

# *Turismo en España durante el primer tercio del siglo XX: la conformación de un sistema turístico\**

Rafael Vallejo Pousada

Universidade de Vigo  
vallejo@uvigo.es

*Resumen:* Este artículo explica la conformación de las bases del sistema turístico español contemporáneo durante el primer tercio del siglo XX a través de sus cuatro etapas. Y presenta las cifras de la economía del turismo que prueban los avances de este «país de turismo» en esta etapa formativa, que lo sitúan entre los trece primeros países turísticos del mundo iniciada la década de 1930.

*Palabras clave:* historia del turismo, sistema turístico, organización turística, economía del turismo, España, siglo XX.

*Abstract:* This paper explains the consolidation of the contemporary Spanish tourist system during the first third of the twentieth century by dividing the process into four stages. It focuses on relevant statistics of the tourism economy that indicate how this «country of tourism» incorporated important advances in the formative stage. By the beginning of the 1930s, Spain had become one of the thirteen principal tourist countries of the world.

*Keywords:* History of tourism, tourist system, tourist organisation, tourist economy. Spain, twentieth century.

---

\* Rafael Vallejo es investigador principal del proyecto de investigación «Historia del turismo en Galicia. Orígenes y desarrollo en el siglo XX» (ref. HAR2014-52023-C2-2-P), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad, a quien agradecemos esta financiación.

## Introducción: un país de turismo

Según una clasificación económica ya clásica, los «países turísticos» son los que reciben extranjeros y tienen una balanza turística con superávit, en tanto que los «países turistas» son aquellos en los que predomina la salida de nacionales como turistas y presentan una balanza turística deficitaria. ¿Qué sucedió en España a este respecto en el primer tercio del siglo xx? ¿Hay turismo? ¿Es país *turístico* o *turista*?

En el caso español, las prácticas de ocio identificables como turísticas eran visibles ya en las décadas de 1830-1840. Eran minoritarias y limitadas a unas pocas estaciones de recreo y a unas cuantas modalidades ligadas al agua (termal o de mar) y a los ambientes naturales por sus propiedades terapéuticas. Un siglo después, en 1936, a las puertas de la Guerra Civil, las cosas a este respecto eran sustancialmente distintas: en los sujetos de las prácticas turísticas —más y más diversos—, en las geografías, en las modalidades, en los equipamientos y servicios turísticos. El turismo moderno, que incluye una industria turística u «organización industrial»<sup>1</sup>, había irrumpido en el país.

En este trabajo nos preguntaremos qué tipo de país fue España desde el punto de vista turístico en el primer tercio del siglo xx. Se aportan datos y argumentos para caracterizarlo como un «país de turismo» emergente, esto es, como un país no estrictamente *turístico* (*receptivo*) ni tampoco estrictamente *turista* (*emisor*), pero en el que el turismo como práctica social y como actividad económica fue ganando importancia, hasta el punto de ir conformando, durante estas casi cuatro décadas, un particular sistema turístico y de ir escalando posiciones, en los primeros años de la década de 1930, en el *ranking* mundial de los países turísticos. ¿Cuánto? ¿Con qué alcance? ¿Con qué composición? Trataremos de mostrar y demostrar que estamos ante los años formativos del sistema turístico español de los siglos xx y xxi.

Para esta explicación, organizamos el trabajo en varios apartados. En el primero presentamos los indicadores de la economía del

---

<sup>1</sup> «Hay que industrializar el turismo», *Diario de la Marina*, 30 de abril de 1926, p. 30.

turismo en las cuatro primeras décadas del siglo xx. El segundo explica la configuración del sistema turístico en España durante este periodo a través de sus principales etapas desde 1900 a 1939.

Pero ¿qué es un sistema turístico? Identificamos un sistema turístico cuando en un país —o en una región del mismo— encontramos los siguientes elementos: unos sujetos o protagonistas del turismo como práctica social y como actividad económica (viajeros, excursionistas, bañistas, veraneantes, turistas); un serie de agentes, privados o públicos, que hacen posible las actividades turísticas a través de sus iniciativas, empresas y asociaciones, y, en fin, la articulación de esos agentes, de su tejido asociativo, empresarial y administrativo en una organización turística. La naturaleza, la madurez de un sistema turístico, dependerá de la cantidad, de la calidad y del grado de interconexión de dichos agentes y de la profundidad y eficacia de su organización. En el caso español, este sistema turístico puede esquematizarse para el primer tercio del siglo xx tal y como muestran los cuadros 1 y 2 (elaboración propia).

CUADRO 1  
*Sistema turístico*

|                             |                                      |
|-----------------------------|--------------------------------------|
| Destinos y productos.       |                                      |
| Mercado (informal, formal). |                                      |
| Agentes                     | — Turistas (consumidores).           |
|                             | — Asociaciones de turismo activo.    |
|                             | — Asociaciones de turismo receptivo. |
|                             | — Administración.                    |
|                             | — Empresas (oferentes).              |
| Organización turística.     |                                      |

Desde un punto de vista económico, hay un sistema turístico cuando existe un verdadero mercado de bienes y servicios turísticos, esto es, cuando hay una industria turística. Esto implica que se cuenta con la organización social, empresarial y política destinada a promover las actividades turísticas y recibir los contingentes de personas deseosas de viajar, de trasladarse de su localidad tradicional a otra para satisfacer necesidades subjetivas de ocio, de naturaleza diversa. Estos flujos de personas generan flujos de renta y, por tanto,

efectos sobre las economías emisoras y receptoras. ¿Qué constatamos a este respecto en el caso español?

CUADRO 2

*Agentes del sistema turístico español, 1900-1939*

|   |
|---|
| 1. <i>Turistas</i> : bañistas, agüistas, veraneantes, excursionistas o turistas.  |
| 2. <i>Organismos de turismo activo</i> : asociaciones excursionistas, clubs de alpinismo, reales automóviles clubs, clubs de ciclistas o asociaciones de <i>camping</i> .   |
| 3. <i>Organismos de turismo receptivo</i> : sindicatos de iniciativa o sociedades de fomento del turismo.   |
| 4. <i>Empresas o «industria turística»</i> : 1) balnearios; 2) industria hotelera; 3) industria de restauración; 4) empresas de transporte: trenes, tranvías, funiculares, vehículos (garajes), autobuses, navieras y aviones; 5) empresas especializadas en ocio y atracciones para forasteros; 6) agencias de viaje; 7) empresas urbanizadoras. |
| 5. <i>Sector informal de alojamiento</i> .  |
| 6. <i>Administración turística</i> : 1) estatal, 2) municipal, 3) provincial y 4) autonómica.   |

## Indicadores de la economía del turismo entre 1900 y 1939

Uno de los problemas para estudiar la historia del turismo español de estos años y comprender su evolución a largo plazo es que faltan estadísticas turísticas. Las primeras son de 1929 y tienen corta vigencia, pues los últimos datos publicados en el *Anuario Estadístico de España* corresponden a 1933. Este déficit puede ser subsanado con fuentes alternativas. La investigación reciente de Vallejo, Lindoso y Vilar (2016) ha permitido dar un apreciable salto adelante en este ámbito<sup>2</sup>. Sin cifras, sin comparación internacional, es difícil ponderar la evolución y el peso turístico de España, ante qué tipo de país nos encontramos y en qué medida ofrece, o no, antes de la Guerra Civil un sistema turístico en formación. Aquí avan-

<sup>2</sup> Rafael VALLEJO, Elvira LINDOSO y Margarita VILAR: «Los antecedentes del turismo de masas en España, 1900-1936», *Revista de la Historia de la Economía y de la Empresa*, 10 (2016), pp. 137-188.

zamos en ese conocimiento cuantitativo de la economía turística con algunas cifras inéditas.

Durante el siglo XIX y principios del XX el turismo en España sigue una senda similar, en sus modalidades y en sus formas, al turismo europeo, con tres notas específicas discordantes. En primer lugar, el cierto retardo cronológico respecto a los países pioneros en prácticas sociales de ocio turístico. En segundo lugar, la relativa menor extensión social del fenómeno entre los nacionales, debido a la estructura socioeconómica más pegada a las actividades primarias y, por tanto, con baja productividad, reducidos márgenes para el ocio, un nivel de renta inferior y una muy desigual distribución de la misma. En tercer lugar, un peso modesto, aunque creciente, del turismo exterior, debido a que, a ojos de los extranjeros que hacían viajes turísticos por Europa, el país presentaba niveles de confort en sus medios de transporte y establecimientos de alojamiento inferiores a los que estaban acostumbrados en sus países de origen, al igual que sucedía con la seguridad física y sanitaria. España no estaba en condiciones de satisfacer a los potenciales visitantes «su deseo de confort adecuado a las necesidades de la vida moderna» (*El Economista*, 1905).

En un trabajo reciente hemos demostrado que durante las cuatro primeras décadas del siglo XX el turismo siguió en España una senda similar a la de los países de nuestro entorno. Nos hemos valido para ello de un indicador, el Índice de Intensidad Mediática del Turismo (en adelante IIMT), cuya elaboración es sencilla. Parte de contabilizar la voz «turismo» en las hemerotecas digitales que lo permiten y elaborar, con los datos obtenidos, un índice simple (véase gráfico 1).

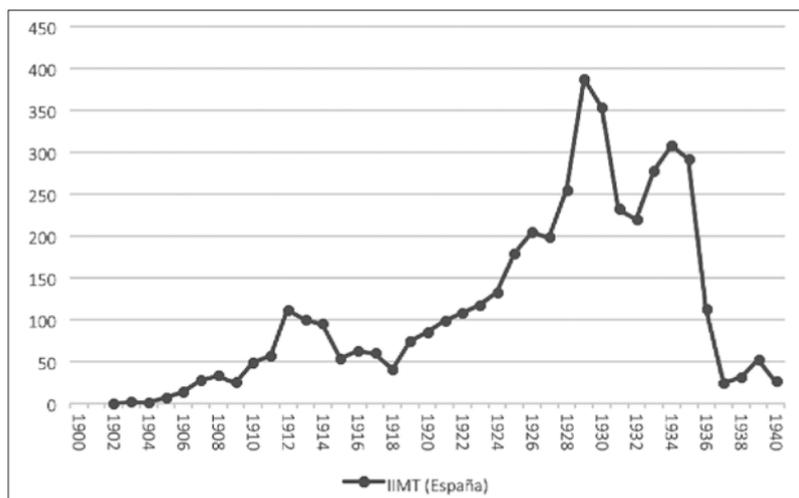
Este índice refleja, de forma evidente, la presencia del «turismo» en la prensa de la época, pero, hemos comprobado, también revela el ciclo o fases turísticas, muy consonantes con el ciclo económico en las economías más desarrolladas del periodo y del todo concordantes con las fases identificadas para el turismo internacional de estos años<sup>3</sup>. Esas fases son cinco: una de despigue del turismo moderno (entendido como industria a fomentar), desde el despertar del siglo hasta la Primera Guerra Mundial; una

---

<sup>3</sup> *Ibid.*, pp. 142-145.

GRÁFICO 1

Índice de Intensidad Mediática del Turismo (IIMT),  
1900-1940 (1913 = 100)



Fuentes: ABC/Blanco y Negro, La Vanguardia y Hemeroteca digital de la BNE (abril de 2015).

segunda de contracción durante esta, que no se superó claramente hasta 1922-1923; luego, una fase de *boom* o notable expansión, con un pico en 1929-1930; una posterior de retroceso en 1931-1932; seguida por una nueva recuperación, que en el caso español corta la Guerra Civil a mediados de 1936 y que en el turismo internacional llega hasta el nuevo «pico» de 1937-1939, que cortará la Segunda Guerra Mundial en 1939<sup>4</sup>.

Ahora bien, si las fases se han aclarado no sucede lo mismo con el peso del turismo receptivo español en el turismo internacional. Hasta hoy los estudios de historia del turismo en España no han abordado esta cuestión. Los datos recogidos por la Sociedad de

<sup>4</sup> Frederick Wolff OGILVIE: *The Tourist Movement. An Economic Study*, Londres, P. S. King & Son, 1933, y Luis FERNÁNDEZ FUSTER: *Teoría y técnica del turismo*, vol. II, Madrid, Editora Nacional, 1967, pp. 444-445.

Naciones en la década de 1930 sobre las balanzas de pagos, proporcionados generalmente por los respectivos bancos centrales de los países informantes, nos permiten clarificar este extremo. Con ellos podemos afirmar que España ocupaba en 1932 el undécimo lugar del mundo en el *ranking* de países turísticos emisores, el decimotercer lugar en 1931 por turismo receptivo y el noveno en 1933 (véase cuadro 3). Por tanto, no estamos ante un país turístico líder, pero sí ante un país emergente en el mercado turístico internacional. Esto significa que en la difícil coyuntura turística mundial de 1930-1933 el turismo exterior hacia España se comportaba relativamente mejor que en otras naciones.

CUADRO 3  
*Países turísticos en 1931 y 1933*  
*(ingresos por turismo receptivo)*

|    | 1931           | Millones<br>de dólares/oro |    | 1933           | Millones<br>de francos |
|----|----------------|----------------------------|----|----------------|------------------------|
| 1  | Canadá         | 241,6                      | 1  | Francia        | 3.000                  |
| 2  | Francia        | 235,2                      | 2  | Canadá         | 2.000                  |
| 3  | Estados Unidos | 112,0                      | 3  | Italia         | 1.725                  |
| 4  | Reino Unido    | 78,2                       | 4  | Estados Unidos | 1.425                  |
| 5  | Italia         | 72,8                       | 5  | Suiza          | 700                    |
| 6  | Suiza          | 47,3                       | 6  | México         | 575                    |
| 7  | Austria        | 36,6                       | 7  | Reino Unido    | 550                    |
| 8  | Bélgica        | 34,8                       | 8  | Alemania       | 425                    |
| 9  | Alemania       | 31,0                       | 9  | España         | 325                    |
| 10 | Cuba           | 22,2                       | 10 | Bélgica        | 300                    |
| 11 | Checoslovaquia | 17,2                       | 11 | Grecia         | 250                    |
| 12 | Japón          | 13,5                       | 12 | Japón          | 250                    |
| 13 | España         | 12,4                       | 13 |                |                        |
| 14 | China          | 12,3                       | 14 |                |                        |
| 15 | Suecia         | 9,3                        | 15 |                |                        |

Fuente: André TRIMBACH: *Le tourisme international. Son importance dans l'Économie mondiale. Les grands courants touristiques. Leurs facteurs*, París, Maurice Lavergne, 1938, pp. 44-45, y Pierre CLERGERT: «Le mouvement touristique», *Revue Économique Internationale*, 4 (1935), p. 571.

En ese momento, España no constituye aún un país turístico, esto es, con mucho más turismo receptivo que emisor, pero sí podemos considerarlo como un país de turismo emergente, con un sistema en formación, llamado a ocupar un lugar importante en el turismo internacional. Un operador turístico global como la agencia de viajes Cook manifestaba en 1931 que «España se está convirtiendo rápidamente en uno de los países más atrayentes del mundo»<sup>5</sup> para hacer turismo.

Hay que tener en cuenta varios factores a este respecto. Por una parte, la multiplicación de agentes turísticos en los diez o quince años previos a la Guerra Civil. Por otra, el cambio sociológico y la modificación en los gustos y actitudes ciudadanos, con un imaginario popular en «rápida transformación [que] seguía de cerca la de una sociedad urbana donde se masificaba el ocio»<sup>6</sup>; disponía, por tanto, de un mercado turístico interno en efervescencia en los años previos a la Guerra Civil, en que se percibía «la importancia que los viajes van adquiriendo de día en día»<sup>7</sup>, más allá de las dificultades coyunturales, que las hubo.

También ha de considerarse el giro en la percepción de España que se había producido desde aproximadamente mediados de la década de los veinte, «lo que en determinados sectores sociales de Europa y América se llegó a llamar “afición a España”», que tuvo su clímax con las Exposiciones de 1929<sup>8</sup>, seguida de una admiración en los años republicanos, por presentarse como una especie de isla de libertades (tempestuosa, eso sí) en una Europa en que se abrían paso regímenes de fuerza totalitarios. En 1932 se afirmaba que, en el extranjero, «hasta aquellos que son contrarios al régimen republicano no pueden menos de reconocer el magnífico esfuerzo de la nueva España»<sup>9</sup>. Existe, por tanto, un público obje-

---

<sup>5</sup> *La Revista de viajes*, 29 (1931), pp. 10-11.

<sup>6</sup> Ramón VILLARES y Javier MORENO: *Restauración y Dictadura. Historia de España*, vol. VII, Barcelona, Crítica-Marcial Pons, 2009, p. 526.

<sup>7</sup> *El Sol*, 10 de julio de 1935, p. 11.

<sup>8</sup> Esteban CALLE: «El turismo en Vizcaya», en *Anuario del comercio, industria, profesiones y tributación del País Vasco*, Bilbao, Caja de Ahorros Municipal de Bilbao, 1930, p. 985; Clayton Sedgwick COOPER: *Understanding Spain*, Nueva York, Frederick A. Stokes Company, 1928, y Dorothy GILES: *The Road through Spain*, Filadelfia, The Penn Publishing Company, 1929, pp. 398-399.

<sup>9</sup> «La nueva España vista desde el extranjero», *El Heraldo de Madrid*, 22 de septiembre de 1932, p. 1.

tivo expectante que percibe en esta España de los eventos de 1929 y de la República un país en transformación, con un exotismo, con unos alicientes culturales y una exuberancia paisajística a conocer o por descubrir —un «paraíso»—, con signos de modernidad, que experimenta cambios sociológicos al compás de las corrientes internacionales, que ha mejorado su infraestructura física —medios de transporte, firmes de sus carreteras, hotelería—, su nivel de bienestar y de «civilización», que ha hecho esfuerzos de promoción exterior hasta entonces inéditos y que, además, era comparativamente barata al depreciarse la peseta desde 1928. Con relación al turismo, el precio es una variable muy a tener en cuenta en estos años previos a nuestra Guerra Civil y a la Segunda Guerra Mundial. En la América y la Europa desarrolladas observamos contingentes cada vez mayores de personas de clase media, e incluso de trabajadores, que viajan o que están dispuestos o en condiciones de viajar en sus países o a otros. Asistimos a un proceso de democratización o popularización de la afición al viaje y al veraneo, a una masificación del ocio turístico antes del turismo de masas; se constataba «el carácter de clase media que en el momento actual presenta, cada día más marcadamente, la mayoría del turismo internacional»<sup>10</sup>. El turista británico hacia España, por ejemplo, participaba de las características que ya habían sido bien identificadas estadísticamente por Ogilvie en 1933: respecto a los primeros años veinte, tendía a hacer visitas al extranjero más cortas, gastaba menos por día, con un gasto que seguía estrechamente las variaciones en los precios turísticos.

Los años republicanos suelen despacharse de forma simplista en los estudios generales de historia del turismo en España, salvo contadas excepciones como la de Lavaur (1980)<sup>11</sup> y diversos estudios regionales o provinciales. Se acude al latiguillo de la crisis econó-

---

<sup>10</sup> Antoni MUNTANYOLA: *Organització turística de Catalunya*, Barcelona, Arts Gràfiques L'Estampa, 1932, p. 161; Hans-Joachim KNEBEL: *Sociología del turismo*, Barcelona, Hispano Europea, 1974, pp. 73-74, 93 y 179; Leonard J. LICKORISH y Carson L. JENKINS: *An Introduction to Tourism*, Oxford, Butterworth-Heinemann, 1997, pp. 22-23, y Donatella STRANGIO: «Institutions and Economic Development in the Italian Tourism Sector During the Interwar Years, 1919-1939», *Revista de Historia de la Economía y de la Empresa*, 10 (2016), pp. 191-216.

<sup>11</sup> Luis LAVAUUR: «Turismo de entreguerras (1919-1939) (II)», *Revista de Estudios Turísticos*, 68 (1980), pp. 13-129.

mica internacional desde 1929, a la contracción del comercio mundial y a las dificultades e inestabilidad institucional durante la República —ciertas por otra parte—. Los estudios provinciales o regionales sí que han reparado, no obstante, en el éxito turístico de destinos como la Costa Brava, Málaga, la Costa del Sol y, sobre todo, las islas Baleares, en fase de configuración como uno de los epicentros del turismo mediterráneo<sup>12</sup>. Pero estos resultados localmente relevantes no se han incorporado a los relatos generales del cambio social y económico de estas décadas.

La historia de España para los años veinte y, sobre todo, para los de la República, ha estado más atenta a la agenda política que a las transformaciones socioculturales de gran calado, en la que han de incluirse las prácticas de ocio y las tendencias ciertas a la «democratización» de las mismas, incluyendo las actividades calificables de turísticas.

Un contexto de este tipo es el que explica la emergencia de proyectos residenciales veraniegos pensados para la aristocracia del dinero, aunque también para las clases medias urbanas, profesionales y ciertos trabajadores cualificados de los servicios o de la administración. Lo vemos en Cala D'Or (Cala Llonga, Mallorca, 1932) y, sobre todo, en iniciativas como la Ciudad de Reposo y Veraneo que promovió en Barcelona el Grupo de Arquitectos y Técnicos Catalanes para el Progreso de la Arquitectura Contemporánea (en adelante GATCPAC) en 1933, porque «los ciudadanos de Barcelona sentían una gran predilección por el mar, pero sus playas son, además de insuficientes, inadecuadas, lo que determina la invasión de otras playa próximas igualmente inadecuadas, por lo que era *urgente* para la salud de los habitantes de Barcelona *organizar* el éxodo de las multitudes hacia otras playas de mejores condicio-

---

<sup>12</sup> Bartomeu BARCELÓ: «El turismo en Mallorca en la época de 1925-1936», *Boletín de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Palma de Mallorca*, 651-652 (1966), pp. 47-61; Joan Carles CIRER: «Spain's New Coastal Destinations, 1883-1936: The Mainstay of the Development of Tourism before the Second World War», *Annals of Tourism Research*, 45 (2014), pp. 18-29; Carmelo PELLEJERO: «De incomparable Station d'Hiver a Costa del Sol: Málaga, 1875-1973», *Revista de la Historia de la Economía y de la Empresa*, 10 (2016), pp. 253-283, y Carlos LARRINAGA: «El impacto económico del turismo receptivo en España en el siglo XX, 1900-1975», *Revista de Historia de la Economía y de la Empresa*, 10 (2016) pp. 23-50.

nes». Este avanzado grupo de arquitectos proponía una ciudad de veraneo multifuncional, con sanatorios de reposo, servicios de cabinas para baños, instalaciones deportivas, viviendas familiares independientes y propuestas funcionales de alojamiento, como la original casa desmontable de fin de semana «para facilitar alojamiento en los lugares de descanso a las clases populares»<sup>13</sup>.

La Ciudad de Reposo se convirtió así en un gran proyecto de turismo social impulsado por el GATCPAC y el aval oficial de la Generalitat dirigida por Esquerra. Poseía socios colectivos y socios accionistas individuales. Se constituyó como proyecto empresarial cooperativo en el que participaron varias entidades y sindicatos. Entre los socios individuales hay arquitectos, algún médico, empleado del comercio, pastelero, panadero, oficinista, contable, perito industrial, ingeniero, algún funcionario, carpintero-ebanista e incluso un cura de parroquia. Proponía una arquitectura racional, funcional, inspirada en criterios de arquitectura social al servicio de los «ciudadanos» y de los «trabajadores», según reflejan sus documentos. «Arquitectura —para el GATCPAC—, vol dir, construir esteticament dintre les exigències de la nostra vida particular i col·lectiva. Aquestes exigències han anat en tot temps, augmentant-se amb el progrés i moments de prosperitat»<sup>14</sup>. La iniciativa de la Ciudad de Reposo fue al fin frustrada por la Guerra Civil. Un frustración similar sufrió el proyecto de «ciudad satélite» turística promovido en 1933 en Alicante para la playa de San Juan. Con un planteamiento próximo al de la Ciudad de Reposo de Barcelona, fue llamada Ciudad Prieto porque el ministro socialista Indalecio Prieto había sido uno de sus artífices.

Este fermento turístico descrito, bien visible al menos desde 1924-1925 y en el que el país ocupa el puesto trece entre los países turísticos del mundo, no ha de hacernos olvidar, no obstante, el hecho cierto del desnivel con otros países tanto por ingresos del turismo receptivo como por número de turistas. Según vemos en el cuadro 3, estamos lejos de los líderes turísticos europeos (Francia, Reino Unido, Italia...). En 1931, por ejemplo, Italia recibía 1,2 mi-

---

<sup>13</sup> GATCPAC, *Ciudad de Reposo y Vacaciones*, exposición, 17 paneles, 1933, Arxiu Històric Col·legi d'Arquitectes de Catalunya (en adelante COAC), y *La Vanguardia*, 2 de septiembre de 1932, p. 5.

<sup>14</sup> Arxiu Històric COAC, fondo GATCPAC, C 22/149.

llones de turistas; Francia, 1,5 millones de visitantes<sup>15</sup>; en tanto que España en 1932 no pasaba, según las estadísticas oficiales, de los 400.000 visitantes (turistas y excursionistas). Además, España se comportó, en parte del primer tercio del siglo XX, tanto o más como país emisor que como país receptor.

Las cifras de turismo en la balanza de pagos disponibles para 1899-1934 permiten al menos tres conclusiones sobre la España turística de estos años. La primera es que el peso del turismo exterior en el PIB fue modesto, pues rondó entre el 0,4 y el 1 por 100 del mismo; peso que, sin embargo, no fue superado hasta 1953<sup>16</sup>; las divisas turísticas representaron entre el 5 y el 10 por 100 del valor de las importaciones y compensaron, en 1931-1933, algo más de una cuarta parte del déficit comercial (véase cuadro 4).

La segunda conclusión es que los años de balanza turística positiva se alternaron con otros de balanza negativa, sin que a día de hoy podamos precisar bien las fases. Tenemos, en todo caso, datos para sostener que fue positiva en 1899-1900 y que hubo saldos positivos durante la fase expansiva de 1903-1914, como testimonio en 1912 un informe del Ministerio de Hacienda. La década de 1920, al menos entre 1925 y 1928, parece haber sido negativa para la balanza turística<sup>17</sup>. El fortalecimiento de la peseta, con un encarecimiento relativo del destino, jugó en contra del turismo receptivo, como pudo haberlo jugado a favor durante los primeros años del siglo XX la peseta depreciada (véase cuadro 4).

A partir de 1929, y quizá hasta la Guerra Civil, las cosas parecen haber rodado de otro modo, de forma que dominaron los saldos turísticos positivos, ayudados también aquí por un tipo de cambio seriamente deteriorado. Dichos saldos estuvieron lejos, no obstante, de lo que los contemporáneos desearon y esperaron del turismo durante la República, como alivio ante la contracción del comercio

---

<sup>15</sup> Arthur Joseph NORVAL: *The Tourist Industry: A National and International Survey*, Londres, Sir Isaac Pitman & Sons, 1936, pp. 64 y 79.

<sup>16</sup> Rafael VALLEJO: «Turismo y desarrollo económico en España durante el franquismo, 1939-1975», *Revista de Historia de la Economía y de la Empresa*, 7 (2013), pp. 423-452, esp. p. 437.

<sup>17</sup> José HERRERO: *Estudio del turismo y proyecto para su desarrollo en España mediante la creación de un Consejo Nacional y constitución de la Compañía Hispano-Americana de Turismo*, Barcelona, Requesens, 1926, p. 10, y Rafael VALLEJO, Elvira LINDOSO y Margarita VILAR: «Los antecedentes del turismo...», p. 147.

CUADRO 4  
El turismo receptivo en la economía española, 1899-1934

|               | Turistas<br>(miles) | Pagos por<br>turismo<br>(millones<br>ptas.) | Ingresos<br>por turismo<br>(millones<br>ptas.) | Saldo<br>turístico<br>(millones<br>ptas.) | Ingresos<br>turísticos/ déficit<br>comercial<br>(porcentaje) | Ingresos<br>turísticos/<br>importaciones<br>(porcentaje) | Ingresos<br>turísticos/<br>exportaciones<br>(porcentaje) | Ingresos<br>turismo/PIB<br>(porcentaje) |
|---------------|---------------------|---|--|---|--|--|--|---|
| 1899          |                     | 15,0  | 50,0   | 35,0                                      |  | 6,1  | 5,8  | 0,54                                    |
| 1900          | [116,5]             | 19,4  | 64,8   | 45,4                                      |  | 7,7  | 6,9  | 0,66                                    |
| 1904          | 130,4               |   | 68,0   |   |  | 8,0  | 7,5  | 0,60                                    |
| 1912          | 198,7               |   | 120,0  | Positivo                                  |  | 9,6  | 8,6  | 0,93                                    |
| 1925-<br>1927 | 213,3               |   |  | -25                                       |  |  |  |   |
| 1929          | 276,5               |   | [c. 400]                                       | «Quizá»<br>positivo                       |  |  |  |   |
| 1931          | 187,2               | 149,0                                       | 131,1  | -17,9                                     | 25,5   | 4,9  | 6,1  | 0,39                                    |
| 1932          | 201,9               | 127,7                                       | 161,0  | 33,3                                      | 24,9   | 6,2  | 8,2  | 0,49                                    |
| 1933          | 200,3               | 106,9                                       | 136,3  | 29,4                                      | 30,4   | 6,0  | 7,4  | 0,43                                    |
| 1934          | 190,8               | 83,7  | 142,1  | 58,3                                      | —  | 6,1  | 5,7  | 0,41                                    |

Fuentes: RAFAEL VALLEJO, Elvira LINDOSO y Margarita VILAR: «Los antecedentes del turismo de masas en España, 1900-1936», *Revista de la Historia de la Economía y de la Empresa*, 10 (2016), pp. 137-188; Informe del Ministerio de Hacienda de 1912; MARQUÉS DE LA VEGA INCLÁN (1914 y 1917), y Antoni MUNTANYOLA: *Organització turística de Catalunya*, Barcelona, Arts Gràfiques L'Estampa, 1932.

de exportación, la realidad del déficit comercial y la posición deudora del país frente al exterior. Varios factores internos y externos se aliaron a favor de la afluencia turística hacia España. Pero el contexto económico internacional, aunque expansivo en general para el turismo desde 1932, era complicado; el turismo norteamericano se desplomó coyunturalmente (al menos hasta 1933) y el inglés, el más intenso en Europa, vivió una notable expansión, aunque a costa de popularizarse, bajar mucho el gasto medio y sufrir también coyunturales oscilaciones cambiarias de la libra, como sucedió en 1935. A ello se unía, en el caso español, la conflictividad interna del periodo, social o política. Estos factores restaron sin duda impulso a la corriente de simpatía y de atracción hacia España. Pese a ello, el turismo desempeñó, local o regionalmente, un papel altamente dinamizador, como sucedió en la ciudad de Toledo o testimonia la Cámara de Comercio y Navegación de Palma de Mallorca en sus boletines mensuales y en sus memorias anuales. El balear no fue, pues, el único ejemplo.

No obstante, estos éxitos locales estuvieron sometidos, como el resto del país, a los mismos ciclos de negocio experimentados por la actividad industrial y comercial durante estos años. Lo vemos en las escuetas estadísticas oficiales de turistas, en la hotelería que tributaba por contribución industrial y de comercio, en los resultados de las sociedades anónimas hoteleras de las grandes ciudades, en nuestro IIIMT y en los testimonios de la época. De hecho, ese escenario llevó a fijar la atención en el mercado turístico interior, hasta el punto de que se consideraba que «quizá la más importante» era la «atracción turística no solamente de extranjeros, sino del viajero interior». *El Sol*, por ejemplo, inició una campaña a favor de este: *Espanoles, debéis conocer España*<sup>18</sup>. No fue la única campaña en este sentido.

Las cifras del cuadro 4 permiten, a este último respecto, una tercera conclusión: el turismo emisor de los españoles fue tan o más relevante en algunos momentos del periodo 1900-1936, al menos en cuanto al gasto, que el turismo de los extranjeros en España. Así, no es posible definir estrictamente a España como «país turístico» (receptor) o «país turista» (emisor).

---

<sup>18</sup> T. G. S., «Madrid turístico. Por fin...», *El Sol*, 30 de enero de 1935, p. 6.

En todo caso, en esta época el turismo interno (de los nacionales) fue más importante que el receptivo de los extranjeros en España. Las fragmentarias estadísticas disponibles son recurrentes en este aspecto, al igual que los testimonios. Así, por ejemplo, en los últimos ocho meses de 1928, un destino tan buscado por el público extranjero como era Granada recibió 20.000 turistas, de los cuales 16.000 eran españoles (un 80 por 100 del total)<sup>19</sup>.

El cálculo que hemos efectuado con Elvira Lindoso y Margarita Vilar estima que en 1931-1934 los españoles que hicieron turismo en el país y en el extranjero representaron en torno al 90 por 100 de los turistas en España, de modo que los extranjeros supondrían el 10 por 100 restante. Nos situamos en cifras medias de alrededor de 1.300.000 españoles turistas, un 5,5 por 100 de la población total (véase cuadro 5). No parecen cifras descabelladas. Con una renta per cápita casi igual en esas fechas, la población turística checoslovaca era el 15 por 100 de la total de su país.

Por otra parte, debemos tener en cuenta que en 1933 ya circulaban por España, registrados fiscalmente, casi 94.000 vehículos tipo turismo. Solo con que cada uno de ellos, perteneciente a gente adinerada, hiciera un viaje turístico por el país con cuatro pasajeros a bordo, nos situaríamos en 370.000 turistas. Las posibilidades de movilidad turística no se agotaban ahí. Hay que agregar al menos 24.500 vehículos de «alquiler y taxis»; las 2.444 líneas de «servicios públicos autorizados de automóviles» (autobuses), extendidas por casi 100.000 kilómetros de longitud, y el ferrocarril. En 1930, las compañías de ferrocarril transportaron 117,1 millones de pasajeros, de los que al menos un 15-20 por 100 pudieron haber viajado por motivos turísticos<sup>20</sup>. A ello hay que unir el turismo de «cruceiros marítimos» de carácter local o de cabotaje —en la Costa Brava, algunas rías gallegas...—, el de los cruceros organizados tocando exclusivamente puertos españoles y, sobre todo, el de los viajes regu-

---

<sup>19</sup> Estadística reproducida en *Diario de la Marina* (La Habana), 17 de septiembre de 1928, p. 28.

<sup>20</sup> Para 1886 hemos estimado que la compañía Norte obtenía durante veinte semanas, el pico de junio a noviembre, ingresos superiores a la media anual, que representaban un 23 por 100 de sus ingresos anuales. Véase RAFAEL VALLEJO, ELVIRA LINDOSO y MARGARITA VILAR: «Los antecedentes del turismo...», p. 177.

lares entre la península y las islas Baleares<sup>21</sup>, las Canarias y el protectorado español en Marruecos<sup>22</sup>. Por el modo de realizarse, el del ferrocarril, el de carretera y el marítimo eran los tres tipos de turismo de la época; estaba en ciernes el turismo aéreo.

CUADRO 5

*Composición del turismo en España, 1931-1934*

| <i>Turistas</i>                    | <i>Turistas totales en España, 1931-1934 (media anual)</i> | <i>Total (porcentaje)</i> | <i>Población española (porcentaje)</i> |
|------------------------------------|--|---------------------------|--|
| Receptivo: extranjeros             | 142.500  | 9,6                       | 0,6                                    |
| Interno: españoles en España       | 1.118.562  | 75,7                      | 4,7                                    |
| Emisor: españoles en el extranjero | 215.721  | 14,6                      | 0,9                                    |
| Turismo total                      | 1.476.783  | 100,0                     | 6,2                                    |

*Fuente:* Rafael VALLEJO, Elvira LINDOSO y Margarita VILAR: «Los antecedentes del turismo de masas en España, 1900-1936», *Revista de la Historia de la Economía y de la Empresa*, 10 (2016), pp. 137-188.

En la red de vía ancha en España, los viajeros transportados por kilómetro explotado pasaron de 4.743 de media anual en 1910-1914 a 9.889 en 1925-1929, y en la red catalana de 10.119 anual en 1910-1914 a 21.900 en el decenio 1925-1934<sup>23</sup>. En Vigo, ciudad de unos 45.000 habitantes en 1935, un domingo cualquiera de ese verano salían hacia las playas más de 7.000 personas usando tranvía y autobús. Se habla de «desbordamiento», como sucedió el domingo 28 de julio: «Diez mil pasajeros transportaron los trenes. Seis mil los autobuses [...]. Vigo dio el espaldarazo a su playa. No fue únicamente Samil la favorecida. Bao, Canido, Panjón y Lourido tuvieron lo suyo. En los festivos la vida transcurre a orillas del mar»<sup>24</sup>.

<sup>21</sup> Las líneas regulares desde la península transportaron en ciento seis barcos de crucero «26.871 pasajeros» a Mallorca en 1932 (*Aragón*, marzo de 1933, pp. 55-56).

<sup>22</sup> Sasha PACK: «Turismo, urbanismo y colonialismo en Tánger, 1880-1939», *Cuadernos de Historia Contemporánea*, 37 (2015), pp. 45-65, y Gaetano CERCHIELLO: *La evolución de los cruceros marítimos en España. Desde sus comienzos hasta la actualidad (1848-2016)*, Valencia, Universidad de Valencia, 2017.

<sup>23</sup> Pere PASCUAL: *El ferrocarril a Catalunya (1848-1935)*, vol. II, Barcelona, Eumo, 2016, p. 487.

<sup>24</sup> *El Pueblo Gallego*, martes, 30 de julio de 1935, p. 2.

Mutaciones, pues, en los usos sociales de los españoles; masificación de las prácticas de ocio no limitadas a elites distinguidas y adineradas, como observó Ortega y Gasset en 1929; ocio que abarcaba las diversas modalidades turísticas, especialmente el excursionismo y la atracción por las playas. Proceso de progresiva turistificación del país y geografías del turismo que ya veíamos emerger tímidamente en las décadas de 1830-1840, aunque mucho más visibles, extensas y equipadas justo un siglo después.

Lo observamos igualmente en los equipamientos y servicios que posibilitan esas prácticas turísticas, que en 1933 son más y de mayor calidad que en 1900, y crecieron posiblemente más al calor de la demanda interna que de la externa. Esto se expresa en el *stock* de establecimientos balnearios termales y de mar, en las sociedades anónimas balnearias, en la hotelería turística, en las sociedades anónimas hosteleras, en la aparición de la hotelería pública a cargo del Patronato Nacional de Turismo desde 1929 o en la irrupción de las agencias de viajes españolas y extranjeras (véase cuadro 6). Estas, aunque ya operaban en la primera década del siglo, se multiplicaron en la de 1920 y, sobre todo, en la de 1930. Las «agencias» que realizaban operaciones de «organizar excursiones, facilitar noticias sobre viajes, contratar o proporcionar billetes del ferrocarril, hospedaje, coches, etc.» pasaron, según la estadística de la contribución industrial y de comercio, de 17 en 1927 a 61 en 1933.

La oferta turística del país, cifrada a través de estos indicadores, más que se duplicó en el primer tercio del siglo xx. Estamos, en el caso español, ante un sistema turístico en formación, con desigual desarrollo regional eso sí. Allí donde la intensidad turística fue mayor, como en San Sebastián, Barcelona, Palma de Mallorca, algunos pueblos en la periferia madrileña de la Sierra o en el Pirineo catalán o aragonés, incluso vemos aparecer de la mano los sectores del turismo y la construcción. Ese dueto formará parte estructural del modelo productivo español desde dos décadas más tarde, cuando se extendían como setas los «apartamentos» turísticos y se maridaron el turismo y la especulación urbanística, con sus secuelas de destrucción del paisaje y surgimiento de debates sobre turismo y ecosistema físico y humano<sup>25</sup>.

---

<sup>25</sup> Rafael VALLEJO: «¿Bendición del cielo o plaga? El turismo en la España franquista, 1939-1975», *Cuadernos de Historia Contemporánea*, 37 (2015), pp. 89-113.

CUADRO 6  
Oferta turística en España, 1900-1933

| Año  | Hotelería turística (1) | Sociedades anónimas de empresas de hotelería (2) | Sociedades anónimas de balnearios y aguas minero medicinales (3) | Hospedaje independiente de los balnearios (4) | Establecimientos de hotelería públicos (5) | Casas de baño (6) | Balnearios (7) | Agencias de viajes (8) | Total (1 a 8) |
|------|-------------------------|--|--|---|--|-------------------|----------------|------------------------|---------------|
| 1900 | 258                     | 2  | 3  | 32  |  | 215               | 210            |                        | 720           |
| 1910 | 322                     | 8  | 11   | 61  |  | 242               | 223            |                        | 867           |
| 1914 | 368                     | 9  | 13   | 53  |  | 261               | 234            |                        | 885           |
| 1922 | 385                     | 21   | 23   | 74  |  | 257               | 252            |                        | 1.012         |
| 1927 |                         |  |  |   |  |                   |                | 17                     |               |
| 1929 | 780                     | 35   | 32   |   | 1  | 488               | 298            | 44                     | 1.667         |
| 1933 | 808                     | 44   | 40   |   | 18   | 537               | 312            | 61                     | 1.820         |

Fuente: RAFAEL VALLEJO, Elvira LINDOSO y Margarita VILAR: «Los antecedentes del turismo de masas en España, 1900-1936», *Revista de la Historia de la Economía y de la Empresa*, 10 (2016), pp. 137-188, y Estadística de la CIC.

Una tensión similar, aunque de bastante menor escala, surgió en la Cataluña y las Baleares de la década de 1930. La Conferencia de la Costa Brava, celebrada en Girona el 10 de agosto de 1935, abordó la planificación urbanística de este destino con el objeto de «evitar el peligro que la amenazaba», salvar «la esencia, las bellezas» de la misma, compatibilizando los derechos de los particulares (dueños de chalets, residencias turísticas y terrenos) y el interés público. En él tuvo un papel destacado José Luis Sert, del GATCPAC<sup>26</sup>. Esta planificación entroncaba con el Plan de Distribución en Zonas del Territorio Catalán, aprobado en 1932 por la Generalitat, que venía a ser un ejemplo de *Regional Planning*, en boga en la época. Dicho planeamiento conoció otros ejemplos, como el formulado por el arquitecto Antonio Palacios en 1922 para Vilagarcía y, sobre todo, el Plan Comarcal para Vigo y su área de influencia de 1932, que identificaba la especialización funcional del territorio y los usos turísticos «balnearios» en los municipios costeros de la ría de Vigo<sup>27</sup>.

Así pues, allí donde el sistema turístico fue más profundo porque había un mayor mercado turístico exterior e interior, más agentes y mayor inversión, surgieron las «empresas urbanizadoras», una fase avanzada de la colonización turística o de la turistificación de las geografías. Como sostenía con fundamento Fernando Betrán, representante del Patronato Nacional de Turismo (en adelante PNT), en la Asamblea de la Federación de Sindicatos de Iniciativa (en adelante FESIT), celebrada en Barcelona en 1933, «el concepto de turismo como *industria* ha nacido y se desarrolla entre nosotros. Hace unos años apenas existía»<sup>28</sup>.

¿Cuáles fueron los elementos de ese sistema turístico existente en la década de 1930? ¿Cómo se llegó a él?

---

<sup>26</sup> Antoni FARRERAS: *El turismo a Catalunya del 1931 al 1936*, Barcelona, Pòrtic, 1973, p. 221.

<sup>27</sup> Rafael VALLEJO: «Salud y recreo: los balnearios de Galicia y el descubrimiento de una periferia turística en el primer tercio del siglo XX», *Agua y Territorio*, 6 (2015), pp. 62-79.

<sup>28</sup> «Mis impresiones acerca de la Asamblea», en *Anuario de Barcelona 1933*, Barcelona, Sociedad de Atracción de Forasteros de Barcelona, 1934.

## Un sistema turístico en formación

El turismo avanzó en España como práctica y realidad sociológica y como «industria», hasta el punto de situar al país entre los nueve primeros destinos del turismo mundial en 1933, acortando distancias con los países líderes. Este avance permite identificar, en este periodo, la conformación de las bases del sistema turístico español de la segunda mitad del siglo xx. En los años treinta España era percibida, dentro y fuera, como un país prometedor como destino turístico, con una industria y una organización turística en formación. Se aspiraba a una más intensa «industrialización de los medios de turismo» y a situarlo en «la corriente general del mundo entero»<sup>29</sup>. Destinos como Mallorca se situaban «como uno de los centros más importantes y atractivos del turismo mundial»<sup>30</sup>. Era perceptible que al país le esperaba, en este aspecto, un magnífico porvenir. ¿Cómo se había llegado hasta ese punto?

Un sistema turístico son destinos, agentes, una industria y una organización turística. La existencia de una «organización turística» es determinante. Teniendo en cuenta esta, podemos considerar que dicho sistema se fue configurando en el caso español a través de cuatro etapas desde 1900 hasta 1939: 1) el despegue de la conciencia turística del país y del turismo concebido como industria de forasteros (1900-1913); 2) la crisis, recuperación y expansión (1914-1927); 3) los años de organización institucional, del año excepcional de 1929-1930 y de consolidación (1928-1935); 4) el paréntesis forzado de la guerra y la reordenación sobre las bases existentes (1936-1939).

Hubo despegue de la conciencia turística en 1900-1913, porque el turismo fue identificado como una «industria de forasteros» a fomentar, esto es, como uno de los sectores del sistema productivo, como sucedía en Francia, Suiza e Italia. El contexto internacional fue favorable. Las potencias europeas miraban hacia el sur, al reparto colonial del norte de África. La relación preferente de España con Francia y Gran Bretaña en la entente franco-británica (1904-

---

<sup>29</sup> «I Congreso Nacional de Turismo», *Luz*, 29 de marzo de 1932.

<sup>30</sup> «Sindicato de Iniciativa y Propaganda de Aragón (Zaragoza)», *Aragón*, febrero de 1934, p. 27.

1907) para garantizar su área de influencia en Marruecos puso la península ibérica en la geopolítica europea y, por añadidura, en su mapa turístico. La expansión de la inversión multinacional y, en el caso español, el reflujo de capitales americanos reforzaron la re-colocación europea de España.

Los desequilibrios con los que la economía española iniciaba la centuria —endeudamiento externo (agudizado por la pérdida colonial de 1898), desequilibrio comercial y depreciación de la peseta— jugaron igualmente a favor. Las remesas de emigrantes y los ingresos turísticos eran partidas equilibradoras. Como al turismo se le presumió, igualmente, potencial para estimular el desarrollo local, se coló, de este modo, en el discurso regeneracionista de la época<sup>31</sup>.

Los intérpretes de este despertar turístico fueron varios y varios los medios de expresión, desde la prensa generalista a las primeras publicaciones especializadas en viajes y turismo (1903-1905)<sup>32</sup>. Encontramos aquí publicistas, escritores, hombres de negocios o políticos como Amengual (1903), el conde de Bailén (1909) o Pablo de Alzola. Con un informe presentado en las Cortes españolas en 1903, Alzola se convirtió en el mentor intelectual de la primera medida para institucionalizar la política turística española al proponer que se nombrara «una junta central, con ramificaciones en las poblaciones que por sus monumentos artísticos, por sus playas de baños u otros atractivos son visitadas por los extranjeros, para estudiar en todos sus detalles los factores que contribuyen al fomento de la importante industria del *turismo*»<sup>33</sup>. Dio lugar a la Comisión Nacional de Turismo, creada en el Ministerio de Fomento en 1905 por el conde de Romanones para «fomentar las incursiones de extranjeros en nuestra patria», sin resultados en la práctica, pues no llegó a funcionar.

En segundo lugar encontramos las primeras asociaciones de turismo activo, como las dinámicas de automovilistas (Real Automóvil Club de Cataluña o de España, convertido en cámara oficial en

---

<sup>31</sup> Ana MORENO: *Historia del turismo en España en el siglo XX*, Madrid, Síntesis, 2007.

<sup>32</sup> Como *La Época* o *La Correspondencia Española*.

<sup>33</sup> Pablo DE ALZOLA: «El saneamiento de la moneda (Informe de la Liga Vizcaína de Productores ante la Comisión Parlamentaria)», *Nuestro Tiempo*, núms. 35, 36 y 37; la cita es de este último, p. 79.

1910) y las de turismo receptivo. Estas, conocidas como sociedades de fomento o Sindicatos de Iniciativas Turísticas (en adelante SIT), habían empezado a crearse en estos años (Alicante, 1986; Málaga, 1897; Mallorca, 1905; Valencia, 1906; Barcelona y Zaragoza, 1908; Vigo y Madrid, 1910, etc.). En el plano profesional irrumpió la Asociación de los Fondistas y Hosteleros (1907). Esta «Asociación Sindical de la Industria Hotelera»<sup>34</sup> fue la primera gran organización española de la industria turística. En estos años se hablaba de «industria hotelera» más que de industria turística: sin alojamiento no hay turismo, se decía.

El activismo proturístico o, en su caso, prohotelero, fue acompañado de activismo político. Estas asociaciones, individual o colectivamente, actuaron como demandantes de medidas sectoriales a favor del turismo y, más importante, de su organización institucional. La creación de la Comisaría Regia de Turismo (1911-1928) hay que entenderla en este contexto. Los Sindicatos de Iniciativa no llegaron, no obstante, a federarse. Salvo excepciones, eran colectivos minoritarios y poco numerosos, aunque en crecimiento, pues en 1912 «serán ya veinte»<sup>35</sup>. Pretendieron un reconocimiento por parte de los poderes públicos como agentes oficiales, pero no lo consiguieron, más allá de la cooperación local con los ayuntamientos respectivos. Estos, como en el siglo XIX, continuaron siendo las administraciones que más hacían por el fomento del turismo, como sucedía en San Sebastián, en Santander o en A Coruña<sup>36</sup>, de ahí que haya que identificarlos como parte significaba de aquel sistema turístico.

Otros agentes empresariales de este sistema turístico en ciernes fueron las empresas balnearias, las navieras y, sobre todo, las poderosas ferroviarias, así como algunos medios de prensa especializada en turismo. Hoteleros, Sindicatos de Iniciativa, ferroviarios y

---

<sup>34</sup> *La Vanguardia*, 10 de febrero de 1907, p. 3.

<sup>35</sup> *Memoria de 1911*, Barcelona, Sociedad de Atracción de Forasteros de Barcelona, 1912, p. 21.

<sup>36</sup> John K. WALTON y Jenny SMITH: «The First Century of Beach Tourism in Spain: San Sebastián and the Playas del Norte from the 1830s to the 1930s», en Michael BARKE, John TOWNER y Michael NEWTON (eds.): *Tourism in Spain. Critical Issues*, Oxon, CAB International, 1996, pp. 35-61; Carmen GIL: *Casas para baños de ola y balnearios marítimos en el litoral montaños, 1868-1936*, Santander, Universidad de Cantabria-Fundación Botín, 1992, y Elvira LINDOSO y Margarita VILAR: «El despertar del turismo en A Coruña, 1900-1935», *Cuadernos de Turismo*, 42 (2018), pp. 213-236.

algunas de las asociaciones de turismo activo fueron los artífices, con sus homólogos franceses y portugueses, de los cinco congresos internacionales de turismo celebrados entre 1908 y 1913, tres de ellos en España. Estos congresos demostraron altura intelectual en esta materia, fueron el primer embrión de una Federación Franco-Hispano-Lusa (que tuvo sede en Madrid) y estimularon el movimiento asociativo tanto de las organizaciones empresariales más directamente afectadas como de los Sindicatos de Iniciativa. Estamos en una época cargada de iniciativas empresariales (hotelería y hotelería de lujo), organizativas y políticas, que aquí no podemos censar, con ese criterio rector de resolver o abordar los grandes problemas estructurales en materia de alojamientos y carreteras en el despertar de la era de los vehículos de turismo. Todo ello dejó abierta la agenda de cuestiones a resolver para convertir España en un país turístico.

Esta fase de despegue inicial de la industria del turismo fue cortada por la Primera Guerra Mundial. Se iniciaba un segundo periodo del sistema turístico español. Este tuvo dos momentos o subfases: uno crítico, de retroceso, entre 1914 y 1923 —más del turismo internacional que del nacional—, y otro de *boom* turístico desde 1924 al máximo de 1929-1930, apoyado en los cambios en los gustos, así como en la intensificación de la movilidad con el extraordinario crecimiento del parque automovilístico a partir de 1920 y el aumento de la renta general del país y de la renta y el consumo per cápita. La constitución de sociedades anónimas hoteleras durante la guerra y la posguerra mundial es un indicador, a su vez, de la mejora del equipamiento hotelero general<sup>37</sup>. La formación de capital turístico avanzó, pero las expectativas creadas antes y durante la guerra no se vieron correspondidas a corto plazo. El turismo exterior no acababa de irrumpir. El debilitamiento de las economías centrales europeas y de los países emisores, la inestabilidad social y las acentuadas fluctuaciones monetarias ayudaron poco, al menos hasta 1923-1924. El clima de crisis social y política interna entre 1917 y 1923 restó igualmente incentivos. Las tornas cambiaron a partir de 1923.

La guerra mundial trastocó la vida europea. La vuelta a la normalidad lo fue a un escenario sustancialmente distinto al de pre-

---

<sup>37</sup> Rafael VALLEJO, Elvira LINDOSO y Margarita VILAR: «Los antecedentes del turismo...», pp. 171-177.

guerra. También sucedió así en España y en su sector turístico en formación, más allá de las continuidades y de las posibilidades que abrió el enriquecimiento del país durante la contienda. Afectó a los mercados potenciales. Franceses y, sobre todo, británicos continuaron siendo un público objetivo, pero ahora lo fueron mucho más los «ricos» norteamericanos y los iberoamericanos, en especial las comunidades emigrantes de españoles con recursos y capacidad viajera. Las prácticas sociales también mudaron en la posguerra. Uno de estos cambios sociales lo vemos en la presencia social y laboral de las mujeres, que salió fortalecida, al igual que su autonomía personal; esto se expresó en su mayor presencia en los viajes turísticos internacionales, acompañada o sola. La guerra acabó afectando igualmente a la organización empresarial, a los agentes sociales del turismo, a la organización turística y, por supuesto, a la movilización colectiva, al movimiento congresual y de grandes eventos; repercutió, en fin, en la geografía de las organizaciones y de su influencia.

En España, uno de los cambios visibles, en cuanto a los agentes turísticos, se produjo en el ámbito de las asociaciones de turismo receptivo, que decayeron hasta incluso desaparecer. En 1925, Eduardo Cativiela cifraba en diez las asociaciones que reunían condiciones y actividad para considerarlas como SIT vivos, entre ellos los destacados de Barcelona, Mallorca y quizá Valencia. Los grandes congresos internacionales hispano-franco-portugueses de turismo que habían promovido en 1908-1913 no volvieron a reeditarse. En esta materia se produjeron tres fenómenos nuevos en el caso español: la inclusión del turismo en los encuentros o conferencias internacionales bilaterales y en los congresos de comercio, la celebración de congresos regionales de turismo y la irrupción de los congresos profesionales de agencias de viajes e industria hotelera. En el primer supuesto encontramos el Congreso Franco-Español de 1919, donde se trató del «estrechamiento de las relaciones turísticas Francia-España»<sup>38</sup>, al igual que en el Congreso de Aproximación Hispano-Francesa, celebrado en marzo-abril de 1921 en Madrid y San Sebastián<sup>39</sup>; el Primer Congreso Nacional del Comercio Espa-

---

<sup>38</sup> *El Sol*, 11 de mayo de 1919, p. 5.

<sup>39</sup> *La Vanguardia*, 20 de febrero de 1921, p. 17, y 21 de abril de 1921, p. 18, y Archivo General de Palacio, caja 155592/4.

ñol en Ultramar (Sevilla, 1923) incluyó el turismo en su programa<sup>40</sup>, como el posterior de 1929. La celebración de congresos turísticos regionales, por su parte, se inauguró desde Cataluña en 1919 (Barcelona) y 1921 (Tarragona). Hubo que esperar hasta 1923 para la primera Conferencia Nacional de Turismo, celebrada en Barcelona, que no tuvo continuidad.

En este momento histórico se constata una organización y una potencia diferencial en el territorio nacional en cuanto a los agentes de los turismos activo y receptivo y a las empresas. Cataluña tomaba ahora claramente la delantera con Barcelona como metrópoli de referencia<sup>41</sup>. Los congresos profesionales de turismo y los eventos con motivación turística bascularon hacia esta comunidad. Constatamos, de este modo, la conformación de un sistema turístico español con notables diferencias regionales y la configuración en él de un subsistema catalano-balear-pirenaico. Siete de los trece congresos relacionados con el turismo que hemos contabilizado en este periodo 1915-1923 tuvieron lugar en Cataluña. Dos de esos congresos, estrechamente ligados a los empresarios de la «industria turística», son indicadores de la madurez turística del país a aquella altura. Uno es el VI Congreso Internacional de Agencias de Viajes, celebrado en octubre de 1925 en Barcelona. Las agencias de viajes españolas, aún pocas, adquirirían así presencia internacional e, internamente, iniciaban a partir de este congreso su federación nacional<sup>42</sup>. Estamos ante lo que bien puede considerarse un hito en la conformación del sistema turístico español. Otro hito en la marcha del sistema turístico fue la celebración en octubre de 1927 en Barcelona de la I Exposición de la Industria Hotelera y de la Alimentación, organizada por la Asociación de Hoteleros y Similares de Cataluña. Se trata de la pri-

---

<sup>40</sup> *Primer Congreso Nacional del Comercio Español en Ultramar. Informe del Comité Organizador*, Madrid, Gráficas Reunidas, 1923.

<sup>41</sup> Saida PALOU: *Barcelona, destinació turística*, Barcelona, Vitel-la, 2012, pp. 129-181, e íd. (ed.): *Destinació BCN. Història del turisme a la ciutat de Barcelona*, Barcelona, Ayuntamiento de Barcelona, 2016, y Rafael VALLEJO: «La formación de un sistema turístico nacional con diferentes desarrollos regionales entre 1900 y 1939», en Rafael VALLEJO y Carlos LARRINAGA (dirs.): *Los orígenes del turismo en moderno en España. El nacimiento de un país turístico, 1900-1939*, Madrid, Editorial Sílex, 2018, pp. 113-129.

<sup>42</sup> Jorge VILA: *La gran aventura del turismo en España*, Barcelona, Editur, 1997, pp. 126 y 148.

mera feria profesional de la industria al servicio de la industria turística. El turismo español mostraba haber entrado en una senda de «industrialización». Los hosteleros catalanes también impulsaron, desde 1922, la revitalización del asociacionismo profesional. Movilizados como colectivo, le arrancaron a Primo de Rivera y a Alfonso XIII, en el seno de aquella exposición de la industria hotelera de 1927, la creación de la Cámara Oficial Hotelera (1928).

El avance de la industria turística no fue acompañado, sin embargo, de la correspondiente organización turística oficial. Hubo un manifiesto desajuste entre la progresiva profesionalización del sector y la Comisaría Regia de Turismo, el organismo oficial encargado de la política turística. Este, descontando la mayor atención a la proyección americana e iberoamericana del país<sup>43</sup>, la preocupación por el automóvil o las nuevas formas de alojamiento para ese nuevo turista itinerante que propiciaban los vehículos, no estuvo a la altura del avance de la industria y las demandas organizativas del sector turístico asociado, que reclamó una verdadera organización turística con el soporte de la administración central.

En otros países europeos, la finalización de la guerra mundial planteó a los gobiernos exigencias suficientes para reformular los organismos encargados del turismo o, en su caso, crearlos. Francia e Italia lo hicieron en 1919, Alemania en 1918, Suiza también en 1919, etc. En España esto no sucedió; hubo que esperar hasta 1928, con la creación del Patronato Nacional de Turismo. Este retraso de una década en la modernización de la organización turística es probable que retardase el progreso turístico del país al restarle, con las carencias del apoyo estatal, una más adecuada labor de coordinación y fomento. Posiblemente la estrecha vinculación, personal y cortesana, del comisario regio de turismo con Alfonso XIII actuara de factor retardatario. Esto se producía al tiempo que emergían, mediados los años veinte, «institutos» de turismo y «comités» o «centros» de atracción y turismo locales, auspiciados en su mayoría por los ayuntamientos urbanos o, menos, por las diputaciones provinciales. Lo vemos en San Sebastián, Gijón, Sevilla, A Coruña o Asturias, donde fue creado el Instituto de Turismo de la Diputación de Asturias (1926)<sup>44</sup>.

---

<sup>43</sup> Exposición de España (Nueva York, 1922-1923) y Exposición de Obras del Turismo en España (Filadelfia, 1926).

<sup>44</sup> Suprimido en 1927. Véase *Región*, 24 de octubre de 1928, p. 2.

La Sociedad de Atracción de Forasteros de Barcelona reclamó, en 1919 y 1922, un Organismo Nacional de Turismo; la Conferencia Nacional de Turismo (1923) solicitó un Consejo Nacional de Turismo, y esto mismo proponía el consignatario José Herrero Anguita en 1926, que acompañaba con una Compañía Hispano Americana de Turismo, propuesta que apadrinaba el conde de Güell, presidente de Transmediterránea, y, dos años después, del Patronato Nacional de Turismo en 1928-1930. Durante estos años, los empresarios con intereses turísticos desplegaron estrategias de grupos de presión, en el caso de Güell exitosa, porque acabó capturando el organismo estatal creado en 1928. No se ha abordado con la profundidad que merece el influjo de estos grupos de interés en la formación de la política turística<sup>45</sup>.

La Comisaría Regia era un órgano unipersonal, personalista, sin apenas soporte administrativo central y carente de delegaciones territoriales<sup>46</sup>. Centrada en la promoción del arte y de lugares de referencia histórica del país, esto es, un determinado turismo cultural, aparecía divorciada o incapaz frente del dinamismo que mostraban, y reclamaron, los empresarios y otros agentes del turismo activo y receptivo<sup>47</sup>. Avanzada la década de 1920, la promoción del turismo ya no era considerada solo una cuestión filantrópica, altruista; se estaba ante un asunto cada vez más de «industria nacional». Siguió habiendo muchos publicistas y aficionados del turismo, pero ahora el tratamiento fue más profesional y se cargó de argumentos económicos, ligados a las coyunturas de la economía española. Lo vemos bien en tres excelentes artículos de 1926 de Antonio Bermúdez Cañete en *El Debate*, o de Vicente Gay o Baldomero Argente sobre la función económica del turista, o de Hilario Crespo en 1929, que afirmaba que ya no se estaba, respecto a la industria del turismo, para «brillantes y ampulosos dis-

---

<sup>45</sup> Una excepción, Ana MORENO: «La estrategia atlántica. Elites económicas e intereses turísticos en la España de Primo de Rivera», *Historia Contemporánea*, 41 (2010), pp. 481-507.

<sup>46</sup> En Cádiz y Salamanca la hubo.

<sup>47</sup> En 1923, la «Comisaría Regia de Turismo era un organismo sin actividad ninguna», según Eduardo Bermúdez Reyna, presidente de la sección de turismo del Touring Club Español en 1931, *El Heraldo de Madrid*, 6 de noviembre de 1931, p. 13.

«cursos», sino que era el tiempo de «concepciones rápidas y concretas y de resoluciones prácticas y definitivas»<sup>48</sup>.

Consciente, en todo caso, de la potencialidad del turismo, la respuesta del gobierno de la Dictadura de Primo ante las reiteradas y diversas demandas de las organizaciones turísticas y de la propia Asamblea Nacional (la cámara legislativa sustitutiva de las Cortes) fue apostar por un programa de inversión en carreteras, el Circuito de Firms Especiales (1926). El de los Firms Especiales puede ser considerado como la primera gran operación de planificación turística oficial en España. El cambio en la administración turística vino más tarde, en 1928, con el PNT. El fomento del turismo internacional con motivo de los grandes eventos de 1929, las exposiciones de Sevilla y Barcelona, actuó de acicate, pero no fue su causa. Esta estuvo en la acción colectiva de los intereses turísticos organizados desde 1919 y en el palpable avance de la relativamente modesta, pero progresiva, turistificación del país y de sus agentes sociales y económicos.

Los años 1928 y 1929 marcaron, así, el inicio de una nueva etapa en el sistema turístico español, de organización institucional y de profundización turística hasta julio de 1936. De los turistas ya hemos hablado. En materia de organización turística cabe destacar los siguientes elementos. Primero, la administración turística. Por fin se contó con una auténtica organización oficial, el PNT, al margen de sus vaivenes organizativos y funcionales, de sus tres etapas durante la Dictadura y la República, y de los relevos en su dirección (en 1928-1930 tuvo al frente tres directores y en 1931-1936 once, incluyendo al efímero director general de Turismo de 1931). Es una historia conocida<sup>49</sup>. No vamos a entrar aquí. Merece ser destacada, no obstante, la madurez y profundidad de su actuación ya desde su momento fundacional, más allá también de los errores, que los hubo, y de las irregularidades, incluyendo el nepotismo. Una ac-

---

<sup>48</sup> «Apuntes acerca del turismo. Gestiones que deben encomendarse a las asociaciones de propaganda», *Viajes por España*, núm. 8, diciembre de 1929, p. 25.

<sup>49</sup> Beatriz CORREYERO y Rosa CAL: *Turismo: la mayor propaganda de Estado*, Madrid, Vision Net, 2008, pp. 119-209, y Carmelo PELLEJERO: «La política turística durante la República, 1931-1936», en Rafael VALLEJO y Carlos LARRINAGA (dirs.): *Los orígenes del turismo en moderno en España. El nacimiento de un país turístico, 1900-1939*, Madrid, Sílex, 2018, pp. 345-380.

ción que abarcó la publicidad, delegaciones regionales y provinciales de administración del turismo, servicios de información en España y agencias en el extranjero, crédito hotelero, regulación varia (de guías-intérpretes, de hoteles, libro de reclamaciones, placa de hotel recomendado, prevención de abusos a los turistas...), un servicio de publicaciones cualificado y, en fin, las primeras estadísticas turísticas modernas en España.

¿Cómo fue posible todo esto en tan poco tiempo? En primer lugar están los extraordinarios recursos económicos con que fue dotado el PNT —si lo analizamos desde una perspectiva histórica—, hasta el punto de que se habló de derroche. En segundo lugar, los avances en la cultura turística del país, la existencia de especialistas, de un capital humano a no despreciar, por más que hubiera habido nepotismo, captura del organismo por intereses privados y relaciones clientelares en la provisión de empleados, sobre todo mientras fue organismo autónomo de abril de 1928 a abril de 1931. En un nivel sin duda inferior a Francia, Italia o Suiza, no eran desconocidos en el país los modelos y los instrumentos orgánicos y técnicos de fomento del turismo. Este saber hacer recorre, con mayor o menor intensidad, toda la red territorial de Juntas y Oficinas Provinciales de Turismo. Donde faltó la técnica se observa voluntad, pese al desconcierto que ocasionaban los vaivenes en la cúpula y directrices del Patronato. Lo hemos comprobado en Pontevedra, donde la Junta Provincial de Turismo (1929-1936) revela esta voluntad de buen hacer a favor del turismo provincial y regional a través del secretario de la misma, Xosé Filgueira, que contó, no obstante, con la asesoría cualificada de su mentor el pontevedrés Javier Sánchez Cantón, subdirector del Museo del Prado<sup>50</sup>.

A través de la documentación de esta Junta también constatamos la importante labor de impulso y coordinación entre estos organismos locales del Estado y las autoridades centrales. Estamos ante uno de los activos de esta organización oficial en ciernes. Se comprueba, a través de ella, la configuración de un sistema, de un modo de articulación de políticas en el territorio, que luego va a continuar, casi tal cual, Luis Bolín desde 1938-1939 en el Servicio Nacional de Turismo y la Dirección General de Turismo.

---

<sup>50</sup> Museo de Pontevedra, fondos Filgueira Valverde y Sánchez Cantón.

La República trajo también la primera experiencia de administración turística autonómica en España, la de Cataluña, que se nutre del capital empresarial y social acumulado a través de sus agrupaciones turísticas civiles, como la Sociedad de Atracción de Forasteros de Barcelona o el Sindicato de Iniciativa Turística de Tarragona, puesto ahora en el servicio de la construcción de una «marca genérica» de referencia, de un destino, como propugnaba Antonio Muntanyola en 1931-1932, dentro del proceso de construcción nacional catalán. En este periodo se produjo igualmente una mayor implicación de las diputaciones provinciales y de los ayuntamientos en la administración turística. Fue voluntaria en parte (en 1929) y obligada desde 1932. La Ley de Administración Local de 1935 dio un paso más sustantivo y oficializó en una norma orgánica las competencias municipales en materia de turismo. El franquismo heredó este legado institucional de la República en materia de política turística. En 1935 están sentadas las bases institucionales que continuará durante la guerra el Servicio Nacional de Turismo de la España franquista y, desde 1939, la Dirección General de Turismo del «Nuevo Estado». Se trata de un esquema institucional que incorporó, como auxiliares, a los Sindicatos de Iniciativa y Turismo, que eclosionaron desde 1931, una vez desaparecida la Comisaría Regia y abiertos los debates sobre la reorganización republicana del PNT.

En efecto, a partir de 1930 los agentes turísticos se multiplicaron tanto en el ámbito del turismo activo como del receptivo. Una de las novedades fue la creación del Touring Club Español en 1930 y la del Touring Club Catalano-Balear en 1934. Otra fue la reactivación de los SIT, su Federación Nacional en 1932 y la consideración de esta, desde 1935, como Asociación de Utilidad Pública<sup>51</sup>. Esto significó su reconocimiento de actores institucionales del sistema turístico español y que pudieran ejercer funciones públicas de información y promoción del turismo, recibiendo a cambio subvenciones o financiación pública, como sucedió en Mallorca o en Tarragona<sup>52</sup>.

---

<sup>51</sup> Orden de 21 de noviembre de 1935. Francia había hecho esto mismo en 1921 (Decreto de 27 de agosto de 1921). Véase *Aragón*, noviembre de 1927, pp. 222-223.

<sup>52</sup> Antonio VIVES: *Historia del fomento del turismo en Mallorca (1905-2005)*, Mallorca, Foment del Turisme de Mallorca, 2005, p. 164.

En enero de 1932, los SIT fueron incorporados al Consejo General de Turismo, órgano consultivo del Patronato<sup>53</sup>.

Apenas una docena en 1931, los sindicatos de iniciativa activos o en proceso de formación afiliados a la FESIT llegaban a 65 en junio de 1935. Era solo una décima parte de los franceses en 1929 (685), pero su activismo los convirtió en pieza sustancial de la organización turística de estos años. Protagonizaron al menos once de los dieciséis congresos de turismo celebrados entre 1928 y 1936.

Los congresos de turismo y, en general, los eventos con motivación o contenido turístico, eclosionaron durante la República en forma de salones de automovilismo, de moda, ferias de industria y comercio, exposiciones artísticas y congresos o asambleas internacionales. En materia de congresos, la delantera parecen llevarla los sindicatos, pero esta no era más que el reflejo del dinamismo del tejido empresarial. Los agentes turísticos se ampliaron en este periodo tanto en la economía informal como en la formal de las empresas cotizantes a la Hacienda, bien individuales o sociedades anónimas, tanto de españoles como de extranjeros allí donde las colonias de turistas foráneos fue haciéndose realidad cotidiana. Los observamos en Tossa del Mar en la Costa Brava, donde convivían con los pescadores del lugar, alemanes, franceses, británicos, austríacos, algún belga, italiano o danés, algunos con empresas turísticas (hoteles, tiendas de *souvenirs*, bares, áreas de recreo para fiestas y bailes)<sup>54</sup>.

Tossa es solo un ejemplo del proceso de turistificación que recorría, con desigual intensidad, buena parte de la geografía del país, desde la Baiona de Pontevedra hasta Rota en Cádiz, Pollença en Mallorca, Santoña en Santander, el valle de la Orotava y la ciudad de La Laguna (Tenerife) o los pueblos serranos de Ávila, Salamanca, Madrid o Segovia, incididos por la capacidad emisora de las ciudades españolas y de otros países que llegaban a estos pueblos, interiores o de litoral, a las islas y a las ciudades españolas de referencia. En ellos, la oferta de alojamiento en el mercado informal era notable, en consonancia con un proceso de turistificación

---

<sup>53</sup> Turismundo denunciaba en *El Sol*, 12 de diciembre de 1934, p. 6, «la ausencia inexplicable en la junta del PNT de un vocal representante de la Federación Española de Sindicatos de Iniciativas».

<sup>54</sup> Nancy JOHNSTONE: *Un hotel en la Costa Brava*, Barcelona, Tusquets, 2016 (título original, *Hotel in Spain*, 2.ª ed., Londres, Faber & Faber, 1937).

en ciernes. Lo vemos en muchas villas litorales de Galicia (Panxón, Sanxenxo, Pontedeume...); en Rota, «donde existen muchas casitas amuebladas que se alquilan por meses y temporadas», o en El Barraco y Navas del Marqués (Ávila). Y, por supuesto, en Ibiza o en Palma Mallorca, donde había tradición de arriendo de casas de particulares —como nos cuenta Mary Stuart Boyd en *The Fortunate Isles* (1911)— y la oferta hotelera fue incapaz, coyunturalmente en 1932 o 1933, de satisfacer toda la demanda<sup>55</sup>.

Tal debía de ser la importancia de este mercado de viviendas particulares que las Oficinas Provinciales de Turismo creadas por el PNT solicitaban, en la prensa y a través de los alcaldes, que les fuesen enviadas noticias de ellas, en tanto que operadores globales como la Thomas Cook & Son ofrecía en julio de 1936, entre sus productos para España, el «alquiler de casas por la agencia»<sup>56</sup>. España, se decía entonces, era «un país de turismo» con realidades turísticas y potencial.

La parte más visible de ese turismo estaba, no obstante, en su «industria», en la hotelería y restauración, las agencias de viajes, los transportes y comunicaciones, y las empresas de ocio. En este ámbito también se multiplicó el asociacionismo y la federación. Algunos de estos colectivos animaron los congresos turísticos de la época o formaron parte de la organización turística oficial en los órganos ejecutivos o deliberantes. En el políticamente polémico I Congreso Nacional de Turismo de 1932 participaron, por ejemplo, la Federación Aeronáutica Española y la Federación Nacional del Transporte con tres ponencias<sup>57</sup>. Ese tejido lo vemos igualmente en el Consejo General de Turismo del PNT (1932) y, con más amplitud y fortaleza, en el Patronato Catalán (1933), con empresas y diversas asociaciones de turismo activo y receptivo. No era extraño. De los SIT vinculados a la FESIT en junio de 1935, el 70 por 100 correspondían a Cataluña, Baleares, Aragón y Navarra; de ahí que quepa hablar de un subsistema turístico catalano-balear expresado formalmente en la Federación de Turismo de esa misma denominación (1932) o el Touring Club Catalano-Balear (1934) y, más ampliamente, de un subsistema turístico catalano-balear-pirenaico.

---

<sup>55</sup> Archivo del Congreso de los Diputados, 17 de marzo de 1932, P-01.

<sup>56</sup> *Revista de Viajes*, núm. 51, julio de 1935.

<sup>57</sup> *Fuerza*, 1 de agosto de 1932, p. 3, y *Heraldo deportivo*, 15 de abril de 1932.

Esta musculatura de las organizaciones empresariales y sociales ligadas al turismo era una marca distintiva en el caso catalán, que se trasladó a las preferencias reveladas ante los agentes políticos de apuesta por una organización turística con mayor peso o dirección de las entidades cívicas o económicas que de los organismos públicos. Lo defendía en 1931-1932 Antoni Muntanyola, uno de los mejores especialistas de la época en organización del turismo, y empresarios como Jaume Marill, director de Viatges Blaus, en 1931: «Nosotros preconizaremos, en lugar de un organismo dentro de la administración, la creación de organismos sostenidos por todos los elementos que tienen intereses turísticos»<sup>58</sup>.

Las Cámaras de Comercio fueron otros de los agentes económicos de aquel sistema turístico en formación. Lo fueron más a medida que la industria turística fue un hecho y hubo más empresas participando de la misma. Lo vemos en Baleares, en Madrid, en Vigo y en Barcelona. El turismo nacional ganaba presencia y «las agencias de viaje europeas empiezan a señalar nuestro país como punto de atracción turística. El panorama, pues, no puede dar mayores esperanzas»<sup>59</sup>.

La multiplicación de agencias turísticas operando en España fue uno de los saltos cualitativos del sistema turístico español que llevaba a identificar el turismo como industria<sup>60</sup> y a que tuviera, como tal, cabida en las revistas de economía de la época y en los debates sobre la economía española en el escenario de debilidad internacional del comercio, de debilitación de las exportaciones nacionales, de evasión de capitales y de recorte sustancial de las remesas de los emigrantes. Como tal, se introdujo en los congresos regionales de economía, como vemos en la Conferencia Económica Aragonesa de 1933, cuya sección octava estuvo dedicada al turismo, con una altura que demuestra la densidad teórica y práctica que se había alcanzado en esta materia. En Aragón:

---

<sup>58</sup> Antoni FARRERAS: *El turismo a Catalunya...*, pp. 136-137, y Saida PALOU: «La primera experiencia de política turística autonómica en Cataluña», en Rafael VALLEJO y Carlos LARRINAGA (dirs.): *Los orígenes del turismo en moderno en España. El nacimiento de un país turístico, 1900-1939*, Madrid, Sílex, 2018, pp. 421-446.

<sup>59</sup> «Ayudando al turismo», *Madrid turístico y monumental*, núm. 6, diciembre de 1935, p. 1.

<sup>60</sup> «El turismo, industria nacional», *El Heraldo de Madrid*, 6 de julio de 1928, p. 7.

«A base del turismo y de la excelsa salubridad de nuestra región altoaragonesa han surgido diferentes industrias, consolidadas ya unas, como los magníficos Sanatorios de Panticosa y Boltaña, o en el comienzo de su explotación otras, como los grandes hoteles construidos en varios puntos pintorescos de la provincia, y con prometedores ensayos de transformación de algunas localidades en centros veraniegos»<sup>61</sup>.

Las aproximaciones estadísticas que efectuamos revelan una alta intensidad mediática de las agencias de viajes y, por tanto, de su actividad en 1910-1914, 1930-1934 y 1925-1929. El Gobierno reconocía en 1928 la «experiencia» y el «adelanto» de las «agencias» españolas en promover y gestionar viajes turísticos<sup>62</sup>. Sobre ellas caben destacar algunos hechos. En primer lugar, su crecimiento desde al menos 1927, intensificado en los años treinta. En segundo lugar, la presencia de operadores mundiales como Thomas Cook & Son, asociada a Wagons-Lits, que tenía en España un nicho de negocio relativamente importante. Cook disponía aquí, en 1929-1936, del 4,4 por 100 de todas sus sucursales, abiertas en doce ciudades en julio de 1936, que se corresponden, a grandes rasgos, con las de la geografía urbana con mayor potencia turística por su tamaño, riqueza o ubicación geográfica: Algeciras, Barcelona, Bilbao, Granada, Irún, Madrid (con dos oficinas), Málaga, Palma de Mallorca, San Sebastián, Sevilla, Valencia y Vigo. Esta geografía coincide en buena medida con la red de las agencias españolas más importantes como Marsans (1910) y Compañía Española de Turismo (1929). Y se superpone a la de otro de los operadores turísticos destacables, la cadena de Hoteles Unidos HUSA, creada en Tarragona (1930), que entre 1931 y 1936 llegó a gestionar catorce establecimientos en Barcelona, Tarragona, Alicante, Granada, Sevilla, Cádiz, Bilbao y San Sebastián.

En 1935 comprobamos que la Federación de Agencias de Viajes de España (reformulada en 1932) constituía una de «las fuerzas vivas del turismo nacional», entre las que se encontraban las

---

<sup>61</sup> Feliciano BARATECH, «Comercio y producción de Huesca», *Aragón*, agosto de 1935, p. 149.

<sup>62</sup> *Gaceta de Madrid*, 21 de diciembre de 1928, p. 1853. Rafael VALLEJO y Carlos LARRINAGA: «Las agencias de viajes: operadores turísticos», en Rafael VALLEJO y Carlos LARRINAGA (dirs.): *Los orígenes del turismo en moderno en España. El nacimiento de un país turístico, 1900-1939*, Madrid, Sílex, 2018, pp. 723-762.

grandes compañías ferroviarias y navieras: «Compañías del Norte, MZA, Oeste, Trasatlántica, Trasmediterránea, Ibarra e importantes agencias de viajes que constituyen la mencionada Federación». Las agencias eran conscientes de la dimensión global de sus mercados potenciales y, como tales, buscaron presencia en el movimiento turístico internacional. En 1925, en 1928 y en 1934 organizaron tres congresos internacionales de agencias de viaje: el de 1928, en Sevilla, Madrid y Barcelona, para explorar el mercado abierto con los eventos de 1929, y el de 1934, XV Congreso de la Federación Internacional, para consolidar el renombre turístico de Mallorca, convertida en uno de los «centros del turismo mundial».

Entre las agencias españolas descollaban, además de las citadas, Sommariva, Sevilla, Bakumar, Cafranga, Iberia..., que actuaban al lado de un número difícil de determinar de pequeños agentes locales, como vemos en San Sebastián, Vigo, Málaga, Valencia, Palma o Santa Cruz de Tenerife, o en combinación con varios periódicos. *El Sol*, *La Voz*, *El Heraldo de Madrid* o *La Vanguardia* ofrecían a sus lectores productos de excursionismo de larga distancia operado por algunas de dichas agencias. Orientadas sobre todo al turismo interno de los españoles y, de forma intensa, al emisor, ofrecían una variada gama de productos, algunos tan específicos como «La Ruta del Quijote» (1935), que nos podrían parecer muy actuales si no descontásemos que, en materia de turismo, hay bastantes productos y destinos inventados hace más tiempo del que imaginamos.

Aquella diversidad se correspondía con la diversificación en las modalidades de turismo desarrolladas en el país antes de la Guerra Civil, algunas tan importantes en el futuro como el campismo, presente en Cataluña y las provincias pirenaicas. En una fecha tan poco propicia como 1938, Luis Mur ofrecía en la revista *Aragón* toda esta cartera de posibilidades turísticas en la provincia de Huesca: «turismo artístico»; «turismo deportivo en sus más diversas modalidades: el alpinismo, los deportes de la nieve, el excursionismo en sus múltiples fases, la caza mayor y menor»; «turismo científico y utilitario [...]. La red de riegos del Alto Aragón [...]. Las centrales eléctricas»; «turismo sedante, pacífico, de reposo acogedor» del que se dedica a la contemplación de «un bello paisaje»; turismo cultural, para «el turista curioso que desee revisar costumbres típicas»; y turismo de religión para el «turista religioso —llamémosle de alguna

manera— que quiera conocer manifestaciones de acendrada piedad y devoción en fiestas y romerías tradicionales»<sup>63</sup>.

El aragonés era, en fin, un ejemplo del turismo diverso que presentaban las regiones españolas en la antesala de la Guerra Civil.

## Epílogo

Durante la República se nos muestra la realidad de España con su sistema turístico en formación, con sus progresos y, sin duda, sus vacilaciones. Estos de la República fueron años cargados de incertidumbres internacionales, con un tensionado panorama socioeconómico español, aunque por momentos plétórico, en el que convivieron tasas elevadas de paro y violencia política y social, con aumentos de la capacidad de consumo debida a crecimientos en los salarios reales y un clima de libertades y de efervescencia social. En este medio, las prácticas de ocio de las clases medias, e incluso de ciertas capas populares, ganaron espacios más allá de las formas tradicionales de recreo ligadas a las fiestas populares, religiosas o patronales de los pueblos y las ciudades. Entre estas manifestaciones de ocio, las prácticas turísticas fueron abriéndose paso; sus sujetos eran, en unos casos, los deseados extranjeros y, en su mayoría, españoles y españolas que pudieron haber cuadruplicado al número de los extranjeros de turismo por el país.

España se mostraba, en las vísperas de la guerra, como un país con gran potencial turístico aún sin aprovechar: «En poco tiempo se ha llevado una labor que permite esperar más que nunca un magnífico porvenir [...] y las agencias de viaje europeas empiezan a señalar nuestro país como punto de atracción turística»<sup>64</sup>. Caminaba hacia posiciones de liderazgo en la geografía del turismo mundial. Esto lo pensarían los lectores urbanos de la prensa especializada en viajes o la prensa diaria. En esta encontramos una opinión que sintetizaba la situación del turismo en España y la situación de España ante el turismo como fenómeno sociológico y económico perceptible, en expansión. Son las declaraciones hechas por un guía-intérprete en la estación marítima en Barcelona, que demues-

---

<sup>63</sup> Luis MUR: «El turismo en la provincia de Huesca. Sus posibilidades», *Aragón*, mayo de 1938, pp. 84-85.

<sup>64</sup> *Madrid turístico y monumental*, diciembre de 1935, p. 5.

tra conocer con detalle el día a día, la actividad y las preferencias de los turistas forasteros en suelo español:

«—¿Qué porvenir tiene para España el turismo?

—Un porvenir magnífico, pero es preciso que el Estado se decida a invertir en propaganda mayores cantidades, y entonces, cuando haya renacido completamente la tranquilidad pública, España puede ser el país de Europa que con más intensidad atraiga al turista»<sup>65</sup>.

Pero esa tranquilidad no llegó. El 18 de julio el golpe militar de Franco y su Movimiento Nacional provocaron la Guerra Civil<sup>66</sup>. Esta quebró la normalidad. El miedo, la ira y la guerra acabaron llegando a las colonias de veraneo en la montaña, en la estación balnearia, en la costa y a las estaciones de invierno. El turismo de los españoles y, sobre todo, de los extranjeros retrocedió. Empezaron, para el turismo en España como industria, como actividad económica, unos años de largo paréntesis. Con él llegó, como escribió Enrique Celma en 1941, «la hora del trabajo recogido y silencioso dedicado a organizar, difundir y mejorar el turismo con vistas a un mañana próximo, más exigente en la aceptación de valores y novedades y en la adopción de modalidades y prácticas»<sup>67</sup>.

Llegaron, pues, los años de organizar el turismo para retomar las corrientes turísticas, el nivel de actividad, los beneficios que aquél ya venía proporcionando antes de la guerra; una larga etapa de más política turística que de turismo efectivo. Como en otros sectores económicos, hasta los primeros años cincuenta en el turismo no fueron bien perceptibles los signos de recuperación de los niveles de preguerra. Porque, no debemos perder de vista, el turismo de masas no empezó de cero con la Dirección General del Turismo en 1939 o el Ministerio de Información y Turismo en 1951. No. Las bases empresariales e institucionales, los recursos, las modalidades turísticas y los destinos ya habían sido descubiertos, experimentados y cimentados en el abigarrado, y en muchos aspectos deslumbrante, primer tercio del siglo XX. A su comprensión hemos intentado contribuir, al menos un poco, con estas páginas.

---

<sup>65</sup> *La Vanguardia*, 23 de febrero de 1935, p. 9.

<sup>66</sup> *El Pueblo Gallego*, 19 de agosto de 1933 y 12 de septiembre de 1936, p. 9.

<sup>67</sup> «El año turístico», *Aragón*, noviembre-diciembre de 1941, pp. 94-96.

