



PRG PARA AUTOPISTA CENTRAL



DIMENSIÓN ECONÓMICA / FINANCIARIZACIÓN

▶ 1,0



DIMENSIÓN SIMBÓLICA / SOCIAL

▶ 1,5



DIMENSIÓN SOCIAL / COMUNITARIA

▶ 0,5



DIMENSIÓN ECOLÓGICA / VERDE

▶ 2,0

39,10

RIESGO
MEDIO
DE ACABAR EN
GENTRIFICACIÓN

DIMENSIÓN ECONÓMICA / FINANCIARIZACIÓN

PESO: 40%

PUNTAJE: 1,0

VARIABLE V1 Incremento proyectado en precios de alquiler/vivienda

PUNTUACIÓN ☒ ☒ ☐

JUSTIFICACIÓN Aunque no existen estudios oficiales publicados sobre la plusvalía que generará el parque, la experiencia comparada (ej. High Line en Nueva York, Cheonggyecheon en Seúl) muestra que proyectos de reconversión urbana con áreas verdes suelen aumentar significativamente los valores de suelo cercanos. En Santiago, la cobertura de 2 km de autopista en pleno centro es previsible que genere un alza en arriendos y precios de vivienda, especialmente en barrios con potencial inmobiliario (ej. Yungay, San Diego, Matta). La ausencia de estimaciones oficiales reduce la certeza, pero la lógica urbana sugiere riesgo medio.

VARIABLE V2 Presencia de capital financiero o grandes promotores

PUNTUACIÓN ☒ ☐ ☐

JUSTIFICACIÓN El proyecto está liderado por el Ministerio de Obras Públicas y la concesionaria VíasChile (grupo Abertis) bajo un esquema PPP. Se trata de una obra pública de infraestructura, no de un megaproyecto inmobiliario financiado por promotores privados. Aunque la concesionaria es una gran empresa ligada a capital internacional, la intervención no depende directamente de especuladores financieros o desarrolladores inmobiliarios. Por ello se puntúa bajo-medio.

VARIABLE V3 Existencia de incentivos fiscales / venta de suelo público

PUNTUACIÓN ☐ ☐ ☐

JUSTIFICACIÓN Hasta ahora no hay evidencia de incentivos fiscales, exenciones tributarias ni venta de suelo público como parte del plan. El financiamiento proviene del MOP y la concesionaria, sin que se hayan anunciado paquetes de subsidios a privados ni transferencias de terrenos estatales. Esto coloca a esta variable en nivel mínimo de riesgo.

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

PUNTUACIÓN ☒ ☐ ☐

JUSTIFICACIÓN El proyecto se limita a cubrir la autopista con un parque, sin incluir construcción de vivienda. Sin embargo, es probable que a mediano plazo el atractivo del área incentive desarrollos inmobiliarios en torno a los barrios colindantes (ej. renovación en San Diego o Brasil). Como no es un componente directo del proyecto, el riesgo es bajo en este momento, aunque potencialmente creciente.



DIMENSIÓN SIMBÓLICA / CULTURAL

PESO: 25%

PUNTAJE: 1,5

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

PUNTUACIÓN ☒ ☒ ☐

JUSTIFICACIÓN El discurso oficial insiste en que el parque "sanará la cicatriz urbana" y "restituirá un espacio de encuentro ciudadano", apelando a narrativas de transformación simbólica y de justicia urbana. Esto recuerda fórmulas de placemaking y marketing urbano usadas en otros megaproyectos. No obstante, no se observa un uso intensivo de narrativas de "creatividad" ni de branding ligado al consumo cultural, por lo que queda en nivel medio.

VARIABLE V6 Intensidad de turistificación asociada al proyecto

PUNTUACIÓN ☒ ☐ ☐

JUSTIFICACIÓN El parque está concebido principalmente como infraestructura verde y de movilidad para residentes metropolitanos. No existen campañas de promoción internacional ni intención de convertirlo en ícono turístico global (como el High Line en Nueva York). Podría atraer visitantes internos, pero el riesgo de turistificación masiva es bajo, al menos en su diseño actual.

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

PUNTUACIÓN ☒ ☒ ☐

JUSTIFICACIÓN El plan incluye áreas verdes, ciclovías y espacios recreativos diseñados con estándares elevados. Esto implica una estetización fuerte respecto al espacio original (autopista), aunque no necesariamente asociada a cafés gourmet ni comercios boutique. Es decir, habrá embellecimiento y diseño atractivo, pero no orientado explícitamente al consumo exclusivo.

VARIABLE V8 Patrimonialización o branding cultural del barrio

PUNTUACIÓN ☒ ☐ ☐

JUSTIFICACIÓN A diferencia de proyectos en barrios históricos, aquí no hay una identidad patrimonial preexistente que el Estado intente explotar para branding. La narrativa se centra en la “superación de la fragmentación urbana” más que en una “marca de barrio”. Sin embargo, sí podría convertirse en un ícono urbano de Santiago al estilo de un “nuevo parque central”, lo que justifica un riesgo bajo-medio.

 DIMENSIÓN SOCIAL / COMUNITARIA PESO: 20% PUNTAJE: **0,5**

VARIABLE V9 Porcentaje de vivienda asequible/social prevista en el proyecto

PUNTUACIÓN ☐ ☐ ☐

JUSTIFICACIÓN El proyecto no contempla construcción de vivienda (ni privada ni social). Se limita a crear un parque lineal sobre la autopista. En consecuencia, no se han incluido medidas de vivienda asequible. El riesgo es nulo porque la variable no aplica directamente al plan.

VARIABLE V10 Nivel de participación comunitaria en la planificación

PUNTUACIÓN ☒ ☐ ☐

JUSTIFICACIÓN La iniciativa proviene principalmente del gobierno central (MOP y concesionaria VíasChile). La comunicación pública habla de “beneficio para la ciudad” pero no hay evidencia de procesos amplios de participación vecinal ni consultas vinculantes. Sí ha habido presentaciones a autoridades locales y algunas instancias de difusión, pero la comunidad no aparece como protagonista.

VARIABLE V11 Existencia de resistencias comunitarias activas reconocidas

PUNTUACIÓN ☐ ☐ ☐

JUSTIFICACIÓN A diferencia de otros casos conflictivos (ej. Exarchia en Atenas, La Merced en CDMX), hasta ahora no se han registrado movimientos vecinales organizados contra el proyecto. La obra es percibida mayoritariamente como positiva, ya que convierte un espacio hostil (autopista) en un parque.

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

PUNTUACIÓN ☒ ☐ ☐

JUSTIFICACIÓN Al no implicar desplazamiento directo de comercios o viviendas, el impacto sobre redes sociales locales parece limitado. Sin embargo, a mediano plazo, el aumento de atractivo del sector podría favorecer la llegada de nuevos negocios (cafeterías, gimnasios, retail) y presionar a comercios tradicionales. Esto justifica un riesgo bajo-medio.

 DIMENSIÓN ECOLÓGICA / VERDE PESO: 15% PUNTAJE: **2,0**

VARIABLE V13 Superficie de nuevos espacios verdes creados por habitante

PUNTUACIÓN ☒ ☒ ☒

JUSTIFICACIÓN El proyecto añadirá 65.000 m² de áreas verdes en 2 km de parque lineal, lo que representa un incremento notable en un sector con déficit de áreas verdes (según indicadores de la OCDE y diagnósticos urbanos de Santiago). Esta mejora ambiental, aunque positiva, suele ser un fuerte motor de revalorización inmobiliaria (casos comparables: Cheonggyecheon en Seúl, High Line en Nueva York).

VARIABLE V14 Implementación de movilidad sostenible (peatonalizaciones, ciclovías)

PUNTUACIÓN ☒ ☒ ☐

JUSTIFICACIÓN El diseño incluye ciclovías y corredores peatonales que conectarán barrios hoy fragmentados por la autopista. Estas medidas promueven movilidad sustentable, pero al mismo tiempo incrementan la atracción del área para sectores de ingresos medios-altos que valoran este tipo de infraestructura.

VARIABLE V15 Uso de certificaciones o marketing “verde” (ej. LEED)

PUNTUACIÓN ☒ ☐ ☐

JUSTIFICACIÓN El proyecto se comunica en clave de “infraestructura verde” y “recuperación ambiental”, pero no se han anunciado certificaciones internacionales tipo LEED ni un marketing verde agresivo orientado al consumo. Hay discurso ambiental, aunque no excesivo.

VARIABLE V16 Potencial de gentrificación climática (microclimas, vegetación ornamental)

PUNTUACIÓN ☒ ☒ ☐

JUSTIFICACIÓN La cobertura de la autopista reducirá ruido y contaminación en superficie, además de generar microclimas más agradables gracias a arbolado y vegetación. Esto aumentará el atractivo inmobiliario del área y puede traducirse en presiones de gentrificación climática a mediano plazo.