



 DIMENSIÓN ECONÓMICA / FINANCIARIZACIÓN	▶ 2,75
 DIMENSIÓN SIMBÓLICA / SOCIAL	▶ 2,25
 DIMENSIÓN SOCIAL / COMUNITARIA	▶ 1,50
 DIMENSIÓN ECOLÓGICA / VERDE	▶ 3,00

80,42

RIESGO
CRÍTICO
DE ACABAR EN
GENTRIFICACIÓN



DIMENSIÓN ECONÓMICA / FINANCIARIZACIÓN

PESO: 40%

PUNTAJE: 2,75

VARIABLE V1 Incremento proyectado en precios de alquiler/vivienda

PUNTUACIÓN ■ ■ ■

JUSTIFICACIÓN La mejora de accesibilidad y la proximidad a Madrid Río han activado una presión sostenida de revalorización residencial en el entorno inmediato de Príncipe Pío.

EVIDENCIA Los datos de SERPAVI y los informes de mercado muestran precios de alquiler y venta superiores a la media distrital y una tendencia claramente alcista en las secciones censales colindantes.

VARIABLE V2 Presencia de capital financiero o grandes promotores

PUNTUACIÓN ■ ■ ■

JUSTIFICACIÓN El área actúa como espacio de atracción para capital inmobiliario privado, favorecido por la centralidad y la mejora ambiental.

EVIDENCIA Rehabilitación de edificios residenciales y comerciales orientados a inversión, junto a operaciones previas de gran capital en el entorno de la estación y su centro comercial.

VARIABLE V3 Existencia de incentivos fiscales / venta de suelo público

PUNTUACIÓN ■ ■ □

JUSTIFICACIÓN La revalorización del entorno se apoya en una fuerte inversión pública en infraestructuras sin mecanismos compensatorios de redistribución social.

EVIDENCIA El soterramiento de la M-30 y el proyecto Madrid Río, financiados con recursos públicos, incrementaron el valor del suelo sin reservas de vivienda asequible en el ámbito.

VARIABLE V4 Volumen de proyectos residenciales orientados al mercado de ingresos medios-altos

PUNTUACIÓN ■ ■ ■

JUSTIFICACIÓN El perfil residencial emergente se dirige a hogares con alta capacidad adquisitiva atraídos por entorno verde y conectividad.

EVIDENCIA Oferta inmobiliaria que enfatiza vistas, proximidad al parque y calidad ambiental, con precios incompatibles con las rentas populares históricas del área.



DIMENSIÓN SIMBÓLICA / CULTURAL

PESO: 25%

PUNTAJE: 2,25

VARIABLE V5 Uso de discursos de autenticidad/creatividad en marketing urbano

PUNTUACIÓN ■ □ □

JUSTIFICACIÓN La narrativa urbana prioriza la recuperación patrimonial y la modernización, sin una explotación intensa de la autenticidad cultural barrial.

EVIDENCIA El marketing institucional enfatiza la estación histórica y Madrid Río, sin consolidar una identidad bohemia o creativa tipo "barrio de moda".

VARIABLE V6 Intensidad de turistificación asociada al proyectoPUNTUACIÓN ☒ ☒ ☒

JUSTIFICACIÓN La combinación de nodo de transporte, parque emblemático y proximidad al centro impulsa usos turísticos intensivos.

EVIDENCIA Alta concentración de viviendas de uso turístico registradas en el entorno, especialmente en el barrio Imperial, según el censo oficial municipal.

VARIABLE V7 Estetización del espacio público (cafés, mobiliario, diseño boutique)PUNTUACIÓN ☒ ☒ ☒

JUSTIFICACIÓN El diseño urbano de alta calidad actúa como dispositivo de atracción simbólica y de consumo.

EVIDENCIA Paisajismo, mobiliario urbano, puentes icónicos y franquicias comerciales documentadas en la intervención de Madrid Río y el entorno de la estación.

VARIABLE V8 Patrimonialización o branding cultural del barrioPUNTUACIÓN ☒ ☒ ☐

JUSTIFICACIÓN Príncipe Pío se integra en el branding urbano de "Madrid Río" como espacio histórico-verde, sin convertirse en marca barrial autónoma.

EVIDENCIA Uso reiterado de la estación y del parque en materiales institucionales y turísticos del Ayuntamiento de Madrid.

**DIMENSIÓN SOCIAL / COMUNITARIA**

PESO: 20%

PUNTAJE: **1,5****VARIABLE V9** Porcentaje de vivienda asequible/social prevista en el proyectoPUNTUACIÓN ☐ ☐ ☐

JUSTIFICACIÓN La intervención urbana no incorpora mecanismos de provisión de vivienda asequible.

EVIDENCIA Ausencia de promociones de vivienda pública o protegida vinculadas al proyecto Madrid Río o al entorno inmediato de Príncipe Pío.

VARIABLE V10 Nivel de participación comunitaria en la planificaciónPUNTUACIÓN ☒ ☐ ☐

JUSTIFICACIÓN El proceso de planificación fue mayoritariamente tecnocrático y descendente.

EVIDENCIA Decisiones clave adoptadas sin procesos participativos vinculantes, con participación vecinal limitada a consultas informativas y reclamaciones puntuales.

VARIABLE V11 Existencia de resistencias comunitarias activas reconocidasPUNTUACIÓN ☒ ☒ ☐

JUSTIFICACIÓN Existe tejido vecinal organizado que introduce fricciones y discursos críticos frente a la revalorización.

EVIDENCIA Actividad sostenida de asociaciones vecinales del entorno, con seguimiento del impacto de la turistificación y del encarecimiento residencial.

VARIABLE V12 Impacto estimado sobre redes sociales locales (comercio de proximidad, asociaciones)PUNTUACIÓN ☒ ☒ ☒

JUSTIFICACIÓN La revalorización está erosionando el comercio de proximidad y la vida cotidiana barrial.

EVIDENCIA Sustitución de comercios tradicionales por usos turísticos e inmobiliarios y cierre masivo de locales documentado por prensa y asociaciones vecinales.

VARIABLE V13

Superficie de nuevos espacios verdes creados por habitante

PUNTUACIÓN

JUSTIFICACIÓN

Madrid Río constituye una de las mayores intervenciones verdes urbanas de la ciudad.

EVIDENCIA

Más de 1,2 millones de m² de parque lineal creados, incrementando significativamente la dotación verde del entorno.

VARIABLE V14

Implementación de movilidad sostenible (peatonalizaciones, ciclovías)

PUNTUACIÓN

JUSTIFICACIÓN

La mejora peatonal y ciclista aumenta la accesibilidad y el atractivo residencial del área.

EVIDENCIA

Continuidad peatonal y ciclista a lo largo del Manzanares y conexión directa con el centro y el Anillo Verde Ciclista.

VARIABLE V15

Uso de certificaciones o marketing “verde” (ej. LEED)

PUNTUACIÓN

JUSTIFICACIÓN

El discurso verde legitima la intervención sin acompañarse de políticas sociales equivalentes.

EVIDENCIA

Narrativa institucional centrada en renaturalización, calidad ambiental y ciudad sostenible como eje del proyecto.

VARIABLE V16

Potencial de gentrificación climática (microclimas, vegetación ornamental)

PUNTUACIÓN

JUSTIFICACIÓN

La mejora microclimática y paisajística actúa como catalizador directo de revalorización inmobiliaria.

EVIDENCIA

Correlación documentada entre proximidad a Madrid Río y aumento de precios residenciales en las secciones censales próximas.