

LA VECINA

MARZO 2024

[WWW.AGENCIALAVECINA.COM](http://WWW.AGENCIALAVECINA.COM)

# BRIEFING



# ÍNDICE

01	PROBLEMA
02	DESAFÍO
03	OBJETIVOS
04	CLIENTE
05	PÚBLICO OBJETIVO
06	ENTREGABLE

PROBLEMA

# EL TURISMO ESTÁ AFECTANDO A LAS CIUDADES Y A LOS BARRIOS

**¿QUÉ ESTÁ  
PASANDO?**

# EL TURISMO ESTÁ AFECTANDO LAS CIUDADES.

Turismo /

## La masificación del turismo afecta a las principales ciudades europeas

El año pasado casi 600 millones de turistas visitaron Europa, pero tanto turista no enriquece siempre los bolsillos locales y genera malestar.

TURISMO

## El cobro por entrar en la Plaza de España de Sevilla enciende el debate sobre la tasa turística y la masificación

El Consistorio de la capital andaluza pretende cobrar por el acceso al monumento, pero el Gobierno central ya se ha posicionado en contra.

TURISMO

## Masificación: el riesgo de un país que recibe más de 80 millones de turistas

- España se encamina a batir un nuevo récord de visitantes extranjeros en 2023. ¿Cuál es el límite?

# EL TURISMO ESTÁ AFECTANDO A LA VIVIENDA

## Los aspectos más negativos del turismo en Barcelona: masificación y encarecimiento de la vivienda

El 61,5% de los barceloneses cree que se está cerca del límite en la llegada de turistas. Expertos y plataformas vecinales reclaman más restricciones a las aperturas hoteleras y la recuperación de la gestión pública de las actividades sociales.

### SECTOR INMOBILIARIO

**Los pisos subieron en 2023 cuatro puntos más, hasta el 10%, en las comunidades con más turismo**

Algunos edificios de zonas céntricas ya están constituidos casi en su totalidad por viviendas para turistas. En el centro de ciudades como Málaga, los vecinos denuncian que hay más viviendas de uso turístico que vecinos censados.

El aumento del precio de las viviendas las convierte en inasumibles para muchas familias, que tienen que mudarse a la periferia. Los ruidos constantes, el turismo de borrachera, la falta de seguridad e intimidad en unos edificios residenciales en los que entran constantemente personas extrañas sin ningún tipo de supervisión, los golpes en la puerta de madrugada, todo ello termina por expulsar a los residentes del barrio.

# EL TURISMO ESTÁ AFECTANDO A LA IDENTIDAD DE LAS CIUDADES

## 'Urbanalización' o por qué todos los centros de ciudad parecen el mismo sitio

Un Primark, un McDonald's o un Starbucks. El secuestro de las plantas bajas de los núcleos urbanos por parte de cadenas comerciales globales ha modificado la imagen de los cascos antiguos de las ciudades, que originalmente expresaban la identidad local, haciendo que se asemejen peligrosamente entre sí

GENTRIFICACIÓN >

## 'Foodificación' o cómo un chuletón a la brasa puede transformar por completo la identidad de una ciudad

El fenómeno explica los cambios de los barrios a través de la comida, de sus bares y restaurantes, que se moldean por influencia del turismo y las clases medias: el visitante desconoce la verdadera tradición gastronómica, pero la imagina y el mercado la materializa en un plato





EL TURISMO IMPACTA EN LA  
GASTRONOMÍA

# EL TURISMO ESTÁ AFECTANDO A LOS COMERCIOS LOCALES

## El barrio fantasma de Ibiza al que el turismo deja sin comercios en invierno: “Nos hemos vuelto locos con el dinero”

En la Marina, los comercios están volcados al turismo y suelen abrir en Semana Santa y cierran cuando termina octubre. “Antes era una zona maravillosa: había tiendas de todo tipo y estaba siempre viva en invierno”, lamenta una vecina

## Bizkaia pierde el 12,68% de su comercio local en 5 años

La Cámara de Comercio de Bilbao confirma que las librerías y las pescaderías son los negocios más afectados

MANGO

PULL&BEAR

MANGO

PRIMARK

Arriba moda de  
MUJER  
HOMBRE  
NIÑOS  
HOGAR

EL TURISMO IMPACTA EN LOS  
COMERCIOS



# ¿ES EL TURISMO SOSTENIBLE?

Cada vez vemos más apartamentos turísticos que casas de vecinos.

Los comercios locales de conveniencia se acaban reconvirtiendo en lo que pide el turista, sin poder asumir además los altos precios por los alquileres.

Alquileres que solo pueden permitir pagar las grandes empresas y marcas grandes.

Las ciudades pierden su identidad, a su gente, su barrio.

# ¿QUÉ PASA SI SE ACABA EL BARRIO?

Se pierde el origen. La historia.  
Lo nuestro, lo bueno, lo de aquí.



El turismo masificado es el problema de la desaparición del barrio. Cada vez hay más apartamentos turísticos y menos casas de vecinos. Loli de la calle Pasquín no puede pedirle sal al guiri de Noruega.



Los vecinos son el alma de la ciudad  
y si nos quedamos sin alma nos  
quedamos vacíos.



DESAFÍO

# CAMPAÑA CONCIENCIACIÓN





BUSCAMOS UN TURISMO  
SOSTENIBLE, UN CAMPAÑA DE  
CONCIENCIACIÓN, UNA CAMPAÑA  
QUE LA LÍE Y REMUEVA  
CONCIENCIAS.

# DESAFÍO

Transmitir de manera clara y efectiva la importancia de preservar el barrio y el impacto negativo de su extinción puede ser un desafío, especialmente si el mensaje es complejo o emotivo.

Crear una conexión emocional, generar empatía con la situación del barrio puede ser difícil, especialmente si los turistas no tienen una relación personal con el destino o si no comprenden completamente las consecuencias de su extinción.



# OBJETIVOS





## OBJETIVOS COMUNICATIVOS

Concienciar sobre la realidad.

Generar empatía.

Incentivar a los turistas a convertirse en defensores del barrio.

Motivar a los turistas a apoyar al barrio.

## OBJETIVOS DE NEGOCIO

Aumento del turismo responsable.

Promover el consumo en negocios locales.

Buscar equilibrar la demanda turística a lo largo del año.

A blurred crowd of people walking past a counter, many carrying shopping bags. The text '¿CLIENTE?' is overlaid in the center.

**¿CLIENTE?**

A close-up photograph of an elderly person's hands, showing significant wrinkling and discoloration. The hands are clasped together and rest on a fabric with a black and white checkered pattern. The lighting is soft, highlighting the texture of the skin and the fabric.

# EL BARRIO

Aquí el cliente es el barrio. Por primera vez le daremos voz. .

A person wearing a red jacket is shown from the chest down, holding a white, textured object (possibly a piece of fabric or a glove) in their hands. The background is dark and out of focus. The text 'PÚBLICO OBJETIVO' is overlaid in the center in a bold, white, sans-serif font.

# PÚBLICO OBJETIVO



# TURISTAS

Personas que viajen por ocio a la ciudad, sin importarles lo que hay detrás de todo esto. Sin ser conscientes de ello. Solo miran por su bien y no por el bienestar de la ciudad, sin tener empatía por los que viven en ella. Hablamos de dos grupos: los que están pensando en viajar y los que ya se encuentran visitando la localidad.



# EN RESUMEN

La extinción del barrio tendría consecuencias significativas tanto para la comunidad local como para los turistas, incluida la pérdida de identidad cultural, el desplazamiento de habitantes, la pérdida de atracciones turísticas y el impacto en la economía local. Es importante concienciar a los turistas sobre estas posibles consecuencias y fomentar la conservación y revitalización de los barrios locales.

# ENTREGABLE

تعهدات كافة أعمال الألمنيوم  
والزجاج بأفضل الأسعار  
ومناسبة للجميع  
هاتف: 76/495087

انيساعديكم  
**WE  
WILL  
HELP  
YOU!**  
70 223 808  
01 751 678  
contact@animallifebeirut.org  
Animallifebeirut.org/beirutexplains

تصليح جميع أنواع  
الزجاج والألمنيوم  
بأسعار مناسبة للجميع  
هاتف: 70-266 179

Girls Only  
استوديو للايجار  
For Rent  
Ashrafieh Sassine  
74219

استوديو للايجار  
Studio For Rent  
Ashrafieh

Girls Only  
استوديو للايجار  
For Rent  
Ashrafieh Sassine  
74219

For Girls Only  
استوديو للايجار  
Studio For Rent  
Ashrafieh Sassine  
70 874219

For Girls Only  
استوديو للايجار  
Studio For Rent  
Ashrafieh Sassine  
70 874219

For Girls Only  
استوديو للايجار  
Studio For Rent  
Ashrafieh Sassine  
0 874219

70 874219

AGS L  
عمال ديكورات الجفصين  
مع جميع أنواع الطرش  
مواد منع النش المكفولة،  
من p.v.c للجدران والأسقف.  
منجور المنيوم  
الأعمال الحديدية (ferforge)  
وخيم فرميد.  
71762585 - 71745

Una campaña gráfica que podamos poner por los barrios. Una campaña gráfica que piense más allá, que piense no solo en el mensaje y el diseño sino también dónde se situará.

Y si vais más allá genial.

¿Cómo esto puede moverse en redes?

¿Cómo puede trasladarse a muchos barrios?

Aquí hay que ser transgresores.

Seamos transgresores.

Todo será bienvenido.