

## LA ESTRATEGIA ATLÁNTICA. ÉLITES ECONÓMICAS E INTERESES TURÍSTICOS EN LA ESPAÑA DE PRIMO DE RIVERA

---

### THE TRANSATLANTIC STRATEGY. ECONOMIC ELITES AND TOURIST INTERESTS IN PRIMO DE RIVERA'S SPAIN

Ana Moreno Garrido  
UNED-Guadalajara

*Entregado el 17-5-2010 y aceptado el 3-8-2010*

**Resumen:** La primera administración turística española creada en 1928, el Patronato Nacional de Turismo, estuvo muy ligada a los intereses empresariales y personales de uno de los grandes industriales de su tiempo, el conde Juan Antonio Güell. Como importante naviero y empresario catalán en un momento de expansión turística entendió la importancia que podía tener el turismo como alternativa a la grave crisis por la que atravesaban las compañías de navegación. Su organización empresarial diseñó una «estrategia atlántica» para el turismo español que pretendía hacer del país un puerto de llegada de grandes trasatlánticos americanos, pero también ampliar el volumen de negocio de la Cía Trasatlántica de los Güell. Este artículo ilustra un capítulo desconocido de las vinculaciones entre política y modernización económica de la España de Primo de Rivera.

**Palabras clave:** Historia del turismo, modernización económica, política turística.

---

**Abstract:** The Spanish National Tourist Board, which in 1928 was the first of its kind to be set up in Spain, was highly connected with the personal and economic interests of one of the most important entrepreneurs of that period: count Juan Antonio Güell. An important Catalanian ship-owner and business-

man in a time of fast tourist growth, Güell soon realised that tourism could become an important alternative to the cruise business, which was going then through a deep crisis. His company designed a «transatlantic strategy» for the Spanish tourist industry which intended to turn Spain into a port of call for American cruise ships, while increasing revenues for Güell Transatlantic Co. The present article sheds light on an unknown chapter of Spanish contemporary history, showing how politics became intertwined with the drive for economic modernisation at the time of Primo de Rivera's rule.

**Key Words:** History of Tourism, Economical Modernisation, Tourism Policy.

Comenzando 1926, un desconocido consignatario de buques del puerto barcelonés buscaba apoyos para constituir una ambiciosa empresa destinada al desarrollo del turismo en España. Para ello escribió un libro lleno de recomendaciones e ideas sobre cómo debía ser la industria turística nacional y se empleó a fondo llamando a algunas puertas. Llegó incluso a proponerlo en la embajada de España en París y otras instituciones oficiales, pero no tuvo ningún éxito<sup>1</sup>. Sin embargo, pocos meses después, al conde Güell, dueño de una importante naviera, sí le interesó su libro. Encabezó, desde entonces, una campaña ante Primo de Rivera y el propio Alfonso XIII que pudo acelerar la aparición de la primera administración turística española, el Patronato Nacional de Turismo, creado en abril de 1928. Es cierto que su preocupación por el turismo pudo ser, simplemente, un desencadenante porque, tarde o temprano, el gobierno hubiera hecho su aparición en lo turístico. La inminencia de dos exposiciones internacionales en España, en 1929, y la deficiente estructura turística del país así lo aconsejaban. Si así fuera, Güell sería poco más que una anécdota en la gestación de la administración turística estatal, pero, sin duda, una anécdota muy significativa.

La abundante bibliografía sobre las élites del dinero, la modernización económica y los lazos entre intereses económicos y políticos del primer tercio del siglo XX español no ha reparado en la dimensión que este juego de intereses tuvo en lo turístico<sup>2</sup> y, sin embargo, este escenario calca

---

<sup>1</sup> José Herrero Anguita, *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*, Requesens, Barcelona, 1926.

<sup>2</sup> Entre otros, conviene destacar los trabajos de Ángel Bahamonde y José Cayuela, *Hacer las Américas. Élités coloniales españolas en el siglo XIX*, Alianza, Madrid, 1992; Mercedes Cabrera (dir.), *Con luz y taquígrafos. El parlamento de la Restauración (1913-1923)*, Taurus, Madrid, 1998; Mercedes Cabrera y Fernando del Rey, *El poder de los empresarios. Política e intereses económicos en la España contemporánea (1875-2000)*, Taurus, Madrid, 2002; Fernando del Rey Reguillo, *Proprietarios y patronos. La política de las organizaciones económicas en la España de la Restauración (1919-1923)*, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 1992; José Luis García Delgado (ed.), *La España de la Restauración. Política, economía, legislación y cultura, siglo XXI*, Madrid, 1985, y *La modernización económica de la España de Alfonso XIII*, Espasa Calpe, Madrid, 2002; Eduardo González Calleja, *La España de Primo de Rivera. La modernización autoritaria (1923-1930)*, Alianza, Madrid, 2005; o Javier Moreno Luzón (ed.), *Alfonso XIII, un político en el trono*, Marcial Pons, Madrid, 2003.

Para el caso particular de la familia Güell Comillas, los trabajos de Martín Rodrigo Alharilla, «Entre Barcelona, Cádiz y Ultramar: la Compañía Trasatlántica (1862-1932)», en

las estrategias empresariales de su tiempo. Hasta ahora, tampoco la propia historiografía del turismo histórico español había reparado en estas relaciones, pero en los últimos años ese vacío se está llenando y, hoy, tanto el papel jugado en la modernización económica como su función en la construcción de diferentes discursos, como agente de cambio social o en sus relaciones con el ambiente cultural, son las líneas preferentes de los investigadores de turismo histórico<sup>3</sup>.

Este es un análisis de cómo ambiciones personales y empresariales se entremezclaron con decisiones que deberían haber sido puramente políticas. Sin duda, la dimensión atlántica del negocio naviero de Güell definió un primer capítulo de la política turística española. Con acierto, o no, los pasos que se dieron fueron para consolidar España como un destino de cruceros turísticos americanos, aunque, eso significó que, previamente, había que profundizar en el desarrollo turístico nacional. Sin lugar a dudas Güell se sintió atraído por el turismo nacional porque vio en él una posible salida a la crisis por la que atravesaba su naviera; Primo de Rivera, por su parte, necesitaba de unas infraestructuras turísticas para conseguir que las exposiciones del 29, sobre todo la sevillana, fueran un éxito de público y se consolidasen como el mejor escaparate de una dictadura que se ago-

---

DD.AA., *Catalunya y Andalucía en el siglo XIX*, Fundació Gresol, Cornellà, pp. 105-126; *Los marqueses de Comillas (1817-1925)*. Antonio y Claudio López, Lid, Madrid, 1985; y «Vínculos personales, relaciones horizontales y decisiones verticales en el grupo empresarial Comillas», en *Actas del XIII Congreso de la AEHE*. Santiago de Compostela, edición digital 13-16 de septiembre de 2005. También hay que señalar los de Enrique Faes Díaz, Claudio López Bru. *Marqués de Comillas*, Marcial Pons, Madrid, 2009.

<sup>3</sup> Señalaría, entre las aportaciones más recientes, las de Carmelo Pellejero (dir.), *Historia de la economía del turismo en España*, Civitas, Madrid, 1999; y «La actuación del Estado en materia turística durante la dictadura de Primo de Rivera» en *Revista de Historia Económica*, n.º 1, 2002; el número 25 de *Historia Contemporánea* de la Universidad del País Vasco (2002-II), dedicado a turismo y cambio social; las tesis doctorales inéditas de Juan Carlos González Morales, *Turismo en España (1905-1931)* —Universidad Carlos III de Madrid, 2003— y de Ana Moreno Garrido, *Turismo y Nación. La definición de la identidad nacional a través de los símbolos turísticos. España (1908-1929)* —Universidad Complutense de Madrid, 2004—; Ana Moreno Garrido, *Historia del turismo en España en el siglo XX*, Síntesis, Madrid, 2007, y algunos artículos que se citarán a lo largo de este artículo, y Sasha D. Pack, *La invasión pacífica. Los turistas y la España de Franco*, Turner, Madrid, 2009. La historiografía anglosajona también ha publicado recientemente obras muy interesantes como los artículos dedicados al caso español en John K. Walton (ed.), *Histories of Tourism. Representation, Identity and Conflict*, Channel View Publications-Clevedon, 2005, o Eugenia Afinoaguénova y Jaume Martí-Olivella, *Spain is (still) different. Tourism and Discourse in Spanish Identity*, Lexington Books, 2008.

taba aceleradamente. Ninguno de los dos logró, del todo, sus objetivos. Los millones de turistas europeos y americanos no llegaron nunca y, poco más de un año y medio después de la creación del PNT, Primo de Rivera presentaba su dimisión y abandonaba el país. La Exposición de Sevilla del 29 había sido un fracaso desde un punto de vista turístico. Güell, por su parte, dejaba el PNT en julio de 1930 para dedicarse a otros menesteres. Aunque importante, el esfuerzo había sido demasiado precipitado y escaso en inversiones; sólo la industria turística del país salió beneficiada ya que había comenzado a canalizar su modernización.

Las maniobras de Güell fueron denunciadas muy pronto. De hecho no había pasado ni un año desde la salida del conde catalán del PNT, cuando los republicanos advirtieron sobre las mismas. En abril de 1931 el gobierno provisional de la República inició una investigación para revisar la actuación del PNT durante el período monárquico y la encontró «desacertadísima»<sup>4</sup>. Sobre las dudas de una gestión imprudente e ineficaz realmente planeó la sombra, demasiado alargada, de Güell y su Trasatlántica, cuya obvia instrumentalización del organismo salpicó los posibles (e indudables) aciertos del PNT monárquico.

### **La clave: Güell y la Trasatlántica**

Mediando la década de los veinte, Juan Antonio Güell López, segundo conde de Güell y tercer marqués de Comillas, era uno de los hombres más influyentes de Cataluña y una de las mayores fortunas de España. Sus negocios iban desde las minas a una importante naviera, pasando por la maquinaria textil, bancos, astilleros, inversiones inmobiliarias o una tabacalera. Desde 1925 era el heredero de dos patrimonios forjados a lo largo del siglo XIX por dos indianos verdaderamente notables: Antonio López y López, su abuelo materno y fundador de «A. López y Cía», futura Cía. Trasatlántica y Joan Güell Ferrer, abuelo paterno, con importantes redes comerciales en Cuba y uno de los principales empresarios textiles de Cataluña.

A pesar de que cada una de sus herencias era considerable, la unión de ambas le convertían en uno de los grandes industriales del país. La coincidencia de que su tío, Claudio López Bru, y heredero directo de Antonio

---

<sup>4</sup> *Memoria correspondiente a la liquidación, revisión y transformación del PNT, ordenada por el gobierno provisional de la República en su Decreto de 23 de abril de 1931, Talleres Voluntad, 1931.*

López, muriera sin descendencia, así como el matrimonio de una hermana de Claudio, Isabel, con Eusebi Güell hizo posible que Juan Antonio Güell López, el mayor de los hijos varones, se convirtiera en el eslabón que unió definitivamente estos dos legados paralelos que, además, habían sido refrendados por la monarquía con sendos títulos nobiliarios con categoría de Grande de España.

Aunque el conde Güell se había formado en los negocios familiares en el sector minero (era el encargado de representar los intereses de su familia en las minas del Magreb<sup>5</sup>) una de sus principales preocupaciones empresariales al convertirse, en 1925, en el nuevo marqués de Comillas, fue la Cía. Trasatlántica. Esta era la base del capital de los Comillas y el motor económico del joven linaje de los López. La había creado su abuelo, Antonio López, en 1857, como «A. López y Cía» para pasar a ser la Cía. Trasatlántica en 1881. En 1893 ya disponía de una flota de 61 barcos con un total de 270.000 toneladas<sup>6</sup>, lo que resultó fundamental para el gobierno español en su política colonial antillana. Si bien en 1887 ya había firmado un contrato con el Estado para los servicios de comunicación con las colonias, en tiempo de guerra, cambió su función y fue la encargada del transporte de material y de hombres y, por supuesto, de la repatriación de miles de ellos a su término. A partir de ese momento, la compañía vivió un momento de esplendor al especializarse en cruceros de lujo y transporte de pasajeros. De hecho, antes de la guerra de 1914 tenía cinco líneas adjudicadas (Norte de España-Cuba y México; Mediterráneo-Nueva York, Cuba y México; Mediterráneo-Puerto Rico, Cuba, Venezuela y Colombia; Filipinas y Fernando Poo)<sup>7</sup> Sin embargo, finalizada la guerra mundial, la Trasatlántica se vería arrastrada a una crisis que se hará evidente a finales de los años veinte<sup>8</sup>.

La situación era idéntica para otras grandes navieras internacionales. Con el aumento alarmante del tonelaje amarrado, los puertos paralizados, sonadas huelgas de sus trabajadores, disminución del tráfico en los canales de Suez y Panamá, el descenso del número de pasajeros, el recorte de la emigración y de los fletes o la inactividad de los arsenales, la Trasatlán-

<sup>5</sup> Enrique Faes Díaz, *op. cit.*, p. 208.

<sup>6</sup> Francisco Cossío, *La Compañía Trasatlántica. Cien años de vida sobre el mar (1850-1950)*, p. 81.

<sup>7</sup> Francisco Cossío, *op. cit.*, p. 125.

<sup>8</sup> Para ampliar cuestiones sobre turismo trasatlántico en los años de entreguerras, consultar Lorraine Coons y Alexander Varias, *Tourist Third Cabin. Steamship Travel in the Interwar Years*, Palgrave, 2003.

tica encarnaba, en España, el difícil momento de la marina mercante mundial<sup>9</sup>. A la compañía española se le unió, además, la competencia creciente de las extranjeras, así como un exceso de tonelaje construido durante la guerra que era innecesario ante un ciclo de contracción de tráfico marítimo. En 1922, Claudio López Bru, agobiado por la presión financiera tuvo que abrirse a otras fuentes de capitalización, saliendo la compañía del control estricto de la banca de los López.

Aún así no fue suficiente, la compañía se deslizaba hacia el desastre y, el Estado, alarmado, cuando en abril de 1925 (RD de 6 de abril) prorrogaba su contrato con la Trasatlántica lo hacía con una condición: la fiscalización total de la empresa<sup>10</sup>. Esto suponía que le concedería el aval necesario para las nuevas emisiones de deuda, pero intervendría directamente en su administración a través de un Delegado y un Interventor, a la vez que marcaba el ritmo y los plazos para ir reduciendo gastos y personal.

Mientras, seguía la disminución del volumen de negocio. Si en 1920 se transportaron 28.000 pasajeros; en 1925, 24.000; en 1930, solo 19.000. En 1929, nuevos peligros amenazaban a la Trasatlántica. La crisis financiera, el cierre de los mercados exteriores y las medidas proteccionistas de los gobiernos se sumaban a una capitalización desmesurada de las empresas marítimas cuyo material se había construido en los años de precios más elevados. En casi todos los países europeos se produjeron fusiones de compañías, subvenciones estatales o nacionalizaciones, más o menos encubiertas, para cubrir los déficits de explotación. Así hay que interpretar la medida tomada por Primo de Rivera el 15 de febrero de 1929 cuando aprobó unas bases en el Consejo de Ministros para la liquidación de la Trasatlántica, haciéndose cargo el Estado del Activo y Pasivo de la Compañía<sup>11</sup> hasta la adjudicación de un nuevo contrato; medida que fue refrenada el 21 de octubre de 1929 alegando que «sin un cambio de servicios, organizaciones y estudio económico de los auxilios, no podrá evitarse que, a la par de la ruina de la Compañía Trasatlántica viniera el derrumbamiento de los servicios transoceánicos por falta de medios para atender a la concurrencia y de las características de los transportes y pasajes»<sup>12</sup>.

---

<sup>9</sup> *Información de la Compañía Trasatlántica ante el Proyecto de Ley anulando su contrato con el Estado* (1932), Gráficas reunidas, Madrid, p. 16.

<sup>10</sup> Enrique Faes Díaz, *op. cit.*, p. 358.

<sup>11</sup> *Información...*, p. 6.

<sup>12</sup> RD 22 de junio de 1929 dando fuerza de Decreto-Ley a las normas prefijadas en la RO de 28 de abril anterior para atenciones de la Compañía Trasatlántica.

A pesar de ello seguían las dificultades. En 1930, se perdía la línea de Filipinas, luego Fernando Poo (en 1931) y, un año después, la de Argentina. La llegada de la República agravó aún más la situación de la Trasatlántica. Tanto que el 6 de mayo de 1932, el gobierno republicano, por Decreto, declaraba nulo el RD de 6 de abril de 1925 que había prorrogado el contrato estatal de servicios transoceánicos con la compañía, dejándola a la deriva. En 1933, la Trasatlántica no contaba sino con tres de sus siete líneas.

### **El turismo, un sector cada vez más atractivo**

Mucho antes de todo esto, Güell había intentado salir de la crisis buscando alternativas. Una de ellas era el turismo, lo que parece muy consecuente al ser, no sólo naviero, sino también miembro del consejo de administración del Ritz de Barcelona y estar, casi con seguridad, empapado de la creciente importancia que el turismo estaba generando en toda España, sobre todo, en Cataluña. Sin embargo y, hasta 1926, su interés por el mismo no pasaba del puramente empresarial, sobre todo lo relacionado con su naviera. De esta manera, y con pequeños ajustes, la Trasatlántica captaba, poco a poco, flujos turísticos hasta entonces desatendidos. Así, los vapores de la línea número tres empezaron a hacer paradas en Palma de Mallorca, con el objeto de establecer escala en otros puertos de las islas Baleares. O los descensos en Lisboa de aquellos barcos cuya ruta iba de Barcelona a Vigo para seguir viaje a Nueva York, Cuba y Centroamérica. De igual modo, «aprovechando los viajes por el litoral español de los vapores de las líneas una y tres, se crea, para la época de verano la atracción de turistas, ofreciéndoles tarifas reducidas que no dejen sino un pequeño beneficio, y esto mismo se propone hacer en la época de América, ofreciendo pasajes de ida y vuelta con precios económicos que constituyan aliciente para visitar diversos puertos de ultramar»<sup>13</sup>.

Sin embargo, fue a partir de la primavera de 1926, cuando Güell empezó a pensar en el turismo con otra perspectiva. El mes de mayo de ese año, José Herrero Anguita, el citado consignatario de buques en Barcelona, publicaba su libro para la mejora del turismo en España<sup>14</sup>. Herrero

---

<sup>13</sup> Francisco Cossío, *op. cit.*, p. 129.

<sup>14</sup> José Herrero Anguita, *op. cit.*

compartía con Güell el ambiente de las navieras, pero también la preocupación por el turismo al ser vocal del Comité de Turismo de la Exposición prevista para Barcelona en la primavera de 1929. La situación turística del país le parecía tan alarmante como el desinterés del gobierno español por el mismo. La publicación de su libro pretendía ser una llamada de atención y la prueba de lo rentable que estaba siendo el turismo en otros países donde estaba mucho mejor organizado.

Al conde Güell el libro le entusiasmó y lo hizo propio<sup>15</sup>. Ayudó a Herrero costeando la publicación de tres mil ejemplares y facilitando una mayor difusión. En cada uno de los ejemplares, una faja de su mecenas animaba a todos a unirse a tan «patriótica iniciativa»:

Creo firmemente que para nivelar nuestra balanza comercial no existe medio, ni más fácil para los españoles, ni más conveniente para España, que el fomento del turismo; y creo, que por diversas circunstancias, esta es la oportunidad, y este el momento de guiar hacia nuestro país el Río de Oro que tal ingreso representa. Para facilitar el que la patriótica iniciativa expresada en este folleto se convierta en una realidad, ruego a todos los que lo reciban que me comuniquen su adhesión al mismo. Así la cooperación de muchos me permitirá presentar este proyecto con más autoridad al Gobierno.

Firmado: el conde Güell

En realidad, Juan Antonio Güell no necesitaba de la cooperación de nadie, tenía muy fácil el acceso al dictador como buenos amigos que eran hacía más de una década, desde los tiempos de Marruecos, cuando Güell acudió como voluntario a la guerra hispanomarroquí. El conde catalán se convertiría, años más tarde, en uno de los apoyos de Primo durante el golpe de 1923, al permanecer a su lado la noche del 12 al 13 de septiembre y garantizarle su incondicionalidad<sup>16</sup>. Por tanto, casi con toda seguridad, para esas fechas habló con Primo de Rivera de turismo y de la necesidad de crear un organismo turístico estatal, necesidad avalada por la inminencia de las exposiciones de 1929. La gestión se completó con el

---

<sup>15</sup> En octubre de 1927, Benigno de la Vega-Inclán, todavía Comisario Regio de Turismo recibía un telegrama de Güell donde le decía: «...este folleto me ha producido una impresión tan excelente que, como ves, he estado dispuesto a hacerlo mío...» Archivo Histórico Nacional. Fondo Contemporáneo. Presidencia del Gobierno de Primo de Rivera Legajo 140 (3) Expedientes 1-39.

<sup>16</sup> Mercedes Cabrera y Fernando del Rey, *op. cit.*, p. 195.

regalo de un ejemplar del libro al propio Alfonso XIII, aprovechando un viaje de éste a Barcelona en octubre de 1927.

De las maniobras y, cada vez más serio interés, de Güell por el turismo tenemos más datos. En octubre de 1926 envió a su hijo Juan Claudio, conde de Ruiseñada, a Londres a conocer en persona la *Spanish Travel Bureau*, la única empresa que, en el exterior, se dedicaba a vender viajes a España y, de forma indirecta de su promoción. Situada en el 87 de Regent Street, esta pequeña oficina la había montado Joaquín Bosch nada más terminar la guerra, en 1919, pero, ya desde 1925 había empezado a interesar a algunos españoles con residencia en Londres cada vez más interesados por el turismo. Güell no fue el único atento al Sr. Bosch y su pequeño y sugerente negocio, pero sí el que consiguió sacarle más partido. En noviembre de 1926 y marzo de 1927 Bosch fue llamado a Madrid «ambas veces por el Excmo. Sr conde Güell»<sup>17</sup> para tener conversaciones tanto con el duque de Alba como con el marqués de Pons (que luego tendrá un importante cargo en el PNT de 1928) y presentarles informes de su negocio y del ambiente turístico londinense, uno de los más importantes del mundo. Las conversaciones fructificaron porque muy poco después, el 13 de julio de 1927, Alfonso XIII visitaba personalmente la *STB*. Fue acompañado del duque de Miranda y de Juan Claudio Güell y permaneció en su interior casi una hora «enterándose minuciosamente de su labor y recursos». La visita impresionó tanto a Bosch que llegó a decir que había sido determinante en la creación del PNT. Herrero Anguita, por su parte, también diría lo mismo de su libro y la influencia decisiva que tuvo en el turismo nacional. Pero, sobre todo, conviene destacar que Bosch entonces relacionó estrechamente la oficina de Londres con los intereses de la Trasatlántica ya que, según dijo en ese momento, «con la inauguración por la Compañía Trasatlántica de los viajes del Reina María Cristina desde Southampton al norte de España comienza la tercera etapa de esta oficina que promete ser la más fructífera»<sup>18</sup>.

Por otro lado, sabemos que el naviero catalán, al menos desde 1927, mantenía contacto con CC Drake, un importante agente de viajes estadounidense, que también representaba hoteles en todo el mundo (casi setenta en distintas ciudades). Hoy diríamos de Drake que actuaba como

---

<sup>17</sup> Archivo General de la Administración —AGA— (3) 49. 02.12 549.

<sup>18</sup> AGA (3) 49. 02.12 549.

un consultor de alto nivel y, de hecho, como tal fue posteriormente contratado por el gobierno español para hacer un estudio de viabilidad y rentabilidad de hoteles. Dos años antes, en 1927, cuando fue consultado por Güell sobre la conveniencia de hacer un ambicioso plan de propaganda turística en los EEUU, Drake no dudó en contestarle que ninguna campaña daría sus frutos sin un previo desarrollo de infraestructuras, tanto de transportes (él se refirió, sobre todo, a carreteras) como de acogida<sup>19</sup>.

Finalmente y pasados seis meses, por Real Decreto n.º 745 de 25 de abril de 1928, desde el gobierno se decidió la creación del Patronato Nacional de Turismo. Sin embargo, en ese momento, Güell permaneció en un segundo plano. La primera organización del PNT se estructuró en torno a un Comité Ejecutivo y otro Directivo presidido por Alberto de Borbón, duque de Santa Elena (y tío del Rey) y donde una de las vicepresidencias (Delegación de Arte) se le reservó a Güell. Su hijo Juan Claudio, conde de Ruiseñada, fue nombrado delegado regional de Aragón, Cataluña y Baleares. La presidencia del duque de Santa Elena durará poco, el 15 de noviembre de 1928 presentó su dimisión ante el Rey, y Güell pasó a ocupar su lugar. El porqué de la precipitada salida de Santa Elena no está del todo claro. Sin duda, Güell era el estratega del PNT, pero, en el momento de su creación era solamente uno de los tres vocales delegados. Santa Elena pudo haber sido una elección del propio Alfonso XIII. Sin embargo, muy pronto hubo un desacuerdo. Si bien en el Decreto fundacional del PNT al hablar de financiación se mencionaba un seguro obligatorio de viajeros por ferrocarril y *por barco*, en junio, Santa Elena se daba cuenta de que no se preveía que dicho seguro se aplicase a las compañías de navegación<sup>20</sup>.

---

<sup>19</sup> «I believe the Tourist Trade in Spain is not developed sufficiently from the USA to ensure success in such an enterprise. Two years ago I wrote to Conde Güell, suggesting a plan whereby the Spanish Royal Mail Line might develop a system of propaganda in the United States, to be followed by a motorbus operation along the new main roads of Spain, the construction of Hotels to take place after the tourist traffic from the United States has been created. Salamanca, Cadiz, Avila or Santiago are not now the centres for American tourists. No matter how much publicity would be given to hotels constructed in these cities it would take a number of years before expenses could be covered». Carta enviada por Drake al marqués de Pons el 29 de abril de 1929. AGA (3) 49. 02.12 676.

<sup>20</sup> El 5 de junio de 1928, en una reunión del comité directivo del PNT Santa Elena «expuso la conveniencia de que el seguro de transporte de viajeros y ganado sea aplicable también a las compañías de navegación. Leído el R.D de 25 de abril último se observa que se ha omitido el seguro para ganado en el transporte marítimo y se acuerda hacer la oportuna gestión» AGA (3) 49. 02.12 110.

Pudo haber sido el propio Güell quien evitara la creación de dicho seguro en el tráfico marítimo al ir contra sus propios intereses y que eso causase tensiones, pero lo cierto es que, en noviembre, Alberto de Borbón dimitía y Güell se convertía en el presidente del PNT<sup>21</sup>.

Poco antes reaparecía en escena José Herrero Anguita convocado por el conde catalán, del que llevaba meses sin saber nada. Herrero afirmó luego que las primeras reuniones del PNT tuvieron lugar en las oficinas de la Trasatlántica de Madrid mientras que, de forma paralela, se estaban desarrollando otras más privadas entre Juan Claudio Güell, Patricio Satrustegui (Consejero de la Trasatlántica) él mismo y su hermano, Luis. Dos días más tarde se les agregaron Salomón Maduro (representante de la Transatlántica en Nueva York) y Joaquín Bosch, del *Spanish Travel Bureau*. El objeto de dichas negociaciones, pensaba Herrero, era establecer y constituir la Compañía Hispanoamericana de Turismo, un órgano de carácter industrial y mercantil que debía formar parte de la estructura turística nacional, pero la realidad sería otra. Según dejó entrever el propio Herrero meses después en una carta que escribió a Primo de Rivera el 14 de febrero de 1929 para denunciar la traición de Güell (documento fundamental en la reconstrucción de los acontecimientos) de él sólo parecían interesar sus conocimientos y algunas sugerencias, y de aquella sucesión de entrevistas donde se le solicitaron «datos y más datos para su ilustración en la materia»<sup>22</sup> no salió nada rentable. A partir de ese momento, arinconado Herrero, al que se ignoró y dieron largas, no le quedó más remedio que constituir, por su cuenta, una Compañía Hispanoamericana de Turismo que, mucho más modesta, no se asemejó en nada a la proyectada. De aquellas conversaciones salieron, sin embargo, algunos datos que luego aprovecharía el PNT, como la sede que el turismo español tendría en París, un lujoso local en el 12 del Boulevard de la Madeleine —propiedad de la Compañía de Mensajerías Marítimas Francesas— que fue sugerencia de Herrero.

---

<sup>21</sup> Real Decreto de 15 de noviembre de 1928 por el que el primer presidente del PNT, el duque de Santa Elena es sustituido por Juan Antonio Güell y López, conde de Güell y, hasta ese momento, Vicepresidente-Delegado de Arte del Patronato Nacional de Turismo.

<sup>22</sup> Fondo Contemporáneo. Presidencia del Gobierno de Primo de Rivera Legajo 140 (3) Expedientes 1-39 Archivo Histórico Nacional.

## La estrategia atlántica. Las redes de Güell en el PNT

Güell, por tanto, se convertía en el presidente del PNT en noviembre de 1928 y, en ese cargo permanecerá hasta el verano de 1930. Su llegada a la presidencia coincidió con unos movimientos clave que nos permiten reconstruir sus principales objetivos. El empresario catalán estaba muy preocupado por la proyección atlántica del turismo español porque ésta podía ser la escapatoria de su naviera, cada vez más dependiente de los que viajaban por placer y no tanto de flujos de emigración o carga. No fue una estrategia mal pensada ya que el fomento del turismo internacional en España, en un tiempo en el que los vuelos eran aún muy escasos, pasaba por la llegada de los cruceros a los puertos españoles, donde sobresalía, sin duda, el puerto de Cádiz<sup>23</sup>.

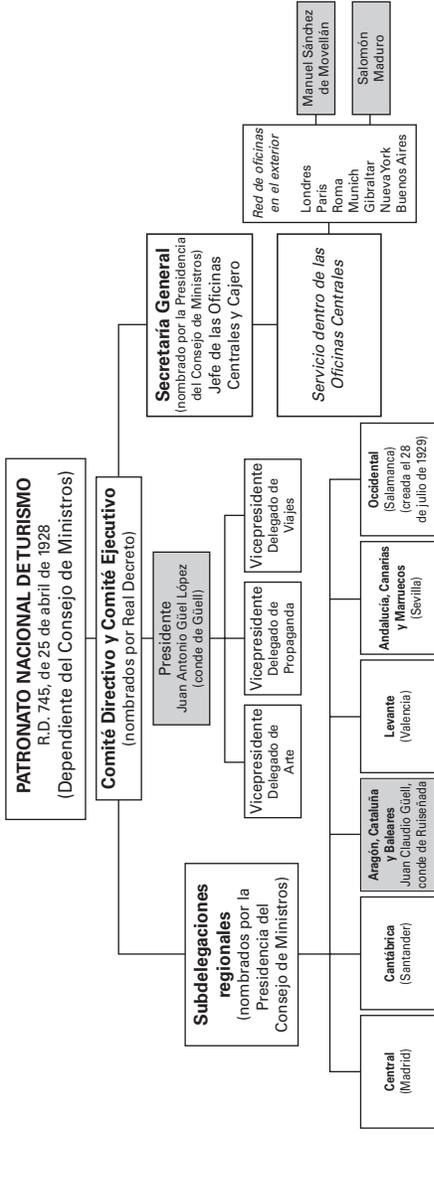
La estrategia atlántica tenía varios escenarios que era preciso controlar. En primer lugar estaba París, convertida en una de las primeras preocupaciones del conde catalán. En la capital francesa debía existir una oficina de turismo donde, además, de la promoción del turismo español estuvieran representados los intereses de la Trasatlántica no sólo porque París era el principal centro del turismo continental europeo sino, sobre todo, porque la capital francesa, centralizaba y distribuía los flujos turísticos de los principales trasatlánticos que desembarcaban en todas las franjas de puertos existentes entre Hamburgo y Burdeos, sobre todo los de Cheburgo, El Havre y Boulogne Mer. Al frente de la lujosa y polémica oficina abierta en París el verano de 1929 se colocó a Manuel Sánchez de Movellán, residente en París y dueño de una pequeña banca con su nombre, pero, sobre todo, miembro de una familia vinculada durante muchos años a la Trasatlántica<sup>24</sup>. Con este nombramiento se ponía en marcha otra de las prácticas habituales de Güell, herencia directa de una cultura empresarial desde

---

<sup>23</sup> Según las estadísticas del PNT de 1930, la entrada de turistas por los tres principales puertos españoles fue (desglosada): Puerto de Cádiz, 8.070 turistas; Pontevedra, 3.557; Barcelona, 3.231. Según estas cifras, el puerto de Cádiz prácticamente triplicaba a los de Pontevedra y Barcelona. AGA (3) 49. 02. 11 998.

<sup>24</sup> A pesar de los intentos de Güell, el embajador en Francia se negó a que en una oficina vinculada a la delegación diplomática estuviesen representados intereses mercantiles privados y la oficina fue, finalmente, de propaganda e información turística. Para ampliar este tema, Ana Moreno Garrido, «L'Office de Tourisme Espagnol» de París (1929-1939). Política y turismo en los años treinta», en *Cuadernos de Historia Contemporánea*, volumen 29, 2007, pp. 199-218. Revista del Departamento de Historia Contemporánea de la UCM.

El entorno de Güell en la administración turística (noviembre de 1928-julio de 1930)



**CONSEJO GENERAL DE TURISMO**  
(de carácter consultivo)

4 vocales ciudadanos  
(nominados por el Presidente del Consejo de Ministros)

**Eusebio Güell López, vizconde de Güell**

4 vocales matos  
9 vocales representativos (ampliados a 10 en junio de 1929), más 3 del Ministerio de Instrucción Pública

**JUNTA DE HOSTERÍAS Y PARADORES DEL REINO**

Presidente: **conde de Gamazo**  
(vocal de la Cia. Transatlántica)  
Vocal: **baronesa Güell**  
Arquitecto asesor: **Ricardo Churrua y Dotres**  
(sobrino del conde Güell)

**HOTEL ATLÁNTICO DE CÁDIZ**

Arquitecto: **Ricardo Churrua y Dotres**  
(sobrino del conde Güell)  
Director: **Juan García de Sola**  
(representante de la Cia. Transatlántica en Cádiz)

**AGENTE MARÍTIMO PARA LAS RELACIONES CON LAS NAVIERAS EUROPEAS**

Santiago Ugarte

Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos en *Memoria de los trabajos realizados por el PNT desde julio de 1928 a 31 de diciembre de 1929*, y PNT, R.D. de creación, *Reglamento General y Reglamento de Régimen Interior*. Imprenta Zolla Ascasibar, 1929.

los tiempos de su abuelo. Y es que «en la firma de Antonio López y Cía, la selección de los altos empleados de la naviera se hizo atendiendo primordialmente a la existencia de vínculos familiares con alguno de sus gerentes»<sup>25</sup> Décadas después, el estilo era el mismo, basado en la creencia de que una red basada en los vínculos familiares o amistades gestadas durante años eran fundamentales «para disminuir las incertidumbres derivadas de una actividad empresarial que operaba en contextos geográficos e institucionales tan lejanos como variados»<sup>26</sup>. De esta manera, nombres como Satrústegui o Movellán, formaban parte del núcleo de plena confianza de Güell y estarán al tanto de sus planes respecto del turismo nacional. Patricio Satrústegui era descendiente del que fuera uno de los socios fundadores de la compañía en el XIX; Manuel Sánchez de Movellán, pertenecía a otra familia de consejeros de la Transatlántica, emparentado uno de ellos con los López a través del matrimonio con Luisa López Bru, tía de Juan Antonio Güell.

A continuación fue Londres. En esta ocasión Güell actuó con más cuidado. La existencia previa de la *STB* impedía colocar al frente de la oficina que se proyectó allí a alguien de su naviera, pero no fue difícil captar a Bosch para su causa habida cuenta de una relación previa que ya duraba dos años. Además, obviar al ambicioso Bosch hubiese sido casi imposible.

Las fachadas atlánticas de América también quedaron controladas. Sobre todo, Nueva York, donde Salomón Maduro, el hombre que tenía allí la Trasatlántica fue nombrado director de la oficina de turismo español en esa ciudad; en Buenos Aires fueron los señores Antonio Maura y José Coll los que dirigieron la más atípica oficina de turismo español en el extranjero. Y, por último pero fundamental en esta estrategia atlántica, Cádiz. Ciudad muy vinculada a la Trasatlántica desde sus orígenes al ser sede de importantes astilleros, ahora se preveía como un importante puerto de entrada de trasatlánticos de cruceros. Allí proyectó Güell uno de sus planes más ambiciosos y, el único que le ha sobrevivido: la construcción del Hotel Atlántico<sup>27</sup>.

---

<sup>25</sup> Martín Rodrigo Alharilla, «Vínculos personales, relaciones horizontales y decisiones verticales en el grupo empresarial Comillas», en *Actas del XIII Congreso de la AEHE*. Santiago de Compostela, edición digital 13-16 de septiembre de 2005.

<sup>26</sup> *Idem*.

<sup>27</sup> La historia del edificio ha finalizado en marzo de 2010 con la demolición del viejo Hotel Atlántico de Cádiz. En el solar se construirá uno más moderno, sostenible, con más servicios y capacidad. El nuevo *resort* Hotel Atlántico tiene previsto reabrir sus puertas en 2012, coincidiendo con el bicentenario de la Constitución de 1812. Paradores invertirá 17 millones de euros en su rehabilitación.

Este fue el primer y único hotel que tuvo el PNT y que, años después, sería incorporado a la cadena estatal de Paradores. Cómodo y funcional, no era un establecimiento lujoso pero sí uno de los primeros en España con una clara vocación turística. Situado estratégicamente junto al Parque Genovés y al mar, constaba de 84 habitaciones, de las cuales setenta tenían baño privado, además de varios salones, sala de exposiciones, de baile y terraza. En el Hotel Atlántico, que fue inaugurado personalmente por él, en noviembre de 1929 (quien, por otro lado, nunca asistió a la inauguración de ningún otro) su clara instrumentalización es casi el paradigma de sus estrategias. El proyecto de estatutos del Hotel fue revisado por los Güell en los primeros días de junio de 1928, lo que indica que antes de crearse el PNT (abril de 1928) ya existía la intención de construir un hotel de turismo en Cádiz. Su supervisión en un momento en el que, teóricamente, no era más que el Delegado de Arte del PNT indica, igualmente que el conde catalán era el hombre fuerte del PNT en la sombra. Como arquitecto se designó a Ricardo Churruga, su sobrino; el director fue Juan García de Sola, representante de la Trasatlántica en Cádiz; y su explotación y construcción quedó encargada a una sociedad anónima que, a propuesta del conde, se denominó «Gran Hotel Atlántico»<sup>28</sup>. Y sin em-



Una de las últimas imágenes del viejo Hotel Atlántico, de Cádiz, antes de su derribo (2010).

<sup>28</sup> AGA (3) 49. 02.12.672. En el verano de 1928 la situación era la siguiente: En Cádiz particulares y entidades suscribieron 400.000 pesetas, el millón cien mil restante parecía estar dispuesto a suscribirlo la Técnica de Construcción de Barcelona. El compromiso del PNT no pasaría de garantizar hasta un 6% a un millón y medio de pesetas durante diez años.

bargo, la naviera del catalán no invirtió ni una peseta en un hotel que era tan importante en su estrategia empresarial, ya que su capital, un millón doscientas mil pesetas, fue suscrito íntegramente por el PNT. Esta sociedad emitiría obligaciones hipotecarias al 5% anual, de las que por valor de 600.000 pesetas se haría cargo el Ayuntamiento de Cádiz, entregando a tal efecto el terreno para el Hotel, que fue valorado en quinientas mil pesetas en metálico. El resto de las obligaciones hipotecarias cuyo conjunto sumaba un millón de pesetas sería suscrito por particulares. Ese acuerdo se certificó en una reunión del PNT el 20 de octubre de 1928<sup>29</sup>. Un año después, en octubre de 1929, García de Sola pedía al PNT una ampliación de capital de ochocientas mil pesetas, de las cuales, 480.000 eran urgentes para su terminación inmediata<sup>30</sup>.

La red familiar y de contactos que tejó Güell en torno al PNT se completaría, poco a poco, los meses siguientes. Su hermano Eusebio Güell López, vizconde de Güell fue nombrado uno de los vocales ciudadanos del Consejo General de Turismo<sup>31</sup>; el conde de Gamazo (quien fue vocal de la Trasatlántica, para más tarde, en 1932, llegar a la vicepresidencia de la misma) presidente de la Junta de Hosterías y Paradores del Reino; Ricardo Churruga, arquitecto asesor de la Junta de Paradores; Santiago Ugarte, empleado de la Trasatlántica fue agente marítimo del PNT para las relaciones con las navieras europeas y, de menor importancia estratégica, la baronesa Güell, su cuñada, vocal de la Junta de Paradores, una Junta donde predominaban mujeres de origen aristocrático, encargadas de la decoración de los nuevos establecimientos de la red estatal. El calendario de Güell, además, marcaría la agenda del primer comité del PNT que, en varias ocasiones, adaptándose a él, celebró sus reuniones en las residencias privadas del aristócrata, ya fuera en Madrid o en sus palacios de Barcelona y Comillas. De hecho, la reunión constitutiva del PNT, el 18 de mayo de 1928 por la mañana, tuvo lugar en el local madrileño de la Trasatlántica en la calle Alcalá, 43<sup>32</sup>.

---

<sup>29</sup> AGA (9).2.01. 51/4056.

<sup>30</sup> Para completar las cuentas del Hotel Atlántico de Cádiz, ver AGA (3) 49.02.11 974, 11 975 y 11 976

<sup>31</sup> El Consejo General de Turismo se creó de forma paralela al organigrama ejecutivo del PNT y era un organismo de carácter consultivo formado por cuatro vocales ciudadanos, cuatro vocales natos, nueve vocales representativos (ampliados a diez en junio de 1929) más tres del Ministerio de Instrucción Pública. *Memoria de los trabajos realizados por el PNT desde julio de 1928 a 31 de diciembre de 1929*. Madrid, Talleres Voluntad, 1931.

<sup>32</sup> AGA (3) 49. 02.12 110.

## **Objetivo: información y propaganda**

El PNT se había constituido dependiente del Consejo de Ministros y estructurado a partir de un complejo organigrama que giraba en torno a un comité directivo y ejecutivo (nombrado por Real Decreto) compuesto por un presidente y tres vicepresidentes-delegados: de Arte (el marqués de Hoyos quien, a su vez sustituyó a Güell en noviembre de 1928), de Propaganda (Manuel Falcó, marqués de Pons) y de Viajes (Joaquín Santos Suárez). El comité se completaba con una secretaría general, que era al mismo tiempo la jefatura de las oficinas centrales y la caja, cargo para el que se eligió a José Antonio de Sangróniz, autor de algunos libros sobre el Marruecos español y la expansión cultural española en el exterior. Sangróniz terminaría siendo el verdadero alma y motor del PNT puesto que, además de ser el responsable de los servicios centralizados en Madrid, coordinaba la labor de las delegaciones regionales.

La organización regional se estableció a través de delegaciones que, en el momento de la creación en abril de 1928 fueron cinco: la Central (con sede en Madrid), la Cantábrica (sede en Santander), Aragón, Cataluña y Baleares (Barcelona) Levante (Valencia) y Andalucía, Canarias y Marruecos (Sevilla). El 26 de julio de 1929 y, de forma inesperada, se creó una sexta, la occidental, con capital en Salamanca. Los delegados regionales, provenían de ambientes distintos pero casi todos eran de origen aristocrático, y, entre ellos destacaron Juan Claudio Güell, por su filiación familiar y Luis Bolín, futuro Director General de Turismo con Franco. Debían estar en contacto directo con Sangróniz y eran miembros de pleno derecho del comité del PNT. De las Subdelegaciones dependían tanto las Juntas provinciales y locales de turismo, como las oficinas de información turística que se fueron abriendo por España

Los primeros pasos fueron encaminados en dos direcciones: o a encauzar la cuestión de las exposiciones, sobre todo la sevillana, o a consolidar esta estrategia atlántica de Güell. No fue fácil empezar a trabajar porque, hasta que entrase en vigor el seguro obligatorio de viajeros, que iba a ser su principal fuente de financiación, apenas contó con el compromiso estatal de un anticipo de 250.000 pesetas.

1929 fue el año más importante del PNT. Realmente se estrenaba en sus funciones y, obviamente, se tendrían que notar los efectos. También estaba, cómo no, la expectación levantada en torno a las exposiciones que se inaugurarían esa primavera Y, sobre todo porque fue el año de toda su

historia de mayor presupuesto. En enero se aprobó un empréstito estatal de 25 millones de pesetas que sería clave para su supervivencia porque, ya en el otoño de 1928, algunos signos, todavía inapreciables, anticipaban uno de sus mayores peligros: la lenta descapitalización hacia la que se fue precipitando al ir retirándosele las primas del seguro obligatorio de viajeros<sup>33</sup>.

Sin embargo, gracias al empréstito contratado, el PNT calculaba unos ingresos de 31 millones y medio de pesetas. El volumen de trabajo y su actividad son la mejor evidencia de un presupuesto abultado. En junio de 1929, Güell sugería la «conveniencia de nombrar un agente del PNT en París con la misión concreta de establecer y mantener relaciones con este organismo y las compañías de navegación extranjeras, a fin de que, a bordo de sus barcos, se realice propaganda turística de España y haciendo que las mismas organicen sus servicios con vista al turismo español, estableciendo aquellos servicios especiales que las circunstancias aconsejen en cada caso»<sup>34</sup>.

El agente se nombró un mes después. Por la misión a desempeñar, no hubo duda de que sería del entorno de Güell. Santiago Ugarte, empleado de la Trasatlántica, fue designado para el cargo. Sus gestiones en París se centraron en la Compañía Trasatlántica francesa con el fin de conseguir que ésta, de acuerdo con la Trasatlántica española, estableciese unos billetes especiales (que comprenderían también ferrocarril y alojamiento) de América a Europa y regreso para que los turistas americanos entrasen por Cádiz, atravesasen España y regresasen a América por Francia o viceversa. Estos planes dejaban en evidencia la urgente preocupación de Güell porque el PNT construyese un hotel turístico en Cádiz, cosa que finalmente logró en el otoño de 1929.

Las campañas de propaganda (aunque desaconsejadas por expertos como Drake) fueron la principal preocupación de Güell. Para el conde era fundamental que el país fuese conocido y empezasen a llegar turistas. Así se evidenció en la primera reunión del Comité presidido por él, el 22 de noviembre de 1928, donde «indicó la conveniencia de que el mayor esfuerzo del PNT se dedicase a la propaganda en el extranjero» sugiriendo

---

<sup>33</sup> Para ampliar cuestiones sobre la financiación del PNT y su descapitalización, consultar Ana Moreno Garrido, «El Patronato Nacional de Turismo (1928-1932): Balance económico de una política turística» en *Investigaciones de Historia Económica*, octubre de 2010, pp. 103-134.

<sup>34</sup> AGA (3) 49. 02.12 077.

incluso que Sangróniz realizase un viaje por Francia, Inglaterra, Alemania y EEUU<sup>35</sup>. En julio de 1929, y propuesto por él mismo, se acordó invitar a un grupo de más de veinte periodistas extranjeros a España, lo que le supuso al PNT un gasto de cien mil pesetas. Su hijo y Luis Bolín, delegado de la región sur, fueron encargados de esa misión. Juan Claudio Güell también se encargó, personalmente, de negociar, el verano de 1929, un plan de propaganda por medio de folletos y carteles que se fijarían en los siete grandes trasatlánticos de la *Navigazione Generale Italiana* y en sus compañías de embarque<sup>36</sup>. Este contrato, que años después sería investigado y anulado por los republicanos, fue un tanto engañoso porque realmente se estableció a espaldas de la Junta del PNT, directamente entre la empresa italiana *S.A Italiana Pubblicita* y el Hotel Atlántico de Cádiz, que, aunque en teoría era estatal, estaba controlado directamente por Güell. Se firmó por tres años con un coste de siete mil liras anuales, y publicitaba el hotel a través de carteles en los vapores italianos, además de insertar propaganda impresa en el periódico *Il Corriere del Mare*<sup>37</sup>. Igualmente se estableció un cauce en ambos sentidos, esta vez directamente entre la compañía de Güell y el PNT, de manera que desde el PNT se enviaba propaganda a la Trasatlántica para que se repartiese entre sus clientes<sup>38</sup>, y, al mismo tiempo, desde Barcelona, Ruiseñada enviaba a Madrid «por correo aparte» paquetes de postales de la naviera familiar anunciando los crucesos de turismo que efectuaban, sobre todo, en sus vapores María Cristina y Marqués de Comillas<sup>39</sup>.

Aunque finalizada la temporada estival, se decidió continuar con la campaña de propaganda en el exterior. En octubre de 1929 se pidió a los subdelegados regionales sus respectivos informes para la elaboración de un «plan general de propaganda turística mundial»<sup>40</sup> y tras un intenso debate, se decidió destinar cuatro millones de pesetas a propaganda. La inversión se distribuiría en prensa española y extranjera, cinematógrafo, carteles, conferencias, fotos y distribución. El Secretario General no era partidario, teniendo en cuenta lo elevado de la inver-

---

<sup>35</sup> Acta de la sesión celebrada por el Comité Ejecutivo y Directivo del PNT con fecha 22 de noviembre de 1928 en su domicilio social en Madrid. AGA (3) 49. 02.12 110.

<sup>36</sup> AGA (3) 49.02.12 060.

<sup>37</sup> *Memoria liquidación...*, p. 14.

<sup>38</sup> AGA (3) 49. 02.12 060.

<sup>39</sup> AGA (3) 49. 02.12 060.

<sup>40</sup> AGA (3) 49. 02.12 061.

sión. Creía que sería contraproducente gastar tanto dinero porque en años posteriores sería difícil mantener el nivel de inversión, pero los vicepresidentes de Arte y Propaganda, sin embargo, se mostraron muy decididos. Con la aprobación del presupuesto se puso en marcha una intensa campaña promocional.

Realmente ese fue el gran legado del PNT. La puesta al día de España en propaganda e información turística no se entiende sin esas inversiones ya que la iniciativa privada resultó casi insignificante esos años. Muy bien planteada, tomando como referencia otras campañas extranjeras, fue muy notable. Tanto publicaciones como folletos, carteles, materiales promocionales (itinerarios, postales y sellos) o guías se convirtieron en el primer esfuerzo nacional para convertir a España en un destino turístico de importancia. Dentro del país, fue el mejor estímulo para socializar las prácticas turísticas. De hecho, el servicio de publicaciones y propaganda del PNT es el mejor retrato de la España turística de los años treinta.

Para canalizar esa propaganda se trabajó en un plan paralelo de información. A través de la creación de agencias de información turística, tanto en el interior como en el extranjero y de la reglamentación de la profesión de guías-intérpretes, el país ponía al día (o incluso creaba) fórmulas de captación e información de turistas. Este servicio, a la altura de los años treinta era fundamental en una sociedad de ocio. Hasta el período de entreguerras esa función, ni era necesaria (eran pocos y muy ricos los que viajaban) ni la asumían los Estados, más bien, los agentes privados, que, en parte, nacieron con esa misión: asesoramiento y organización. Ahora, cuando las clases medias se incorporaban a la moda del viaje y las vacaciones, las administraciones turísticas se plantearon la información y asesoramiento gratuitos como paso previo y fundamental para la captación de flujos turísticos hacia los principales destinos. Así surgió la primera red de oficinas turísticas situadas en los principales puertos, fronteras y localidades donde el tráfico turístico era notable. En edificios arrendados o construidos a tal efecto (en forma de modernos pabellones) y con personal cualificado, la red nacional a finales de 1929 rondaba el medio centenar de centros.

Las oficinas de París y Londres, aunque se habían creado pensando, sobre todo, en la promoción de las exposiciones siguieron siendo fundamentales. La de Londres, a cargo de Bosch, había empezado a funcionar en marzo de 1929 en una oficina alquilada en el 173 de Piccadilly Street. En París, aunque el local del 12 del Boulevard de la Madeleine se alquiló

en diciembre de 1928, no se inauguró hasta el verano de 1929, con lo que estuvieron trabajando de forma provisional en otro más pequeño en el número 3 de la Rue Meyerbeer.

En el exterior, se montaron otras cinco, aunque algunas de rentabilidad e interés dudoso. La oficina de Roma abierta en abril de 1929 estuvo situada en la Via Condotti, 9. La de Gibraltar en los números 63-65-67 de Main Street. La de Buenos Aires, en la Avenida 25 de mayo, 158. En Munich (creada en septiembre de 1929) estuvo en la calle Resindenztrasse, 6 y, finalmente la de Nueva York (alquilada desde febrero de 1929) en el 695 de la Quinta Avenida. La eficiencia de alguna de ellas, como la de Munich siempre fue muy discutible, y si bien, Güell había colocado a gente de su confianza en las que más le interesaban, la oficina de Munich, investigada a partir de 1931, resultó ser otro claro ejemplo del favoritismo y nepotismo que luego, con tanto ardor, denunciarían los republicanos. Como director se nombró a un aristócrata arruinado, el infante Adalberto de Baviera y, como subdirector, al cónsul en la ciudad, Francisco Caballero, íntimo amigo del embajador en París, de Martínez Anido y del propio Primo de Rivera.

En ese año de excesos y presupuesto holgado se planteó la apertura de algunas más en Panamá, en Suiza, en la Casa de España de Bruselas, en Suecia, en Ámsterdam o incluso Tánger. Esta última que nunca se abrió, sí hubiese resultado sin embargo muy interesante por el tráfico turístico de Marruecos y que, en el año 1933, se elevaba a 5000 vehículos que atravesaban España en sentido Marruecos-Francia y viceversa cada temporada de verano. Este importante corriente turística España, erróneamente intentaba canalizarla a través de París y nunca pareció entender la importancia turística del norte de África.

Mientras, Ugarte seguía sus contactos con grandes navieras. La *Nord Deutsche Lloyd* manifestó interés en el joven turismo español y propuso al PNT poner a su disposición toda su organización de propaganda a cambio de que éste (a través de una oficina en Berlín) le concediese su representación en Alemania. Quizás fue el elevado coste de la misma, ya que se calculaba que no bajaría de las 150.000 pesetas lo que hizo desistir al PNT de la propuesta. La oficina de París, con un coste sólo ligeramente superior, ya estaba resultando demasiado gravosa.

Pero, no fue sólo la cuestión de difusión y propaganda. El PNT también se dedicó a atender la industria hotelera. Ante el desinterés de la iniciativa privada era urgente que el Estado acometiese de lleno la cuestión hotelera, prioritaria de cara a las exposiciones de 1929. El PNT actuó so-

bre los hoteles de tres maneras. En primer lugar, intentando homogeneizar y cuidar la calidad de los establecimientos hoteleros; en segundo lugar, incentivando su construcción a través de ayudas estatales en forma de crédito (Crédito Hotelero) y, en tercero, construyendo él mismo los hoteles que el capital privado no construía. Así fue ampliada la red de Paradores en tres establecimientos (Úbeda, Ciudad Rodrigo y Mérida), se inauguraron dos Hosterías (en Alcalá de Henares y La Rábida) y un refugio de montaña (en Áliva) y se proyectó una red de albergues de carretera (doce) que, realmente, sacaron adelante los republicanos. La naturaleza del Estado como «Estado hotelero» ha sido la única herencia de la política turística de esa época.

### **1930: el principio del fin**

Sin embargo, empezando 1930 las cosas empezaron a cambiar. La euforia inicial dio paso a una atmósfera de mayor inquietud. Para empezar, la organización interna del PNT necesitaba reformas. La creación, en julio de 1929, de una sexta región, la occidental, había generado un debate en torno a la organización, tanto regional como local del PNT, que no se había cerrado. Su inesperada creación despertó el deseo de las provincias vascas de tener región propia. Sin embargo, y a pesar de la polémica, la cuestión regional se zanjó sin cambios. Sí era más apremiante la reforma administrativa del PNT porque el organigrama no terminaba de funcionar. Era urgente descentralizar la Secretaría General totalmente desbordada por unas tareas que al principio fueron fácilmente asumibles pero que, poco a poco, se volvieron abrumadoras. De hecho, el funcionamiento del organismo, en ocasiones, se atrofiaba. Sangróniz pedía con urgencia una ayuda directa, es decir, un vicesecretario general, y Güell, aunque un poco reacio al principio, terminó aceptando. La reestructuración, sin embargo, tardará meses en llegar y no se producirá hasta el verano de 1930.

Tampoco se notaban los esfuerzos hechos en propaganda. La oficina de París no daba los resultados esperados y, aunque se habían conseguido acuerdos con algunas compañías francesas para emitir billetes mixtos y la exención de los derechos arancelarios para difundir propaganda española en el mismo corazón de Europa, los esperados turistas no llegaban. Por otro lado, y aunque todavía era pronto para hacer balance, las Exposiciones, sobre todo, la de Sevilla no habían sido rentables. Ni siquiera el verano (del que se esperaba su mejor época) había arrojado un volumen

masivo de visitantes. En Londres, el señor Bosch, al que el turismo español (y muy directamente Güell) le habían encomendado una representación clave para España empezaba a ser sospechoso. En diciembre de 1929, el segundo secretario de la Embajada le denunció por cobrar un sobreprecio (hasta cuatro veces la comisión de Cook) por los billetes kilométricos españoles, y luego se supo que desaconsejaba a los turistas ingleses viajar por el país en coche para así poder vender más billetes de ferrocarril<sup>41</sup>.

Y, por último estaba la cuestión del dinero. La fórmula de financiación del PNT, la creación de un SOV, había resultado ser desastrosa. En plena crisis ferroviaria, las principales compañías de ferrocarriles se negaban a financiar el turismo estatal con un seguro que preferían emplear en su propio beneficio. Un tenso órdago al gobierno resolvió la situación. La amenaza de una huelga ferroviaria en la primavera de 1930, forzó al gobierno a capitular ante los poderosos intereses del ferrocarril. Así pues (aunque había estado ocurriendo muy sutilmente casi desde su implantación) al SOV destinado a turismo se le fue rebajando dinero, de manera que, de todo lo que desde el PNT se previó como ingresos nunca se llegó a recaudar. La situación se volvería insostenible en noviembre de 1930 y, sobre todo, en febrero de 1931, con sendos decretos que modificaban tanto la distribución del SOV que prácticamente asfixiaron al PNT. Si no ocurrió fue porque, en realidad, y desde su creación, el PNT se había financiado gracias al empréstito estatal aprobado en noviembre de 1928. El problema fue que éste fue concebido como un mero préstamo que, sin embargo, nunca fue devuelto porque fallaron los ingresos para ello.

La situación de 1930, por tanto, marcó no sólo una clara reorientación del PNT, también el principio del fin de sus realizaciones. Su época más intensa finalizaba bruscamente, frenada por la preocupación en torno a sus ingresos y por el ambiente general. En enero había caído Primo de Rivera y la situación del país era cada vez más incierta. En el exterior, la crisis bursátil tenía relación directa con la contracción de los flujos turísticos internacionales. La situación económica nacional, aunque menos grave que la de otros países, estaba muy lejos de ser buena. Realmente el PNT, sólo pudo vivir el resplandor final de los llamados felices años veinte, y tras un corto período de un año y medio, quedó claro que el techo de las

---

<sup>41</sup> AGA (3) 49. 02.12 672.

posibilidades económicas del régimen de Primo de Rivera se había alcanzado. Desaparecido el dictador, se hizo aún más evidente la realidad de un espejismo económico. La crisis de la peseta no fue sino un episodio adicional que contribuyó al irreversible declive de la Dictadura. Desde 1928 la peseta había comenzado una peligrosa fluctuación con tendencia a la baja que llevó al gobierno a contradictorios avances y retrocesos en la intervención del cambio. El déficit enmascarado (la Deuda Pública aumentó en un 60% en el segundo período de la Dictadura) obligó a una drástica reducción del crecimiento del gasto<sup>42</sup>.

En verano, plenamente conscientes de sus problemas económicos, sus responsables reconocían abiertamente «el régimen de economías que se ha impuesto»<sup>43</sup>.

Ese régimen supuso paralizar toda actividad del plan de construcción de Paradores y Hosterías, y la supresión de la Junta del mismo nombre; también la reducción del capítulo de presupuestos extraordinarios para exhibición del Tesoro Artístico nacional; la eliminación de la plaza de delegado marítimo del PNT; la finalización del contrato con Arturo Abegglen (asesor técnico de explotación de hoteles); o, fijar una cuantía mínima y máxima de dietas de funcionarios en comisión de servicios. Algunos cambios eran más radicales, ya que, en la Junta del 8 de agosto se decidió liquidar la Región Central y meses después, el 3 de diciembre de 1930, se planteaba la inmediata liquidación de la Delegación de Cataluña, Aragón y Baleares que pasaría a una sociedad local de atracción de forasteros<sup>44</sup>. Fueron cambios que empezaron a definir una tendencia que, sin embargo, acometerá la República: un recorte presupuestario y un deseo de reorganización del organigrama para que fueran los organismos preexistentes (Sociedades de Atracción de Forasteros) los que asumieran algunas funciones como la información y la promoción

Los ajustes del verano de 1930 no fueron sólo económicos. Para esos meses, el organismo vivía una renovación interna profunda. El conde Güell dejaba la presidencia para convertirse en alcalde Barcelona, cargo que ocupó hasta la llegada de la República en abril de 1931. Con él desapa-

---

<sup>42</sup> «La industrialización española en el primer tercio del siglo xx», en *Historia de España* de Ramón Menéndez Pidal tomo XXXVII, pp. 166-167.

<sup>43</sup> AGA (3) 49. 02.12 077.

<sup>44</sup> Ana Moreno Garrido, «El Patronato Nacional de Turismo (1928-1932): Balance económico de una política turística», en *Investigaciones de Historia Económica*, n.º 18, octubre de 2010, pp. 103-134.

recía toda la red que había tejido en torno al turismo estatal (los cargos de Movellán, el conde de Gamazo o Santiago Ugarte) con la única excepción de su hijo, el conde de Ruiseñada, que permanecía convertido ahora, por RO 302 de 2 de julio de 1930, en uno de los cinco vocales del PNT<sup>45</sup>. El nuevo organigrama del PNT, bastante más escaso, se tenía que enfrentar a un panorama incierto que, incluiría, meses después su desmantelamiento con la llegada de la República.

## Conclusión

Una asignatura pendiente en la tan comentada modernización primorriverista fue el turismo que, aunque en los años de entreguerras experimentó una primera e intensa etapa de socialización, fue ignorado de manera incomprensible por la Administración. Con retraso, la reacción gubernamental llegó forzada por dos circunstancias concurrentes: la celebración de grandes exposiciones internacionales en 1929, indispensables para la imagen del dictador; y el interés personal de un poderoso hombre de negocios. En ese sentido, la secuencia de los acontecimientos en torno a la gestación del PNT es muy reveladora de cómo funcionaban las élites del dinero y los mecanismos de toma de decisiones en la España de Primo de Rivera.

Güell se sintió atraído por el turismo porque su naviera lo necesitaba. Le dio el impulso definitivo, pero, a cambio, se sirvió del organismo turístico estatal, controlándolo a través de personas de su entorno y confianza, situadas en puestos clave. Su táctica puede ser considerada como una verdadera «estrategia atlántica», fundamental en el primer capítulo de la política turística española. Como millonario, dueño de una naviera y contactos internacionales, el conde Güell cumplía todos los requisitos para activar el turismo español, y de hecho, así fue. Entendió la importancia del turismo marítimo, la oportunidad española de captar la llegada de trasatlánticos americanos a nuestros puertos para así establecer itinerarios que recorriesen Europa de norte a sur y el valor estratégico de nuestra península, mediterránea y atlántica a la vez. También es cierto que, lejos de invertir en el sector, Güell se limitó a utilizar el cauce recién creado y que, incluso,

---

<sup>45</sup> Lo fue hasta que presentó su dimisión, el 2 de marzo de 1931, alegando que «mis múltiples ocupaciones me imposibilitan la debida asistencia y colaboración a la obra del PNT» AGA (3) 49. 02.12 061.

en alguna ocasión consiguió que el Estado financiase lo que debería haber costado él. Cuando, poco después, los republicanos denunciaron el nepotismo, el tono aristocrático y la instrumentalización del PNT monárquico no les faltó razón, pero sin el empuje definitivo de Güell, a lo mejor Primo de Rivera hubiera tardado más en reaccionar y tomar conciencia del problema turístico español.

La etapa de Güell fue la más intensa y atractiva del PNT. La euforia de un presupuesto alto y un cierto espejismo hicieron que el organismo naciera con un tono ciertamente megalómano. Se montó un organigrama complejo y costoso, se invirtió mucho dinero en propaganda, se diseñó una política hotelera ambiciosa y España aspiró a convertirse en una más de las grandes naciones turísticas del mundo. El resultado fue uno de los capítulos más apasionantes de nuestra historia turística y un discurso turístico de incuestionable modernidad. Sin embargo, la euforia duró muy poco. La confluencia de la crisis política y económica nacional unida a la crisis financiera mundial frenaron en seco tantas expectativas e ilusiones. El planteamiento era el acertado, pero los tiempos no acompañaron a nuestra primera administración turística que, en ese sentido, fue muy desafortunada. Sin embargo, hay que reconocer que la modernización turística estaba encauzada y que, por fin, el turismo formaba parte del debate nacional.