



ÍNDICE PRG

PRG PARA TENERÍAS

explora vaventura.com/prg



- DIMENSIÓN ECONÓMICA / FINANCIARIZACIÓN ▶ 2,5
- DIMENSIÓN SIMBÓLICA / SOCIAL ▶ 1,5
- DIMENSIÓN SOCIAL / COMUNITARIA ▶ 2,5
- DIMENSIÓN ECOLÓGICA / VERDE ▶ 1,75

71,25

RIESGO
ALTO
DE ACABAR EN
GENTRIFICACIÓN



DIMENSIÓN ECONÓMICA / FINANCIARIZACIÓN

PESO: 40%

PUNTAJE: 2,5

VARIABLE V1 Incremento proyectado en precios de alquiler/vivienda

PUNTUACIÓN

JUSTIFICACIÓN La subida prevista es muy elevada y potencialmente inasumible para gran parte de los inquilinos actuales.

EVIDENCIA La Federación de Barrios (FABZ) y AralInfo han denunciado que los alquileres subirán de 390 € a 580-600 € tras la reforma , lo que supone un incremento cercano al 50 %.

VARIABLE V2 Presencia de capital financiero o grandes promotores

PUNTUACIÓN

JUSTIFICACIÓN Fuerte dependencia de capital privado con fines de rentabilidad.

EVIDENCIA La operación fue liderada por el grupo inversor By Venezia, respaldado por decenas de inversores y con un modelo de rentabilidad del 6 % anual . Se trata de la mayor operación inmobiliaria en Zaragoza en años (22 millones de € por 323 viviendas).

VARIABLE V3 Existencia de incentivos fiscales / venta de suelo público

PUNTUACIÓN

JUSTIFICACIÓN No existen incentivos fiscales explícitos, pero sí fondos públicos que favorecen la revalorización del parque adquirido.

EVIDENCIA No hubo venta de suelo público, pero sí concurren ayudas públicas europeas (Next Generation) y municipales para la rehabilitación de Aloy Sala. Aunque no fueron otorgadas a By Venezia directamente, el hecho de que sea el nuevo propietario mayoritario implica que se beneficiará indirectamente de esas subvenciones.

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

PUNTUACIÓN

JUSTIFICACIÓN Aunque parte de los inquilinos de renta antigua y algunos en ALZA permanecerán, el grueso de los nuevos contratos se orienta a población de renta media.

EVIDENCIA Los alquileres proyectados (580-600 €) son comparables a los del programa ALZA del Ayuntamiento , es decir, orientados a clases medias urbanas. Además, alrededor de un tercio de los pisos ya estaban vacíos , lo que facilitará la entrada de nuevos inquilinos con mayor capacidad adquisitiva.



DIMENSIÓN SIMBÓLICA / CULTURAL

PESO: 25%

PUNTAJE: 1,5

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

PUNTUACIÓN

JUSTIFICACIÓN Justificación: aunque no hay un branding cultural explícito como en Maboneng, sí existe un fuerte discurso de regeneración “ética” y de autenticidad comunitaria como parte del marketing.

EVIDENCIA By Venezia presenta su modelo como “Recycle to Rent”, defendiendo la rehabilitación como una forma de revitalizar barrios vulnerables con alquileres “asequibles” y eficiencia energética. La narrativa corporativa se centra en un impacto social, ambiental y financiero positivo, vendiendo la idea de devolver dignidad al barrio (entrevista a José Ángel Osés Liso, 2024).

VARIABLE V6 Intensidad de turistificación asociada al proyecto

PUNTUACIÓN ☒ ☐ ☐

JUSTIFICACIÓN Turistificación potencial, pero todavía limitada.

EVIDENCIA Tenerías no es un foco turístico consolidado. No obstante, está en pleno Casco Histórico y a 5 minutos de la plaza del Pilar, por lo que podría integrarse en circuitos turísticos tras la rehabilitación (Aralnfo, 2025).

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

PUNTUACIÓN ☒ ☒ ☐

JUSTIFICACIÓN El componente de embellecimiento urbano es claro, aunque aún en fase inicial.

EVIDENCIA El plan municipal paralelo prevé peatonalizaciones, mobiliario urbano moderno, jardineras y bancos con fondos europeos (Aragón Digital, 2025). Estas mejoras se suman a la limpieza y rehabilitación de portales y semisótanos emprendida por By Venezia tras la compra.

VARIABLE V8 Patrimonialización o branding cultural del barrio

PUNTUACIÓN ☒ ☐ ☐

JUSTIFICACIÓN Branding cultural incipiente, no central todavía.

EVIDENCIA Aunque Tenerías no se ha promovido aún como “barrio cultural”, sí se ha insistido en su identidad histórica como parte del Casco Viejo y en la necesidad de rescatar su valor social, lo que podría derivar en un futuro branding cultural (Heraldo de Aragón, 2025).

 DIMENSIÓN SOCIAL / COMUNITARIA

PESO: 20% PUNTAJE: **2,5**

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

PUNTUACIÓN ☒ ☒ ☐

JUSTIFICACIÓN Existen mecanismos limitados de vivienda asequible (ALZA, renta antigua), pero insuficientes frente al grueso de contratos libres.

EVIDENCIA By Venezia afirma que parte de los pisos seguirán en el programa municipal ALZA (20–25 % más baratos que el mercado) y que respetará los contratos de renta antigua (Diario.es, 2025). Sin embargo, la mayoría de nuevas unidades libres se situarán en 580–600 €, inaccesibles para familias vulnerables.

VARIABLE V10 Nivel de participación comunitaria en la planificación

PUNTUACIÓN ☒ ☒ ☒

JUSTIFICACIÓN Planificación claramente top-down, sin participación vecinal previa.

EVIDENCIA Los vecinos no fueron consultados antes de la venta; la operación se gestó con discreción, y la Federación de Barrios denunció “falta de transparencia” y ausencia de información institucional (Aralnfo, 2025). Las primeras reuniones con By Venezia ocurrieron tras la compra.

VARIABLE V11 Existencia de resistencias comunitarias activas reconocidas

PUNTUACIÓN ☒ ☒ ☐

JUSTIFICACIÓN Existen resistencias activas, pero limitadas en su capacidad frente a la magnitud del capital inversor.

EVIDENCIA La FABZ y la Asociación Vecinal Parque Bruil–San Agustín lideran movilizaciones, calificando la subida de alquiler como “expulsión encubierta”. También se han organizado concentraciones vecinales bajo lemas como “Bruil no se rinde”.

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

PUNTUACIÓN ☒ ☒ ☒

JUSTIFICACIÓN Riesgo elevado de debilitamiento de las redes sociales locales tradicionales.

EVIDENCIA El barrio presenta un tejido comunitario envejecido y con comercios populares de larga data. Las asociaciones alertan de que la revalorización puede desplazar a pequeños comerciantes y fracturar las redes vecinales (Aralnfo, 2025; FABZ, 2025).

VARIABLE V13

Superficie de nuevos espacios verdes creados por habitante

PUNTUACIÓN

JUSTIFICACIÓN Habrá incremento en vegetación y zonas de descanso, pero limitado en escala.

EVIDENCIA El plan municipal prevé 1,1 millones de euros en reurbanización de calles con jardineras, bancos y arbolado (Aragón Digital, 2025). Sin embargo, se trata de intervenciones puntuales, no de grandes parques.

VARIABLE V14

Implementación de movilidad sostenible (peatonalizaciones, ciclovías)

PUNTUACIÓN

JUSTIFICACIÓN Fuerte impulso a la peatonalización, aunque sin un plan integral de movilidad sostenible.

EVIDENCIA Se contempla la creación de plataformas únicas peatonales en calles como Pedro de Alvarado y la prolongación de Dr. Blanco Cordero, junto con mejora de alumbrado y soterramiento de cableado (Aragón Digital, 2025). No se mencionan ciclovías específicas.

VARIABLE V15

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

PUNTUACIÓN

JUSTIFICACIÓN Retórica de regeneración, pero sin un uso instrumental intenso de lo “verde”.

EVIDENCIA No hay constancia de certificaciones tipo LEED ni de marketing explícitamente “verde”. El discurso institucional se centra más en la rehabilitación social y urbana que en la sostenibilidad certificada.

VARIABLE V16

Potencial de gentrificación climática (microclimas, vegetación ornamental)

PUNTUACIÓN

JUSTIFICACIÓN Mejoras ambientales moderadas que pueden traducirse en presión inmobiliaria.

EVIDENCIA La arborización y embellecimiento previstos buscan mejorar la habitabilidad, pero también aumentarán el atractivo inmobiliario en un barrio céntrico a 5 minutos de la plaza del Pilar.