



PROYECTO HUARAZ

Huaraz · Áncash — Primer mall
regional del país





HALLAZGOS Y FICHA



01

OPORTUNIDAD DE DESARROLLO Y CONSOLIDACIÓN

Huaraz/Áncash no cuenta con ningún mall moderno integrado. La ACCEP ubica al Perú en $\sim 9 \text{ m}^2/100 \text{ hab}$ (vs. 22 Chile, 20 México) y cita a Huaraz como plaza aún no atendida. Hay 788 establecimientos, pero concentrados fuera del entorno del predio y sin anclas modernas: demanda insatisfecha lista para capturar.

/j 5IDh
HZ-OR-RE01



02

POSICIÓN DE ORIGEN — PROYECTO PROPIO

El proyecto es el C.C. El Pinar / Independencia (Proinversión + Municipalidad, Proyectos en Activos, S/ 62 M); "El Nevado" es el nombre conceptual del mall. On Retail evalúa su factibilidad comercial desde la posición de origen: control de la narrativa, ventaja informativa y capacidad de estructurar la operación frente a terceros.

• 01 CONCEPTO VALIDADO

Encuesta en hogares (n=150): 99% de agrado del concepto, 87% de intención de compra y 81% de agrado de la ubicación (T2B). Público sin oferta moderna en la región.

• 02 FUGA DE CONSUMO A CAPTURAR

15–20% del gasto en ropa, calzado y tecnología viaja a Lima, Trujillo y Chimbote. Perfil familiar: edad media 45, 81% con hijos, ingreso S/ 2,016.

• 03 MOTORES DE LA DEMANDA

Brechas que crean destino: supermercado 73%, cine 66% y mejoramiento del hogar 57%. Confort térmico 75% y vista a los nevados 61% como condición de adopción.

✓ / hb/ [Ü] b

Demanda validada y cuantificada: S/ 16.4 M/mes = S/ 197 M/año, ~56.5% del gasto de la ciudad. Benchmark: Z.C. Ate S/ 14 MM · Outlet Lurín S/ 34.7 MM. Mercado regional sin oferta moderna.

! Dw! 5h

99%

Agrado del concepto (T2B)

lb Ç9b/ l; b

87%

Intención de compra (T2B)

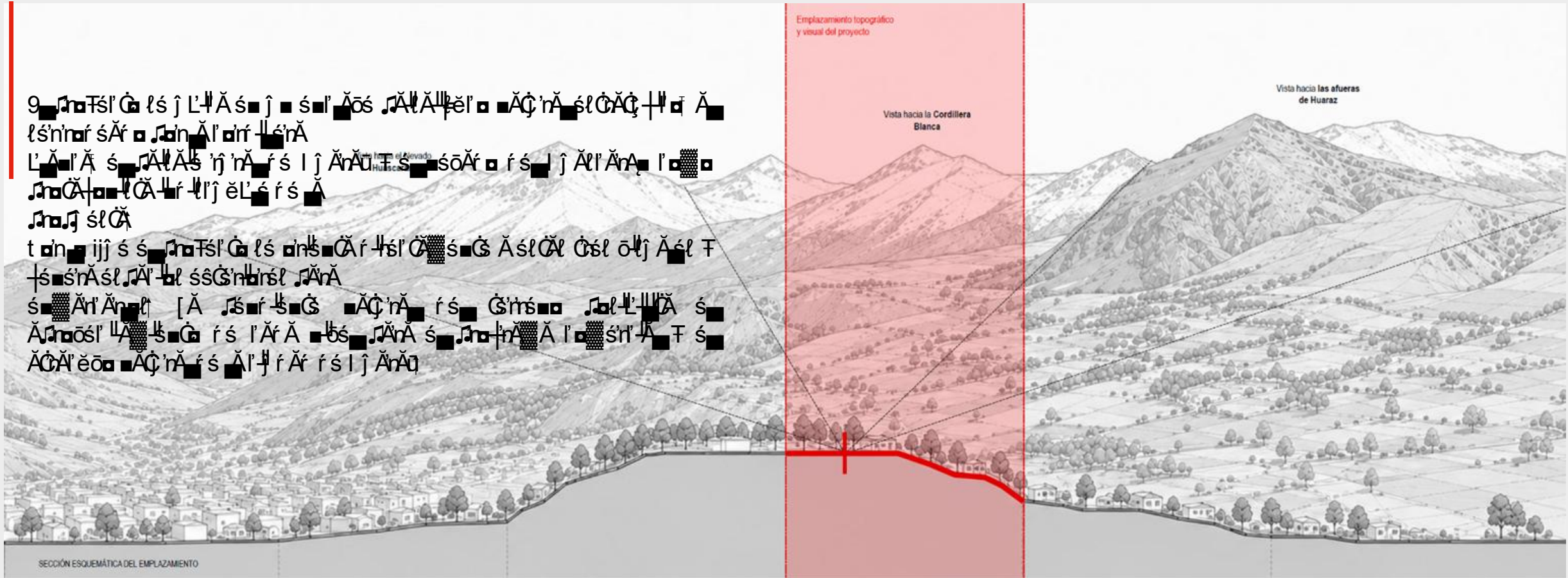
Ü. L! / l; b

81%

Agrado de la ubicación (T2B)

EMPLAZAMIENTO Y ENTORNO

NEVADS



MALL HUARAZ - VISTAS CONCEPTUALES



PLAZA HUASCARÁN

V-05

PROYECTO · VISTA DRON

04.20

ARQUITECTURA BIOCLIMÁTICA

9b9wDN

–20/35%

! DÜ! w9Dh

–30/50%

a 9Q

LEED C&S

01 DISEÑO PASIVO Y CARGA TÉRMICA

Orientación y volúmenes para asolear en invierno y controlar la radiación; ventilación cruzada natural; masa e inercia térmica; control solar en fachadas. Mitiga el frío nocturno de la sierra y reduce la climatización mecánica.

02 CONFORT EN ESPACIOS ABIERTOS /cubiertos

Pérgolas, aleros, celosías, coberturas livianas y arborización para sombra y confort. Responde a lo que pide el estudio: confort térmico (75%) y recorridos protegidos del frío/viento/lluvia (65%).

03 AGUA — CICLO VIRTUOSO

Captación pluvial, reúso de aguas grises tratadas, riego por goteo con sensores, jardines de lluvia y superficies permeables. Meta: reducir 30–50% el agua de riego.

04 ENERGÍA Y SOLAR

Paneles fotovoltaicos en coberturas y estacionamientos, iluminación LED, sensores y monitoreo EMS/BMS. Meta: reducir 20–35% la energía vs. un comercial convencional.

05 PAISAJE NATIVO E ILUMINACIÓN

Especies nativas de bajo consumo hídrico (>50%); control de contaminación lumínica con luminarias dirigidas y apantalladas, compatibles con el paisaje nocturno andino.

06 RESIDUOS, MOVILIDAD Y LEED

Economía circular (reciclar ≥50%), ciclistas y carga para vehículos eléctricos. Certificación LEED Core & Shell integrada desde la etapa de diseño.









MALL HUARAZ - VISTAS CONCEPTUALES

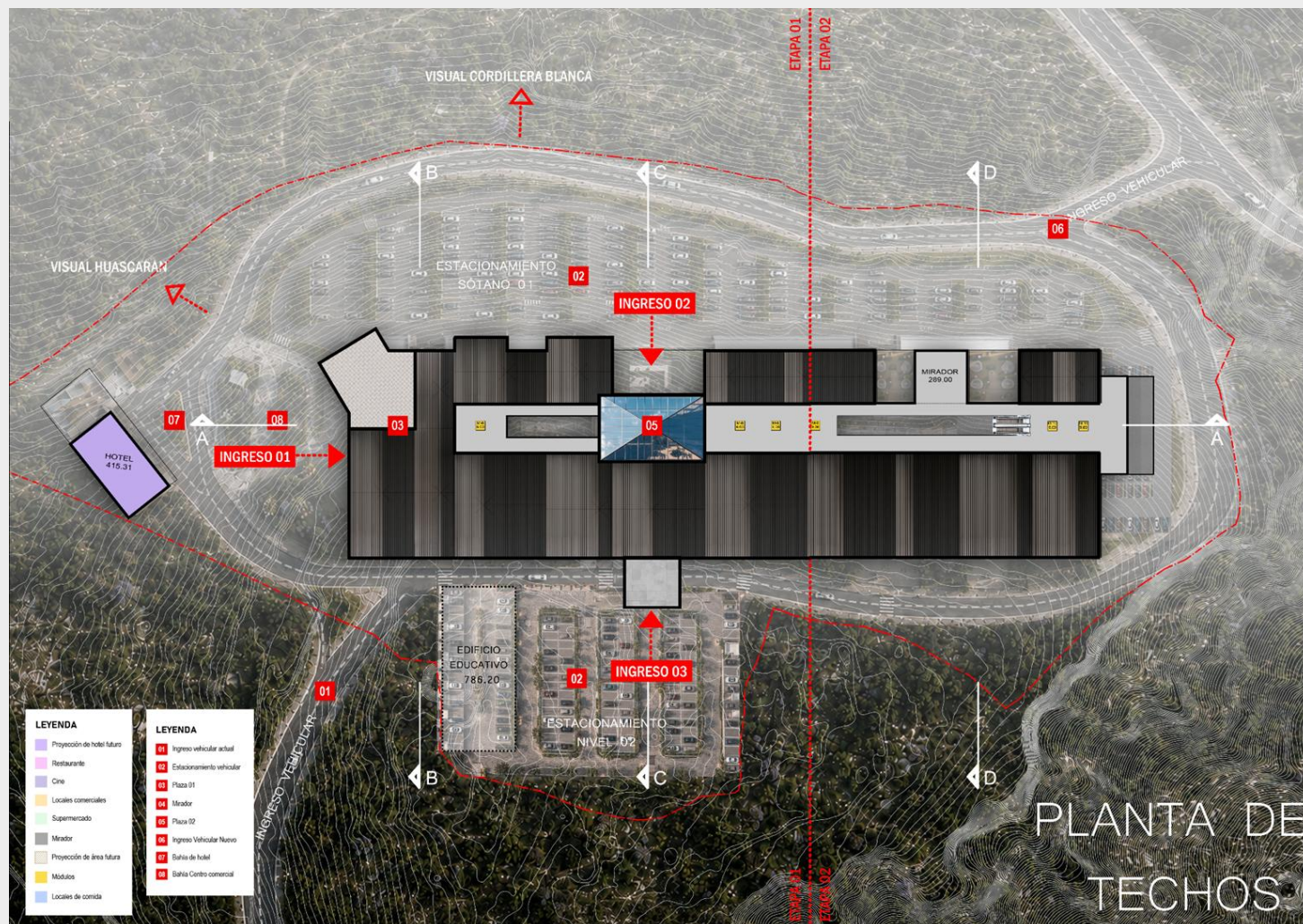


V-02

INGRESO 3 · PISO 2

04.17

TECHOS





FACTIBILIDAD FINANCIERA

ALCANCE DEL MODELO ECONÓMICO (ETAPA 01)

Horizonte evaluado: Etapa 01

Etapa 01: 27,388 m²

Niveles comerciales: 3

Estacionamientos: 719 (443 autos)

Demanda capturable: S/ 197 M/año

Etapa 02 (hotel + educación): upside no incluido

INVERSIÓN TOTAL
S/ 129.3 M



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Oportunidad real y desatendida: Huaraz/Áncash no tiene un mall moderno integrado.

Demanda validada: S/ 16.4 M/mes (S/ 197 M/año).

.

SÍNTESIS — VIABILIDAD: el proyecto es comercialmente viable, con demanda validada e interés de mercado confirmada.