



RÚBRICA DE PUNTUACIÓN

PARA LAS VARIABLES DEL ÍNDICE PRG





RÚBRICA DE PUNTUACIÓN

VARIABLE V1



Incremento proyectado en precios de alquiler/vivienda

Mide la magnitud esperada del incremento en los precios de alquiler y/o vivienda asociada a la intervención de regeneración urbana, considerando tanto estimaciones explícitas como expectativas de revalorización inducidas por el proyecto. La variable puntúa más alto cuanto mayor es el incremento previsto y cuanto más central es dicho incremento en la lógica del proyecto.

PUNTUACIÓN	CRITERIO OPERATIVO
☐ ☐ ☐	No se prevé un incremento relevante de los precios de alquiler o vivienda atribuible a la intervención. El proyecto incluye mecanismos efectivos de control de precios, vivienda pública o asequible en proporción significativa, o se desarrolla en contextos donde la revalorización inmobiliaria es limitada o inexistente.
☒ ☐ ☐	Se anticipa un incremento leve o moderado de los precios, en línea con tendencias generales del mercado urbano, sin que la intervención actúe como un factor diferencial claro de revalorización. Los efectos sobre los precios se consideran secundarios o localizados.
☒ ☒ ☐	Se prevé un incremento significativo de los precios de alquiler y/o vivienda directamente vinculado a la intervención. La revalorización aparece como un efecto esperado del proyecto, aunque no constituya su objetivo principal. Existen indicios claros de presión inmobiliaria posterior a la actuación.
☒ ☒ ☒	Se anticipa un incremento elevado de los precios, siendo la revalorización inmobiliaria un elemento central del proyecto. La intervención está explícita o implícitamente orientada a la captura de plusvalías, atracción de residentes de mayor renta o reposicionamiento del área en el mercado inmobiliario.

VARIABLE V2



Presencia de capital financiero o grandes promotores

Identifica el peso relativo de actores de gran escala —fondos de inversión, grandes promotoras inmobiliarias, banca u otros agentes financieros— en el diseño, financiación y ejecución del proyecto de regeneración urbana. La variable puntúa más alto cuanto mayor es la dependencia del proyecto respecto a grandes capitales y lógicas financieras orientadas a la rentabilidad.

PUNTUACIÓN	CRITERIO OPERATIVO
☐ ☐ ☐	El proyecto se financia y gestiona mayoritariamente mediante recursos públicos, cooperativos o comunitarios, sin participación significativa de capital financiero ni de grandes promotores privados. La lógica dominante es de provisión pública o de mejora social del entorno.
☒ ☐ ☐	Existe participación limitada de actores privados, principalmente promotores de escala media o inversión local, con un peso secundario en la toma de decisiones. La financiación privada complementa, pero no condiciona, los objetivos del proyecto.
☒ ☒ ☐	El proyecto depende en buena medida de grandes promotoras inmobiliarias, entidades financieras o inversores institucionales. Estos actores influyen de forma clara en el diseño, los plazos o la orientación del proyecto, aunque conviven con presencia y regulación pública relevante.
☒ ☒ ☒	El proyecto está claramente liderado o dominado por capital financiero y/o grandes promotores. La intervención responde prioritariamente a criterios de rentabilidad y valorización de activos, con una fuerte dependencia de inversión privada de gran escala y una posición estatal principalmente facilitadora.

**VARIABLE V3****Existencia de incentivos fiscales / venta de suelo público**

Evalúa si el proyecto de regeneración urbana se apoya en incentivos fiscales, subvenciones, bonificaciones urbanísticas o cesiones/ventas de suelo público que favorecen directa o indirectamente procesos de revalorización privada. La variable puntúa más alto cuanto mayor es el grado en que los recursos públicos se utilizan para facilitar la captura privada de plusvalías urbanas.

PUNTUACIÓN	CRITERIO OPERATIVO
☐ ☐ ☐	No existen incentivos fiscales, subvenciones relevantes ni cesiones de suelo público orientadas a la revalorización privada. El uso de recursos públicos está estrictamente vinculado a objetivos sociales (vivienda pública, equipamientos, servicios colectivos) y no genera beneficios patrimoniales privados significativos.
☒ ☐ ☐	Se aplican incentivos o apoyos públicos limitados y condicionados, con un alcance acotado y orientados principalmente a la viabilidad del proyecto o a la mejora del entorno, sin favorecer de forma clara procesos de acumulación privada de valor.
☒ ☒ ☐	El proyecto incorpora incentivos fiscales, subvenciones o cesiones de suelo público significativas, que contribuyen de manera clara a mejorar la rentabilidad de la inversión privada, aunque acompañadas de ciertos mecanismos regulatorios o contrapartidas sociales.
☒ ☒ ☒	El proyecto se apoya de forma central en incentivos fiscales, bonificaciones urbanísticas o transferencias de suelo público que facilitan la revalorización privada. Los recursos públicos actúan como palanca principal para la captura de plusvalías por parte de actores privados, con escasa o nula redistribución social.

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

Detecta si la nueva oferta residencial generada por el proyecto está mayoritariamente orientada a hogares de ingresos medios-altos o altos, mediante tipologías, precios y estándares constructivos que resultan inaccesibles para las clases populares. La variable puntúa más alto cuanto mayor es el grado de exclusión socioeconómica implícito en la nueva producción de vivienda.

PUNTUACIÓN	CRITERIO OPERATIVO
☐ ☐ ☐	La nueva oferta residencial se orienta de forma predominante a vivienda pública, social o asequible, con precios y condiciones accesibles para hogares de bajos y medianos ingresos. No se observa una segmentación excluyente del mercado residencial.
☒ ☐ ☐	La oferta residencial es mixta, combinando vivienda asequible o protegida con vivienda de mercado, sin que esta última domine claramente el conjunto del proyecto. La accesibilidad para población local se mantiene de forma parcial.
☒ ☒ ☐	La mayor parte de la nueva vivienda está orientada a ingresos medios-altos, con tipologías, precios y estándares que superan la capacidad de acceso de los hogares populares. La vivienda asequible es minoritaria o marginal dentro del proyecto.
☒ ☒ ☒	El proyecto produce vivienda claramente elitizada, dirigida a sectores de altos ingresos o inversores, con ausencia o carácter meramente simbólico de vivienda asequible. La exclusión residencial de las clases populares es estructural y explícita.

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

Analiza si el proyecto de regeneración urbana se legitima simbólicamente mediante discursos que apelan a la autenticidad histórica, la identidad cultural, la creatividad o el carácter “único” del barrio, convirtiendo estos atributos en recursos para la revalorización urbana. La variable puntúa más alto cuanto mayor es el peso de estos discursos en la justificación y promoción del proyecto.

PUNTUACIÓN	CRITERIO OPERATIVO
☐ ☐ ☐	El proyecto no recurre a discursos de autenticidad, creatividad o identidad barrial como elemento legitimador. La comunicación institucional se centra en objetivos funcionales o sociales (servicios, vivienda, equipamientos), sin explotación simbólica del carácter del barrio.
☒ ☐ ☐	Existen referencias puntuales o secundarias a la identidad histórica o cultural del barrio, utilizadas de forma contextual o descriptiva, sin constituir un eje central del discurso ni del marketing del proyecto.
☒ ☒ ☐	Los discursos de autenticidad, creatividad o identidad barrial tienen un peso relevante en la narrativa del proyecto. Se utilizan de forma recurrente para reforzar su atractivo, aunque conviven con otros argumentos técnicos o sociales.
☒ ☒ ☒	El proyecto se legitima fundamentalmente a través de la apelación a la autenticidad, la creatividad o la identidad cultural del barrio. Estos elementos se convierten en el principal recurso simbólico de promoción y revalorización, orientando el proyecto hacia públicos externos o de mayor capital cultural.

VARIABLE V6**Intensidad de turistificación asociada al proyecto**

Mide el grado en que la intervención de regeneración urbana orienta el barrio hacia el consumo turístico, reforzando su atractivo para visitantes nacionales e internacionales y reconfigurando usos del suelo, comercio y espacio público en función de la demanda turística. La variable puntúa más alto cuanto mayor es la centralidad del turismo como motor del proyecto.

PUNTUACIÓN	CRITERIO OPERATIVO
☐ ☐ ☐	El proyecto no incorpora objetivos ni dispositivos orientados al turismo. La intervención se dirige principalmente a satisfacer necesidades residenciales y cotidianas de la población local, sin alterar el perfil de uso del barrio hacia el consumo turístico.
☒ ☐ ☐	La intervención genera un aumento limitado o indirecto del atractivo turístico, como efecto colateral no central del proyecto. El turismo aparece de forma secundaria y no condiciona de manera significativa los usos del espacio ni la vida cotidiana del barrio.
☒ ☒ ☐	El proyecto incorpora el turismo como un componente relevante de la estrategia de regeneración. Se producen cambios visibles en el comercio, el espacio público o la oferta de alojamiento que favorecen el consumo turístico, aunque convivan con usos residenciales.
☒ ☒ ☒	El turismo constituye un eje central del proyecto. La intervención está diseñada explícitamente para atraer visitantes, priorizando el consumo turístico sobre las funciones residenciales y cotidianas, y transformando el barrio en destino turístico consolidado.

**VARIABLE V7****Estetización del espacio público y comercial**

Observa la introducción de elementos de embellecimiento urbano y diseño estético —cafés de autor, mobiliario urbano “creativo”, intervenciones artísticas, comercios boutique— que transforman la imagen del barrio y tienden a atraer a sectores de ingresos medios y altos. La variable puntúa más alto cuanto mayor es la centralidad de la estetización como mecanismo de revalorización urbana.

PUNTUACIÓN	CRITERIO OPERATIVO
☐ ☐ ☐	No se observan procesos relevantes de estetización del espacio público o comercial asociados al proyecto. Las intervenciones priorizan la funcionalidad cotidiana y las necesidades básicas de la población local, sin una puesta en escena estética orientada al consumo.
☒ ☐ ☐	Aparecen elementos puntuales de embellecimiento, de alcance limitado y sin un impacto significativo en el perfil social del barrio. La estetización es secundaria y no reconfigura de forma clara los usos ni la imagen urbana.
☒ ☒ ☐	La estetización tiene un peso visible en la intervención. Se introducen de forma sistemática cafés, comercios de diseño, mobiliario urbano estandarizado o intervenciones estéticas que transforman la imagen del barrio y modifican patrones de uso y consumo.
☒ ☒ ☒	La estetización constituye un mecanismo central de la revalorización. El espacio público y comercial se reconfigura explícitamente para atraer a públicos de mayor renta o capital cultural, generando una nueva escenografía urbana orientada al consumo selectivo.

VARIABLE V8**Patrimonialización o branding cultural del barrio**

Evalúa si el proyecto de regeneración urbana impulsa la construcción de una “marca de barrio” basada en su historia, cultura, patrimonio o gastronomía, transformando estos elementos en recursos de mercado orientados a la atracción de inversión, consumo y visitantes. La variable puntúa más alto cuanto mayor es el grado de mercantilización simbólica del patrimonio local.

PUNTUACIÓN	CRITERIO OPERATIVO
☐ ☐ ☐	No se observa un proceso de patrimonialización ni la creación de una marca cultural del barrio asociada al proyecto. La intervención no convierte la historia o la cultura local en un recurso promocional o comercial.
☒ ☐ ☐	Existen iniciativas puntuales de puesta en valor cultural o patrimonial, con un alcance limitado y sin una estrategia explícita de branding. La referencia a la historia o cultura local es secundaria y no estructura la narrativa del proyecto.
☒ ☒ ☐	El proyecto desarrolla una estrategia reconocible de patrimonialización o marca cultural, utilizando la historia, la identidad o la gastronomía del barrio como elementos de atracción. Estos recursos se integran de forma clara en la promoción y posicionamiento del área.
☒ ☒ ☒	La construcción de una marca cultural del barrio es un eje central del proyecto. El patrimonio, la identidad o la cultura local se transforman explícitamente en productos de mercado, orientados al consumo externo y a la revalorización inmobiliaria y turística.

**VARIABLE V9****Porcentaje de vivienda asequible o social prevista en el proyecto**

Valora la existencia, proporción y relevancia efectiva de vivienda asequible o social prevista dentro del proyecto de regeneración urbana, como mecanismo para garantizar el acceso a vivienda digna a residentes vulnerables y mitigar los efectos excluyentes de la revalorización urbana. La variable puntúa más alto cuanto menor es la presencia de vivienda asequible y mayor el riesgo de exclusión residencial.

PUNTUACIÓN	CRITERIO OPERATIVO
☐ ☐ ☐	El proyecto incorpora una proporción elevada y sustantiva de vivienda asequible o social, integrada de forma estructural en la intervención y accesible para la población residente vulnerable. Las medidas de acceso a la vivienda constituyen un eje central del proyecto.
☒ ☐ ☐	El proyecto incluye vivienda asequible o social en una proporción moderada, con capacidad parcial para mitigar la exclusión residencial. Aunque no dominante, la vivienda accesible tiene un peso real dentro del conjunto del proyecto.
☒ ☒ ☐	La vivienda asequible o social es escasa, marginal o residual dentro del proyecto. Su presencia es insuficiente para contrarrestar los efectos excluyentes de la nueva oferta residencial orientada al mercado.
☒ ☒ ☒	El proyecto no contempla vivienda asequible o social, o bien su inclusión es meramente simbólica. La intervención se orienta de forma predominante al mercado libre, sin mecanismos efectivos para garantizar el acceso residencial de los sectores vulnerables.

VARIABLE V10**Nivel de participación comunitaria en la planificación**

Observa si la población residente y los colectivos locales han sido consultados, involucrados y con capacidad real de influencia en las distintas fases de planificación y ejecución del proyecto de regeneración urbana. La variable puntúa más alto cuanto menor es el grado de participación efectiva y mayor la imposición del proyecto “desde arriba”.

PUNTUACIÓN	CRITERIO OPERATIVO
☐ ☐ ☐	Existe una participación comunitaria amplia, temprana y vinculante. Los vecinos y colectivos locales han intervenido en el diseño del proyecto y sus aportes han tenido un impacto real y verificable en las decisiones finales.
☒ ☐ ☐	Se han desarrollado procesos de participación formales y relativamente abiertos, con consulta a la comunidad y cierto margen de ajuste del proyecto, aunque con capacidad de influencia limitada o parcial.
☒ ☒ ☐	La participación comunitaria es débil, tardía o meramente consultiva. Los vecinos son informados o escuchados, pero sus aportes tienen escaso impacto en las decisiones sustantivas del proyecto.
☒ ☒ ☒	No existe participación comunitaria efectiva. El proyecto se diseña y ejecuta de forma unilateral, sin consulta real, o mediante procesos simbólicos que no influyen en la toma de decisiones.

**VARIABLE V11****Existencia de resistencias comunitarias activas reconocidas**

Mide la presencia, visibilidad y grado de articulación de resistencias comunitarias —movimientos vecinales, plataformas ciudadanas, asociaciones locales o colectivos afectados— que se oponen total o parcialmente al proyecto de regeneración urbana. La variable puntúa más alto cuanto más intensas y persistentes son las resistencias, en tanto que señal de conflicto urbano y riesgo de desplazamiento.

PUNTUACIÓN	CRITERIO OPERATIVO
☐ ☐ ☐	No se identifican resistencias comunitarias activas frente al proyecto. La intervención cuenta con un amplio consenso local o no genera oposición organizada ni conflictos visibles.
☒ ☐ ☐	Existen expresiones puntuales de desacuerdo o críticas aisladas por parte de residentes o colectivos locales, sin una articulación estable ni continuidad en el tiempo.
☒ ☒ ☐	Se observan resistencias comunitarias organizadas, con presencia de plataformas, asociaciones o movimientos vecinales que cuestionan aspectos sustantivos del proyecto y mantienen una actividad sostenida.
☒ ☒ ☒	Las resistencias comunitarias son fuertes, visibles y persistentes, con movilización social significativa, conflictividad recurrente y reconocimiento público del proyecto como fuente de desplazamiento o exclusión.

VARIABLE V12**Impacto estimado sobre redes sociales locales y comercio de proximidad**

Analiza cómo el proyecto de regeneración urbana afecta al tejido social y económico existente, incluyendo el comercio de proximidad, las asociaciones vecinales y las redes sociales locales que sostienen la vida cotidiana del barrio. La variable puntúa más alto cuanto mayor es el riesgo de desarticulación, sustitución o debilitamiento de estas redes.

PUNTUACIÓN	CRITERIO OPERATIVO
☐ ☐ ☐	El proyecto protege y refuerza activamente las redes sociales locales y el comercio de proximidad. Se incorporan medidas explícitas para garantizar la continuidad de asociaciones, negocios locales y economías cotidianas preexistentes.
☒ ☐ ☐	El impacto sobre el tejido social y económico es limitado o parcialmente mitigado. Aunque se producen algunos cambios, existen mecanismos que permiten la adaptación y permanencia de buena parte de las redes locales.
☒ ☒ ☐	El proyecto genera un impacto negativo significativo sobre el comercio de proximidad y las redes sociales locales. Se anticipa la sustitución de actividades económicas y el debilitamiento de asociaciones y vínculos comunitarios.
☒ ☒ ☒	El impacto es profundo y estructural. El proyecto implica la desaparición o desplazamiento de buena parte del tejido social y económico existente, sustituyéndolo por actividades orientadas a nuevos públicos y lógicas de mercado externas al barrio.

**VARIABLE V13****Superficie de nuevos espacios verdes creados por habitante**

Cuantifica el aumento de áreas verdes generado por el proyecto y evalúa si dicho incremento beneficia efectivamente a la población residente actual o si, por el contrario, actúa como factor de revalorización urbana que favorece a nuevos usuarios y públicos externos. La variable puntúa más alto cuanto mayor es el riesgo de que la mejora ambiental contribuya a procesos de exclusión o desplazamiento.

PUNTUACIÓN	CRITERIO OPERATIVO
☐ ☐ ☐	El proyecto incrementa de forma significativa la superficie de espacios verdes accesibles y funcionales para la población residente, sin generar presiones de revalorización relevantes. Las mejoras ambientales responden a necesidades locales claramente identificadas.
☒ ☐ ☐	El aumento de espacios verdes es moderado y beneficia parcialmente a la población residente. Aunque se producen mejoras ambientales, estas no alteran de manera sustantiva el equilibrio social ni el perfil del barrio.
☒ ☒ ☐	El proyecto introduce una mejora ambiental significativa que incrementa de forma clara el atractivo del área, generando efectos de revalorización y presión inmobiliaria, con beneficios limitados o desigualmente distribuidos entre la población residente.
☒ ☒ ☒	La creación de espacios verdes constituye un elemento central de la revalorización urbana. Las mejoras ambientales están claramente asociadas a procesos de encarecimiento del entorno y benefician prioritariamente a nuevos residentes, visitantes o inversores, contribuyendo al desplazamiento indirecto de la población local.

VARIABLE V14**Implementación de infraestructuras de movilidad sostenible**

Observa si la introducción de peatonalizaciones, carriles bici u otras infraestructuras de movilidad sostenible mejora la accesibilidad y la calidad de vida de la población residente o, por el contrario, incrementa el atractivo del área para nuevos públicos, contribuyendo al encarecimiento del entorno y a procesos de desplazamiento indirecto. La variable puntúa más alto cuanto mayor es el carácter excluyente de estas mejoras.

PUNTUACIÓN	CRITERIO OPERATIVO
☐ ☐ ☐	Las mejoras en movilidad sostenible están claramente orientadas a las necesidades cotidianas de la población residente, mejorando accesibilidad, seguridad y calidad de vida sin generar presiones significativas de revalorización.
☒ ☐ ☐	Las intervenciones en movilidad sostenible generan beneficios moderados para la población local, aunque también incrementan parcialmente el atractivo del área. Los efectos de encarecimiento son limitados o secundarios.
☒ ☒ ☐	La movilidad sostenible constituye un factor relevante de revalorización urbana. Las mejoras incrementan de forma clara el atractivo del barrio para nuevos residentes y usuarios, con impactos apreciables sobre precios y usos del espacio.
☒ ☒ ☒	Las infraestructuras de movilidad sostenible actúan como un motor central de revalorización y exclusión. Las intervenciones están diseñadas prioritariamente para reposicionar el área en el mercado urbano, generando encarecimiento y desplazamiento indirecto de la población residente.

**VARIABLE V15****Uso de certificaciones ambientales o marketing “verde”**

Evalúa si el proyecto recurre a certificaciones ambientales, sellos de sostenibilidad o discursos de marketing “verde” (por ejemplo, LEED u otros estándares) como etiquetas de valorización simbólica y económica, sin garantizar de forma equivalente criterios de justicia social, accesibilidad o protección frente al desplazamiento. La variable puntúa más alto cuanto mayor es la brecha entre retórica ambiental y equidad social.

PUNTUACIÓN	CRITERIO OPERATIVO
☐ ☐ ☐	El uso de certificaciones ambientales o criterios de sostenibilidad está integrado de forma coherente con objetivos sociales, incluyendo medidas explícitas de accesibilidad, inclusión y protección residencial. No existe una disociación entre sostenibilidad ambiental y justicia social.
☒ ☐ ☐	Existen certificaciones ambientales o discursos “verdes” con alcance limitado, acompañados de algunas medidas sociales, aunque estas no sean centrales. El componente ambiental no domina completamente la narrativa del proyecto.
☒ ☒ ☐	Las certificaciones y el marketing “verde” tienen un peso relevante en la promoción del proyecto, mientras que las medidas sociales son débiles, insuficientes o secundarias. Se observa una clara asimetría entre ambición ambiental y protección social.
☒ ☒ ☒	El componente “verde” funciona como etiqueta central de revalorización. El proyecto se apoya intensamente en certificaciones y discursos de sostenibilidad para atraer inversión y públicos acomodados, sin garantías efectivas de justicia social ni mitigación del desplazamiento.

VARIABLE V16**Potencial de gentrificación climática**

Mide si las mejoras ambientales introducidas por el proyecto —como la creación de microclimas urbanos, incremento de sombra, vegetación ornamental, reducción de islas de calor o mejora del confort térmico— aumentan de forma significativa el atractivo residencial y el valor inmobiliario del área, contribuyendo al desplazamiento indirecto de la población residente. La variable puntúa más alto cuanto mayor es el uso de la mejora climática como vector de revalorización urbana.

PUNTUACIÓN	CRITERIO OPERATIVO
☐ ☐ ☐	Las mejoras ambientales y climáticas benefician de forma clara y prioritaria a la población residente, sin generar presiones apreciables de revalorización ni cambios significativos en el perfil socioeconómico del barrio.
☒ ☐ ☐	Las mejoras climáticas generan un aumento moderado del atractivo residencial, con efectos limitados o localizados sobre el valor inmobiliario. Los beneficios ambientales siguen siendo accesibles para la población local.
☒ ☒ ☐	El proyecto crea microclimas urbanos claramente atractivos, asociados a un incremento visible del valor inmobiliario y a nuevas dinámicas de demanda residencial, con beneficios desigualmente distribuidos entre residentes actuales y nuevos usuarios.
☒ ☒ ☒	Las mejoras climáticas constituyen un factor central de revalorización urbana. La creación de entornos climáticamente privilegiados impulsa el encarecimiento del área y actúa como motor de desplazamiento indirecto de la población residente, sin medidas compensatorias efectivas.