de presiones y continuidad de servicio realizado, actualmente abastece desde el Reservorio Elevado de 400 M3 con una continuidad de servicio de 05:30 Hrs/día con una presión promedio de 26.0 PSI.

Pág. 1/2

C.) Certificado de Parámetros



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PIMENTEL

Primer Balneario Turístico del Norte

CREADO SEGUN LEY Nº 4155

LEONCIO PRADO Nº 143 - TELF. 452017 - TELEFAX: 453184 - PIMENTEL



Nº. 116

EXP. Nº 6937-2013

RECONSIDERACION DE PARAMETROS URBANISTICOS Y EDIFICATORIOS

EL QUE SUSCRIBE: SUB-GERENCIA DE DESARROLLO FISICO, URBANO, RURAL Y LA DIVISION DE PLANIFICACION TERRITORIAL Y CONTROL URBANO DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PIMENTEL.

CERTIFICA

A solicitud del Sr (a) **VICTORIA CARBONE ZAMORA**, solicitando Reconsideración de Parámetros Urbanísticos y Edificatorios, del predio signado como UC N°11208, predio San Lucas, sector Garita, Jurisdicción de Pimentel, según refiere en su solicitud.

Que, el recurrente adjunta Copia de de Contrato definitivo de Compra Venta del inmueble de fecha 19-04-2013, adjunta plano de ubicación y localización del predio a calificar, con un área superficial de 0.62 has, de acuerdo a lo indicado en el Art. 4 del Reglamento Nacional de Edificaciones y lo Normado en el Art. 14º punto 2 de la Ley N° 20090, donde refiere la siguiente Normatividad.

| PARAMETROS URBANISTICOS | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ❖ ZONIFICACION ❖ USO PERMISIBLES ❖ LOTE MINIMO ❖ FRENTE MINIMO ❖ DENSIDAD NETA ❖ COEFICIENTE DE EDIFICACION ❖ AREA LIBRE MINIMA ❖ ALTURA DE EDIFICACIONES ❖ RETIRO FRONTAL MINIMO ❖ ESTACIONAMIENTO | <ul style="list-style-type: none"> - ZONA RESIDENCIAL DE DENSIDAD MEDIA R4 - Unifamiliar, Bitamiliar y Multifamiliar. - 160.00m² - 8.00m - 2,200 Hab/ha. - 3.5 - 40% - 8 pisos + azotea - 2 metros - En zonas de uso unifamiliar de densidad media (R3, R3-R, R4, R4-R) se exigirá un estacionamiento por vivienda y en zonas de uso multifamiliar la exigencia será de 1 estacionamiento por cada 3 unidades de vivienda. |
| <ul style="list-style-type: none"> ❖ VIAS | <p>Se informa que la U.C. N°11208, se les pone de conocimiento que tendrá afectación de vía: Vía de 1º Orden - Av. Colectora Emisor Sur, se recomienda respetar las proyecciones de vías consideradas en Propuesta vial aprobada via Ordenanza Municipal N°057-2006.</p> |

Se extiende el presente CERTIFICADO a solicitud del interesado, para los fines que crea conveniente y **NO ACREDITA PROPIEDAD**

Pimentel, 13 de Setiembre del 2013



D) Certificado de Zonificación y Vías



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHICLAYO
Gerencia de Desarrollo Urbano
Av. Balta N° 975 - Chiclayo

CERTIFICADO N° 0011- 2013**ZONIFICACION VIAS, RETIRO Y ALINEAMIENTO**

Expediente N° 0049444/ 2012

Ha Solicitud de : **ADA GUISELA CARRANZA GUIMAREY**

La Gerencia de Desarrollo Urbano a través de la Coordinación de Estudios Urbanos de la Municipalidad Provincial de Chiclayo.

CERTIFICA

Que, el predio de aproximadamente 0,62 Has, identificado con U.C 11208, ubicado en el sector La Garita - Predio San Lucas del Distrito de Pimentel, Provincia de Chiclayo del Departamento de Lambayeque y de acuerdo al Plan Director Chiclayo 2020, aprobado por A. M. N° 056-92-MPCH/A, debe respetar la siguiente reglamentación :

- Zonificación : Residencial de Densidad Media
- Aportes Reglamentarios :
 - Recreación Pública : 8 %
 - Ministerio de Educación : 2 %
 - Otros Fines : 3 %
- **V i a s** : Av. Colectora Emisor Sur: 25.00 ml sección -Camino y acequia en la parte norte del predio (calle secundaria)
- Retiro : Respetar el retiro de 25.00 ml. de sección de la vía Av. colectora emisor sur.
Respetar el retiro al norte del predio con 4.00 ml. de retiro a partir del borde de la acequia
- Alineamiento : Alienarse tomando en cuenta la proyección de la vía Av. colectora Emisor sur con 25.00 ml de sección y la calle al norte del predio con retiro de 4.00ml a partir del borde de la acequia.

Solicitar la demarcación de hitos del eje de las vías por la Municipalidad Distrital de Pimentel

TERMINO DE VIGENCIA: El presente certificado solo tiene carácter informativo, no acredita propiedad alguna y es válido por el lapso de 36 meses.

Se expide el presente a *solicitud* del interesado para los fines que estime conveniente.


Chiclayo, 18 de enero del 2013.

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHICLAYO
GERENCIA DE URBANISMO
Ing. Wilde N. Campos Beigado
COORDINACIÓN DE ESTUDIOS URBANOS


Arq. Pedro Fernando Briones Urbina
SUB GERENTE DE PLANIFICACIÓN
TERRITORIAL Y CATASTRO
DE LA MPCH.

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHICLAYO
GERENCIA DE DESARROLLO URBANO
ARQ. OSWALD GARCÍA - CHECA
GERENTE

E) Resolución de Habilitación Urbana



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PIMENTEL
Primer Balneario Turístico del Norte
CREADO SEGUN LEY N° 4155
LEONCIO PRADO N° 143 - TELF.: 452017 - TELEFAX: 453184 - PIMENTEL



RESOLUCION DE GERENCIA MUNICIPAL N° 330-2014-MDP-GM
LICENCIA DE HABILITACIÓN URBANA "SAN LUCAS"

Expediente 3265-2014
Fecha de ingreso 25/04/2014
Fecha de emisión 24/11/2014

DENOMINACIÓN: HABILITACIÓN URBANA "SAN LUCAS"
TIPO 5 - USO VIVIENDA

PLANO(S) APROBADOS: **PLANO U-1** UBICACIÓN Y LOCALIZACIÓN
PLANO PT-01 PERIMETRICO Y TOPOGRÁFICO
PLANO TL-01 TRAZADO Y LOTIZACION
PLANO P-01 PAVIMENTOS
PLANO PG-01 PLANTEAMIENTO GENERAL

UBICACIÓN DEL PREDIO:
Departamento Lambayeque Provincia Chiclayo Distrito Pimentel
Fundo / Otros Valle Chancay La Leche Sector La Garita del predio San Lucas

PROPIETARIO O SOLICITANTE LIDER INVERSIONES CHICLAYO S.A.

DERECHO DE LICENCIA: S/. 3,518.49 FACTURA N° 001-0034532
PROFESIONAL RESPONSABLE: Arq. Carlos Paredes Garcia REGISTRO CAP: 3995

CUADRO DE AREAS:

| ÁREA DE TERRENO | 6,200.00 m2 | 100.00% |
|---------------------------|-------------|---------|
| ÁREA DE HABILITACION TIPO | 6,200.00 | 100.00% |
| ÁREA DE LOTES | 5,621.17 | 90.66% |
| ÁREA DE APORTES | 0 | 0.00% |
| ÁREA DE PISTAS Y VEREDAS | 578.83 | 9.34% |

ARTICULO PRIMERO.- APRUEBESE de conformidad con los planos presentados por **LIDER INVERSIONES CHICLAYO S.A.**: Ubicación y localización (U-01), Plano Perimetrico y Topográfico (PT-01), Trazado y Lotización (TL-01) Plano Pavimentos (P-01), Plantamiento General (PG-01), con su respectiva memoria descriptiva y cuadro de áreas correspondiente a la **Habilitación Urbana Nueva Tipo 5**, para uso Vivienda denominado "SAN LUCAS" que suman un área de 6,200.00 m2, ubicado en el distrito de Pimentel, Provincia de Chiclayo y Departamento de Lambayeque.

ARTICULO SEGUNDO.- AUTORIZAR a **LIDER INVERSIONES CHICLAYO S.A.** ejecutar en un plazo de treinta y seis meses (36) las obras de Habilitación Urbana SAN LUCAS, cuyo proyecto que se aprueba deberan sujetarse a los planos firmados y sellados por esta Municipalidad debiendo considerarse las especificaciones técnicas del RNE.

ARTICULO TERCERO.- INFORMAR, sobre el area de aportes de recreación, educación y otros fines se dara la redencion porque el area es menor al area minima normativa para el proyecto de Habilitación Urbana. Asi mismo la redencion se dara en dinero, el mismo que se calcula en la base al valor de la tasacion arancelaria del terreno Urbano, de no hacerse el pago respectivo la presente Resolución quedara sin efecto.


ARTICULO CUARTO.- AUTORIZAR, a **LIDER INVERSIONES CHICLAYO S.A.**, la CONSTRUCCIÓN SIMULTÁNEA DE VIVIENDAS Y VENTA GARANTIZADA previa obtención de Licencia de Construcción tramitada ante esta Municipalidad.

ARTICULO QUINTO.- REMÍTASE, copia de la presente resolución y planos aprobados a la Municipalidad Provincial de Chiclayo para su conocimiento y al Ministerio de Educación para las acciones de su competencia.

ENCARGAR a sus unidades orgánicas de la Gerencia de Desarrollo Urbano y Rural dar cumplimiento a lo establecido en la presente resolución, DE LA OBRA APROBADA DEBERÁ EJECUTARSE DE ACUERDO AL PROYECTO APROBADO

Pimentel, 24 de noviembre del 2014.

SELLO Y FIRMA DEL FUNCIONARIO MUNICIPAL QUE OTORGA LA RECEPCION



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PIMENTEL
Gerente Municipal