

La ciudad que se vende.

Turistificación, desigualdad y derecho a habitar.

1. Un fenómeno que ya no se puede ignorar.

Hay un proceso que está transformando las ciudades y los pueblos de España sin que nadie lo haya votado. No es una crisis puntual, ni una consecuencia inevitable del progreso, ni un efecto colateral del turismo. Es un sistema que convierte el territorio en mercancía, la vivienda en activo financiero y a los residentes en obstáculos para la rentabilidad. Se llama turistificación y sus efectos ya no se pueden ignorar.

En mayo de 2026, España registró 341.001 viviendas turísticas anunciadas en plataformas digitales, con una capacidad de 1.714.702 plazas. Son cifras que, por sí solas, no explican el problema. Lo que importa no es cuántas viviendas turísticas hay, sino dónde están y a quién expulsan. En Málaga, el volumen de pisos turísticos alcanza las 45.176 unidades. En la Barceloneta, casi la mitad de los pisos adquiridos en 2025 fueron comprados por personas con nacionalidad extranjera. En Canarias, el alquiler subió un 12,8% en 2025, uno de los incrementos más elevados.

Este ensayo no trata del turismo como actividad. Trata de la turistificación como proceso, de la transformación de barrios y pueblos enteros en espacios diseñados para el visitante temporal a costa de la vida de quienes los habitan. Y plantea una pregunta incómoda: ¿es posible compatibilizar el turismo con el derecho a vivir en el lugar donde uno nació?

2. Por qué el turista puede pagar lo que el residente no.

La turistificación no es un fenómeno local, es el resultado de un diferencial de riqueza entre territorios. El euro no vale lo mismo en Ámsterdam que en Alicante, el salario medio en Alemania o Países Bajos es muy superior al español. Y esa diferencia, que en teoría debería ser una ventaja para la economía local, se convierte en una trampa cuando el dinero extranjero se destina a comprar vivienda.

Un jubilado holandés que compra un piso en la costa española no es un malvado, actúa racionalmente en un sistema que le permite multiplicar su capacidad de compra simplemente cruzando una frontera. Con 1.000 euros al mes por persona, muchos pensionistas europeos afirman que en España se vive como un rey. El problema no es su racionalidad individual, sino el efecto colectivo que produce al expulsar a quienes viven del salario local.

Los datos de compraventa confirman esta dinámica. En el primer trimestre de 2026, los extranjeros realizaron cerca de 25.000 transacciones inmobiliarias en España, lo que supuso alrededor del 14% de todas las ventas del país. Y esas compras se concentraron en las zonas de ocio, alquiler y atracción migratoria: Málaga, Baleares, Alicante y Canarias. No es que los extranjeros compren en cualquier lugar, compran donde el turismo ya ha transformado el mercado, acelerando un proceso que comenzó mucho antes.

3. La vivienda como mercancía turística.

El efecto más visible de la turistificación es el encarecimiento de la vivienda. El precio medio del metro cuadrado en alquiler en España casi se ha duplicado en diez años, alcanzando los 15,1 euros/m² en agosto de 2026, según Idealista. El precio medio del alquiler de un piso de 90 metros cuadrados ha aumentado un 46% desde enero de 2021, pasando de 884 a 1.291 euros al mes. Y la oferta de alquiler de temporada se ha encarecido hasta un 23,7% interanual en algunas ciudades.

La conversión de vivienda residencial en alojamiento turístico reduce la oferta disponible para los residentes. Cada piso que se destina a uso turístico es un piso que deja de estar disponible para alquiler de larga duración. Y como la oferta disminuye mientras la demanda se mantiene o crece, los precios suben. Un estudio reciente estima que el crecimiento del turismo internacional podría encarecer el alquiler medio en España en 217 euros al año durante los próximos cinco años. España ocupa el segundo lugar entre los países donde el turismo provoca mayor subida de los alquileres, solo por detrás de Grecia.

Tres de cada cuatro españoles culpan a los pisos turísticos del recorte de la oferta de alquiler. Y no les falta razón. La vivienda, que debería ser un derecho, se ha convertido en un activo financiero y, cuando el activo se destina al turista, que puede pagar más porque está de paso, el residente queda fuera del mercado.

4. El trabajo que no alcanza.

El turismo crea empleo. Es uno de los argumentos que se repiten cada vez que se cuestiona el modelo. Pero crear empleo no es lo mismo que crear vida digna.

El 95% de los salarios en el sector de la hostelería están un 20% por debajo de la media nacional. Los trabajadores del sector han perdido hasta un 15% de poder adquisitivo en el último año, mientras los precios subían un 4,9%. Una limpiadora de hotel puede cobrar entre 1 y 1,50 euros por cada habitación que limpia y encargarse de hasta 29 habitaciones al día. Su sueldo, con suerte, rondará los 820 euros mensuales.

La estacionalidad agrava la precariedad. En 2025 se crearon 300.000 empleos en temporada alta, pero solo se consolidaron 40.000 al cierre del ejercicio. El trabajador de temporada no tiene estabilidad, ni continuidad. Y mientras tanto, atiende a turistas que pueden pagar lo que él no puede permitirse. Vive en una ciudad que ya no es suya, trabaja en un sector que no le ofrece futuro y compite por una vivienda que el turista paga sin pestañear.

5. La trampa de la venta.

En este ámbito hay un agente que a menudo queda fuera del análisis: "el residente que vende". Durante décadas, muchas familias han visto en la venta de su piso o casa una forma de obtener un capital que nunca habían imaginado. Venden a precios que en su juventud les habrían parecido absurdamente elevados. Y sí, a corto plazo ganan mucho, pero lo que hacen es facilitar el encarecimiento de todo lo demás: de los impuestos, los servicios, los comercios y la vida entera.

La venta es una trampa de un solo uso. Se vende una vez y después el territorio ya no les pertenece. Los antiguos vecinos que vendieron sus pisos en la Barceloneta descubren ahora que sus hijos no pueden permitirse vivir en el barrio donde crecieron. El dinero de la venta se agotó, pero el territorio que vendieron no vuelve y la comunidad de la que formaban parte se ha deshecho, sustituida por una población flotante que cambia cada semana.

6. Políticas que no funcionan.

Las administraciones han empezado a reaccionar. En 2026, la modificación de la Ley de Propiedad Horizontal estableció que las comunidades de vecinos deberían dar su visto bueno expreso a la instalación de nuevas viviendas de uso turístico en sus edificios, con el voto favorable de las tres quintas partes. El Gobierno ha anunciado un decreto para regular los arrendamientos de temporada y por habitaciones, y ha planteado un aumento de la tributación de los pisos turísticos de hasta el 21% del IVA. La Comunidad de Madrid ha aprobado un decreto que introduce el tamaño mínimo de las estancias y prohíbe la actividad en viviendas de protección pública.

Son medidas en la dirección correcta, pero son insuficientes. El número de viviendas turísticas sigue siendo enorme y la presión sobre el mercado residencial no disminuye. Las moratorias se aprueban pero se incumplen. Los límites se establecen pero se sortean. Las tasas turísticas recaudan, pero no resuelven. Y las plataformas digitales, que son el canal principal de comercialización, siguen operando con una opacidad que dificulta el control.

El problema de fondo es que la turistificación no se puede resolver solo con regulación local. Es un fenómeno global que requiere respuestas globales. El diferencial de riqueza entre países, la libertad de circulación de capitales y la falta de armonización fiscal en la Unión Europea son factores que escapan al control de un ayuntamiento o de una comunidad autónoma. Y mientras no se aborden esas causas estructurales, las políticas locales serán parches que alivian síntomas pero no curan la enfermedad.

7. El derecho a no ser turista.

El derecho a la ciudad no es el derecho a visitarla, es el derecho a vivir en ella, a tener una vivienda asequible, a trabajar en condiciones dignas y a que el barrio donde uno nació siga siendo un lugar donde se puede criar a los hijos, cuidar a los mayores y construir una vida. El turista tiene derecho a viajar, pero el residente tiene derecho a quedarse y, cuando esos dos derechos entran en conflicto, el sistema ha decidido que gana el turista.

No se trata de prohibir el turismo, se trata de poner límites, de reconocer que un territorio tiene una capacidad de carga y que superarla destruye lo que hace atractivo ese territorio. Se trata de exigir que el beneficio del turismo se redistribuya en lugar de concentrarse en unos pocos, de garantizar que la vivienda sea un derecho y no un activo, de diversificar la economía local para que no dependa de un sector estacional y precario.

¿Podemos construir ciudades y pueblos que sean habitables todo el año, no solo en temporada alta, o seguiremos vendiendo el territorio al mejor postor hasta que no quede nada que vender?

La respuesta a esta pregunta no se encontrará en los folletos turísticos ni en las campañas de promoción, sino en la voluntad firme de oponerse a un modelo que está expulsando a quienes deberían ser sus beneficiarios. Porque una ciudad, sin residentes, no es una ciudad, es un parque temático, y los parques temáticos, al final, cierran.