

LOS ANTECEDENTES DEL TURISMO DE MASAS EN ESPAÑA, 1900-1936¹
Rafael Vallejo-Pousada (Universidade de Vigo)*¹
Elvira Lindoso-Tato (Universidade da Coruña)*²
Margarita Vilar-Rodríguez (Universidade da Coruña)*³

Recibido: 14 de julio de 2015
Aceptado: 24 de noviembre de 2015

Resumen

Este trabajo persigue dilucidar con la mayor fiabilidad posible cuál fue la situación turística de España en el primer tercio del siglo XX, utilizando nueva evidencia cuantitativa y cualitativa. Con este fin, la primera parte del trabajo se ha dedicado a la presentación de una serie de fuentes históricas, algunas apenas empleadas en la historia del turismo español, y de los indicadores que hemos elaborado a partir de las mismas. La segunda parte se centra en evaluar el peso del turismo en la economía española de la época, ofreciendo las escasas macromagnitudes conocidas y una estimación de su composición interna. El último apartado aborda y cuantifica diversos aspectos relacionados con la oferta turística hasta hoy no estudiados. El trabajo se cierra con las principales conclusiones obtenidas.

Palabras clave: turismo de masas, hoteles, balnearios, España, siglo XX

*Background on mass tourism in Spain, 1900-1936,
by Rafael Vallejo-Pousada, Elvira Lindoso-Tato and Margarita Vilar-Rodríguez*

Abstract

The main objective of this article is to understand the development of the tourism sector in Spain in the first third of the twentieth century, by using a new quantitative and qualitative evidence. To this end, the first part of the work focuses on the presentation of a number of historical sources, some barely used in the history of Spanish tourism, and the development of some new statistical indicators. The second part focuses on assessing the importance of tourism in the Spanish economy in the period under study through the collected

*¹ ORCID 0000-0002-6122-9330

*² ORCID 0000-0003-1004-5360

*³ ORCID 0000-0001-9082-2734

¹ Este trabajo forma parte de una investigación más amplia que cuenta con la financiación del proyecto *Historia del Turismo en Galicia. Orígenes y Desarrollo en el siglo XX*, Ref. HAR2014-52023-C2-2-P (Subdirección General de Proyectos de Investigación. Ministerio de Economía y Competitividad). Agradecemos la colaboración prestada, en materia de fuentes, por la Biblioteca Central de la Universidad de Vigo (Servicio de Préstamo Interbibliotecario), Centro de Documentación Turística de España, Biblioteca del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, Archivo Histórico Provincial de Pontevedra, Museo de Pontevedra, Biblioteca Nacional de España, Biblioteca del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, Archivo del Congreso de los Diputados y CRAI Biblioteca Pavelló de la República (Barcelona). Han sido muy útiles asimismo los comentarios de los profesores Marcos Álvarez, Carles Manera, Ana Moreno, Sasha D. Pack y Carlos Larrinaga, así como los informes recibidos de los evaluadores anónimos de esta revista.

data and elaborating an estimate of its internal composition. The last section discusses and quantifies various aspects of tourism hitherto unstudied. The article ends with the main conclusions.

Key words: mass tourism, hotels, spas, Spain, XXth century

Claves JEL: N74, L83, O16

1.-Introducción

El turismo moderno se identifica con el gusto de viajar por placer, la multiplicación de los turistas y el desarrollo de una industria a su servicio para facilitar la gestión del viaje, los desplazamientos y el alojamiento en destino. Este fenómeno asociado tradicionalmente con Gran Bretaña, primer país industrializado y considerado pionero en el turismo moderno, se expandió durante el primer tercio del siglo XX tanto desde el punto de vista internacional como nacional -protagonizado por nacionales identificados progresivamente como turistas-. En 1906, refiriéndose a los británicos, Edgar T. A. Wigram (*Northern Spain*) sintetizó el fenómeno: "Year after year our horde of pleasure-seekers are marshalled by companies for the invasion of Europe"². De este modo, se configuraba una geografía mundial del turismo en la que se perfilaban países emisores y países receptores. En paralelo, la actividad turística comenzó a ser objeto de atención gubernamental como posible medio de obtener divisas: bien para garantizar el saldo favorable de la balanza de servicios, bien para compensar o atenuar los desequilibrios de las cuentas exteriores, en especial tras la Primera guerra mundial. El nacimiento de la política turística estimuló el interés por conocer las corrientes del turismo, lo que a su vez fructificó en la formación regular de estadísticas en países europeos como Italia, Suiza y Francia. Asimismo, tuvieron lugar diversos intentos de unificación de los criterios estadísticos aplicados al turismo.

España se integró también en este fenómeno turístico internacional. Con el nuevo siglo XX, el turismo moderno enraizó en el país al tiempo que surgía la preocupación por fomentar la "industria de los forasteros" con el fin de convertirla en parte constitutiva de la estructura productiva española, siguiendo el ejemplo suizo, francés e italiano, territorios turísticos por excelencia que por aquel entonces presentaban saldos favorables en sus balanzas turísticas. Pero ¿es posible encuadrar a España dentro de esta tipología?

Responder a esta cuestión constituye uno de los objetivos primordiales del trabajo que presentamos. En las páginas siguientes trataremos de dilucidar con la mayor fiabilidad posible cuál fue la situación turística de España en el primer tercio de la pasada centuria. Con el fin de atender a ese gran interrogante, disponemos de excelentes trabajos que prueban el avance del turismo más allá de una prehistoria turística en el primer tercio del siglo XX, ya sea a través de aproximaciones generales ya sea mediante estudios de caso provinciales y regionales. Sin embargo, la falta de estadísticas seriadas dificulta traducir a cifras esa realidad. Las cifras turísticas disponibles en la España

² Wigram (1906), p. VII.

anterior a la Guerra civil resultan escasas por su carácter excesivamente fragmentario en el ámbito espacial y/o temporal. Pretendemos contribuir a superar esa carencia. Por ello, el apartado segundo se ha dedicado a la presentación de una serie de fuentes históricas, algunas apenas empleadas en la historia del turismo español, y de los indicadores que hemos elaborado a partir de las mismas. El tercer epígrafe se dedica a evaluar el peso del turismo en la economía española de la época, ofreciendo las escasas macromagnitudes conocidas y una estimación de la composición del mismo. El cuarto apartado aborda y cuantifica diversos aspectos relacionados con la oferta turística hasta hoy no estudiados y, por último, en el quinto apartado presentamos las conclusiones del trabajo, sin ánimo de agotar el tema.

2.- Las estadísticas turísticas en España durante el primer tercio del siglo XX

Durante el primer tercio del siglo XX, el turismo conforma una actividad social incipiente en España cuyo potencial económico tardó en ser reconocido oficialmente y en ser objeto de atención política. Los primeros registros estadísticos nacionales se originaron con la creación del Patronato Nacional de Turismo (PNT) en 1928. Desafortunadamente, las estadísticas publicadas por este organismo abarcaron sólo el período 1929-1933 y se truncaron con la Guerra civil. El conflicto y la dictadura franquista conllevaron un retroceso del país en materia estadística. En 1955, las cifras turísticas publicadas por el Instituto Nacional de Estadística recogieron sólo el número anual y mensual de entradas y salidas de extranjeros y los medios de transporte utilizados, "pero falta todo lo relativo a la repartición geográfica de los turistas extranjeros, a su permanencia en España, a los gastos realizados, etc"³. Hasta 1966, no reapareció el registro oficial de las pernoctaciones en los establecimientos turísticos, cuando España ya se había convertido en un país turístico o, en expresión de Fernández Fuster (1959: 4), un "país *invadido* por esta oleada pacífica [y que] ya no se presenta indiferente a ella".

Junto con la limitación temporal, las estadísticas del Patronato tampoco valoraron suficientemente la importancia económica agregada del turismo y se centraron en registrar el turismo extranjero, eludiendo el turismo interno y emisor⁴. De hecho, los trabajos estadísticos habían sido contratados por el PNT el 4 de octubre de 1929 con el "servicio general de Estadística" del Estado por un importe de siete mil pesetas anuales con la finalidad de conocer "del modo más exacto la cantidad de turistas que visitan nuestra nación"⁵. Las Memorias del PNT recopilaban las "estancias causadas por los extranjeros en España" por nacionalidades, las estancias medias por provincia (años 1929-1930) y el gasto diario medio de los turistas en cada una de las provincias

³ Arrillaga (1955a), p. 27. Hasta 1954, no apareció un epígrafe dedicado expresamente al turismo, dentro del apartado de Cultura de los Anuarios Estadísticos de España. Los datos manejados por el servicio de estadística del Sindicato Nacional de Hostelería parecen más completos que los generados, al menos hasta los años cincuenta, por la Dirección General de Turismo y el INE.

⁴ Fueron recogidas en diversas memorias del año 1931: Patronato Nacional del Turismo (1931a, 1931b y 1931c). La consulta del Archivo General de la Administración. Sección Cultura recoge fondos del PNT y probablemente su estudio arrojará luz sobre este aspecto. Acerca del citado fondo y del Patronato, véase Moreno (2007).

⁵ Patronato Nacional de Turismo (1931a), p. 5 y (1931b), p. 54.

españolas (año 1929)⁶. Trataban de precisar la demanda turística internacional imitando a los países turísticos líderes de la época, Suiza, Francia e Italia⁷. En paralelo, estos documentos permiten cuantificar la política turística de información y propaganda para 1929-1930: oficinas de turismo abiertas en España y en el extranjero, publicidad producida, distribución geográfica de la misma, películas de propaganda turística, entre otros aspectos⁸. Asimismo, estimaron las cifras de ingresos totales por turismo exterior y calcularon la balanza turística española para 1925-1927 y para los primeros años de la década de 1930, efectuando comparaciones internacionales. Sus datos sobre turismo receptor y emisor de 1931-1934 sirvieron al funcionario del Banco de España, Francisco Jáinaga, para confeccionar en 1935-1936 las primeras balanzas de pagos "modernas" de España⁹.

Por otra parte, desconocemos si el Patronato llegó a efectuar cálculos sobre el turismo interno de los españoles. La sombra estadística se convierte en este caso en oscuridad. Los testimonios de la época y los datos ofrecidos por las Sociedades de Atracción de Forasteros y/o Cámaras de Comercio hacen presuponer que su importancia pudo ser superior a la del turismo exterior¹⁰.

Respecto a la medición de la oferta turística, ésta se complica porque carecemos de censos empresariales generales para la primera mitad del siglo XX y de series estadísticas de establecimientos destinados al alojamiento y la restauración. Una de las fuentes que podría cubrir de manera parcial esta laguna es el Registro Mercantil¹¹. Sin embargo, no disponemos de estudios que detallen la distribución sectorial de las sociedades mercantiles en España para el primer tercio del siglo XX¹².

⁶ Los Anuarios Estadísticos de España del período 1930-1934 recogieron de manera somera esas primeras series pero resultan más parcos que las Memorias del PNT. Se limitaron a recoger los "extranjeros turistas" clasificados por sexos, provincias de estancia, nacionalidad (año 1933) y estacionalidad (año 1930).

⁷ Arrillaga (1955a), pp. 21-29. Un estado de las estadísticas internacionales a esta altura puede verse en Ogilvie (1933), Capítulo 1.

⁸ En materia de gasto del Estado en turismo, la publicación *Datos básicos para la Historia financiera de España, 1850-1975* recoge las cifras liquidadas anualmente desde 1919 a 1964; no obstante, no figuran en ella las de los años del Patronato (1929-1931), debido a que éste se financió con una caja autónoma al margen de los Presupuestos Generales del Estado. Instituto de Estudios Fiscales (1976).

⁹ Chamorro y Morales (1976), p. 107; Esteve y Fuentes (2000), p. 40. La estimación de la balanza de pagos y de la balanza turística contaba con dos tentativas previas, la del Fomento del Trabajo Nacional en 1900, referida a 1899, y la del francés Edmond Théry, para 1900, véase Chamorro (1976), pp. 153-154. Estas cifras y las del Patronato son las únicas macromagnitudes turísticas disponibles en la actualidad. Tena (2005) ha recurrido a las mismas en su tratamiento de las estadísticas históricas del sector exterior.

¹⁰ Los estudios sobre Barcelona, San Sebastián y Santander constituyen ejemplos claros, véanse Palou (2012), p. 127, Gil (1992), Fernández Fuster (1991b), pp. 299-306 y 312-317 y González (2015), pp. 150-151.

¹¹ Sobre las posibilidades que ofrece el Registro Mercantil, véase Lindoso (2003).

¹² El trabajo pionero de Jiménez Araya (1974) no proporciona una desagregación lo suficientemente amplia de la rama de actividad de cada compañía. A su vez, las investigaciones efectuadas desde la década de 1990 empleando el Registro Mercantil y los protocolos notariales para reconstruir el tejido empresarial de determinadas áreas, resultan incompletas desde el punto de vista espacial y temporal e incluso, en ocasiones, no realizan una detallada división por actividades. Ofrecen cifras parciales para algunos períodos y para algunos territorios pero no resuelven el problema global. Entre los trabajos más completos, destacaríamos Abreu (2002), para la provincia de Pontevedra y la ría de Vigo, Lindoso (2006)

La Estadística Administrativa de la Contribución Industrial y de Comercio (CIC), impuesto implantado en la reforma tributaria de 1845, constituye otra fuente para aproximarnos a la dimensión turística española del primer tercio del siglo pasado. Esta fuente fiscal, empleada en investigaciones de historia industrial a partir de los pioneros trabajos de Román Perpiñá (1936) y Jordi Nadal, permanece casi inexplorada para los estudios del sector servicios o de aquellas actividades que cabe calificar como turísticas¹³. Uno de sus principales inconvenientes radica en la exclusión de las provincias vascas y Navarra, debido a la conservación de su régimen foral. Asimismo, la Contribución sufrió varias reformas en su dilatada existencia (1899, 1907, 1922 y 1926), que afectaban a las tarifas, las clases y las secciones por las que tributaba cada actividad lo que dificulta la elaboración de una serie histórica homogénea. Una tercera limitación de la fuente procede de la emigración de las sociedades anónimas o comanditarias por acciones desde la Contribución industrial al nuevo Impuesto de Utilidades a partir de 1900. Este hecho le resta representatividad a medida que más empresas industriales y de servicios se fundaban como sociedades por acciones, sobre todo tras la Primera guerra mundial¹⁴. Ello afectó a la hotelería, a las estaciones termales y a las empresas de servicios turísticos de mayor dimensión. Sin embargo, constituían una minoría en el conjunto del tejido empresarial calificado como turístico.

Pese a sus limitaciones, el tributo se ha empleado en este trabajo para elaborar dos series temporales¹⁵. Por una lado, la primera emplea el epígrafe "Fondas, hoteles, restaurantes y casas para hospedaje con mesa redonda o de hora para comidas" como indicador del comportamiento de la oferta hostelera desde finales del siglo XIX hasta 1925. Por otro lado, la segunda recoge las "Fondas, hoteles, casas para hospedaje y alquiler de habitaciones amuebladas" para el período 1927-1933. Esta categoría no resulta exactamente homologable a la primera. Se basa en una "Sección especial" creada en la Tarifa 1ª del impuesto en la reforma de 1926, precisamente cuando la "industria del turismo" experimentaba un cierto *boom*. De esta manera, hemos construido una primera serie histórica de establecimientos hoteleros con su distribución geográfica, completada con las cifras de la *Guía Oficial de Hoteles, Pensiones, Casas de Viajeros, Restaurantes, Bares y Garages* de España editada por el Patronato Nacional de Turismo para el año 1929. En paralelo, hemos empleado como fuente complementaria los Anuarios de Sociedades Anónimas, existentes desde la década de 1910, donde se recogía el número y los capitales desembolsados por las compañías hoteleras, así como los sanatorios¹⁶,

para A Coruña, Erro (1995), pp. 115-133, para Navarra y Cirer (2009), p. 282, para Palma de Mallorca.

¹³ Vallejo (2015a) ha usado esta fuente para estudiar los balnearios en la Galicia de la citada época.

¹⁴ Nadal y Tafunell (1992).

¹⁵ La Estadística de la CIC proporciona el número de "industriales" en cada provincia y la cuantía que pagaban, que se determinaba en función del tamaño de la localidad y del valor en renta estimado a los negocios hosteleros en cuestión, organizados con fines fiscales por categorías. Sin embargo, no identifica el nombre de los establecimientos ni el de los propietarios de los inmuebles. Para dicha identificación, sería oportuna la consulta de las Matriculas de la Contribución Industrial, elaboradas en cada municipio.

¹⁶ En ocasiones, los sanatorios resultan asimilables a establecimientos turísticos al englobarse en el turismo de salud. El límite entre sanatorio y hotel podía resultar difuso. Por ejemplo, el objeto social de Hoteles de Reposo de Cataluña consistía en construir y explotar "hoteles

balnearios y aguas medicinales. Aunque la información resulta parcial, nos sirve como indicador aproximado del sector hotelero de mayor dimensión en el país entre 1901 y 1930.

Una última fuente utilizada en este artículo para aproximar la evolución de la oferta turística de alojamiento ha sido la *Guía de Hoteles España 1973*¹⁷, que presenta la "fecha de reconstrucción o última renovación total", en ocasiones imprecisa, de todos los establecimientos que figuran en la misma. De esta manera, registra los hoteles que creados o renovados en una fecha determinada siguen en funcionamiento en 1973. Sin embargo, no constan los desaparecidos. Igualmente, algunos de los hoteles inaugurados en el primer tercio del siglo XX habían sufrido renovaciones desde su apertura, de modo que el año que figura en el documento corresponde a la renovación. Ello explica que capitales turísticas como Toledo y Córdoba figuren sin establecimientos en la guía para 1900-1939.

Otros archivos y documentos también resultarían interesantes para el estudio del alojamiento potencialmente turístico. Entre ellos, cabría mencionar: el Impuesto de Utilidades, la documentación custodiada por las Cámaras de Comercio, el *Anuario Bailly-Baillièrè*¹⁸, las guías locales de turismo, las publicaciones especializadas en el fomento, la propaganda turística, las guías de turismo internacionales como la Baedeker *Spain and Portugal* (1901, 1908), el *Queen Book of Travel* (1914) y la guía azul de F. Muirhead, *Southern Spain and Portugal* (1929) y, en especial para la oferta balnearia, el *Anuario Oficial de las Aguas Minerales de España*, los *Anales de la Sociedad Española de Hidrología Médica* y la *Guía Oficial para los establecimientos balnearios y aguas medicinales de España*¹⁹.

Finalmente, la cuasi-orfandad estadística nos ha conducido a buscar nuevas fuentes para acercarnos a la evolución del turismo en España durante el primer tercio del siglo XX. Hemos elaborado una serie histórica a partir del número de citas de la palabra "turismo" en las versiones digitales de los periódicos *La Vanguardia* y *ABC* (con su suplemento *Blanco y Negro*) y en la prensa disponible en la Hemeroteca digital de la Biblioteca Nacional (Gráfico 1). A continuación, confeccionamos un indicador que hemos bautizado como Índice de Intensidad Mediática del Turismo (IIMT) y que representa la media anual del citado recuento en las tres hemerotecas mencionadas. Simultáneamente, lo hemos contrastado con los datos conocidos de entradas de turistas extranjeros y pasajeros por mar en España con base en el año 1913 (Gráfico 2) y observamos una alta correlación con ambas series en los períodos 1901-1939 y 1912-1933 (0,60 en turismo receptivo y 0,72 en pasajeros extranjeros entrados por mar). La correlación es mucho más elevada cuando contrastamos la intensidad del vocablo "turismo" en la prensa con las series del PIB real elaboradas por Angus Maddison. En este caso, el coeficiente de correlación alcanza un valor 0,96 al usar la media del PIB real de los dieciséis países más industrializados del mundo en el primer tercio del siglo

adecuados para poblaciones, centros y lugares de reposo y de recreo", véase Gortázar (1986), pp. 84-86.

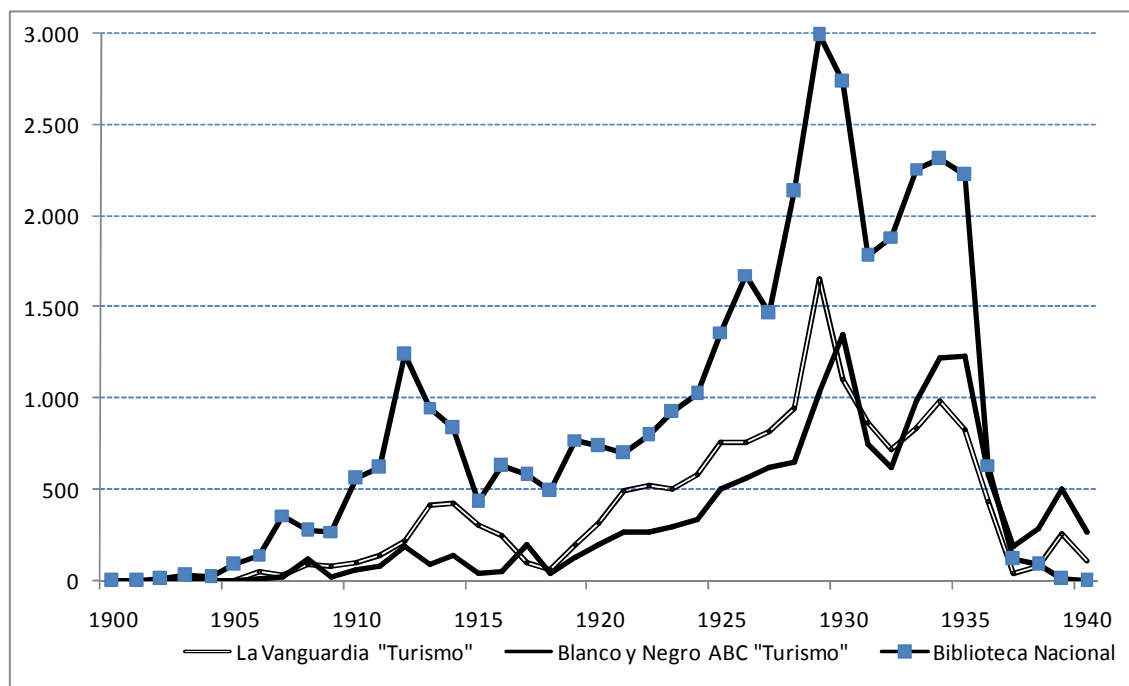
¹⁷ Dirección General de Actividades y Empresas Turísticas (1972).

¹⁸ Gutiérrez (1984) lo ha empleado para la ciudad de Madrid (1900-1930).

¹⁹ Alonso, Vilar y Lindoso (2012) y Alonso (2013).

XX (1900-1935) y un 0,95 cuando empleamos el PIB real español del mismo período²⁰.

Gráfico 1.- Número de citas del término "Turismo" en *La Vanguardia*, *Blanco y Negro* (ABC) y la Hemeroteca digital de la Biblioteca Nacional de España*, 1900-1940



*Número de veces que aparece anualmente la palabra turismo en las páginas de la prensa digitalizada.

Fuente: Hemeroteca digital de la Biblioteca Nacional de España y hemerotecas de los periódicos *La Vanguardia* y *ABC*.

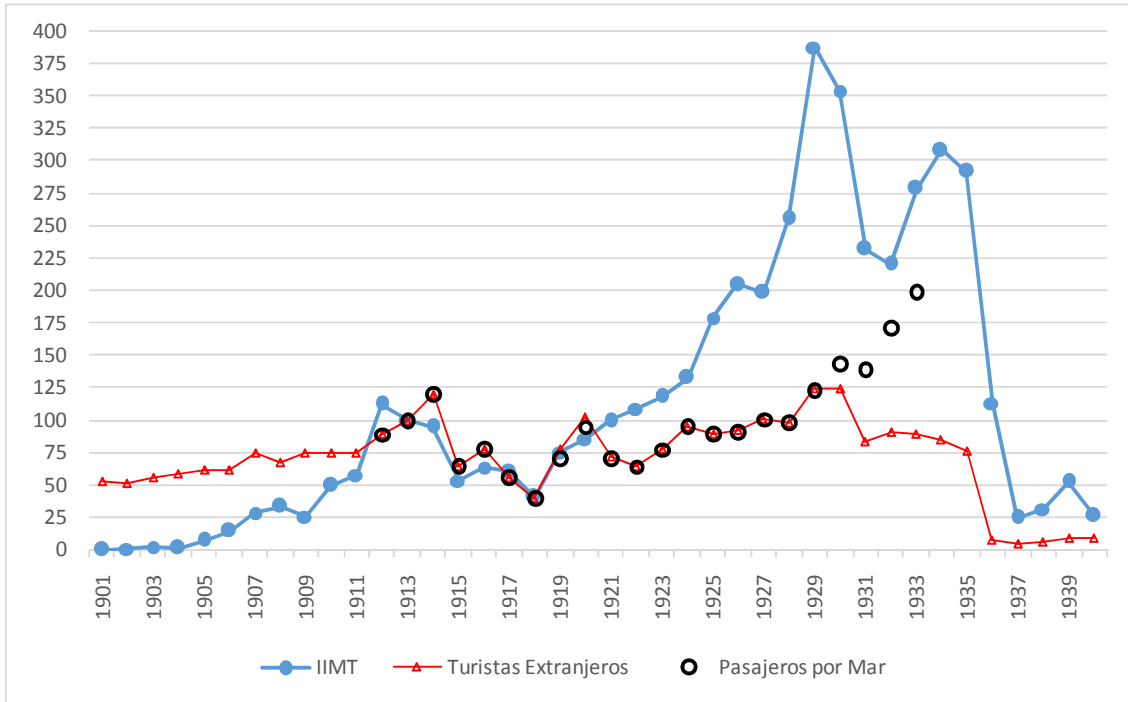
De este modo, el IIMT nos permite identificar el arranque de la preocupación mediática -y de los lectores urbanos de prensa- por el turismo y la "industria del turismo" en España. En el periódico *ABC*, esta palabra apareció por vez primera en 1903, año en que Bartolomé Amengual publicó su conocida *La industria de los forasteros* y Pablo de Alzola su tan importante como desconocido informe *El saneamiento de la moneda (Informe de la Liga Vizcaína de Productores ante la Comisión Parlamentaria)*²¹, que fue el que directamente inspiró la creación de la Comisión Nacional de Turismo en 1905. En este mismo año leemos por primera vez el término turismo en *La Vanguardia*. Un año antes se había aprobado la primera medida fiscal -y de

²⁰ Los datos del PIB real de los 16 países están tomados de Maddison (1991), pp. 147-150 y los de España de Maddison, *Historical Statistics of the World Economy: 1-2008*, disponibles en la web de la AEHE. Una vez en marcha, el turismo suele ser sensible a las oscilaciones de la renta nacional; su aparición mediática en la prensa también se revela serlo, de modo que, mientras no se demuestre lo contrario, el IIMT parece una aproximación útil al ciclo turístico. El sometimiento de las referidas series (PIB real e IIMT) a pruebas de *cross-correlation* y *causalidad de Granger* verifica, asimismo, que están relacionadas estadísticamente de forma significativa, de modo que corroboraran los resultados obtenidos con el coeficiente de correlación. (Agradecemos las observaciones efectuadas al respecto por el profesor Marcos Álvarez Díaz, de la Universidad de Vigo).

²¹ Publicados en la revista *Nuestro Tiempo* en los números 35, 36 y 37 (1903-1904).

política turística- importante para promover la "vida del turismo" en España: la exención del impuesto de transporte a "todos los billetes circulares procedentes del extranjero" en ferrocarril²².

Gráfico 2. Turismo extranjero e Índice de Intensidad Mediática del Turismo (IIMT), 1901-1940 (1913 = 100)



Fuentes: Hemerotecas digitales de La Vanguardia, ABC y Biblioteca Nacional; Tena (2005) y *Anuario Estadístico de España* (1916-1935).

Por otra parte, el IIMT muestra que la mayor intensidad turística del país en la prensa se alcanzó en la década previa a la Guerra civil; en los quinquenios 1926-1930 y 1931-1935, "turismo" apareció más de 800 veces cada año en las publicaciones periódicas citadas. La prensa especializada, o general, informaba y animaba al viaje de placer. Desde los años veinte se publicitaron en ella las agencias de viajes (Marsans, Urbis, Sommariva, Bakumar, Iberia, Cafranga, Ruiz Vernacci, entre otras) y los productos específicos para realizar los desplazamientos (bicicletas, vehículos turismos) e incrementar su confort (indumentaria, menaje, etc).

Por último, el IIMT refleja las cuatro grandes fases turísticas que señalan la historiografía y los contemporáneos. Se identifica un primer momento de despegue del turismo moderno, concebido como industria a fomentar, desde el despertar del siglo hasta la Primera guerra mundial. Con ésta se entró en una segunda fase de contracción turística que no se superó de manera clara hasta 1924-1925, aunque la recuperación se inició en 1919-1920. A continuación, asistiremos a una tercera fase de "boom turístico" en torno a 1929-1930 con las

²² Benítez de Lugo al Ministro de Hacienda, *Diario de Sesiones del Congreso de los Diputados (DSC)* 252, 10-7-1908, p. 7873. Para la exención del "impuesto de transportes sobre los billetes circulares de viajeros internacionales que vengan desde el extranjero a España en servicios combinados por las Compañías de ferrocarriles españolas y extranjeras", Ley de 24-2-1904 y R.D. de 29-02-1904, de Guillermo de Osma; *Gaceta de Madrid*, 25-2-1904, p. 785 y 2-3-1904, p. 880.

Exposiciones Iberoamericana de Sevilla y Universal de Barcelona. Estas fases coinciden plenamente con las establecidas para el turismo mundial, pues como señaló Frederick W. Ogilvie en 1933, tras el retroceso durante la Guerra mundial y la postguerra inmediata, "en todo el mundo son perceptibles las mismas características generales: un aumento en el número de turistas hasta 1929-30 y una disminución después"²³. También en el caso español se constata el retroceso -identificado por Ogilvie- de 1931-1932 (el último año resultó nefasto para el turismo internacional) y una dinámica recuperación en 1933-1935 con desiguales comportamientos regionales. En línea con lo que venía sucediendo desde 1925, las iniciativas turísticas y el stock turístico del país alcanzaron las cotas más altas durante el período republicano. La Guerra civil cortó esta primera etapa formativa del turismo moderno en España, rica en matices e iniciativas, que dibujaron un particular puzle turístico del que intentaremos reconstruir sus perfiles fundamentales. Empezaremos por sus macromagnitudes económicas y veremos, a continuación, la oferta de alojamiento.

3.- El turismo en la economía española, 1900-1935

Al despertar el siglo XX, España podía ser definida como un país agrario. El sector primario ocupaba un peso principal en términos de producción (1900: 30%) y de empleo (1900: 70%). Por otro lado, menos del 7% de la población vivía en municipios de más de cien mil habitantes y apenas la mitad de españoles sabía leer y escribir. En conjunto, la renta per cápita del país revelaba un atraso importante respecto a otras economías europeas. Esta situación se traducía en una capacidad adquisitiva de la población limitada, menor tasa de asalariados y unas pautas de consumo más tradicionales. El sector agrario seguía condicionando en buena medida los vaivenes de la economía. La prosperidad o la debilidad de la agricultura se transmitían a la industria y al comercio por el efecto multiplicador del gasto, de forma que los ciclos agrarios determinaban los ciclos económicos. El comportamiento de la agricultura condicionó también la demanda de bienes industriales, los cambios en las pautas de consumo y la capacidad de compra del país en el exterior, debido a la ligazón funcional de la agricultura, la industria y el comercio exterior. "La economía está, por lo tanto, a merced de las buenas o malas cosechas"; como señaló Román Perpiñá en 1930, este era uno de "los principales hechos diferenciales" de la economía española²⁴.

Ahora bien, la estructura económica y social de España experimentó hasta la Guerra civil cambios marcados, modernizadores. Las tecnologías de la segunda revolución industrial se difundieron por el país (el motor de combustión interna, la electricidad, por lo que se intensificó el proceso industrializador y amplió la geografía industrial, perfilando un nuevo paisaje económico. Hubo una mayor densidad industrial y, con ella, de los servicios, al

²³ Ogilvie (1933), p. VIII. Para los años 1921-1931, el índice de correlación entre los "visitantes" extranjeros en Gran Bretaña y los turistas extranjeros en España es muy elevado (0,93), al igual que el de correlación entre los "turistas" extranjeros en Gran Bretaña y los turistas extranjeros en España (0,87) y entre los turistas extranjeros en España y nuestro IIMT (0,89). El índice de correlación entre nuestro IIMT y los turistas extranjeros en España es igual a 1 en el mismo período de 1921-1931. Las cifras de "visitantes" y "turistas" extranjeros en Gran Bretaña proceden de Ogilvie (1933), pp. 81-82, 88 y 92.

²⁴ Perpiñá (1930), pp. 52-53.

tiempo que se multiplicaban las iniciativas empresariales. La red y el tamaño de las empresas se ampliaron y sus producciones se diversificaron en la electricidad, química, automoción, construcción naval, construcción de viviendas y obras públicas, transformados metal-mecánicos o agroindustriales. Los servicios se extendieron y modernizaron en la banca, las compañías de seguros, las telecomunicaciones y transportes, desde el ferrocarril a los tranvías eléctricos, el automóvil y los autobuses, así como en las empresas de hostelería y restauración. Éstas últimas eran aún una parte pequeña del empleo y del PIB en 1935, pero eran mucho más importantes y más extendidas en el territorio que en 1900.

El turismo se benefició de esos cambios técnicos en las comunicaciones, en la movilidad, en la estructura productiva del país, en el cambio sociológico que acompañó al primer gran trasvase de población contemporáneo del medio rural a las ciudades y a la mayor inserción internacional del país, expresada en su grado de apertura comercial, pese a los resabios proteccionistas y nacionalistas de las políticas económicas. La población urbana en núcleos de más de 10.000 habitantes pasó de un tercio del total a más de la mitad en 1930; las que más crecieron fueron las ciudades de más de 100.000 habitantes. Las pautas de comportamiento social se vieron influidas por ese avance de la población urbana, relativamente joven en su estructura por edades, con una formación todavía deficiente en términos comparados pero saliendo de las elevadas tasas de analfabetismo que se registraban en el inicio de la centuria, así como por la mayor movilidad espacial y la intensidad de los intercambios socioeconómicos entre las ciudades y el medio rural. Otro tanto cabe atribuir al aumento de la renta por habitante. La renta real per cápita pasó de 1.873 dólares en 1900 a 2.711 en 1935²⁵.

Los problemas estructurales del país eran serios: bajo stock educativo, desigual reparto de la propiedad y la riqueza, emigración exterior como respuesta a la incapacidad de ocupar la población disponible, tensiones territoriales con los nacionalismos periféricos, etc. Pero el país caminó por una senda de europeización que permitió, mediada la década de 1920, una visión más amable de España y de lo español a ojos de los europeos más desarrollados. Estos cambios beneficiaron al turismo. ¿Cuánto? ¿Desde cuándo? ¿Qué importancia económica tuvo el turismo en esta época? ¿Cuántos turistas extranjeros llegaron?

Las cifras macroeconómicas disponibles son escasas. Desconocemos el peso del turismo interno y emisor sobre la economía española. Respecto al turismo receptivo disponemos de las cifras de Tena (2005), pero sólo para unos pocos años. Según este autor, España ingresó unos 65 millones de pesetas por turismo exterior en el año 1900. En 1934, esos ingresos se habían duplicado hasta los 142 millones. Por otra parte, la media de turistas de 1926-1935 (215 mil) se multiplicó por 1,5 respecto a la de 1901-1910 (141 mil). Ahora bien, en términos relativos este avance turístico resultó inferior al crecimiento global de la economía. Los ingresos por turismo exterior representaban un 0,66% del PIB español del año 1900 y un 0,41% en 1934.

²⁵ Dólares USA 1990; Carreras y Tafunell (2003), pp. 476 y 478.

Cuadro 1.- Peso del turismo receptivo en la economía española, 1899-1934

	Turistas (miles)	Pagos por turismo (Millones ptas)	Ingresos por turismo (Millones ptas)	Saldo turístico (Millones ptas)	Ingresos turísticos/ Déficit comercial (a)	Ingresos turísticos/ Importaciones	% Ingresos turísticos/ Exportaciones	Ingresos turismo/PIB
1899		15,0	50,0	35,0				
1900		19,4	64,8	45,4				
1912	198,7			Positivo				
1925-1927	213,3			-25,0				
1931	187,2	149	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

Fuente: Tena (2005) y Vallejo (2013; 2014). Para 1912, Ministerio de Hacienda (1912); Para 1925 y 1927: Muntanyola (1932), p. 24. (Para 1925-1927, los turistas son la media de ambos años). (a) No figuran, lógicamente, los años con superávit en la balanza comercial.

En suma, el turismo exterior progresó, lo hizo también respecto a la población española (Cuadro 2), pero España no logró convertirse en un país turístico. El turismo receptivo prometía, la experiencia y las tendencias internacionales lo certificaban; además, sus aportes a economías regionales, como la balear, eran evidentes y reconocidas por el gobierno y muchos diputados en sede parlamentaria durante la II República. Entendían que el "enorme número de turistas de todas las nacionalidades europeas y de muchas de América, (...) constituye hoy, en la isla de Mallorca, un contingente de población verdaderamente colosal, que significa el ingreso más formidable para Mallorca, la cual vive hoy, en gran parte, del turismo"²⁶, en tanto que Ibiza y Menorca, con una estructura económica diversificada y con una importante industria, trataban de seguir la senda mallorquina. Con todo, el turismo estaba muy lejos de ser considerado un sector crucial en el modelo español de desarrollo económico en los primeros años treinta, aunque las cuentas exteriores suministraban algunos argumentos sobre su potencialidad, pero no los suficientes (Cuadro 1).

Cuadro 2.- Turistas extranjeros y población española, 1901-1930

	1901	1930
Población española (millones)	18,66	23,44
Turistas extranjeros (millones)	0,12	0,28
% Turistas extranjeros/Población	0,64	1,20

Fuente: Prados (2003) y Tena (2005), pp. 573-644.

Las autoridades económicas valoraban del turismo sus aportes de divisas y su capacidad compensadora del déficit exterior, crónico, de la economía española. Y este aporte no lo hizo en cantidades significativas. En 1912 la perspectiva resultaba muy halagüeña. Los turistas extranjeros aumentaban y también sus divisas, sin que fueran contrarrestadas por las del turismo de los españoles en otros países como Francia o Portugal. Lo

²⁶ DSC, 26-10-1932, p. 9159.

aseguraba un informe del ministro de Hacienda que, sin aportar cifras, sostenía que el de los turistas era una de las prometedoras fuentes de renta: "Otro origen de ingresos en oro, hasta no hace muchos años poco importante, es el de los turistas. Sin llegar a las sumas que en Italia se recaudan por este concepto (...), ni a las que percibe Suiza (...), van, sin embargo, organizándose en España medios de explotar este elemento de riqueza". Según este informe de Hacienda, los viajeros en tren que entraron desde Francia a través de Irún y Port Bou, portando billetes "combinados" para hacer "excursiones por España y África", pasaron de 99 mil en 1901 a 264 mil en 1911, esto es, aumentaron más de un 165% en el momento álgido del turismo extranjero por tren²⁷.

Pero esa tendencia no cuajó, según nos mostraba el Gráfico 2 con las cifras de turismo extranjero, de extranjeros entrados a través de los puertos y el Índice de Intensidad Mediática del Turismo (IIMT). La Primera guerra mundial rompió aquel dinamismo turístico. El turismo externo se contrajo. El empobrecimiento y la volatilidad de la economía europea ayudaron muy poco. España no acababa de entrar en el mapa mental de la Europa viajera y turista. Hasta mediados de la década de los veinte no se recuperaron los niveles de turistas de preguerra. Por otra parte, aunque las cifras son escasas, las disponibles y algunos testimonios aislados, si bien recurrentes, parecen indicar que el turismo emisor fue más importante que el receptor, al menos hasta 1929. Las clases adineradas españolas en sus viajes de placer dirigían hacia otros países más divisas que las que aportaban los turistas llegados a España.

Una estimación del Patronato Nacional de Turismo ofrecía un saldo turístico negativo, para 1925 y 1927, de 25 millones de pesetas, en tanto que Francia tenía un superávit turístico de 1.600 millones de pesetas e Italia de 700 millones, seguidas de Suiza (200) y Austria (190). La Memoria del PNT (1931a) referida a 1928-1929 daba cuenta de esta realidad. Lo mismo hacía el Informe de la Comisión del Patrón Oro (1929), presidida por Flores de Lemus. Ésta no mencionaba las divisas turísticas entre las efectivas o potenciales partidas compensadores del desequilibrio de la balanza de pagos, en las que sí se encontraban "los fletes de nuestra Marina mercante y las remesas de los emigrados y las entradas de capital"²⁸.

Según el PNT (1931a): "Hasta estos momentos la balanza turística de España puede afirmarse, no con seguridad, pues estadísticas faltan, que se salda en contra. Quizá el primer año en que se haya obtenido beneficio sea el de 1929". Para este organismo no debía "considerarse cálculo exagerado pensar que en 1929 los extranjeros han dejado en España cerca de *cuatrocientos millones de pesetas*". El hecho es que el Patronato no publicó, que sepamos, ninguna estimación del saldo de la balanza turística para el año de las grandes exposiciones de Barcelona y Sevilla. La hizo, según testimonio de Antoni Muntanyola (1932), para 1925 y 1927, una estimación, como vimos, en la que España presentaba un saldo negativo, en contraste notabilísimo con Francia, Italia, Suiza o Austria, países turísticos según esos datos (Cuadro 3).

²⁷ R.D. de 10-12-1912 que autoriza al Ministro de Hacienda para "presentar a las Cortes un proyecto de ley para restablecer el nivel de los cambios sobre el extranjero", *Gaceta de Madrid*, 16-12-1912, p. 821. Aquellos billetes *circulares* eran usados para "servicios combinados por las Compañías de ferrocarriles españolas y extranjeras".

²⁸ Comisión del Patrón Oro (1929; 1960), p. 68. Para las divisas turísticas en Italia durante este período, y su aportación "positiva" a la balanza de pagos, véase Zamagni (1993), pp. 126-127 y 266-268.

Cuadro 3. Saldo de la balanza turística en varios países, 1925 y 1927(a)

Naciones	Millones de Ptas.
Francia	1.600
Italia	700
Suiza	200
Austria	190
España	-25
Alemania	-187
Inglaterra	-200
Estados Unidos	-396

Fuente: "Estadística publicada por el PNT el año 1929", en Muntanyola (1932), p. 24. Nota (a): los saldos son "promedios entre los años 1925 y 1927".

Esto se debía, según el Patronato, a que "España exporta un Turismo nacional quizá no muy importante en número, pero sí muy valioso por su calidad y, sobre todo, por las largas temporadas que pasa en el Extranjero, singularmente en el verano y otoño. Sólo el número de españoles que veranean de manera constante en la Costa Vasca y de las Landas, desde Cap Bretón hasta Hendaya, supone una exportación de dinero que difícilmente podía compensarse con lo que en nuestro país dejara todo el turismo de extranjeros durante el año"²⁹. El fenómeno tenía tradición, como podemos leer en *La Vanguardia* en 1907:

"¡Al Norte y después a las playas extranjeras de que habla *Le Figaro!* Y es Biarritz, y Arcachón, y Trouville, y Spa, y Ostende. El oro español se derrama por tierras extrañas, cubriendo cuentas de hoteles y tapetes verdes de garitos de lujo. Oídes: «En España no se puede veranear. Todo conspira contra el que busca reposo. Galicia la bella, Asturias la tranquila, Guipúzcoa la moderna, apenas copian, malamente los atractivos de las playas de fuera (...)"³⁰.

Durante la II República, pese a las dificultades internas y mundiales, las tornas cambiaron. El turismo tanto exterior como interno, e incluso el emisor, dio signos de vitalidad. La balanza turística fue positiva en 1932-1934 y existen indicios para suponer que lo pudo haber sido también en 1935, dentro, eso sí, de los modestos límites indicados.

El turismo receptivo no constituye una pista adecuada para discurrir sobre la evolución turística de España durante el primer tercio del siglo XX. El turismo emisor fue relevante y el turismo de los españoles en el propio país resultó más importante que el externo. La publicidad de las agencias de viajes españolas de la época republicana conforma una especie de cajón de sorpresas a este respecto. La diversidad y el lujo de los viajes ofertados eran extraordinarios para cualquier estación del año. Así por ejemplo, Viajes Urbis de Madrid proponía una Nochebuena en Estoril en 1935, con "excursión en autobús pulman de lujo a un clima ideal" para seis noches en hoteles de primera clase y "grandes fiestas", por 200 pesetas, en tanto que Viajes Iberia ofertaba ese mismo año un viaje, del 13 de junio al 12 de julio, a "Países Norte, Noruega y Fiords", por 2.325 pesetas; y, Viajes Marsans, a su vez, otro a partir

²⁹ Patronato Nacional de Turismo (1931a), pp. 3-4.

³⁰ "De *El Mercantil valenciano*", *La Vanguardia*, 6 de agosto de 1907, p. 7.

del 27 de septiembre, a "los Estados Unidos y Canadá visitando Quebec, Montreal, Niágara Falls, Detroit, Chicago, Washington, Philadelphia, New-York", realizando el trayecto marítimo en los "supertrasatlánticos *Alounia* y *Majestic*, de la Cunard White", con salida del puerto de El Havre³¹.

Con los datos disponibles, hemos efectuado una estimación de la composición del turismo español para 1931-1934, que en cualquier caso habrá que tomar con muchas cautelas. Los turistas extranjeros vendrían a significar entre un 10 y un 17% del turismo total español, según las estimaciones realizadas (Cuadros 4a y 4b). La mayor parte de aquél la formaban los turistas españoles que viajaban por el país (entre el 60 y el 75% del total), en tanto que el turismo emisor pudo haber representado entre el 11 y el 19% del total. En conjunto, los españoles que realizaron turismo supondrían entre el 3,5 y el 6,2% de la población española³². En Checoslovaquia, en 1926-1930, la media de turistas fue de 2,9 millones de personas; de ellos, el 13,5% eran extranjeros (turismo receptivo), el 74,3% eran turistas checoslovacos en su propio país, y el 12,3% turismo emisor. Esta nación tenía 14.726.158 habitantes en 1930, de forma que el turismo interno representaba en torno al 15% de la población. Dado que su PIB per cápita era en 1930 de 2.926 dólares y el de España 2.620 dólares³³, no parece descabellado pensar que los españoles que hicieron turismo en los primeros años de la década de 1930 fueran un 3-6% de la población³⁴.

³¹ *ABC Sevilla*, 15-12-1935, p. 20, *ABC*, 26-5-1935, p. 23 y *ABC Sevilla*, 8-9-1935, p. 22, respectivamente.

³² La estimación se elaboró a partir de la balanza de pagos, las cifras de turistas extranjeros y los porcentajes de turismo exterior e interno en algunas ciudades españolas durante estos años. Para calcular el turismo interno, en el cuadro 4a se usan las siguientes proporciones: Turistas españoles en España (79%) + Turistas extranjeros en España (21%); estos son los porcentajes de "forasteros" españoles y extranjeros en Barcelona en 1911-1913 -calculado a partir de Palou (2012), p. 127, según las Memorias de la Sociedad de Atracción de Forasteros. En el cuadro 4b usamos las siguientes proporciones: Turistas españoles en España (88,7%) + Turistas extranjeros en España (11,3%). Estos son los porcentajes de "visitantes" ("Turistas"+"Viajeros no turistas"), españoles y extranjeros, en Barcelona en 1935 -calculado a partir de Palou (2012), p. 123-. Las diferencias entre turismo emisor 1 y turismo emisor 2 se deben al gasto imputado a cada español en el extranjero: (1) gasto medio igual al 76% del gasto de un extranjero en España, porcentaje equivalente al de la renta per cápita estimada para 1931-1934 como media de la UE15; (2) gasto medio igual que el de un extranjero en España.

³³ Según los cálculos de A. Maddison, son "1990 International Geary-Khamis dollars".

³⁴ *Enciclopedia Universal Europeo-Americana*, Espasa-Calpe, 1931, apéndice 3, p. 1.208. Para el turismo en Checoslovaquia, véase Ogilvie (1933), pp. 152-159.

Cuadro 4a. Estimación del turismo emisor en España, 1931-1934 (1)

Turismo (Turistas)	Turistas totales en España, 1931-1934 (media anual)	% Total (1)	% Total (2)	% Población española	% Viajeros en tren (Media 1930 y 1935)
Receptivo: Extranjeros	142.500	15,9	17,0	0,6	-
Interno: Españoles en España	536.071	59,9	63,9	2,2	-
Emisor (1): Españoles en el extranjero	215.721	24,1	-	0,9	-
Emisor (2): Españoles en el extranjero	160.011	-	19,1	0,7	-
Turismo total (considerando Emisor 1)	894.292	100	-	3,7	1,02
Turismo total (considerando Emisor 2)	838.582	-	100	3,5	0,96

Fuentes: Véase nota a pie 32.

Cuadro 4b. Estimación del turismo emisor en España, 1931-1934 (2)

Turistas	Turistas totales en España, 1931-1934 (media anual)	% Total (1)	% Total (2)	% Población española	% Viajeros en tren (Media 1930 y 1935)
Receptivo: Extranjeros	142.500	9,6	10,0	0,6	-
Interno: Españoles en España	1.118.562	75,7	78,7	4,7	-
Emisor (1): Españoles en el extranjero	215.721	14,6	-	0,9	-
Emisor (2): Españoles en el extranjero	160.011	-	11,3	0,7	-
Turismo total (considerando Emisor 1)	1.476.783	100,0	-	6,2	1,7
Turismo total (considerando Emisor 2)	1.421.073	-	100,0	5,9	1,6

Fuentes: Véase nota a pie 32.

Esa relativa importancia del turismo de los españoles explica, en cierta medida, que pese a la modesta posición española en el marco turístico internacional, el turismo comenzase a ganar protagonismo en las iniciativas de gobernantes y empresarios, cuyos intereses se confundían en ocasiones durante este periodo. La proyección internacional que se buscaba para el mercado turístico español -bien visible en algunas ciudades históricas, en Barcelona, San Sebastián, con su Gran Casino y su Kursaal cosmopolitas, y especialmente Palma de Mallorca- no ha de llevarnos a identificar al español de este período como un turismo ni exclusiva ni principalmente receptivo.

Los españoles de clase media incorporaron de manera progresiva el turismo a sus hábitos desde los primeros años del siglo XX, cuando los viajes y el veraneo se extendían como fenómenos sociológicos entre algunas capas de la sociedad, una *minoría ampliada* a lo largo de estos años³⁵. Muchas de las

³⁵ Pellejero (1999), p. 69, Moreno (2007), pp. 21-132 y Pack (2009), pp. 35-68. Para la extensión del turismo en esta etapa y los precedentes del siglo XIX pueden verse asimismo las colaboraciones en Unceta (Coord.) (1986), Larrinaga (2002), pp. 157-179, Moreno (2010a), pp. 103-132, o los trabajos de M^a Inmaculada López y Joaquín Melgarejo, Antonio Macías y Concepción Pérez; Carmelo Pellejero; Ana Moreno; y Elvira Lindoso y Margarita Vilar, en C. Barciela, C. Manera, R. Molina y A. di Vittorio (eds.) (2009); también son de destacar los trabajos de M. Barke y J. Towner, J. K. Walton y J. Smith y O. Pi-Sunyer en M. Barke, J.

infraestructuras turísticas hechas en el país fueron motivadas o pensadas para este mercado interior en expansión, en consonancia con la de las actividades turísticas como forma de ocio cada vez más extendida.

4.- La oferta turística en España durante el primer tercio del siglo XX. Una primera cuantificación

El turismo es una actividad social que requiere servicios destinados a satisfacer las necesidades del que viaja para conocer, descansar y, en general, disfrutar de una experiencia singular lejos de su medio de vida habitual. Viajar por placer induce el surgimiento del turismo como actividad económica. Se trata de un sector muy particular, como sabemos, porque elabora o suministra productos múltiples, tantos como requieren los turistas en su condición de consumidores. El conjunto de bienes y servicios explotados puestos a disposición de los viajeros y "forasteros" constituyen la oferta turística, que comprende, de este modo, distintas ramas productivas. Una de ellas es la clasificada como "Hostelería, Restauración y similares", que suele asimilarse al conjunto del sector porque atiende las necesidades básicas de alimentación y alojamiento³⁶. Se afirma que la industria turística por excelencia es la hotelera. Pero la oferta turística abarca más campos, en los que se sitúan las empresas de transporte, las agencias de viajes, las de actividades culturales, recreativas y deportivas, las empresas o profesionales dedicados a la información o guía del turista en el destino, etc. Un país turístico se caracteriza por contar con un conjunto de bienes naturales y culturales, y con un entramado de individuos, instituciones públicas y empresas privadas capaces de dar respuesta a las necesidades y expectativas de quienes lo visitan o desean hacerlo. Ello constituye el stock o "patrimonio turístico del país", según José Ignacio Arrillaga.

¿Cómo era el capital turístico del país en 1900 y en 1936? ¿Aumentó cuantitativa y cualitativamente? ¿Cómo evolucionó en el tiempo? ¿Cómo y quién formó ese patrimonio turístico? No vamos a responder a todas esas preguntas. La falta de censos empresariales y, en general de estadísticas, hacen difícil la tarea, como se indicó en la Introducción. Abordaremos lo sustancial de las mismas, centrándonos en la oferta hotelera y, en general, en aquellos establecimientos orientados a suministrar en el destino alojamiento o cuidados al veraneante, turista, bañista o "curista".

4.1.- El turismo como práctica social y como sector productivo

En el siglo XIX, el turismo como práctica social estimuló la creación de productos y servicios orientados a las minorías que veraneaban en las estaciones balnearias o en los primeros resorts turísticos litorales, movidas en cierto modo por los conceptos higiénicos de la época, que destacaban las cualidades terapéuticas de las aguas termales e hidrominerales, del mar y los baños de ola. Las prácticas de salud y recreo, el veraneo, la vida social en las estaciones termales o litorales, -también en las estaciones de montaña en

Towner and M. T. Newton (Ed.) (1996), y la de Carmelo Pellejero en Luciano Segreto, Carles Manera and Manfred Pohl (Ed.), (2009), entre otros. Para el caso mallorquín, Cirer (2009).

³⁶ En la actualidad, el grueso de la oferta turística está compuesto por los servicios de alojamiento, restauración y similares, véase Cuadrado y López (2011).

países como Suiza o Francia-, animó las iniciativas destinadas a satisfacer esa demanda turística incipiente. La encontramos en las empresas balnearias, que dieron lugar en el caso español a la que posiblemente sea la oferta turística más cualificada e identificable en los albores del siglo XX, e igualmente en las casas de baños, balnearios litorales y primeros hoteles turísticos, así como en las empresas de transportes, sobre todo las de ferrocarril y las navieras, y en las agencias de viajes.

Los estudios locales desvelan este avance. Por un lado, la difusión del turismo como hecho sociológico, de minorías privilegiadas y clases medias acomodadas. Por otro lado, la conformación de destinos e iniciativas empresariales, en medio de penurias, incomodidades, limitaciones del entorno, que nos trasladan la imagen del *enclave* turístico, un espacio de lujo en construcción, generalmente en medio de la precariedad material de la mayor parte de la población. Por eso en el siglo XIX, y también en la época objeto de estudio, la aristocracia del dinero española prefería las estaciones turísticas extranjeras, que le proporcionaban un confort, un "chic" (que decía la condesa de Pardo Bazán), que no encontraban en suelo peninsular. Cambiar ese estado de cosas ya era considerado un reto en las décadas de 1880 y 1890 para aquellas localidades que se beneficiaban de las prácticas turísticas al uso y aspiraban a consolidar los beneficios derivados de las mismas.

Este reto experimentó un salto significativo cuando al inaugurarse el nuevo siglo fue planteada la conveniencia de convertir aquellos usos y aficiones en objeto de una auténtica industria, "la industria de los forasteros"; esto es, "poner los medios más apropiados para explotar con decoro y habilidad a los visitantes". Era lo que, siguiendo los ejemplos francés, suizo e italiano, aconsejaba Bartolomé Amengual en 1903. Éste, por cierto, empleaba el vocablo "forasteros" y no "extranjeros", por tener un "sentido más extenso y comprender a los habitantes de otra región, comarca o pueblo"³⁷.

Pero, ¿estaba el país en condiciones de dar origen a una actividad productiva relevante para los destinos turísticos en ciernes (San Sebastián, Santander, Málaga, Palma de Mallorca,...) y, más ampliamente, en sector económico moderno que contribuyese al progreso material y cultural del país, pensando en el mercado interno y también en el mercado externo, considerado ahora como objetivo prioritario? Ciertamente, no. Los testimonios al respecto son innumerables:

"¿Cómo van a venir forasteros, decíase, si no tenemos ni medios de transporte, ni hoteles, ni servicios bien organizados? Y ¿cómo vamos a tener esos medios de transporte y esos hoteles y esos servicios, si no vienen turistas?"

En 1911, éste era "el círculo vicioso en que se encerraba la cuestión del turismo", según el diagnóstico efectuado por la Sociedad de Atracción de Forasteros de Barcelona³⁸. Faltaban vías de comunicación, el tránsito de los turistas era impracticable en muchas de las carreteras, faltaban puentes y señalizaciones, eran lentos e incómodos los ferrocarriles, había pocos hoteles y los que había carecían de las comodidades e higiene aceptables para ese cliente objetivo extranjero. Existía, así, un problema de mala reputación de

³⁷ Amengual (1903), pp. 11 y 22.

³⁸ Memoria de la Sociedad de Atracción de Forasteros de Barcelona, 1911; citada en Palou (2012), p. 149.

España en el exterior. Las dificultades eran de fondo, estructurales. Había limitaciones por el lado de la inversión -formación de capital- y un problema de expectativas, de ver claro que nos encontrábamos ante una actividad rentable, y esto empezando por la del alojamiento hotelero, el más directo de los sectores turísticos.

En los primeros años del siglo XX encontramos nacionales en condiciones de arrendar y de explotar un negocio hotelero, pero había muchos menos dispuestos a construir esos hoteles. De ahí la importancia de la inversión extranjera en hotelería e instalaciones de recreo durante los primeros compases del turismo moderno en España³⁹. Lo señaló el Conde de Bailén en 1908 y en 1918: "Ya que el capital extranjero ha sido invertido en muchos hoteles de nuestras grandes poblaciones (todos florecientes), ¿sea capital español el que se emplee en la explotación de las bellezas naturales de nuestro país!"⁴⁰. ¿Lo hizo? Parece que sí, aunque no estemos en condiciones de distinguir con cifras entre la inversión extranjera y nacional en este sector.

El hecho cierto es que la dotación de capital físico, humano y de tejido empresarial (el stock turístico del país) para dar respuesta a los turistas nacionales y captar las corrientes de turismo internacional era mucho más importante en 1936 que en 1900. Se observa en el sector hotelero, en la red de empresas y asociaciones de turismo (receptivo y emisor), así como en la institucionalización de la política turística, en la mayor implicación del Estado y en un nivel de gasto de la administración central, en 1929-1935, inédito y extraordinario en términos históricos. El Patronato Nacional del Turismo subió el gasto público en política turística directa hasta el 0,3% del gasto del Estado (en torno a once millones de pesetas anuales) en 1929-1931. Este nivel de gasto relativo no volvió a alcanzarse en España hasta 1964⁴¹. Para 1931 se estima que las divisas ingresadas por turismo receptivo representaron el 0,4% del PIB⁴². Nunca, en la historia contemporánea del turismo español, el porcentaje del gasto del estado en turismo igualó prácticamente al porcentaje de los ingresos por turismo extranjero en el PIB.

4.2.- La oferta hotelera en el primer tercio del siglo XX

¿Cómo evolucionó el sector hotelero desde 1900 hasta la Guerra civil? Este constituye un interrogante hasta ahora no respondido por la investigación histórica sobre el turismo español. Faltan estadísticas turísticas, así como faltan las de otros sectores productivos. En este trabajo efectuamos una aproximación a través de las fuentes arriba indicadas: la *Estadística*

³⁹ Como el complejo de ocio creado en la zona del Tibidabo en 1910-1911 por la empresa de capital francés, *La Rabassada Sociedad Anónima Inmobiliaria de Sports y Atracciones*, inscrita en el registro mercantil de Barcelona el 14 de enero de 1910, con un capital social inicial de 1,5 millones de pesetas. El complejo incluía el Gran Casino de la Rabassada y un Gran Hotel-Restaurant anterior (1899), obra del arquitecto parisino M. Lechavallier Chevignard. Véase Fotos de Barcelona.com, *El Gran Casino de la Rabassada. Su historia*. (www.fotosdebarcelona.com).

⁴⁰ Arcos (1909) y (1918), p. 99, (citada por la edición de 1974). Dos ejemplos son los del Hotel Ritz de Madrid (1910), al que concurre capital nacional y extranjero, y el del Palacio del Madrid (1912), iniciativa del magnate belga de la hotelería de lujo europea George Marquet; véase Moreno (2015).

⁴¹ Vallejo (2015b).

⁴² A partir de Tena (2005).

Administrativa de la Contribución Industrial y de Comercio (CIC), los *Anuarios Financieros y de Sociedades Anónimas* editados en Bilbao y en Madrid⁴³, la *Guía de Hoteles* del PNT de 1929 y, de forma complementaria, la *Guía de Hoteles* oficial de 1973.

4.2.1.- La oferta hotelera según la Estadística de la Contribución Industrial y de Comercio

La Estadística de la Contribución Industrial hasta 1900 incluía el epígrafe "*Fondas. Hoteles, restaurantes, paradores y casas de hospedaje*", en el que destacaban dos clases: la de "Paradores y mesones" y la de "Fondas, hoteles, restaurantes y casas para hospedaje con mesa redonda o de hora para las comidas". En 1895-1896 la primera era la más importante, tanto por contribuyentes (7.126) como por cuotas (220.943 pts.) (Cuadro 5). Le seguía en importancia el apartado de fondas, hoteles, restaurantes y casas para hospedaje con comidas, pequeño en número (273 establecimientos) pero relevante en cuotas (140.603 pts.), el 30% del total. Se trata del subsector del alojamiento que podemos considerar, en una primera aproximación, más propiamente en la categoría de turístico⁴⁴. Esta última es la única partida que se mantuvo con la misma denominación hasta 1925 en la Estadística de la CIC. Por ello nos permitirá seguir la evolución de la hotelería entre 1900 y 1925, así como su distribución geográfica en 1900 y 1922. Los criterios de clasificación de la hotelería variaron a partir de 1927 en la CIC. No obstante, la serie anterior puede ser enlazada con la de hoteles de mayor "clase", definida por las localidades y la cuantía del arriendo, para 1927-1933 (Cuadro 6).

Cuadro 5.- Paradores, Mesones, Fondas, Hoteles, Restaurantes y Casas de hospedaje, 1895-1896

	Establecimientos (Contribuyentes)	%	Cuotas (Pts)	%
Paradores y mesones	7.126	76,4	220.943	47,1
Fondas, hoteles, restaurantes y casas para hospedaje con mesa redonda o de hora para las comidas	276	3,0	140.603	29,9
Otros	1.930	20,7	107.944	23,0
Total	9.332	100	469.489,70	100,0

Fuente: Estadística de la CIC, 1895-1896.

⁴³ *Anuario Financiero que comprende el historial de las Sociedades Anónimas de España* (Bilbao, José Marco-Gardoqui, 1914-); y, *Anuario Financiero y de Sociedades Anónimas de España* (fundado por Daniel Ríu) (Madrid, 1916-).

⁴⁴ Aplicando los criterios de Muntanyola (1932), pp. 178-179. Al indicar "primera aproximación" queremos decir que consideramos este indicador significativo para observar la evolución a largo plazo de la oferta turística, pero no definitivo. Esta hostelería tendría usos no turísticos y turísticos, si bien es probable que otros establecimientos distintos a los aquí recogidos también los tuvieran. Por tanto, esta cifra no equivale a toda la posible oferta hotelera turística. Por el momento, la estadística de la CIC hay que tratarla con suma cautela.

Cuadro 6.- Fondas, hoteles, restaurantes y casas para hospedaje con mesa redonda o de hora para las comidas, 1895-1933

	Establecimientos (Contribuyentes)	Cuotas (pts)		Establecimientos (Tasa anual. %)	Cuotas (Tasa anual. %)
1895-1896	276	140.603			
1900	258	150.868	1895-1900	-1,3	1,4
1910	322	180.110	1900-1910	2,2	1,8
1914	368	221.643	1910-1914	3,4	5,3
1922	385	425.578	1914-1922	0,6	8,5
1925	484	602.566	1922-1925	14,7	39,6
1929	780	798.971	1925-1929	12,7	7,3
1930	791	841.617	1929-1930	1,4	5,3
1932	724	792.162	1930-1932	-2,9	-2,0
1933	808	861.239	1932-1933	1,9	0,6

Fuente: Estadística de la CIC.

La hostelería de la época que cabe identificar como más singularmente turística estaría formada por los citados establecimientos del Cuadro 6, los grandes hoteles constituidos como sociedades anónimas, a los que luego aludiremos, las plazas de los establecimientos balnearios y la hostelería surgida al calor de estos, aunque independiente de ellos. A ese conjunto hay que sumar la incipiente oferta de alojamientos de titularidad pública, constituida entre 1928 y 1936 por dieciséis establecimientos, en su mayor parte albergues de carretera y paradores de turismo y excepcionalmente por el Hotel Atlántico de Cádiz (1929) (Cuadro 7).

Cuadro 7. Alojamientos de titularidad pública, 1928-1951

	Paradores	Albergues	Hosterías^(a)	Refugios de montaña	Hoteles
1928-1936	5	7	2	1	1
1940-1951	7	3	1	0	0
Total en 1951	12	10	2	1	1

Fuente: Pellejero (1999), pp. 45-46. Fernández Fuster (1959), Rodríguez Pérez (2014) y Moreno y Pellejero (2015).

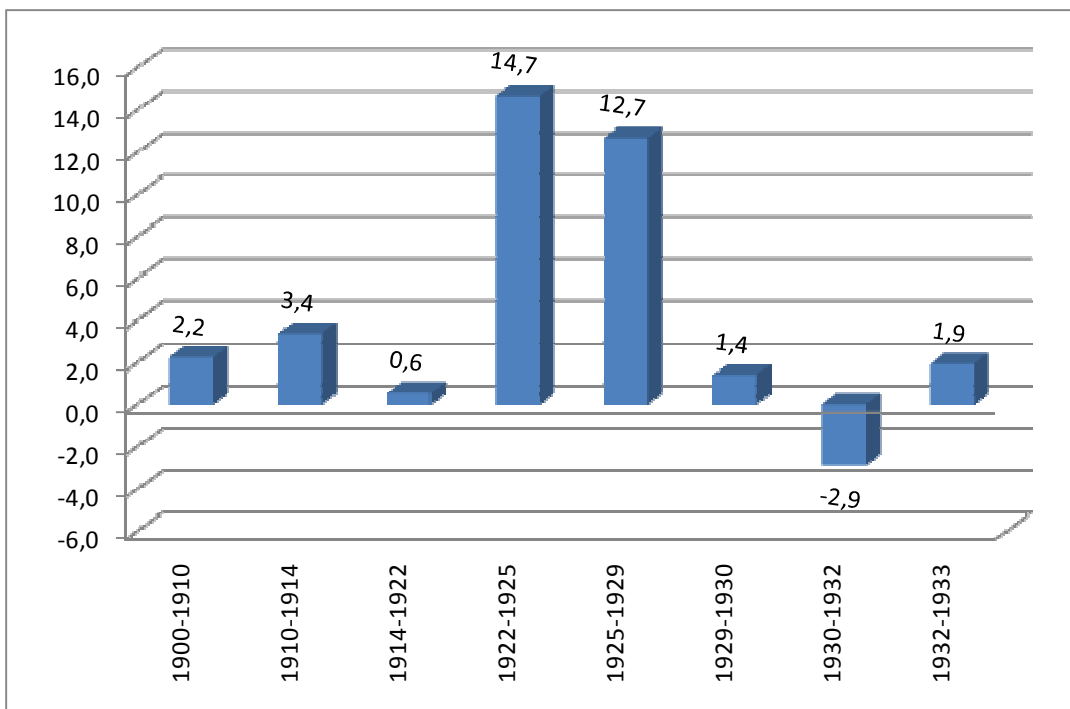
Nota (a): La hostería de Ayamonte fue suprimida al poco de ser creada.

Respecto al primer tipo, al de hoteles más propiamente turísticos de las estadísticas de la CIC, los datos del Cuadro 6 nos muestran varios hechos destacables. En primer lugar, el crecimiento extraordinario de la oferta hotelera en el primer cuarto del siglo XX, toda vez que los 258 establecimientos de 1900 pasaron a 484 en 1925, esto es, un 75% más. Un segundo rasgo a destacar es la relativamente alta tasa de crecimiento del número de hoteles en 1900-1910 y en 1910-1914, entre el 2,2 y el 3,4% (Gráfico 3). Resalta, en tercer lugar, el práctico estancamiento entre 1914 y 1922, influido por la repercusión de la Primera guerra mundial y, sobre todo, por la inestabilidad financiera y la crisis posbélica de los primeros años veinte⁴⁵. Es de destacar, a continuación, el

⁴⁵ Por el contrario, las cuotas pagadas por estos establecimientos a Hacienda crecieron a tasas muy superiores en 1914-1922 (8,5% anual acumulado) que en 1900-1910 (1,8%). Esto tiene que ver con el aumento de las tarifas y, probablemente también, con una mayor entidad o

acentuado crecimiento de 1922 a 1925 del número de establecimientos (14,7% anual) y de las cuotas pagadas al fisco (39,6%). Esta hostelería más turística por sus prestaciones aumentó en sólo estos tres años en cien establecimientos, hasta alcanzar 484, de forma que 1 de cada 5 establecimientos que abrieron sus puertas en 1925 había sido creado o reformado en el último trienio (Cuadro 6). Estamos ante cifras excepcionales que demuestran que el turismo español había entrado en una nueva era de aceleración y expansión.

Gráfico 3.- Evolución de los establecimientos hoteleros, 1900-1933, (tasas anuales, %)



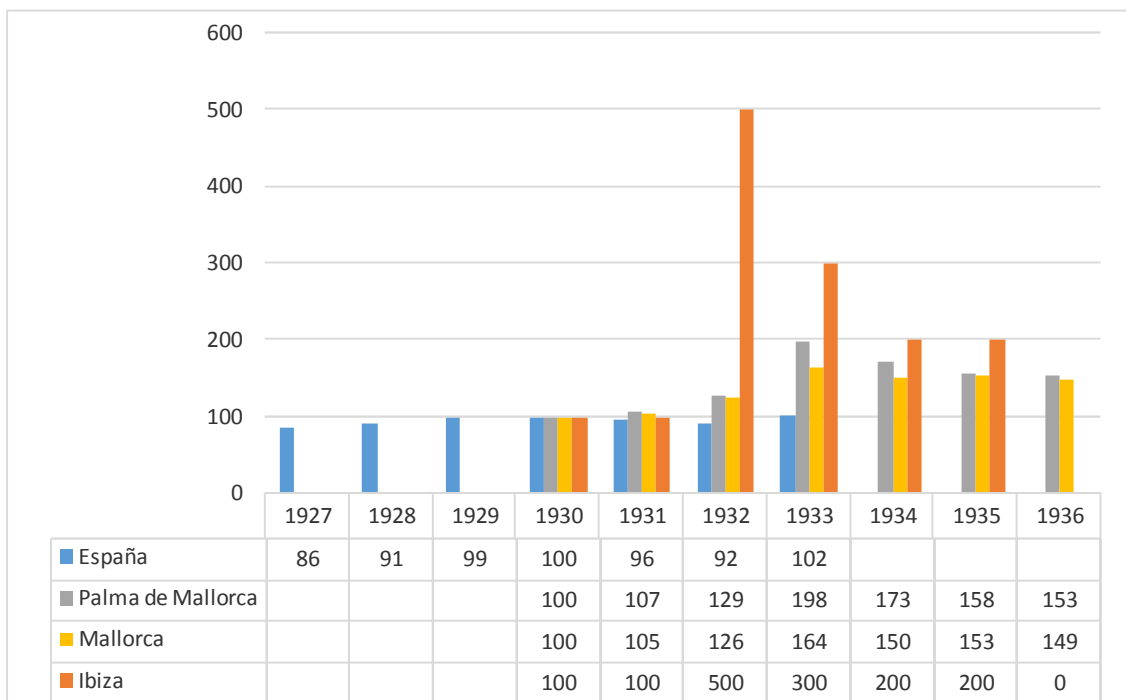
Fuente: Estadística de la CIC.

Por último, entre 1925 y 1933 (el último disponible en la Estadística de la CIC), el número de hoteles de carácter más turístico continuó creciendo, a excepción de 1931 y 1932 (Cuadro 6). Pero lo hizo, a partir de 1927, a tasas más moderadas que en 1922-1925. Según nuestra estimación, entre 1925 y 1929 esa tasa fue del 12,7% anual (Gráfico 3). Durante la difícil coyuntura del período republicano, la hostelería retrocedió en 1931 y 1932 y recuperó actividad en 1933. Nuestro Índice de Intensidad Mediática del Turismo (IIMT) indica un repunte de la presencia del turismo en la prensa durante 1934 y un retroceso moderado en 1935. No disponemos de registros publicados de la CIC para ver cómo evolucionó la hotelería en ese bienio. Los estudios locales sugieren que hubo un desigual comportamiento regional. Por ejemplo, en Palma de Mallorca e Ibiza, donde la "industria del turismo" había adquirido una importancia extraordinaria, se produjeron retrocesos en el número de hoteles durante 1934-1935 respecto al máximo histórico de 1933 (Gráfico 4). Resulta paradójico, toda vez que el número de turistas llegados a Palma de Mallorca en

tamaño de los establecimientos, un extremo éste que indican otras fuentes, pero a delimitar con más precisión.

1934 y 1935 continuó aumentando⁴⁶. La explicación podría residir en el descenso de la duración de las estancias, así como en la utilización de casas de particulares como alojamiento alternativo. En mayo de 1932, el diputado Alejandro Jaume sostenía que "la mayor parte de las casas del Terrero y de Porto-Pí se alquilan en invierno a los ingleses, franceses y alemanes". "Mallorca -decía-, desde hace algunos años atrae la atención de todo el turismo internacional. Las grandes agencias de viajes recomiendan al viajero la visita a Mallorca. Todos los hoteles de la Isla están atestados de viajeros extranjeros durante el invierno"⁴⁷. Del 30 de octubre al 2 de noviembre de 1934, la isla fue sede del XV Congreso de la Federación Internacional de Agencias de Viajes, un claro reconocimiento a dicha proyección turística⁴⁸.

Gráfico 4.- Establecimientos de alojamiento en España y Baleares, 1927-1935 (1930 = 100)



Fuentes: Estadística de la CIC, Cirer (2009), Serra y Cardona (2014).

Este dinamismo se explica en buena medida por la expansión del *turismo marítimo* de cruceros durante estos años de contracción económica, abonada por la caída de los precios de las navieras, que trataron de compensar con esta "navegación turística" el desplome de ingresos en otras partidas de su negocio (emigrantes, mercancías, etc.)⁴⁹. Las clases medias acomodadas británicas respondieron entusiastas a esta estrategia empresarial y se estima que, en estos primeros años de la década de 1930, unos 250.000 británicos se embarcaban anualmente en algún crucero. Algunos destinos mediterráneos se beneficiaron de esta pasión crucerista. En España lo vemos en Santander,

⁴⁶ Para Palma de Mallorca, Cirer (2009), pp. 274 y 266; para Ibiza, Serra y Cardona (2014), p. 9. También Barceló (1966), p. 51.

⁴⁷ ACD, SGC1.

⁴⁸ Lavour (1980), II, p. 60.

⁴⁹ DSC, 23-11-1934, p. 5081.

Vigo, Cádiz, Málaga, Barcelona y las islas Canarias, por citar sólo algunos ejemplos⁵⁰. La respuesta empresarial trató de beneficiarse de estos flujos. Los capitales, generalmente autóctonos (consignatarios, banca local, hoteleros, industriales, exportadores de productos agrícolas y manufacturas), optaron por diversificar los negocios orientados a esta clientela.

Por ejemplo, en Vigo se formó la Sociedad Anónima de Iniciativas Turísticas (SADIT), en activo durante 1933-1936, dedicada a los "cruceiros" -la parte más sustancial de su negocio- y a las "excursiones"⁵¹. Uno de sus socios fundadores fue el consignatario Estanislao Durán, hombre de negocios vigués que impulsó varias iniciativas relacionadas con el turismo gallego, como la constitución en 1910 de la Asociación de Fomento del Turismo, en el seno de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Vigo⁵². En Palma de Mallorca, para 1930-1935, Cirer ha contabilizado la constitución de doce compañías, en su mayor parte anónimas, con un capital social de 11,85 millones de pesetas. Estaban dedicadas a la explotación de hoteles, la agencia de viajes, la urbanización de fincas y parcelas en la proximidad de las playas, el turismo aéreo (Aero Taxi SL), la "explotación industrial y comercial de automóviles", el alquiler de turismos y la construcción de un funicular por cable para subir hasta el Puig Major⁵³.

Por tanto, la hostelería turística española experimentó desde los primeros años 1920 un dinamismo desconocido hasta entonces, que permite hablar de esta fase como de una especie de "boom turístico", que alcanzó hasta 1929-1930 con las Exposiciones Iberoamericana de Sevilla y Universal de Barcelona. Así lo reconocía la Presidencia del gobierno cuando sostuvo, al crear el Patronato Nacional de Turismo el 25 de abril de 1928, que el turismo, "estimulado por la tranquilidad pública y la indudable mejora de las comunicaciones", había experimentado "un progreso muy estimable (...) en los tres años últimos"⁵⁴. Lo corroboraba igualmente la Memoria del PNT (1931a) correspondiente al bienio 1928-1929, cuando hablaba de un buen año turístico en 1929, con un previsible saldo turístico positivo, y de expectativas favorables para 1930, según "las previsiones de las Agencias de viaje"⁵⁵. Las informaciones procedentes del PNT, las cifras de hotelería de la CIC y nuestro IIMT son concordantes en estas fases descritas y en sus picos y depresiones (Gráfico 5). Los años de la II República no fueron fáciles para el turismo. La intensidad turística del país retrocedió respecto al máximo de 1929-1930. Pero conviene no confundirse a la hora de evaluar este retroceso. Tras la crisis de 1931-1932, la intensidad turística se situó en 1933-1935 por encima de los niveles alcanzados en 1928; por otra parte, el número de hoteles se redujo en 1931-1932 respecto a 1929-1930, pero aun así resultaba mayor que la cifra de 1928, y en 1933 se alcanzó un techo histórico. Además, en algunas comunidades como Baleares, el boom de la segunda mitad de los años veinte se prolongó durante 1931-1935, como vimos anteriormente.

⁵⁰ También influyó en el caso español la reducción de los hasta entonces elevados derechos portuarios (Real Decreto de 14 de mayo de 1923). Véase Cerchiello (2013).

⁵¹ Archivo Histórico Provincial de Pontevedra, Delegación de Hacienda. Vigo. Caixa 11.309 [Balance de Sociedades].

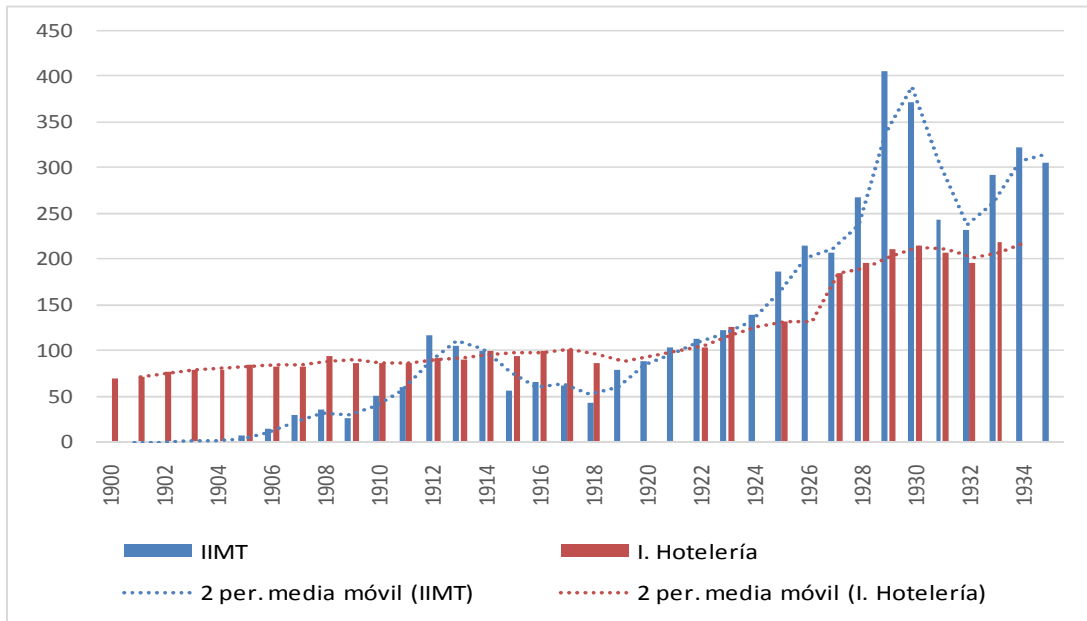
⁵² Hooper (2013), Vallejo (2015a).

⁵³ Cirer (2009), p. 282.

⁵⁴ R.D. de 25 de abril de 1928 por el que se crea el Patronato Nacional de Turismo, *Gaceta de Madrid*, 26-4-1928, p. 417.

⁵⁵ Patronato Nacional de Turismo (1931a), pp. 3-5.

Gráfico 5.- Índice de Impacto Mediático del Turismo e Índice de Hotelería, 1901-1935 (1914 = 100)



Fuentes: I. Hotelería: Estadística de la CIC; IIMT: prensa digitalizada y elaboración propia.

La evolución del alojamiento más específicamente turístico, como el de los propios turistas, mostró un comportamiento diferencial según las regiones durante el primer cuarto del siglo XX (Cuadro 8), al igual que lo hizo entre 1925 y 1936.

Cuadro 8.- Fondas, hoteles, restaurantes y casas para hospedaje con mesa redonda o de hora para las comidas por Comunidades Autónomas, 1900 y 1922. (Número de industriales y cuotas en pesetas corrientes)

Comunidades Autónomas	1900	1900	1922	1922	1900	1900	1922	1922	1900-1922
	Nº	Pts	Nº	Pts	Nº (%)	Pts (%)	Nº (%)	Pts (%)	Nº (% Var.)
CATALUÑA	52	36.971	74	78.755	20,0	24,4	19,2	18,5	42,3
ANDALUCÍA	51	29.403	63	78.733	19,6	19,4	16,4	18,5	23,5
MADRID	27	22.616	38	62.263	10,4	14,9	9,9	14,6	40,7
CASTILLA Y LEÓN	28	10.254	43	36.424	10,8	6,8	11,2	8,6	53,6
C.VALENCIANA	14	10.141	23	31.817	5,4	6,7	6,0	7,5	64,3
GALICIA	18	8.483	24	26.254	6,9	5,6	6,2	6,2	33,3
ARAGÓN	12	4.395	22	24.724	4,6	2,9	5,7	5,8	83,3
CANTABRIA	9	5.918	23	20.789	3,5	3,9	6,0	4,9	155,6
CASTILLA-LA MANCHA	14	5.629	19	14.711	5,4	3,7	4,9	3,5	35,7
I.CANARIAS	6	2.431	14	12.110	2,3	1,6	3,6	2,8	133,3
ASTURIAS	12	6.067	13	11.573	4,6	4,0	3,4	2,7	8,3
EXTREMADURA	7	2.641	10	8.486	2,7	1,7	2,6	2,0	42,9
MURCIA	6	4.848	5	7.606	2,3	3,2	1,3	1,8	-16,7
I.BALEARES	2	825	9	7.130	0,8	0,5	2,3	1,7	350,0
LA RIOJA	2	1.072	5	4.203	0,8	0,7	1,3	1,0	150,0
España	260	151.693	385	425.578	100	100	100	100	48,1

Fuente: Contribución Industrial y de Comercio 1900 y 1922.

Nota: Para Baleares hemos puesto los valores de 1895-1896. Circunstancialmente, no tributó ningún establecimiento balear en 1900. Omitir el dato impediría ver la efectiva evolución dinámica balear, y no altera el cuadro conjunto.

El Cuadro 8 revela la importancia hotelera de las comunidades autónomas de Cataluña, Madrid, Castilla y León, la Comunidad Valenciana y Galicia, así como el notable crecimiento de la oferta hotelera producido entre principios de siglo y 1922 en las comunidades de Baleares (350%), Cantabria (156%), La Rioja, Canarias, Aragón y Comunidad Valenciana. No obstante, estamos ante datos absolutos. Si relacionamos el número de establecimientos con la superficie territorial (en Ha²), como índice de intensidad hotelera, el panorama que se nos presenta resulta algo distinto. En este caso, el ranking está encabezado por Madrid, Cantabria (con Santander como uno de los destinos turísticos de referencia en la época), Cataluña y asoman ya Canarias y Baleares como dos destinos que serán altamente turísticos en la época del turismo de masas desde la década de 1950 y que entonces ofrecían la ventaja de funcionar como lugares de turismo de verano y de invierno (Cuadro 9).

Cuadro 9.- Intensidad hotelera por Comunidades Autónomas 1900 y 1922 (Hoteles por Ha²) (Ordenados por intensidad en 1922)

	1900	1922	1900-1922
	Nº/Ha ²	Nº/Ha ²	(% Var.)
MADRID	0,34	0,48	40,7
CANTABRIA	0,17	0,43	155,6
CATALUÑA	0,16	0,23	42,3
I.CANARIAS	0,08	0,19	133,3
I.BALEARES	0,04	0,18	348,0
ASTURIAS	0,11	0,12	8,3
LA RIOJA	0,04	0,10	150,0
C.VALENCIANA	0,06	0,10	64,3
GALICIA	0,06	0,08	33,3
ESPAÑA	0,05	0,08	48,1
ANDALUCÍA	0,06	0,07	23,5
ARAGÓN	0,03	0,05	83,3
CASTILLA Y LEÓN	0,03	0,05	53,6
MURCIA	0,05	0,04	-16,7
EXTREMADURA	0,02	0,02	42,9
CASTILLA-LA MANCHA	0,02	0,02	35,7

Fuentes: Contribución Industrial y de Comercio, 1900 y 1922 e INE para la superficie territorial.

La ausencia de Navarra y sobre todo del País Vasco de la estadística de la CIC distorsiona en cierta medida el panorama de la oferta turística. Esta carencia la suple, en cierto modo, la Guía de Hoteles del PNT de 1929, en la que, como vemos en el Cuadro 10, el País Vasco encabeza el ranking, empujado por la potencia hotelera de Guipúzcoa y, en particular, de San Sebastián, "la capital veraniega de España"⁵⁶. Le siguen en importancia, por encima de la media española, las Islas Baleares, Cantabria, La Rioja, la Comunidad Valenciana, Madrid, Asturias, Cataluña, Galicia y Canarias. Llama la atención la elevada correspondencia entre la intensidad turística que se desprende de la Guía de 1929 y de la estadística de la CIC de 1933, destacando los casos de Baleares, Cantabria, Asturias, la Rioja y Castilla y León, y, en una situación divergente por lo extrema, el caso de Madrid,

⁵⁶ La Correspondencia de España, 29-7-1907, p. 2.

Extremadura y Castilla-La Mancha. En cuanto a Cataluña, cuya potencia turística en equipamientos y organizaciones ocupaba un lugar destacado en el país, posiblemente el primero en capital humano y empresarial en este sector del turismo, semeja infrarregistrada en la Guía del Patronato, al igual que Madrid⁵⁷.

Respecto al reparto provincial, las cifras de 1929 permiten varias lecturas, según tengamos en cuenta el número de plazas o la intensidad hotelera (hoteles por Ha²). Si nos atenemos a las plazas, sobresalen por encima de la media (2.010), Sevilla (15,9% del total) -que posiblemente estuviese muy bien registrada al ser sede de la Exposición Iberoamericana-, Barcelona (8,6%), Madrid (8%), Guipúzcoa (6,7%), Santander (5%), Zaragoza (3,8%), Granada (3,7%), Girona (3,4%), Pontevedra y A Coruña (2,7% y 2,6%), Alicante (2,5%), Baleares (2,5%) y Lérida (2,1%), a las que siguen Vizcaya y Tarragona (con menos de 2.000 plazas hoteleras). Estamos pues ante un indicador que identifica bastante bien las más importantes provincias turísticas de la época, entre las que habría que incluir Málaga, Santa Cruz de Tenerife, Asturias, Valladolid, Salamanca, Ávila, Segovia y, sin duda, Córdoba y Toledo. En 1934, el diputado Madariaga calificaba a esta última de "hermosísima ciudad, que vive en gran parte del turismo"⁵⁸; y, siete años antes, el marqués de Vega-Inclán sostenía que si en 1908 el "movimiento viajero" a Toledo no pasaba de 4.000 turistas anuales, en 1927 la cifra no difería "mucho de la de 100.000"⁵⁹. Esto no contradecía su poca capacidad hotelera; dada su proximidad a Madrid, Toledo funcionaba entonces, al igual que ahora, como destino excursionista. Y otro tanto podría estar sucediendo con Ávila y Segovia.

⁵⁷ En este cuadro, para 1927 y 1933 hemos usado las cifras de la "Tarifa 1ª. Número 1. Clase especial de la Sección 1ª.- Cuadro de categorías por razón de alquileres. Fondas, hoteles, casas para hospedaje y alquiler de habitaciones amuebladas": 4.956 establecimientos (contribuyentes) en 1927; 5.924 establecimientos en 1933. Debido a ello, Madrid aparece sobredimensionada en la intensidad hotelera. Muchos de los establecimientos de las categorías más bajas y de habitaciones amuebladas de alquiler estaban en la ciudad de Madrid, alojamientos éstos probablemente más relacionados con la migración interior que con el turismo. También debemos recordar que la Guía de Hoteles de 1929 incluía 3.403 establecimientos, 15 de ellos en las colonias africanas, y que Fernández Fuster consideraba que infrarregistraba el stock de alojamientos hosteleros del país.

⁵⁸ DSC, 6-2-1934, p. 911.

⁵⁹ Marqués de Vega-Inclán (1927), p. 228.

Cuadro 10.- Intensidad hotelera por Comunidades Autónomas 1927, 1929 y 1933 (Hoteles por Ha²)

	1927	1929 PNT	1933	1900-1922	1927-1933
Comunidades Autónomas	Nº/Ha ²	Nº/Ha ²	Nº/Ha ²	Tasa Anual (%)	Tasa Anual (%)
PAÍS VASCO		3,35			
I.BALEARES	1,85	2,15	2,19	7,1	2,8
CANTABRIA	2,23	2,10	2,33	4,4	0,7
LA RIOJA	1,21	1,79	1,57	4,3	4,4
C.VALENCIANA	1,95	1,51	2,54	2,3	4,6
MADRID	10,41	1,38	13,98	1,6	5,0
ASTURIAS	2,06	1,37	1,30	0,4	-7,4
CATALUÑA	1,55	1,24	2,00	1,6	4,3
GALICIA	1,85	1,00	1,74	1,3	-1,0
I.CANARIAS	1,22	0,77	2,68	3,9	14,1
NAVARRA		0,71			
ESPAÑA	0,98	0,67	1,17	1,8	3,0
ANDALUCÍA	0,91	0,65	1,01	1,0	1,9
MURCIA	0,65	0,65	0,77	-0,8	2,7
ARAGÓN	0,38	0,55	0,46	2,8	3,1
CASTILLA Y LEÓN	0,47	0,35	0,50	2,0	0,9
EXTREMADURA	0,51	0,15	0,79	1,6	7,4
CASTILLA-LA MANCHA	0,44	0,14	0,54	1,4	3,6

Fuentes: Contribución Industrial y de Comercio, 1927 y 1933, Patronato Nacional de Turismo (1929) e INE para la superficie territorial.

Si atendemos a la intensidad hotelera, el panorama cambia en cierta manera. El ranking lo encabeza en lugar muy destacado Guipúzcoa, gracias a San Sebastián y a la orla de villas turísticas en torno a la ciudad, que configura uno de los espacios turísticos más sobresalientes del período estudiado⁶⁰. Su intensidad turística (6,7 hoteles por Ha²), duplica la del País Vasco y multiplica por diez la media española. Le sigue en importancia, por encima de dicha media, Vizcaya (4,65), con Bilbao y su entorno reticular de villas que funcionan al menos desde la década de 1880 como colonias de veraneo -Las Arenas, Portugalete o Neguri en Guecho-, Alicante (2,89), Pontevedra (2,36), Baleares (2,16), Santander (2,09), Barcelona (1,98), Gerona (1,93), Logroño, A Coruña, Madrid, Asturias, Valencia, Zaragoza, Granada, Málaga, Tarragona, Sevilla, Las Palmas, Castellón, Palencia, Cádiz, Navarra y Santa Cruz de Tenerife. En conjunto, recoge a gran parte de la geografía turística de la España de la época.

En cuanto a la evolución regional de la intensidad hotelera entre 1927 y 1933 destacan los avances de las Islas Canarias (14,1% anual), Extremadura, Madrid, la Comunidad Valenciana, La Rioja, Cataluña, Aragón y casi en la media, Baleares (2,8% anual), que le permitió escalar en su posición en intensidad hotelera respecto a 1922, hasta situarse entre las cinco primeras comunidades del ranking en 1933 (Cuadro 10). Resultan llamativos los retrocesos de Galicia, Asturias y el práctico estancamiento de Cantabria, asociado quizás al impacto del cambio de régimen político en el veraneo de Santander.

⁶⁰ Con Zarauz, Pasajes, Fuenterrabía, etc. Fernández Fuster (1991a y 1991b); Walton y Smith (1996).

Los factores explicativos de esta evolución provincial y regional de la potencia hotelera y turística son diversos. Los gustos de los turistas es uno de ellos, sin duda. Pero deben tenerse en cuenta los factores de localización geográfica: la proximidad a Francia y la condición de gran puerto y, por tanto, la accesibilidad exterior. Igualmente, el factor renta regional y, con ella, la capacidad de inversión constituirían elementos añadidos. La importancia de Madrid, del País Vasco y el tándem Cataluña-Baleares no se entienden sin tener en cuenta el desarrollo económico regional, su condición de centros financieros, industriales o mercantiles, y la generación de ahorro susceptible de formar capital. El turismo como práctica social es función de la renta disponible; la industria turística es función de la inversión y ésta de los capitales disponibles, nacionales o extranjeros. Por ejemplo, en la primera década del siglo XX, Galicia ofrecía condiciones para convertirse en la Suiza española a ojos de muchos nacionales y de algunos expertos extranjeros. Pero mantenía grandes carencias. En 1910, invitado por la Asociación de Fomento del Turismo de Galicia, el "propagador del Turismo en Inglaterra", Mister Geissler, dejó un inventario de recomendaciones sobre "lo que hay en hacer en Galicia" para fomentar su turismo. Más allá de sus importantes balnearios, enclaves turísticos en los que la banca local, los capitales de indianos, el auxilio financiero de allegados o la reinversión de beneficios jugaron un papel destacado, estaba casi todo por hacer en materia de infraestructura turística (puertos, vías de comunicación y telecomunicaciones, hostelería, salubridad, etc.):

"Háganse las mejoras apuntadas y yo vaticino a Galicia un porvenir próspero, de riqueza y bienestar.

Fíjense los desconfiados en el ejemplo que nos da Suiza. Esta nación vive casi exclusivamente del turismo. Y Galicia puede competir con Suiza, como se ponga a su altura, en cuando a higiene, comodidades, confort y comunicaciones se refiere"⁶¹.

Galicia, como otras comunidades españolas, realizó avances perceptibles en equipamiento turístico durante el período aquí estudiado. Pero la formación de capital fijo social y de capital privado renqueó, dadas sus relativamente bajas tasas de inversión. Su hotelería se fue montando allí donde las posibilidades de inversión fueron mayores (A Coruña, Vigo, Santiago de Compostela, etc.). Su caso no fue único.

4.2.2.- Balnearios, casas de baños y balnearios marítimos

La hotelería turística descrita a partir de la estadística de la CIC no conforma toda la oferta de alojamiento turístico. Un segmento importante del turismo de la época lo constituye el turismo termal, que combina la vertiente terapéutica y la lúdica, sobre todo en aquellos balnearios configurados como estaciones termales. Los balnearios ofrecían baños y, en bastantes casos, servicios de alojamiento y restauración. La estadística de la CIC los clasifica en "establecimientos de aguas minerales o medicinales con/sin hospedaje y fonda" y, cuando "en una misma localidad había varios edificios donde se tomen las aguas, pertenezcan al mismo dueño o a varios, e incluso se encuentren bajo una sola dirección facultativa", se incluían también en ese

⁶¹ Geissler (1910), pp. 18-19.

epígrafe de balnearios. En un epígrafe aparte figuraban, hasta 1925-1926, las "Fondas, casas huéspedes en localidades donde haya balnearios pero son independientes de éstos".

El fenómeno del alojamiento anexo, pero externo al balneario, mantenía tradición decimonónica⁶². Los balnearios generaron efectos económicos de arrastre en las localidades termales y sus entornos. En las dos primeras décadas del siglo XX este proceso se afianzó (Cuadro 11). Los establecimientos que ofrecían hospedaje independiente de los balnearios pasaron de 32 en 1900 a 74 en 1922, según la CIC. Crecieron relativamente más que los balnearios, y más también entre 1900 y 1910 que entre 1910 y 1922, como veíamos que sucedía con la hotelería turística en general. Un ejemplo muy llamativo de estos efectos de arrastre, induciendo actividad económica, lo vemos en el caso del Balneario de Mondariz. En el verano de 1928 esta pequeña localidad pontevedresa, convertida en enclave balneario, ofertaba 697 "habitaciones" de hotel (incluidas las 250 del balneario) y 135 en hospederías, según la revista *La Temporada en Mondariz*, publicada por el propio balneario. Pontevedra, Jaén, Gerona y Santander constituyeron provincias donde este alojamiento externo era importante.

Cuadro 11.- Balnearios y hospedaje independiente de los balnearios, 1900-1925.

	Balnearios	Balnearios	Tasa anual (%)	Tasa anual (%)	Hospedaje independiente de los Balnearios	Hospedaje independiente de los Balnearios	Tasa anual (%)	Tasa anual (%)
	Nº	Cuotas (Pts)	Nº	Cuotas (Pts)	Nº	Pts	Nº	Cuotas (Pts)
1900	212	53.484			32	3.059		
1910	223	47.808	0,5	-1,1	61	4.287	6,7	3,4
1922	266	127.096	1,8	10,3	74	13.896	2,0	12,5
1925	212	144.486	-7,3	4,4	67	9.774	-3,3	-11,1

Fuente: Estadística de la CIC.

El epígrafe de "Fondas, casas de huéspedes" independientes de los balnearios apareció hasta 1925-1926 en la Estadística de la CIC. Hasta esa fecha, el máximo se alcanzó en 1923 (78 establecimientos); dos años después se redujeron a 67, de manera simultánea a los balnearios, dato indicativo del debilitamiento del negocio termal y de la concurrencia a los mismos, un retroceso que se hizo bien patente a partir de 1927-1928, tras un repunte que resultó efímero en los años finales de la Dictadura de Primo de Rivera, considerados como la "edad de plata" de aquellos establecimientos.

El número de balnearios abiertos al público, según las cifras que ofrece la Estadística de la CIC, pasaron de 210 en 1900 a 312 en 1933. Su crecimiento fue el más débil de toda la oferta turística considerada en este

⁶² A veces conflictiva, como se ve en la provincia de Guipúzcoa, véase Larrinaga (2014). Para Galicia, véase Alonso, Lindoso y Vilar (2011).

trabajo, aunque sus dimensiones y sus equipamientos aumentaron en los más importantes. Desde el punto de vista cualitativo, los balnearios, como los hoteles, mejoraron sus prestaciones, según demuestran los índices sobre la calidad de hospedaje en el sector termal publicados por Alonso, Vilar y Lindoso (2012). Configurados en su mayor parte como negocio durante el siglo XIX, y en pleno apogeo en el tránsito entre éste y la nueva centuria, los balnearios constituían una modalidad turística madura, en la que la vertiente terapéutica fue perdiendo predicamento y atractivo a medida que se difundía la nueva farmacopea. Los primeros fármacos específicos competían con la medicina hidrológica. Médicos de prestigio se pronunciaban en su contra. La Primera guerra mundial contribuyó a respaldar el valor de los medicamentos frente a la terapia de las aguas.

Como establecimientos turísticos, los balnearios eran lugares de referencia, por la calidad de las instalaciones de los más notables, con sus grandes hoteles, y la diversidad de formas de recreo surgidas con ellos, iniciativa de las propias empresas balnearias. Según la estadísticas fiscales, en torno al 15% de los establecimientos formarían parte del grupo de los grandes (los que recibían al menos mil concurrentes al año), es decir, unos 50 establecimientos en 1928⁶³. El número de establecimientos merece un particular subrayado. Las cifras registradas en los datos oficiales de los *Anales de la Sociedad Española de Hidrología Médica* eran menores (en torno a un 40% en 1900-1933) que los que figuraron en la *Estadística* de la CIC del Ministerio de Hacienda. También debe ser anotado que durante el primer tercio del siglo XX, el número de establecimientos de los *Anales* tendió a descender hasta mediados de la década de 1920 y repuntó hasta 1931, último año publicado en los *Anales*, sin volver a alcanzar la cifra de 1902 (123); por el contrario, el número balnearios de la CIC creció de forma sostenida (Cuadro 12).

Cuadro 12.- Establecimientos balnearios según la *Estadística* de la CIC y los *Anales de la Sociedad Española de Hidrología Médica*, 1900-1933.

	CIC	Anales	Diferencia	% Anales/CIC
1900*	210	123	87	58,6
1910	223	99	124	44,4
1914*	234	93	141	39,7
1922	252	86	166	34,1
1929	298	104	194	34,9
1933*	312	114	198	36,5

Fuentes: *Estadística* CIC y Alonso, Vilar y Lindoso (2012), p. 170.

Nota*: Las cifras de *Anales* corresponden a 1902, 1913 y 1931.

Las cifras del Cuadro 12 nos sitúan ante dos cuestiones que precisan aclaración. La primera es la del número. La diferencia parece deberse a la existencia de un mercado dual, en el que había por un lado establecimientos muy modestos, que reciben (según la estadística fiscal) alrededor de 200

⁶³ Los que contribuyen a Hacienda por medio de la CIC, los más, y por medio del Impuesto de Utilidades, las Sociedades Anónimas.

concurrentes al año⁶⁴, y que, por su modestia, no eran contabilizados en los *Anales de las Sociedad Española de Hidrología Médica*, al no estar "servidos por Médicos del Cuerpo de Baños". Estos balnearios más modestos atenderían a una clientela popular, que constituía lo que semeja un particular y activo mercado local o regional, al menos hasta la Guerra civil. La estadística del Ministerio Hacienda registra un número creciente de los que abren cada año hasta 1933, al margen de algunas oscilaciones coyunturales. Por tanto, la parte "baja" del negocio balneario no parece haber entrado en crisis antes de la Guerra civil.

Cuestión distinta es lo que sucede en la parte "alta" del negocio, la registrada en los *Anales* de la Sociedad de Hidrología Médica. Este segmento, el más importante por calidad, penetración social, reputación y volumen de negocio, experimentó una expansión en los primeros años del siglo XX. Los Anuarios Financieros registran la constitución de 38 Sociedades Anónimas de Aguas Minerales y Balnearios entre 1894 y 1934. En su mayor parte eran compañías que combinaban el embotellado de aguas y el empleo terapéutico de las aguas termales y minero-medicinales, aunque había también empresas de baños y balnearios marítimos. Dieciocho de las 38 compañías citadas se crearon en 1900-1919 y otras dieciocho en 1920-1934 (Cuadro 13). Por capital desembolsado en acciones destacan los quinquenios 1931-1934 (24% del período), en este caso por la importancia de la compañía Aguas de Mondariz de Hijos de Peinador, S.A. (4,5 millones desembolsados en acciones), y 1900-1904 (19,8% del capital), el segundo también en importancia en cuanto al capital medio por empresa (1,81 millones de pesetas corrientes). El primero en este último concepto fue 1894-1899 (1,86 millones de media). A este extraordinario período de inversión intersecular (1899-1904) corresponden grandes empresas como Aguas y Balneario de Cestona (1901; 4 millones desembolsados), Aguas de Panticosa S.A., escriturada en Madrid en 1899 (3,5 millones desembolsados), El Sardinero S.A. de Santander (1901; 2 millones) y A Toxa (1903; 0,8 millones).

Cuadro 13.- Sociedades dedicadas a negocios de balnearios y aguas minerales (número y capital desembolsado en acciones), 1894-1934

Quinquenio	Capital desembolsado (Pesetas)	Nº Sociedades	% Capital	% Sociedades	Capital/Sociedad
1894-1899	3.738.537	2	10,2	5,3	1.869.269
1900-1904	7.256.000	4	19,8	10,5	1.814.000
1905-1909	1.488.000	3	4,1	7,9	496.000
1910-1914	2.707.500	4	7,4	10,5	676.875
1915-1919	5.819.550	7	15,9	18,4	831.364
1920-1924	3.331.500	6	9,1	15,8	555.250
1925-1929	3.471.500	6	9,5	15,8	578.583
1930-1934	8.787.500	6	24,0	15,8	1.464.583
Total	36.600.087	38	100,0	100,0	963.160

Fuente: *Anuario Financiero*, Bilbao y *Anuario Financiero*, Madrid.

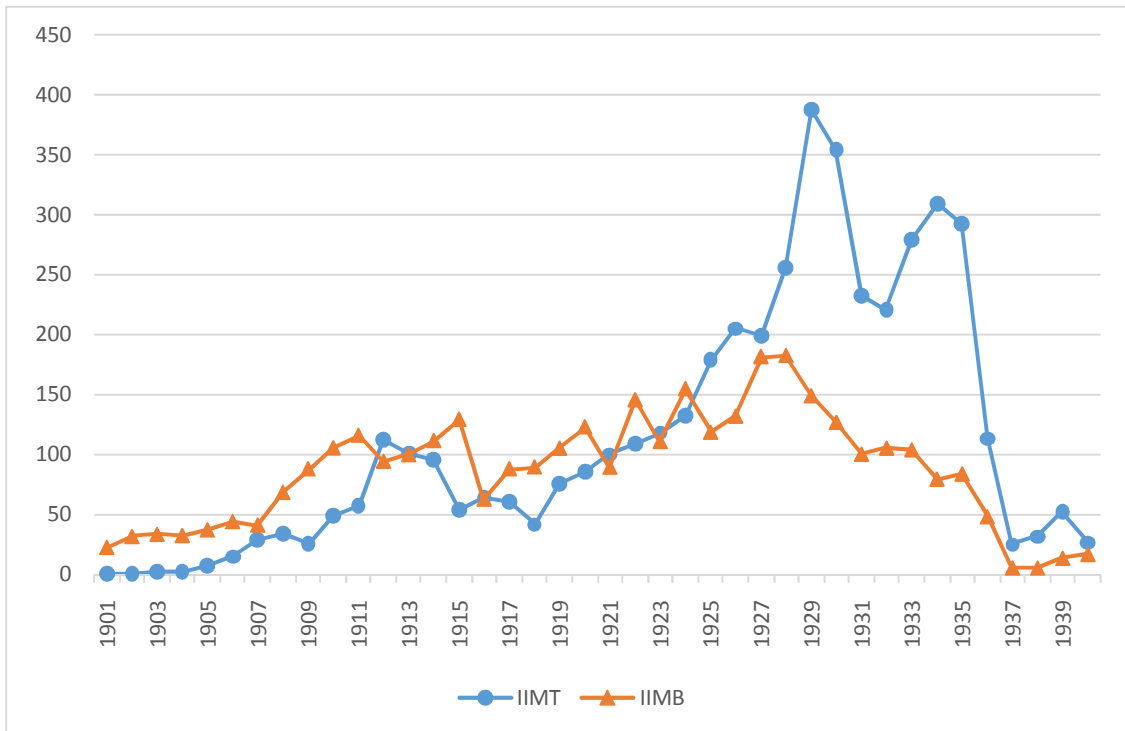
⁶⁴ El índice "objetivo" para determinar la cuantía del impuesto era el número (estimado) de usuarios del establecimiento. El tramo inferior lo constituían aquellos que recibían menos de 200.

El tercer quinquenio más importante por capital desembolsado fue el de 1915-1919 (15,9% del total), con una media anual de 0,83 millones de pesetas de capital por empresa; en estos años adquirieron mayor presencia las sociedades de baños y balnearios marítimos, como Bellamar S.A. (Barcelona, 1919) o la Sociedad del Balneario "La Perla del Océano" (Guipúzcoa, 1916). Excluyendo las inversiones extraordinarias de 1932 de Aguas de Mondariz (4,5 millones desembolsados), Playa de Madrid S.A. (1931; 2,75 millones) y Baños de Castelldefels, S.A., constituida en Barcelona (1928; 2,0 millones), en general entre 1920-1934 la inversión media en este tipo de sociedades cayó respecto al período previo y, con ello, lo hicieron las tasas de capital acumulado en este sector, siempre según las cifras que proporciona el Anuario Financiero. A mediados de la década de 1920, el presidente de la patronal balnearia, Ramón S. de los Terreros, estimaba en unos cien millones de pesetas la riqueza del sector y añadía que los conceptos de transporte de bañistas, envasado de aguas, hospedajes, impuestos e inversiones en mejoras, entre otras cosas habían generado unos 40 millones de pesetas en 1926⁶⁵.

La citada moderación de las tasas de inversión -mayor en los balnearios ya tradicionales- casa con los registros de los *Anales de las Sociedad Española de Hidrología Médica*. Estos revelan una caída del número de empresas entre 1900 y 1931, tras su repunte o "edad de plata" en la Dictadura de Primo de Rivera. Retrocedieron sus usuarios y se recortaron sus resultados empresariales. La terapia y el recreo de los balnearios de mayor postín perdieron público y, sobre todo, éste pernoctó y gastó menos en los establecimientos termales, al tiempo que perdían presencia en los periódicos y en la prensa especializada en turismo. Hemos elaborado un Índice de Intensidad Mediática de los Balnearios que revela con nitidez ese retroceso general del fenómeno balneario y, sobre todo, de su segmento más destacado o elitista a partir de 1928 (su máximo en el siglo XX). Esta evolución contrasta con lo que sucedió con el turismo en general, que retrocedió tras 1929-1930, lo mismo que a nivel internacional, para repuntar en 1933-1935, siguiendo asimismo la tendencia mundial, como muestra el IIMT (Gráfico 6).

⁶⁵ De Los Terreros (1927), pp. 5-7. Para el negocio de las aguas embotelladas, véase Lindoso y Vilar (2015).

Gráfico 6.- IIMT e IIMB (Índice de Intensidad Mediática de los Bañerios), 1900-1940 (1913 = 100)

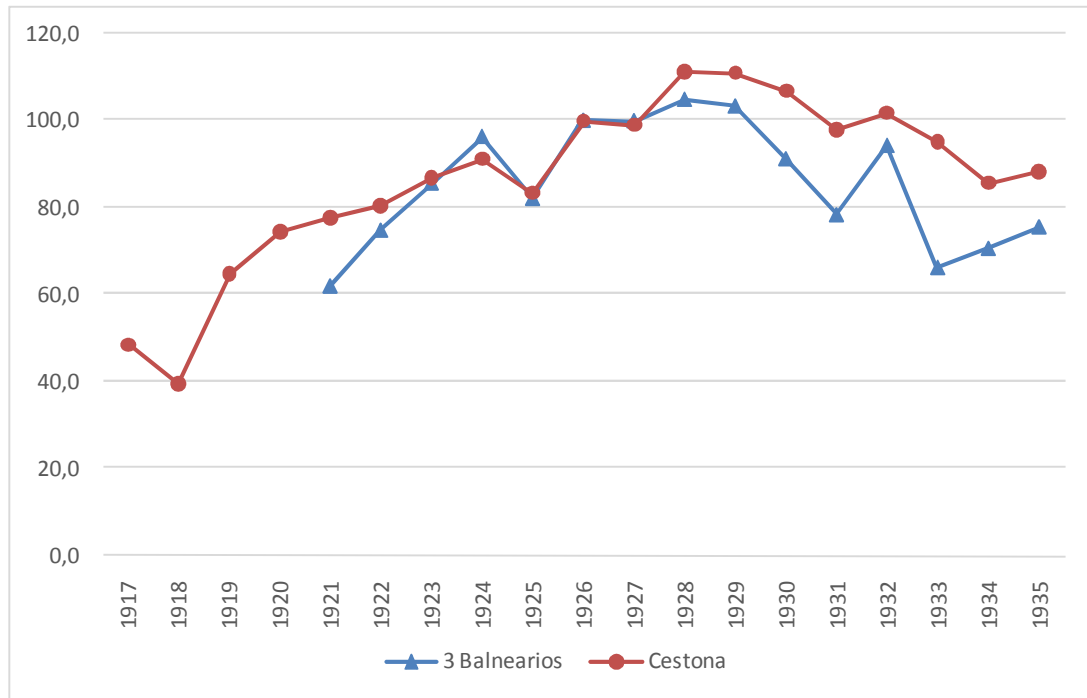


Fuentes: Para IIMT las mismas de los Gráficos 1 y 2; para IIMB: Hemeroteca *La Vanguardia*, voz "Bañerío".

Desde 1929 el turismo balneario perdió, pues, predicamento entre su clientela más adinerada. Los ingresos ("beneficios") de los negocios balnearios cayeron sensiblemente también a partir de 1929. Los resultados empresariales de tres grandes balnearios, A Toxa (Pontevedra), Belascoain (Navarra), y Cestona (Guipúzcoa) -el que mejor se comportó de los tres-, alcanzaron un máximo en 1928, para declinar desde entonces, con comportamientos lógicamente algo diferentes en cada caso (Gráfico 7). La coincidencia del IIMB y los ingresos de estos tres balnearios resulta muy clara: expansión entre 1919 y 1928 y declive a partir de 1929, sobre todo en su parte de hostelería. Estos tres balnearios, y otros similares, ofrecían además del "uso de aguas y baños" termales, "hospedería" y "fonda", otros productos tales como sales y cosméticos, en A Toxa, y aguas embotelladas en Belascoain y Cestona. Pues bien, en Cestona durante los primeros años del siglo XX la parte principal del negocio la constituían los tres primeros capítulos citados de uso de aguas y baños, hospedería y fonda (77% del total en 1906-1907), en tanto que en 1931-1935 éstos retrocedieron hasta el 60%, al tiempo que subían los ingresos correspondientes a "aguas embotelladas" (hasta el 21% en Cestona) y otras partidas como "rentas" e "intereses" (hasta el 18%)⁶⁶.

⁶⁶ Memorias anuales del Bañerío de Cestona y *Anuario Financiero*.

Gráfico 7.- Ingresos ("beneficios") de los balnearios de A Toxa, Belascoain y Cestona, 1917-1935 (1926 = 100)



Fuente: Anuario Financiero. Elaboración propia.

Las casas de baños y los balnearios marítimos también aumentaron su número entre 1895 y 1933. Su comportamiento fue más dinámico que el de las estaciones termales (balnearios). Habían tenido una fase de despegue en los años 1870-1880 (así sucedió en la provincia de Santander) y una segunda fase expansiva entre finales de la Primera guerra mundial y 1929-1930⁶⁷. Desde 1918 a 1929 abrió una media de 19 establecimientos nuevos, en tanto que en 1929-1933 una media de 12 (Cuadro 14).

⁶⁷ En esto hay comportamientos locales diferentes. Por ejemplo, en la provincia de Santander las solicitudes de aperturas de casas de baño y balnearios marítimos tuvieron dos décadas destacadas: la de 1870-1879 (12 peticiones) y la de 1910-1919 (11). La *belle époque* del baño de ola se extendió en Santander al menos desde 1907 a 1919, pues en todos esos años, salvo en 1911, se solicitó la apertura de al menos uno de estos establecimientos, véase Gil (1992), pp. 134-137.

Cuadro 14.- Casas de baño y balnearios marítimos y balnearios hidro-termales, 1895-1933

	Casas de baño y balnearios marítimos	Balnearios	Total	Casas de baño y balnearios marítimos	Balnearios	Total
	Nº	Nº	Nº	Cuotas (Pts)	Cuotas (Pts)	Cuotas
1895	256	175	431	36.906	52.230	89.136
1900	215	210	425	37.283	53.344	90.626
1910	242	223	465	32.701	47.808	80.509
1914	261	234	495	37.806	69.487	107.293
1918	280	233	513	37.447	51.712	89.159
1929	488	298	786	73.130	139.849	212.979
1931	510	301	811	81.241	157.983	239.224
1933	537	312	849	95.305	152.002	247.307

Fuente: Estadística de la CIC.

Nota: Casas de Baño: Incluye Casas de baño y otros establecimientos para baños, permanentes o temporales, en playas, mar y ríos y riberas de ríos.

Definitivamente, iniciados los años treinta, la playa, los baños de ola y otras modalidades de recreo y turismo se habían impuesto a las estaciones termales. Estas tendencias afectaron lógicamente al número, al tipo y a la geografía de los establecimientos y las empresas hoteleras. Entre ellas vemos la irrupción de la hotelería de lujo y la constitución, avanzados los años veinte, de las primeras cadenas hoteleras y sociedades de promoción inmobiliaria turística.

4.2.3.- Los Grandes Hoteles y las sociedades anónimas hoteleras

En el primer tercio del siglo XX se difundió la hotelería de lujo en España, en forma de "grandes hoteles", al modo de los Palace aparecidos en Europa a mediados del siglo XIX y los Ritz, desde la década de 1890, que revolucionaron la hotelería, con la introducción en cada apartamento de baño y excelentes instalaciones de fontanería, con sus mármoles y azulejos, y todo tipo de comodidades, así como una estudiada relación personalizada con todos y cada uno de los clientes, que les hacía sentirse "como reyes"⁶⁸. En el caso español los primeros grandes hoteles aparecieron en la década de 1880 y 1890. Sin embargo, se trató de casos aislados. Su extensión se produjo con el nuevo siglo. Estos grandes hoteles fueron constituidos en general -aunque no siempre- como sociedades anónimas. Simbolizaban la aspiración de la aristocracia del dinero de emular el lujo y los centros de sociabilidad modernos a la europea y el deseo de captar una clientela extranjera refinada que sólo viajaba a localidades con una hotelería de confort garantizado⁶⁹. La Sociedad Hotel Ritz S.A. de Madrid, por ejemplo, se creó en 1908 "para la construcción y explotación de un hotel del primer orden similar a los hoteles Ritz de París y Londres", en tanto que en enero de 1911 se colocaba la primera piedra del

⁶⁸ Fernández Fuster (1967), I, p. 45.

⁶⁹ Moreno (2007), p. 52.

Palace de Madrid, promovido por el empresario hotelero belga George Marquet e inaugurado en septiembre 1912⁷⁰.

Políticos, aristócratas, el mismo rey Alfonso XIII y varias decenas de representantes de la burguesía mercantil y financiera apostaron por este tipo de iniciativas empresariales en hotelería, en las que se incluyeron los balnearios y los sanatorios. Éstos eran, en ocasiones, más que instalaciones estrictamente hospitalarias, auténticas empresas de atracción de turismo elitista⁷¹, donde lo "climático" (las condiciones ambientales salutíferas) y el reposo formaban parte de unas estancias reparadoras, en lo que constituye sin duda un precedente del actual turismo de salud entendido como turismo de bienestar (*Inspired Wellness*)⁷². Como sugería la condesa de Pardo Bazán en 1911, el modelo a imitar era Suiza, donde "ya no tienen los médicos de Berna manos para trabajar, ni los hoteles habitaciones donde alojar a los enfermos que no necesitan residir en los sanatorios precisamente." Según doña Emilia, en España ya se habían dado "pasos de gigante" en esta materia, como lo demostraba el hecho de que "los balnearios de España progresan, sus hoteles son magníficos (véase el de Mondariz), y sus sanatorios adelantan. En sus clínicas se trabaja como en la que más en el extranjero. Y yo espero mucho del marqués de la Vega Inclán y sus trabajos oficiales a favor del turismo. Nos desperezamos..."⁷³.

Siguiese o no las recomendaciones de la aristócrata gallega, el hecho es que el 10 de agosto de 1916 el Comisario Regio de Turismo, Vega Inclán, presentó a la presidencia del Gobierno un proyecto de *Fomento del turismo en España, hidrología nacional, desarrollo y propaganda de balnearios, estaciones de altura y sanatorios*⁷⁴. No llegó a aprobarse a su paso por las Cortes, aduciéndose dificultades administrativas y presupuestarias para implementarlo. Testimonia, en todo caso, que esta idea del reposo y la salud asociada al turismo flotaba en el ambiente, hasta el punto de que muchos destinos eran identificados como estaciones climáticas, esto es, con bondades para las curas de salud debido a su clima. El marqués de Canilla promovió en 1920 la constitución en Barcelona de la Sociedad Anónima Hoteles y Reposos de Cataluña, para construir y explotar en aquella comunidad "hoteles adecuados para poblaciones, centros y lugares de reposo y recreo con todas aquellas condiciones y servicios que la higiene y el confort requieran"⁷⁵. En las mismas fechas (1922), la familia Peinador ampliaba su negocio balneario de Mondariz con un sanatorio para artríticos, con proyecto del arquitecto Antonio Palacios de 1909-1910⁷⁶, que lamentablemente se quedó a medio construir. Son sólo algunos ejemplos de estas iniciativas turísticas elitistas.

La fuente más adecuada para obtener una visión de conjunto de la hotelería de lujo la encontramos en los Anuarios Financieros y de Sociedades Anónimas. En ellos no están todas las compañías hoteleras constituidas en España entre 1900 y 1935, pero sí una muestra representativa: en total 44

⁷⁰ *Anuario*, Madrid, 1923, p. 424, para el Ritz, y Moreno (2015) para la hotelería de lujo.

⁷¹ Gortázar (1986), p. 81.

⁷² McKinsey & Company (2009).

⁷³ Pardo Bazán (2009), pp. 147-148.

⁷⁴ Comisaría Regia Turismo y Cultura Artística (1917).

⁷⁵ Hoteles de Reposo de Cataluña, S.A., *Estatutos*, Barcelona, 1920, p. 3.

⁷⁶ "D. Antonio Palacios", *Mondariz*, Año VIII, núm 45, p. 865; Iglesias (2014), p. 42.

sociedades anónimas, organizadas por su fecha de constitución y localidad (Cuadros 15 y 16 y Gráfico 8).

Cuadro 15.- Sociedades dedicadas a la explotación de hoteles y sanatorios en España, 1901-1935

Quinquenio	Capital desembolsado (Pesetas)	Número de Sociedades	% Capital	% Sociedades	Capital/Sociedad
1900-1904	5.000.000	2	7,7	5,0	2.500.000
1905-1909	3.513.500	2	5,4	5,0	1.756.750
1910-1914	7.080.000	5	11,0	12,5	1.416.000
1915-1919	14.778.000	9	22,9	22,5	1.642.000
1920-1924	19.660.000	8	30,4	20,0	2.457.500
1925-1929	9.008.000	9	13,9	22,5	1.000.889
1930-1932	5.549.500	5	8,6	12,5	1.109.900
Total	64.589.000	40	100,0	100,0	1.614.725

Fuentes: *Anuario Financiero*, Bilbao y *Anuario Financiero*, Madrid.

Nota: La mayoría eran sociedades hoteleras.

Cuadro 16.- Sociedades dedicadas a la explotación de hoteles y sanatorios en España, 1901-1935

	Nº sociedades	Capital desembolsado	Capital/sociedad	% Sociedades	% Capital desembolsado
MADRID	13	26.023.500	2.001.808	29,5	40,2
BARCELONA	13	15.136.000	1.164.308	29,5	23,4
GUIPÚZCOA	4	6.450.000	1.612.500	9,1	10,0
MALAGA	3	5.185.000	1.728.333	6,8	8,0
SANTANDER	2	3.750.000	1.875.000	4,5	5,8
VIZCAYA	2	2.415.000	1.207.500	4,5	3,7
TARRAGONA	1	3.439.500	3.439.500	2,3	5,3
CORUÑA	1	1.200.000	1.200.000	2,3	1,9
OVIEDO	1	450.000	450.000	2,3	0,7
BALEARES	1	250.000	250.000	2,3	0,4
CADIZ	1	200.000	200.000	2,3	0,3
ZARAGOZA	1	200.000	200.000	2,3	0,3
CASTELLÓN	1	3.000	3.000	2,3	0,0
Total	44	64.702.000	1.470.500	100,0	100,0

Fuentes: *Anuario Financiero*, Bilbao y *Anuario Financiero*, Madrid.

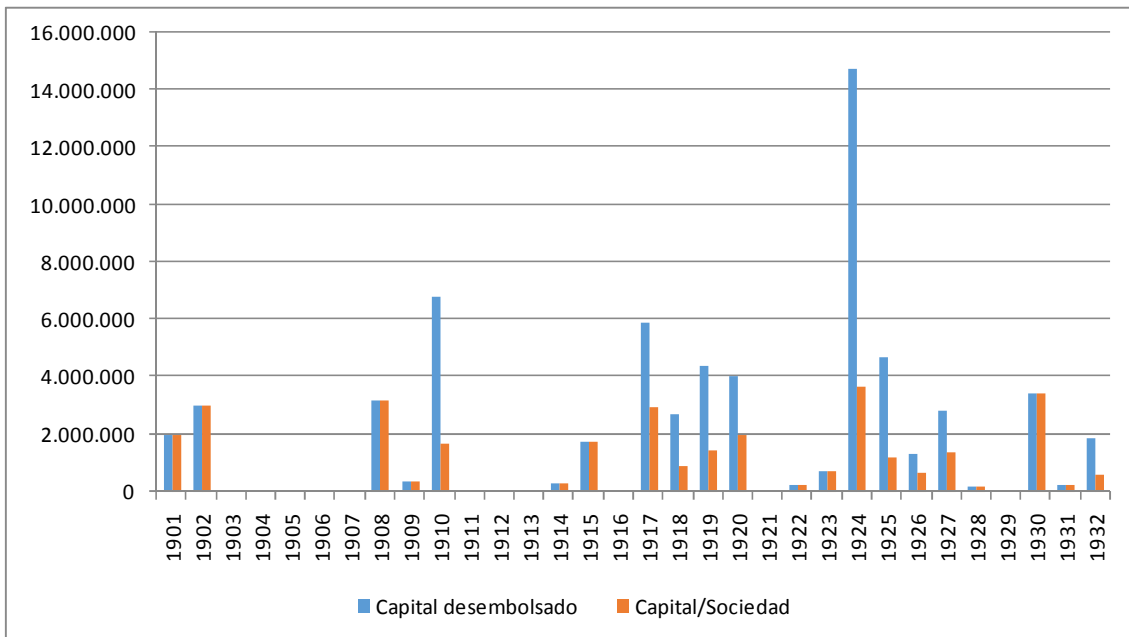
Nota (a): El total de este cuadro no coincide con el anterior, porque se incluyen 4 sociedades de las que conocemos su capital pero no su fecha de constitución.

La creación de sociedades anónimas hoteleras irrumpió con el inicio de siglo, coincidiendo con el extraordinario ciclo de inversión intersecular, alimentado en parte por capitales repatriados de las últimas colonias americanas, que también acudieron a los negocios balnearios y de hostelería. Fue igualmente importante el capital extranjero, ya desde fines la década de 1880, en ciudades o provincias como Madrid, Huelva (Gran Hotel Colón, 1883), Málaga (Hoteles La Perla, El Siglo, Inglaterra; y el Gran Hotel España, 1890)⁷⁷, Las Palmas (Hotel Santa Catalina, 1889; Hotel Metropole, 1894), Tenerife (Taoro Grand Hotel, 1890-1893) y Algeciras (Hotel María Cristina, 1901-1903)⁷⁸.

⁷⁷ Heredia (2000).

⁷⁸ Cirer (2014), p. 20-22.

Gráfico 8.- Sociedades anónimas hoteleras, 1901-1932



Fuentes: *Anuario Financiero*, Bilbao y *Anuario Financiero*, Madrid.

En 1901 se constituyó la sociedad El Sardinero S.A., en Santander, y en 1902 la sociedad Fomento de San Sebastián. Ambas supondrán un salto cualitativo en el negocio hotelero en dos ciudades que habían incorporado el veraneo de los visitantes a su modo de vida, y aspiraban, a través de hombres de empresa pioneros en este ramo como E. Botín, a convertir el turismo en industria y en factor de progreso y prestigio personal y local. La demanda preexistente parece haber estimulado, en este caso, las respuestas empresariales, que contaban con una experiencia acumulada en la creación de establecimientos y servicios de recreo para los forasteros, como las casas de baños de ola y los balnearios marítimos, que orlaban el litoral de ambas localidades, iniciando la configuración de sus respectivos espacios turísticos costeros, como sucedía por otra parte en Barcelona en torno a la Barceloneta o en Alicante en la playa del Postiguet, o en Sanlúcar de Barrameda y El Puerto de Santa María en Cádiz⁷⁹.

En 1909 se constituyó en San Sebastián la S.A. del Hotel María Cristina (inaugurado en 1912) y en 1915 en Santander la del Hotel Real S.A. (1917), siguiendo el modelo del Hotel Ritz de Madrid (1910), antes aludido. Estas compañías forman parte de un segundo ciclo inversor que va de 1908-1910 a 1914-1915, que podemos considerar como el de la Belle Époque de la hotelería moderna. Su geografía comprende San Sebastián, Santander y Oviedo (Hotel Covadonga SA), Málaga (Hotel Regina S.A.)⁸⁰, Madrid (Ritz, Palace y Hotel Reina Victoria de El Escorial) y Barcelona, con el Hotel Meublé.

⁷⁹ Para Santander, Gil (1992); para Barcelona y Alicante, Fernández Fuster (1991a) y Tatjer (2009) y Garay y Cánoves (2013). A este primer ciclo inversor también corresponde, sin adoptar la forma de sociedad anónima, el Grand Hotel de Palma de Mallorca (1903), el primer establecimiento de lujo de la isla; véanse Barceló (2000), p. 37; Cirer (2009).

⁸⁰ Sociedad formada en Madrid, como la del Hotel Príncipe de Asturias (1920). A este ciclo inversor corresponde el lujoso Hotel Alhambra Palace de Granada, inaugurado en 1910.

La ciudad Condal figura al frente, con fuerza, de un tercer ciclo inversor que va de 1917 a 1919, con su propio Ritz, una sociedad de 1917 de la que forma parte el empresario y político Francesc Cambó. Estos "años tumultuosos de la guerra" son de bonanza para Barcelona, una ciudad entonces "abigarrada", "cosmopolita" y "picante", con "una vida nocturna intensa", en expresión de Josep Pla, para el cual "hay un barómetro bastante seguro para percibir el grado de prosperidad o de paralización que en cada momento acusa Cataluña: ese barómetro es la vida nocturna de Barcelona"⁸¹. En la hotelería de lujo le acompañaron Madrid, Bilbao (Hotel Carlton SA), Málaga (Caleta Palace SA y Hotel Príncipe de Asturias) y Cádiz. El caso de Málaga es particular, dado que las compañías que promovieron dichos hoteles se constituyeron en Madrid. Una cuarta fase inversora en sociedades anónimas hoteleras se abrió en 1922 y llegó hasta 1930-1933, prolongándose así en los años de la República, con 1924 como año en que se alcanzó el techo inversor. El negocio hotelero estaba en pleno apogeo. Las cifras del *Anuario Financiero* acompañan aquí a las de hospedaje de la *Estadística* administrativa de la CIC, según se desprende de los datos arriba apuntados (Cuadro 6).

La geografía de las inversiones se amplió entre 1920 y 1935 a las provincias de Tarragona, A Coruña (Hotel Compostela, en Santiago), Zaragoza, Castellón y Vizcaya, pero volvieron a sobresalir San Sebastián y, sobre todo, Barcelona y Madrid. También irrumpieron las islas Baleares. Según los datos de los Anuarios, entre 1901 y 1935, Madrid, con el 39% del capital desembolsado, y Barcelona, con el 28%, encabezaron el ranking de las provincias en que se formaron más sociedades anónimas dedicadas a la explotación de hoteles en España, seguidas de Málaga (aunque dos de los grandes hoteles de la ciudad fueron constituidos en Madrid), Santander y Vizcaya, en un total de trece provincias, entre las que se encuentran las islas Baleares (sobre todo Mallorca), que conocieron una extraordinaria expansión de la oferta turística hotelera y, en general, de empresas oferentes de servicios turísticos (agencias, inmobiliarias, aerotaxis, etc.) durante los años de la República, dorados para el turismo balear, como hemos visto con anterioridad.

Cuando el Patronato Nacional de Turismo editó su guía oficial de hoteles, restaurantes y garajes en el año 1929, España ya disponía de una red hotelera de cierta entidad, incluida una primera y dinámica red de lujo (modelo Ritz-Palace). La sociedad *Madrid Palace Hotel* (1910) del belga George Marquet, por ejemplo, se hizo con el *Hotel Ritz* en 1913 y, desde 1920, con la explotación del *Hotel de París*, ambos situados en Madrid (Cuadro 17), y en 1929 con el Hotel Alfonso XIII de Sevilla. Asimismo, había obtenido el arrendamiento del *Gran Hotel Continental* de San Sebastián por treinta años⁸². Por sí solos, los ingresos por habitación y restauración de los tres primeros hoteles madrileños durante el bienio 1920-1921 -uno de sus mejores ejercicios económicos hasta 1922, en los que alojaron a cerca de 180 mil viajeros- casi duplicaban las cuotas fiscales que generaban las empresas más representativas del sector turístico en la Contribución Industrial de dicho año.

⁸¹ Pla, "Notas de viaje. Impresión de una visita a Barcelona", *El Sol*, 29-6-1932.

⁸² *Anuario Financiero*, 1924-1925 y Moreno (2015).

Cuadro 17.- Ingresos por habitación y restauración en los hoteles madrileños explotados por el Madrid Palace Hotel, 1913-1922 (pesetas)

	HABITACIONES			RESTAURACIÓN		
	PALACE	RITZ	PARÍS	PALACE	RITZ	PARÍS
1913-14	1.090.725	481.732		1.506.745	528.640	
1914-15	902.513	329.738		1.316.220	559.193	
1915-16	1.038.426	295.299		1.486.050	716.580	
1916-17	1.320.463	444.466		1.606.767	950.486	
1917-18	1.433.596	552.938		1.562.074	1.079.554	
1918-19	1.989.911	867.955		1.978.754	1.694.998	
1919-20	2.533.302	1.071.665		2.452.430	1.927.948	
1920-21	2.142.929	1.480.396	563.528	2.854.942	2.286.772	494.955
1921-22	2.604.689	1.079.871	384.539	2.820.076	1.868.441	375.210

Fuente: *Anuario financiero*, 1924-1925.

Los testimonios contemporáneos destacan que en torno a 1918 se empezaba "a notar una considerable mejora en la cantidad y calidad del alojamiento turístico" y que, casi una década después, era apreciable "la pujanza que hoy tiene en España la industria hotelera, fuente de riqueza aprovechada ya por otras naciones". La I Exposición de la Industria Hotelera y de la Alimentación (Barcelona, 15-23 de octubre de 1927) puso asimismo de manifiesto el surgimiento de una incipiente industria al servicio del sector hotelero⁸³. Se trató de una época caracterizada por la aparición de más hoteles, de más calidad y la eclosión de nuevas formas empresariales como las cadenas hoteleras. Un caso destacado fue el de Hoteles Unidos S.A., creada en Tarragona en 1930 de la mano de Joan Gaspart, la familia Viliolta y Ramón Oller, propietario del Hotel Europa de Tarragona. Entre 1931 y 1935 llegó a gestionar hasta 14 hoteles. En 1932 se publicitaba como "la mayor organización hotelera de España", con diez hoteles de lujo a su cargo, 1.435 habitaciones y 935 baños individualizados, un signo de calidad de la hotelería de entonces. Su distribución geográfica coincidía con una buena parte de la España urbana más turística: Barcelona, Tarragona, Alicante, Granada, Sevilla, Cádiz, Bilbao y San Sebastián⁸⁴.

Desde 1917-1918 la nueva hotelería de lujo había sobrepasado en importancia inversora a la industria de los balnearios y aguas minero-medicinales. En 1935, las compañías hoteleras representaban el 0,8% de las anónimas constituidas en España y el 0,46% del capital desembolsado. Por su parte, las empresas balnearias y de aguas suponían en dicho año el 0,7% del

⁸³ *Barcelona Atracción*, junio de 1918 y Miguel Regás, presidente de la I Exposición de la Industria Hotelera y de la Alimentación, 1927; *La Vanguardia*, 5-10-1927, p. 13. Esta I Exposición tuvo un carácter internacional y un extraordinario éxito. Fue la expresión de la madurez profesional adquirida por la hostelería española de la época y de su potencia corporativa. En la Asamblea celebrada en Barcelona por la Federación Hostelería Española con motivo de aquella Exposición, se tomó el acuerdo de solicitar al Gobierno la creación de la Cámara Oficial Hostelería de España. Esta petición fue atendida en noviembre de 1928. Así, dicha Cámara se convertía en uno más de los organismos del entramado corporativo propiciado por la Dictadura de Primo de Rivera. La presidió el propio Miguel Regás, entonces presidente de la Federación Hostelería Española y de la Asociación de Hoteleros y Similares de Cataluña; R.D. de 2-11-1928 y R.O. de 13-12-1928, BOE, 8-11-1928 y 15-12-1928. La Cámara Hostelería fue suprimida al llegar la República.

⁸⁴ *Blanco y Negro*, 25-12-1932, p. 130.

total y el 0,21% del capital desembolsado. A mediados de la década de 1920, el presidente de la patronal balnearia, Ramón S. de los Terreros, manifestaba su preocupación por el debilitamiento relativo del negocio balneario. Desde los años veinte venía mostrando un menor dinamismo inversor que la hotelería, lo que concuerda con la evolución observada en las empresas balnearias más importantes entre la Primera guerra mundial y la Guerra civil⁸⁵.

4.2.4.- Otros operadores turísticos

La oferta turística no se limitó a los balnearios y a la hotelería general. En ella hay que incluir los "negocios de transporte" y las agencias y organizaciones dedicadas a la gestión de los viajes, a la que aludiremos brevemente. Las empresas de ferrocarriles y las navieras jugaron un papel muy importante en el ámbito del transporte. Su negocio dependió sólo en parte del turismo, pero éste fue incorporado a sus estrategias empresariales. Está por determinar su importancia relativa. Las compañías de ferrocarriles dispusieron "trenes especiales rápidos" para viajes turísticos y algunas de ellas, como Norte, realizaron cada año activas campañas para captar este tipo de público, ofreciendo un amplio abanico de billetes y tarifas ideados "para proyectar vuestro veraneo": kilométricos, billetes de ida y vuelta para treinta días a las principales estaciones de Norte y los Puertos del Cantábrico y Galicia, billetes de ida y vuelta de fin de semana o diarios, y billetes para excursiones "de y para los alrededores" de los puertos principales de San Sebastián, Bilbao, Santander, Gijón, Coruña, así como Avilés, Salinas, Barcelona, Reus y Zaragoza⁸⁶. Norte editó folletos, carteles y, al menos desde el verano de 1913, una *Guía Descriptiva* que incluía información sobre tarifas, horarios, balnearios, "noticias generales" y sus "servicios especiales de baño" a las playas norteñas. Esta *Guía Descriptiva* se enriqueció anualmente para su "servicio de verano", de modo que sus ediciones de 1930 y 1932, con textos en español, inglés, francés y alemán, llegaban a las 800 páginas, conteniendo gran número de grabados, mapas y fotografías. En conjunto, ilustran la relativa importancia que para esta Compañía, y posiblemente para las restantes, habían adquirido excursionistas y turistas⁸⁷.

⁸⁵ Alonso, Vilar y Lindoso (2012).

⁸⁶ Caminos de Hierro del Norte de España, "Al proyectar vuestro veraneo, tened presente que existen las siguientes combinaciones para utilizar el ferrocarril", Ca. 1930.

⁸⁷ Salvo los de Valero (1991) y Barquín (2013), no existen estudios sobre el turismo y las estrategias empresariales de las compañías ferroviarias. Los datos que nos ha suministrado Barquín (a quien agradecemos su generosidad) sobre los ingresos por viajeros para la Compañía Norte, de 1886, nos permiten constatar un alto componente estacional: durante 20 semanas, esos ingresos están por encima de la media anual (una semana de mayo, otra de junio, las de julio, agosto, septiembre y octubre y una de noviembre). En esas 20 semanas, Norte recaudó 9,9 millones de pesetas, el 53% de sus ingresos anuales. Los ingresos derivados del efecto estacional de esta temporada veraniega amplia, pueden cifrarse en 4,3 millones de pesetas. Es decir, si durante estas 20 semanas la empresa ingresara semanalmente sólo la media de las 32 semanas restantes -279.349 pts.-, recaudaría únicamente 5,6 millones y no los 9,9 citados. Por tanto, el efecto estacional produjo el 23% de los ingresos totales por viajeros de la compañía en 1886. ¿Puede ser considerado ese 23% como ingresos de viajes estrictamente turísticos? No estamos en condiciones de efectuar una respuesta concluyente. El hecho es que Norte puso en marcha cada año, durante el primer tercio del siglo XX, su campaña especial de verano.

Las compañías navieras hicieron otro tanto, aunque sobre ellas sabemos menos. Trasatlántica, controlada por el conde de Güell tras la muerte del marqués de Comillas (1881), promovió viajes combinados (ferrocarriles, barcos) desde América a principios del siglo XX (1908) y recomendaba viajes de recreo a puertos o destinos españoles, europeos y africanos (coloniales). En su Libro de información para pasajeros presentaba un auténtico programa de agencia de viajes, hasta el punto de que contó con agentes en distintas localidades europeas y americanas. Su presidente, el conde de Güell, dirigió el Patronato Nacional de Turismo en 1928-1930, un organismo que puso en cierto modo al servicio de sus intereses empresariales. La construcción en Cádiz del Hotel Atlántico, con financiación finalmente pública, es un ejemplo de esta actuación empresarial. Por su parte, la Compañía Transmediterránea (1916), de Juan March, operó igualmente en el mercado turístico. Realizó viajes de turismo emisor de lujo (Santander-Southampton e isla de Wight) en 1927-1928 en el elegante buque María Cristina. Transportó de forma sistemática turistas desde Sudamérica y Estados Unidos así como en sus líneas regulares a Canarias y Tánger, enclave colonial entonces e importante puerto turístico. La Guía de hoteles oficial de 1929 recogía 15 establecimientos hoteleros en los territorios coloniales bajo control español. Por su parte, diversas empresas consignatarias a lo largo de la geografía portuaria española operaron, de acuerdo con navieras nacionales o extranjeras, en la gestión de viajes de placer de extranjeros hacia España. Un ejemplo posible es el de Estanislao Durán en Vigo y la británica Booth Steamship Company, que ofrecieron un paquete turístico que Kirsty Hooper (2012) calificó de "spas, steamships and sardines", por incluir visitas a las empresas conserveras de Vigo y estancias en el Balneario de Mondariz entre 1908 y la Primera guerra mundial.

Las empresas ferroviarias y navieras fueron actores importantes en el sistema turístico español de la época, cuyo papel está por estudiar. Asociadas u organizadas en cámaras oficiales, formaron parte de los organismos encargados de la política turística de la época: el Patronato Nacional de Turismo y el Patronato de Turismo de Cataluña, en el que figuraba en 1933 un representante de la Asociación de Navieros del Mediterráneo⁸⁸.

Las agencias de viajes y otros operadores turísticos, como empresas de ocio para turistas y veraneantes, ejercieron igualmente como agentes destacados del turismo español desde la década de 1920. Entre ellas cabe citar a la Sociedad Anónima para el Fomento del Excursionismo y de la Unión Ibero Americana (1923) y la Compañía Nacional de Turismo (1926). Algunas agencias de viajes se habían creado previamente, como Marsans (1910), pero fue tras la Primera guerra mundial cuando su número y sus actividades se ampliaron. En diciembre de 1928, el Patronato Nacional de Turismo reconocía la experiencia y el adelanto de estas "agencias y organizaciones" en promover y gestionar viajes turísticos⁸⁹, tanto de turismo interior como de turismo emisor. Las principales agencias españolas participaron activamente en la Federación Internacional de las Agencias de Viajes, constituida en 1919. Entre 1925 y 1934 se celebraron en España tres Congresos de dicha Federación: en Barcelona

⁸⁸ Farreras (1973), pp. 173-174. Para Güell, la Compañía Trasatlántica y su estrategia turística desde 1926, Moreno (2010), p. 488.

⁸⁹ R.O. circular de la Presidencia del Gobierno del 20-12-1928, encomendando al Patronato Nacional del Turismo el servicio de propaganda a los fines que se indican, *Gaceta de Madrid*, 21-12-1928, p. 1.853.

(VI Congreso, 1925), Sevilla, Madrid y Barcelona (IX Congreso, 1928, que sirvió para promocionar las exposiciones de 1929 en el mercado exterior) y Palma de Mallorca (XV Congreso, 1934), en lo que constituyó un espaldarazo al renombre turístico de las islas Baleares. El político y agente de viajes donostiarra Eusebio Cafranga, José Luis Marsans, presidente nato de la Federación Internacional en 1928⁹⁰, y Fausto Morell, de Viajes Iberia, desempeñaron un papel importante en la realización de estos Congresos.

A finales de los años veinte las principales agencias que operaban desde España eran Viajes Marsans, la Compañía Española de Turismo, la Agencia Sommariva, Compañía Española de Viajes y Peregrinaciones, S.A. (Madrid, 1925), Viajes Bakumar, que tenía sede en Málaga (Alameda 28), Viajes Cafranga (San Sebastián) y en los primeros treinta resultaron muy activas Viajes Urbis (Madrid), Viajes Iberia (Palma de Mallorca) y otras agencias más pequeñas como Viajes Ruiz Vernacci. También se habían abierto en Madrid y en los principales puertos del país delegaciones de compañías de viajes extranjeras. La Agencia Cook, por ejemplo, disponía de oficinas en Barcelona y Madrid, y la Hamburg-Amerika-Linie tenía su agencia general en Alcalá 43 (Madrid), donde ofertaba en 1935 una vuelta al mundo en el lujoso trasatlántico Reliance, con salida desde Hamburgo, visitando 29 países y 34 puertos durante 139 días, con un pasaje que "importa solamente" 10.100 pesetas, "incluidas las principales excursiones en tierra"⁹¹. La Guerra civil afectó seriamente a este negocio y no todas las agencias continuaron operando tras la misma. En 1940 seguían en activo, entre otras, Marsans, Cafranga, Bakumar, Iberia y Urbis, aunque sin el brillo y los resultados de los años previos a la guerra.

4.2.5.- El stock turístico del país, 1900-1933

La fractura generada por la guerra civil afectó también a otros agentes del sistema turístico español, como los Sindicatos de Iniciativas Turísticas, muy dinámicos en los primeros años 30, cuando se constituyó su Federación (1932), fueron declarados asociaciones de utilidad pública (1935) y, como tales, fueron incorporados al Patronato Nacional de Turismo. El sistema turístico español, pese al relativo debilitamiento de la demanda en los primeros años treinta, se encontraba en una fase expansiva. Las iniciativas turísticas y el stock turístico del país alcanzaron sus cotas más elevadas durante la II República. En los Cuadros 18 y 19 hemos sintetizado los principales indicadores del patrimonio turístico español entre 1900 y 1933 identificados en esta investigación, que así lo demuestran.

⁹⁰ ABC, 27-10-1928, p. 31.

⁹¹ "La Vuelta al Mundo", ABC, 10-11-1935, p. 21.

Cuadro 18.- Patrimonio turístico en España. Oferta turística. Hotelería y balnearios, 1900-1933

	Hotelería turística (1)	Sociedades anónimas empresas 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)	Total (1 a 7)
	Nº	Nº	Nº	Nº	Nº	Nº	Nº	Nº
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	1012
1929	780	35	32		1	488	298	1.634
1933	808	44	40		18	537	312	1.759
% Variac.	213	1.733	1.233	131		150	49	144
1933/1900	3,1	18,3	13,3	2,3		2,5	1,5	2,4

Fuentes: véanse cuadros y gráficos anteriores.

Cuadro 19.- Patrimonio turístico en España. Oferta turística. Hotelería y balnearios. Gasto del Estado en turismo e Índices de Impacto Mediático del Turismo (IIMT) y de los Balnearios (IIBM), 1900-1933

	Gasto del Estado en Turismo	Sociedades anónimas de empresas hotelería (capital desembolsado acumulado)	Sociedades anónimas de balnearios y aguas minero-medicinales (capital desembolsado acumulado)	Índice de Impacto Mediático del Turismo. IIMT	Índice de Impacto Mediático de los Balnearios. IIBM
	% del Gasto total	Millones ptas	Millones ptas	1913 = 100	1913 = 100
1900		2,0	4,2	13	41
1910		15,3	14,5	49	106
1914	0,005	15,6	15,2	95	112
1922	0,005	34,6	23,1	109	109
1929	0,304	59,0	27,8	388	139
1933	0,077	64,6	36,6	279	104

Fuentes: véanse cuadros y gráficos anteriores.

Notas:

- 1) IIMT e IIBM: 1900 = Media 1900-1909.
- 2) Sociedades anónimas: 1900 = Media de 1901-1909.
- 3) Sociedades anónimas hoteleras, capital desembolsado: 1900 corresponde a 1901 y 1933 a 1932.
- 4) Sociedades anónimas de balnearios y aguas minero-medicinales: 1933 = 1934.

En 1933, los establecimientos suministradores de servicios turísticos (empresas familiares de hostelería turística, sociedades anónimas de hostelería y balnearios, casas de baño y balnearios no sociedades anónimas, hospedaje independiente de los balnearios y establecimientos de hotelería pública) más que duplicaban los existentes en 1900 (Cuadro 18). También avanzó de forma notable el gasto del Estado en política turística entre 1914 y 1933, y lo hicieron a tasas superiores el capital desembolsado en sociedades anónima hoteleras,

que se multiplicó por 32, y la intensidad turística del país, medida a través del impacto mediático del turismo en la prensa escrita, que se multiplicó por 21 (Cuadro 19). España no era todavía un país turístico, esto es, receptor de turistas extranjeros en términos significativos en el mercado mundial, pero se estaba conformando como un país de turismo. Es decir, con un equipamiento y una experiencia empresarial y administrativa en esta materia, así como con destinos turísticos de referencia y unas pautas de ocio en segmentos cada vez más amplios de las clases medias, que incluían los viajes de placer, el excursionismo en sus distintas modalidades y el veraneo.

5. -Conclusiones

España alcanzó la condición de país turístico líder durante la década de 1960. Esto significa que se convirtió en uno de los epicentros del turismo mundial de masas en el que el turístico receptivo (exterior) ha sido mucho más importante que el turismo emisor, con lo que las divisas de los turistas extranjeros pasaron a desempeñar un papel relevante en su balanza de pagos y en su modelo de desarrollo. Esta circunstancia ha condicionado la visión histórica del turismo en nuestro país. El turismo de España, como fenómeno sociológico y económico, tiende a identificarse con el boom turístico de los años del desarrollismo (1959-1973) y a sus protagonistas, por el lado de la demanda, como fundamentalmente extranjeros.

Las visiones más informadas identifican una fase anterior de "despegue" o primera etapa en el desarrollo de la moderna industria turística española durante la década de 1950, y una fase previa en la que se registraron "no ya signos precursores, sino auténticos y valiosos episodios de actividad turística", tanto en el primer tercio del siglo XX, como en el periodo subsiguiente a la Segunda guerra mundial. Como ha señalado Vila Fradera, antes del despegue de la industria turística "moderna" de los 50 "ya existía en España una industria turística <<clásica>>, moviendo un número limitado de clientes a los que se prestaban servicios de calidad, acordes con su nivel social y cultural y su capacidad adquisitiva" (Vila, 1997).

Los estudios clásicos de Lavour (1980a, 1980b) y Fernández Fúster (1959, 1967, 1991a y 1999b) ponen de relieve que, en efecto, el turismo en España, como práctica social y como actividad económica ("la industria del turismo") no empezó en los años 60, sino que tuvo etapas previas fecundas en iniciativas y desarrollos turísticos. Los especialistas más recientes y la multiplicidad de informados estudios locales, provinciales o regionales, dan cuenta de ese fermento turístico durante el primer tercio del siglo XX. Todos ellos se han encontrado, no obstante, con una dificultad: traducir a cifras la incipiente actividad turística, un problema derivado de la falta de estadísticas turísticas. La información básica del sector comenzó a publicarse en España en 1929 y alcanza, por tanto, un número limitado de años y de observaciones hasta la Guerra civil.

En este trabajo nos hemos enfrentado a esa laguna de la investigación histórica sobre el turismo español, a través de fuentes cuantitativas alternativas: la Estadística Administrativa de la Contribución Industrial y de Comercio, los Anuarios Financieros de las Sociedades Anónimas, las cifras del Patronato Nacional de Turismo y las del Anuario Estadístico de España y, de forma muy complementaria, la Guía Oficial de Hoteles para 1973 de la

Dirección General de Turismo (1972). Hemos empleado también de forma novedosa para este fin cuantificador, las hemerotecas digitales de la Biblioteca Nacional, ABC y La Vanguardia. Con ellas hemos elaborado dos índices: uno de Intensidad Mediática del Turismo y otro de Intensidad Mediática de los Balnearios, utilizando la palabra clave "turismo" y "balneario" respectivamente para el período objeto de estudio. Hemos empleado asimismo algunas de las cifras de turismo mundial suministradas por F. W. Ogilvie (1933) en su *The Tourist Movement*, para enmarcar el turismo en España en la experiencia internacional.

Este acercamiento cuantitativo al turismo español nos ha permitido aproximar algunas conclusiones sobre la economía del turismo y, especialmente, sobre la oferta más específicamente turística (establecimientos hoteleros, balnearios y baños). En primer lugar, constatamos la conformación de un sistema turístico, con sus agentes privados y públicos, sus destinos y sus productos, y el nacimiento de la política turística. La conformación de ese sistema y de esa política tiene que ver con el surgimiento de la preocupación, iniciada la centuria (1903), por el desarrollo en España de la "industria del turismo" o de los *forasteros* (que los contemporáneos no identificaban con los extranjeros exclusivamente). En segundo lugar, identificamos que el turismo constituyó más un fenómeno de los nacionales (en el país y en el extranjero) que de los extranjeros en España. Ésta, pese a las intenciones y a los progresos, no se convirtió en una nación turística. Según nuestra estimación, los turistas extranjeros, cuyas divisas aportaron un 0,4% del PIB en 1931-1934, vendrían a significar entre un 10 y un 17% del turismo total español. La mayor parte de éste la formaban los turistas españoles que viajaban por el país (entre el 60 y el 75% del total) o por otros países (entre el 11 y el 19% del total). Los españoles que hicieron turismo supondrían, según nuestros cálculos, entre el 3,5 y el 6,2% de la población española.

Al servicio de esa población nacional y extranjera, una minoría social de clase alta y clases medias acomodadas en expansión, se puso en marcha una incipiente industria turística. El stock turístico del país, fruto de la inversión individual y familiar, y también de compañías en forma de sociedad anónima, que levantaron la parte más cualificada de la oferta turística, más que se duplicó entre 1900 y 1935. España había iniciado su camino para transformarse en un país de turismo, esto es, con empresas, organizaciones y un equipamiento capaz de convertir el turismo en parte sustancial de su estructura económica. Algunos desarrollos locales (San Sebastián, Santander, Málaga, Toledo, etc.) y regionales, significadamente en las islas Baleares y Cataluña, ponían de manifiesto que el turismo era una industria no sólo con potencial, sino con repercusión efectiva en los resultados económicos regionales.

Nuestro estudio revela también, a través de la evolución del turismo extranjero en España y sobre todo del Índice de Intensidad Mediática del Turismo (IIMT), que esta actividad experimentó las mismas fases del turismo internacional, con un despegue hasta la Primera guerra mundial, una contracción durante ésta y en la postguerra inmediata, y un pequeño "boom" en los años veinte, hasta 1929-1930, seguido de un brusco retroceso en 1931-1932 y una recuperación desde 1933, que la Guerra civil cortó, en nuestro caso, en 1936. La comparación de las cifras españolas del IIMT con las de otros países desvela que el caso español siguió las mismas tendencias y

coyunturas internacionales, acompasado con el ciclo económico. Al igual que lo hizo en materia de organización corporativa sectorial, de estadísticas turísticas o de política turística, en niveles, eso sí, inferiores a los de los líderes turísticos de la época y a los de los países desarrollados.

Esta comparación internacional resulta trascendental para dimensionar el fenómeno turístico en España entre 1900 y 1936. Un perfeccionamiento de las cifras que aquí presentamos en esta primera aproximación y el recurso a las estadísticas disponibles para otros países y, en general, para el turismo mundial en la década de 1930, serán fundamentales en ese cometido. Queda como tarea pendiente.

Fuentes y bibliografía

Fuentes

ABC, 1900-1940.

Anuario Estadístico de España, 1916-1955.

Anuario Financiero que comprende el historial de las Sociedades Anónimas de España (Bilbao, José Marco-Gardoqui, 1914-).

Anuario Financiero y de Sociedades Anónimas de España (fundado por Daniel Ríu) (Madrid, 1916-).

Estadística Administrativa de la Contribución Industrial y de Comercio, Madrid.

Gaceta de Madrid, 1900-1935.

La Vanguardia, 1900-1940.

Bibliografía

ABREU, Fernanda (2002): *Iniciativas empresariales en Vigo entre 1866 y 1940*, Universidade de Vigo, Vigo.

ALONSO ÁLVAREZ, Luis (2013): "De enfermo a bañista. Formación y desarrollo de la demanda en el turismo español de salud y bienestar, 1750-1935", *TST*, N° 24, pp. 30-56.

ALONSO, Luis, LINDOSO, Elvira y VILAR, Margarita (2011): *O lecer das augas. Historia dos balnearios de Galicia, 1700-1936*, Galaxia, Vigo.

ALONSO, Luis, VILAR, Margarita y LINDOSO, Elvira (2012): *El agua bienhechora. El turismo termal en España 1700-1936*, Observatorio Nacional de Termalismo, Madrid.

ALZOLA, Pablo de (1903-1904): "El saneamiento de la moneda. (Informe de la Liga Vizcaína de Productores ante la Comisión Parlamentaria)", *Nuestro Tiempo*, n° 35, 36 y 37, pp. 641-652, 797-812 y 74-92.

AMENGUAL, Bartolomé (1903): *La industria de los forasteros*, Litografía de Amengual y Muntaner, Palma de Mallorca.

ARCOS Y CUADRA, Carlos (1974): *De las grandes ventajas económicas que produciría el desarrollo del turismo en España (1909). La industria del turismo en España (1918)*, Banca Mas Sardá, Barcelona.

ARRILLAGA, José Ignacio (1955a): *Sistema de política turística*, Aguilar, Madrid.

ARRILLAGA, José Ignacio (1955b): *El turismo en la economía nacional*, Editora Nacional, Madrid.

- BARCELÓ I PONS, Bartomeu (1966): "El turismo en Mallorca en la época de 1925 a 1936", *Boletín de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación*, nº 651-652, Palma.
- BARCELÓ I PONS, Bartomeu (2000): "Historia del turismo a Mallorca", *Treballs de la Societat Catalana de Geografia*, nº 50, Vol. XV, pp. 31-55.
- BARCIELA, Carlos, MANERA, Carles, MOLINA, Ramón Molina y DI VITTORIO, Antonio (eds.) (2009): *La evolución de la industria turística en España e Italia*, Institut Balear d'Economia, Palma de Mallorca.
- BARKE, Michael y TOWNER, John (1996): "Exploring the History of Leisure and Tourism in Spain", en BARKE, M.; TOWNER, J. y NEWTON, M. T. (eds.): *Tourism in Spain. Critical Issues*, Cab International, Wallingford, Oxon, pp. 3-34.
- BARKE, Michael, MOWL, Graham, y SHIELDS, Graham (2010): "Málaga – a failed resort of the early twentieth century?", *Journal of Tourism History*, nº 2(3), pp. 187–212.
- BARQUÍN GIL, Rafael (2013): "El Turismo y los primeros ferrocarriles españoles (1855-1914)", *TST*, nº 24, pp. 87-108.
- BÖRÖCZ, József (1992): "Travel capitalism: the Structure of Europe and the Advent of the Tourist", *Comparative Studies in Society and History*, nº 34 (4), pp. 708-741.
- CARRERAS, Albert y TAFUNELL, Xavier (2003): *Historia Económica de la España contemporánea*, Barcelona, Ariel.
- CERCHIELLO, Gaetano (2013): *La evolución del crucerismo en España. Desde sus orígenes hasta la actualidad (1848-2013)*, Tesis Doctoral, Universidad de Alicante.
- CHAMORRO, Santiago R. (1976): "Bosquejo histórico de la Balanza de Pagos de España", *Información Comercial Española*, nº 517, pp. 151-159.
- CHAMORRO, Santiago R., y MORALES, Remedios (1976): "Las balanzas de pagos de Francisco Jáinaga", *Información Comercial Española*, nº 511, pp. 107-118.
- CIRER, Joan Carles (2004): *De la fonda a l'hotel*. Palma de Mallorca, Documenta Balear.
- CIRER, Joan Carles (2009): *La invenció del turismo de masses a Mallorca*, Edicions Documenta Balear, Palma de Mallorca.
- CIRER, Joan Carles (2014): "Spain's new coastal destinations. 1883–1936: The mainstay of the development of tourism before the Second World War", *Annals of Tourism Research*, nº 45, pp. 18–29.
- COMISARÍA REGIA DEL TURISMO Y CULTURA ARTÍSTICA (1917): *Fomento del turismo en España, hidrología nacional, desarrollo y propaganda de balnearios, estaciones de altura y sanatorios*, Presidencia del Consejo de Ministros. Comisaría Regia del Turismo y Cultura Artística, Madrid.
- COMISIÓN DEL PATRÓN ORO (1929; 1960): "Dictamen de la Comisión nombrada por Real Orden de 9 de enero de 1929, para el estudio de la implantación del Patrón Oro", *Información Comercial Española*, nº 318, febrero 1960, pp. 51-83.
- CUADRADO ROURA, Juan R., y LÓPEZ MORALES, José M^a (2011): "El turismo, un sector clave en la economía española", *Papeles de Economía Española* nº 128, pp. 2-20.

- DE LOS TERREROS, Ramón S. (1927): "La <<Guía>> y la propiedad balnearia", en ASOCIACIÓN NACIONAL DE LA PROPIEDAD BALNEARIA, *Guía oficial de los establecimientos balnearios y aguas Medicinales de España*, Rudolf Mosse, pp. 5-7.
- DIRECCIÓN GENERAL DE ACTIVIDADES Y EMPRESAS TURÍSTICAS (1972): *Guía de Hoteles España 1973*, Madrid.
- ERRO, Carmen (1995): *Creación de sociedades mercantiles y formación de capital en Navarra, 1830-1910*, Fundación Empresa Pública. Documento de Trabajo 9506, Madrid.
- ESTEVE SECALL, Rafael y FUENTES GARCÍA, Rafael (2000): *Economía, historia e instituciones del turismo en España*, Pirámide, Madrid.
- FARRERAS, Antoni (1973): *El turismo a Catalunya del 1931 al 1936*, Pòrtic Barcelona.
- FERNÁNDEZ FUSTER, Luis (1959): *Albergues y paradores*, Publicaciones Españolas, Madrid.
- FERNÁNDEZ FUSTER, Luis (1967): *Teoría y Técnica del Turismo*, I, Editora Nacional, Madrid.
- FERNÁNDEZ FUSTER, Luis (1991a): *Historia general del turismo de masas*, Alianza, Madrid.
- FERNÁNDEZ FUSTER, Luis (1991b): *Geografía general del turismo de masas*, Alianza, Madrid.
- GARAY, Luis Alfonso y CÁNOVES, Gemma (2013): "El papel del espacio rural en la historia del turismo. El caso de Cataluña", *TST*, nº 24, pp. 86-108.
- GEISSLER, Mister (1910): *Impresiones de un viaje por Galicia de Mister Geissler propagador del turismo en Inglaterra*, Fomento del Turismo (Tipografía del Faro de Vigo), Vigo.
- GIL DE ARRIBA, Carmen (1992): *Casas para baños de ola y balnearios marítimos en el litoral Montañés, 1868-1936*, Universidad de Santander/Fundación Botín, Santander.
- GONZÁLEZ MORALES, Juan Carlos (2015), "Los orígenes de la industria española de los forasteros", *Cuadernos de Historia Contemporánea*, vol. 37, pp. 145-175.
- GORTÁZAR, Guillermo (1986): *Alfonso XIII, hombre de negocios*, Alianza, Madrid.
- GUTIÉRREZ RONCO, Sicilia (1984): *La función hotelera de Madrid*, CSIC, Madrid.
- HEREDIA, Victor Manuel (2000): "La arquitectura del turismo. Los orígenes de la oferta hotelera en Málaga (siglos XIX-XX)", *Jábega*, nº 86, pp. 3-20.
- HERRERO ANGUITA, José (1926): *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.
- HOOPER, Kirsty (2012): "Spas, steamships and sardines: Edwardian package tourism and the marketing of Galician regionalism", *Journal of Tourism History*, vol. 4, nº 2, pp. 205- 224.
- HOOPER, Kirsty (2013): *Mondariz – Vigo –Santiago. A brief history of Galicia's Edwardian tourist boom*, FundaciónMondarizBalneario, Mondariz.
- HOTELES DE REPOSO DE CATALUÑA, S.A. (1920): *Estatutos*, Barcelona.
- IGLESIAS VEIGA, José Ramón, (2014): *Os xardíns do balneario histórico de Mondariz a través do tempo*, Instituto de Estudios Vigueses, Vigo.

- INSTITUTO DE ESTUDIOS FISCALES (1976): *Datos básicos para la Historia financiera de España, 1850-1975*, IEF, Madrid.
- JIMÉNEZ ARAYA, Tomás (1974): "Formación de capital y fluctuaciones económicas. Materiales para el estudio de un indicador: creación de sociedades mercantiles en España entre 1886 y 1970", *Hacienda Pública Española*, nº 27, pp. 137-185.
- LARRINAGA, Carlos (2002): "El turismo en la España del siglo XIX", *Historia Contemporánea*, nº 25, pp. 157-179.
- LARRINAGA, Carlos (2014): *Balnearios guipuzcoanos, 1776-1901. Turismo de salud e inversión de capital en aguas minerales*, Real Sociedad Bascongada de los Amigos del País – Comisión de Guipúzcoa.
- LAVAUUR, Luis (1980a): "Turismo de entreguerras (1919-1939), I", *Estudios Turísticos*, nº 67, pp. 11-112.
- LAVAUUR, Luis (1980b): "Turismo de entreguerras (1919-1939), II", *Estudios Turísticos*, nº 68, pp. 13-130.
- LINDOSO, Elvira (2003): "El Registro Mercantil de La Coruña: una fuente para la historia empresarial decimonónica", en MARTÍN, M.; GARRUÉS, J. y HERNÁNDEZ, S. (dirs.): *El Registro mercantil: una fuente para la historia económica*, Universidad, Granada, pp. 31-51.
- LINDOSO, Elvira (2006): *Los Pioneros gallegos: bases del desarrollo empresarial (1820-1913)*, LID, Madrid.
- LINDOSO, Elvira y VILAR, Margarita (2014): *Orígenes e historia empresarial de la industria del agua embotellada en Europa: el caso español*, Documentos de Trabajo (DT-AEHE) de la Asociación Española de Historia Económica, nº 1413.
- MARQUÉS DE VEGA INCLÁN (1927): "Madrid, Aranjuez, Toledo", en J. POLO BENITO (Dir. Lit.), *Toledo Guía Oficial*, Rafael González Menor, Toledo, pp. 227-231.
- MCKINSEY&COMPANY (2009): *Desarrollando sectores de clase mundial en Colombia. Informe Final Sector Turismo de Salud. Bogotá, mayo de 2009*, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de la República de Colombia.
- MINISTERIO DE HACIENDA (1912): "Real Decreto autorizando al Ministerio de Hacienda para presentar a las Cortes un Proyecto de ley para restablecer el nivel de los cambios sobre el extranjero", *Gaceta de Madrid*, nº 351, 16-12-1912, pp. 803-825.
- MORENO GARRIDO, Ana (2007): *Historia del turismo en España en el siglo XX*, Madrid, Síntesis.
- MORENO GARRIDO, Ana (2010a): "El Patronato Nacional de Turismo (1928-1932). Balance económico de una política turística", *Investigaciones de Historia Económica*, nº 18, pp. 103-132.
- MORENO GARRIDO, Ana (2010b), "La estrategia atlántica. Élités económicas e intereses turísticos en la España de Primo de Rivera", *Historia Contemporánea*, 41, pp. 481-507.
- MORENO GARRIDO, Ana (2015): "Madrid, 1912. El reto del turismo", *Cuadernos de Historia Contemporánea*, vol. 37, pp. 23-44.
- MORENO GARRIDO, Ana y PELLEJERO, Carmelo (2015): "La red de establecimientos turísticos del Estado (1928-1977), ¿necesidad hotelera o política turística?", *Revista de Historia Industrial*, 59, pp. 147-178.

- MUNTANYOLA, Antoni (1932): *Organització turística de Catalunya*, Arts Gràfiques L'Estampa", Barcelona.
- NADAL, Jordi y TAFUNELL, Xavier (1992): *Sant Martí de Provençals, pulmó industrial de Barcelona (1847-1992)*, Columna, Barcelona.
- OGILVIE, Frederick Wolff (1933): *The Tourist Movement. An Economic Study*, P.S. King & Son, Ltd., Londres.
- PACK, Sasha D. (2009): *La invasión pacífica. Los turistas y la España de Franco*, Turner, Barcelona.
- PACK, Sasha D. (2015), "Turismo, urbanismo y colonialismo en Tánger, 1880-1939", *Cuadernos de Historia Contemporánea*, vol. 37, pp. 45-65.
- PALOU I RUBIO, Saida (2012): *Barcelona, destinació turística. Un segle d'imatges i promoció pública*, Edicions Vitel.la, Barcelona.
- PARDO BAZÁN, Emilia (2009): *Mondariz en los textos de Emilia Pardo Bazán. Antología (1887-1919)*, Fundación Mondariz Balneario (edición a cargo de Patricia Carballal Miñán), Mondariz.
- PATRONATO NACIONAL DE TURISMO (1929): *Guía Oficial de Hoteles, Pensiones, Casas de Viajeros, Restaurante, Bares y Garages*, Madrid.
- PATRONATO NACIONAL DE TURISMO (1931a): *Memoria de los trabajos realizados por el Patronato Nacional de Turismo desde julio de 1928 a 31 de diciembre de 1929*, Talleres Voluntad, Madrid.
- PATRONATO NACIONAL DE TURISMO (1931b): *Memoria correspondiente a la liquidación, revisión y transformación del Patronato Nacional del Turismo, ordenada por el Gobierno provisional de la República en su Decreto de 23 de abril de 1931. Anejos de la Memoria*, Talleres Voluntad, Madrid.
- PATRONATO NACIONAL DE TURISMO (1931c): *Memoria correspondiente a la liquidación, revisión y transformación del Patronato Nacional del Turismo, ordenada por el Gobierno provisional de la República en su Decreto de 23 de abril de 1931. Anejos de la Memoria*, Talleres Voluntad, Madrid.
- PELLEJERO, Carmelo (1999): "Antecedentes históricos del Turismo en España: de la Comisión Nacional al Ministerio de Información y Turismo, 1900-1950", en Carmelo PELLEJERO (dir.) *Historia de la economía del turismo en España*, Civitas, Madrid, pp. 21-76.
- PELLEJERO, Carmelo (2005): "Turismo y Economía en la Málaga del siglo XX", *Revista de Historia Industrial*, nº 29, XIV-3, pp. 7-114.
- PEMBLE, John (1987): *The Mediterranean Passion: Victorians and Edwardians in the South*, Oxford University Press, Oxford.
- PERPIÑÁ, Román (1930): *La política económica española ante el Memorandum Brian*, El Financiero, Madrid.
- PERPIÑÁ, Román (1936): *De Economía Hispana*, Editorial Lábor, Barcelona.
- PRADOS, Leandro (2003): *El progreso económico de España (1850-2000)*, Fundación BBVA, Madrid.
- RODRÍGUEZ ANTÓN, José Miguel (2011): "Competitividad y retos organizativos futuros de las PYME hoteleras españolas", *Papeles de Economía Española* nº 128, pp. 281-295.
- RODRÍGUEZ PÉREZ, María José (2014): "La red de alojamientos turísticos del Estado. Génesis y desarrollo (1928-1940)", en VV.AA.: *Visite España. La memoria rescatada*, Biblioteca Nacional y Museo Nacional del Romanticismo, Madrid, pp. 223-241.

- SAMÁ, Salvador (1910): *Consideraciones acerca de la necesidad del fomento del turismo como fuente de riqueza mediante la formación del gran circuito español*, Imprenta de Juan Vidal Hermanos, Barcelona.
- SEGRETO, Luciano, MANERA, Carles y POHL, Manfred (eds.) (2009): *Europe at the seaside. The economic history of mass tourism in the Mediterranean*, Berghan Books, New York-Oxford.
- SERRA, José Ramón y CARDONA, Antoni (2014): "Inicios del turismo y actitudes de los residentes. El caso de Ibiza. España", *Estudios y perspectivas de turismo*, nº 23 (1), pp. 1-22.
- TATJER, Mercedes (2009): "En los orígenes del turismo litoral: Los baños de mar y los balnearios marítimos en Cataluña", *Scripta Nova. Revista Electrónica de geografía y Ciencias Sociales*, Vol. XIII, nº 296 (5).
- TENA, Antonio (2005): "Sector exterior", en A. Carreras y X. Tafunell (coord.), *Estadísticas Históricas de España, siglos XIX-XX*, Fundación BBVA, Bilbao, vol. II, pp. 575-644.
- UNCETA, María (coord.) (1986): *75 años de turismo en España. Marsans 1910-1985*, Viajes Marsans, Madrid.
- VALERO, Alet (1991): "Chemin de fer et tourisme: l'exemple de Norte Principal (1877-1930)", en *Mélanges de la Casa de Velázquez*, Tome 27-3, pp. 5-46.
- VALLEJO POUSADA, Rafael (2013): "Turismo y desarrollo económico en España durante el franquismo, 1939-1975", *Revista de la Historia de la Economía y de la Empresa*, 7, pp. 423-452.
- VALLEJO POUSADA, Rafael (2014): *De país turístico rezagado a potencia turística. El turismo en la España de Franco*, Documento de Trabajo, DT-AEHE, nº 1408, 2014.
- VALLEJO POUSADA, Rafael (2015a): "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, pp. 62-79.
- VALLEJO POUSADA, Rafael (2015): "El turismo en España, 1950-2014: la consolidación de un líder turístico. Líneas generales de evolución y algunos temas abiertos a la investigación histórica", *XVII Reunión de Economía Mundial*, Gijón, 4 de junio de 2015.
- WALTON, John K. (2001): "Consuming the Beach. Seaside Resorts and Culture of Tourism in England and Spain from the 1840s to the 1930s", en BARANOWSKI, S. y FURLOUGH, E. (eds.): *Being Elsewhere. Tourism, Consumer Culture, and Identity in Modern Europe and North America*, The University of Michigan Press.
- WALTON, John. K.. & SMITH, Jenny. (1996): "The First Century of Beach Tourism in Spain: San Sebastián and the Playas del Norte from the 1830s to the 1930s", en M. BARKE, J. TOWNER y M. T. NEWTON (eds.), *Tourism in Spain. Critical Issues*, CAB International, Wallingford, pp. 35-61.
- WIGRAM, Edgar T. A. (1906): *Northern Spain*, Adam & Charles Black, Londres.
- ZAMAGNI, Vera (1993): *The Economic History of Italy 1860-1990*, Clarendon Press, Oxford.