

DE INCOMPARABLE STATION D'HIVER A COSTA DEL SOL: MÁLAGA,  
1875-1973

**Carmelo Pellejero Martínez (Universidad de Málaga)**

Recibido: 18 de marzo de 2015

Aceptado: 22 de junio de 2015

Resumen:

Es indudable que la incorporación de Málaga al grupo de cabeza de los destinos turísticos se remonta a las décadas de los años sesenta y setenta de la pasada centuria. No obstante, los cimientos de este éxito comenzaron a fraguarse varios decenios antes. Por ello, el objetivo del presente trabajo es estudiar el apasionante camino que emprendió Málaga en las postrimerías del siglo XIX, cuando estaba sumida en una grave crisis económica y no gozaba demasiado de las preferencias de los turistas de entonces, y que le llevaría a ocupar, en los denominados años dorados del capitalismo, puestos de privilegio en el ranking nacional de centros receptores de turistas. Una aventura en la que el protagonismo, tras recaer hasta el inicio de la guerra civil en la capital de la provincia, promocionada como estación de invierno, lo asumieron tras la finalización del conflicto armado las playas de los municipios de la Costa del Sol.

Palabras clave: Málaga, Turismo, Historia, Siglo XIX, Siglo XX

*From Incomparable Station d'Hiver to Costa del Sol: Malaga, 1875-1973,  
by Carmelo Pellejero Martínez*

Abstract:

There is no doubt that Malaga's incorporation into the group of leading tourist destinations dates back to the sixties and seventies of last century. However, the foundations of this success began to take shape several decades earlier. Thus, the aim of this paper is to study the exciting path that Malaga undertook in the late nineteenth century when it was submerged in a serious economic crisis and did not overly enjoy the preference of the then holiday makers; and would lead it to fulfil, in the so-called golden years of capitalism, privileged positions in the national ranking of tourist centers. The beaches of the Costa del Sol's municipalities took the role in this adventure after The Civil War; a role which was played by the capital of the province, being promoted as a winter resort, until the beginning of the armed conflict.

Keywords: Malaga, Tourism, History, Nineteenth Century, Twentieth Century

*Claves JEL: L83, N74, N94, O18*

## 1.- Introducción<sup>1</sup>

Que Málaga es un destino turístico de primer orden a nivel nacional e internacional está fuera de toda duda. Los siguientes datos, correspondientes al año 2013, refrendan claramente esta afirmación. A lo largo del mismo la provincia malagueña recibió 9'5 millones de turistas y a su aeropuerto, el cuarto de España en cuanto a llegadas, arribaron 6'4 millones de pasajeros. Además, en sus 80.000 plazas hoteleras ofertadas, el 56'3 por ciento de la capacidad total de los alojamientos turísticos provinciales, se registraron 17'2 millones de estancias, el 67 por ciento de las mismas realizadas por ciudadanos extranjeros. Por todo ello, Málaga fue el tercer destino español en cuanto a clientes alojados en establecimientos hoteleros y el sexto por lo que respecta a las pernoctaciones llevadas a cabo en los mismos<sup>2</sup>.

También es indudable que aunque la incorporación de Málaga al grupo de cabeza de los destinos turísticos europeos se remonta a las décadas de los años sesenta y setenta de la pasada centuria, los cimientos de este éxito comenzaron a fraguarse varios decenios antes. Por ello, el objetivo del presente trabajo es estudiar el apasionante camino que emprendió Málaga en las postrimerías del siglo XIX, cuando estaba sumida en una grave crisis económica y no gozaba demasiado de las preferencias de los turistas de entonces, y que le llevaría a ocupar, en los denominados años dorados del capitalismo, puestos de privilegio en el ranking nacional de centros receptores de turistas. Una aventura, la de Málaga, jalonada por tres grandes etapas.

En la primera, que abarcó el último cuarto del siglo XIX y la denominada *Belle Époque*, fue creciente el número de defensores de que la conversión de la capital de la provincia en una estación invernal que atrajera turistas y, por ende, riqueza, podría ser la locomotora que permitiera la recuperación de su maltrecha economía. En la segunda etapa, que se prolongó hasta el inicio de la guerra civil y en la que se reestructuró significativamente la economía provincial, buena parte de la sociedad, de la política y del sector empresarial malagueño apostó por el desarrollo del turismo. Fueron unos años en los que Málaga, y muy especialmente la capital, trató de captar turistas ofreciéndoles la posibilidad de acudir a sus playas, de asistir a determinados eventos de carácter festivo y religioso, de practicar deportes, de alojarse en buenos hoteles y de acceder a ella por tierra, por mar y, desde 1919, también por aire. Por último, en el tercer periodo analizado, el comprendido entre el final de la guerra civil española y la primera crisis del petróleo, la ciudad de Málaga fue perdiendo protagonismo turístico en favor de los municipios costeros occidentales. Gracias a sus playas, a su creciente oferta hotelera y al aeropuerto, la *Costa del Sol* fue año tras año ganando adeptos entre los viajeros nacionales e internacionales hasta convertirse en uno de los destinos turísticos más importantes de Europa<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Este trabajo forma parte del proyecto HAR2011-23214 (Orígenes, consolidación y evolución del turismo en España), que se ha visto continuado por el actual proyecto HAR2014-52023-C2-1-P (Historia del turismo en España durante el siglo XX: desarrollo y trayectorias regionales), financiados por el Ministerio de Economía y Competitividad.

<sup>2</sup> Instituto Nacional de Estadística (2013) y Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (2014).

<sup>3</sup> La Costa del Sol malagueña se extiende a lo largo de 161 kilómetros. La ciudad de Málaga la divide en dos: la zona oriental, formada por los municipios de Nerja, Torrox, Algarrobo, Vélez-Málaga y Rincón de la Victoria, y la zona occidental, integrada por Manilva, Estepona, Marbella,

## 2.- El turismo como revulsivo económico ante la crisis finisecular, 1875-1914

A mediados del siglo XIX Málaga era una provincia eminentemente agrícola y, a la vez, un centro comercial e industrial de relativa prosperidad y con esperanzas de modernización económica. Sin embargo, durante el último cuarto de dicha centuria y la primera década del siglo XX la economía malagueña sufrió una grave contracción. Las actividades agrarias experimentaron una profunda depresión debido a los efectos devastadores que desde 1878 provocó la filoxera sobre sus viñedos y a las crecientes dificultades comerciales tras la formación de un mercado mundial de productos agrarios. La industria textil, incapaz de competir con la catalana y muy afectada por el descenso de la demanda interna, languideció desde 1865, mientras que la siderúrgica tuvo que cerrar en 1891 por su incapacidad para asimilar la reducción de los costes de producción. Las actividades comerciales se debilitaron, registrándose a lo largo del último decenio del siglo XIX varias quiebras de casas de banca y de comercio, tanto de firmas extranjeras como nacionales. Y como a gran parte de los malagueños no le quedó otra alternativa que la emigración, Málaga entró en el nuevo siglo con una población inferior en términos absolutos a la existente en 1887<sup>4</sup>. En definitiva, una profunda crisis intersecular, como pone de manifiesto el hecho de que entre 1890 y 1910 la tasa de crecimiento anual acumulativo de la renta por habitante fuera en la provincia de Málaga del -0'06 por ciento<sup>5</sup>.

Fue, precisamente, en esta difícil coyuntura cuando comenzaron a alzarse voces que consideraban que el turismo podría ser un motor idóneo para reactivar la economía malagueña. Destacados miembros de la sociedad, conocedores de que algunas ciudades francesas, italianas y españolas, como Santander o San Sebastián, habían conseguido incrementar las visitas de turistas gracias, en parte, a la explotación de su clima como recurso turístico, y conscientes de que Málaga reunía unas condiciones climáticas que en nada desmerecían a las de dichas urbes, estimaron que la capital de la provincia debería promocionarse como una estación de invierno. El clima era, para ellos, el principal activo turístico de la ciudad. Pero no el único. Contaba con otros dos elementos potencialmente muy positivos de cara al desarrollo turístico. Era conocida en buena parte de Europa gracias a su tradicional actividad comercial, a la imagen, eso sí, no siempre positiva, que algunos destacados viajeros habían plasmado de ella en diferentes publicaciones<sup>6</sup>, y a su importante colonia de ciudadanos extranjeros, fundamentalmente franceses y británicos, que mantenían frecuentes contactos con sus países de origen. Además, se podía llegar a ella por vía marítima, bien directamente o tras hacer escala en Gibraltar; por vía ferroviaria, gracias a la línea que desde 1865 la unía con Córdoba; y por diferentes caminos que la comunicaban con Sevilla o Granada.

---

Mijas, Fuengirola, Benalmádena y Torremolinos. Durante el periodo analizado en este trabajo, Torremolinos, distante trece kilómetros de la capital de la provincia, fue un barrio de la misma.

<sup>4</sup> Para una visión general de la crisis finisecular malagueña véase Lacomba (1987), Mateo (1993), Parejo Barranco (2009) y Pellejero Martínez (1990).

<sup>5</sup> Parejo Barranco (2009), p. 132.

<sup>6</sup> Andersen (1988), Botkin (2012), Custine (1838), Davillier y Doré (1998), Gautier (1998), Ford (1992), e Inglis (1831), entre otros. Véase también Majada Neila (1986).

Algunos de los defensores de convertir a Málaga en un destino turístico invernal publicaron estudios, informes y libros en los que trataron de demostrar que varias de las estaciones invernales que por aquel entonces disfrutaban de mayor reputación, como Menton, Hyeres, Niza, Cannes y Bordighera, entre otras, no podían competir con las condiciones climáticas que reunía la provincia de Málaga: alrededor de 320 días soleados al año, con casi 3.000 horas de sol, y una temperatura media anual de 18'7 grados centígrados, siendo en invierno de 13'8 y en verano de 24'4 grados<sup>7</sup>. Y que, por lo tanto, el clima benigno de Málaga, "el tesoro de más precio"<sup>8</sup>, la convertía en el lugar ideal para todas las personas afectadas de enfermedades crónicas del pecho. Asimismo, estos autores hicieron hincapié en que de nada serviría propagar las bondades climatológicas malagueñas si no se corregían profundamente las deficientes infraestructuras de la capital y de la provincia. Había que mejorar el saneamiento, la vigilancia, el alumbrado, la limpieza, el transporte, la oferta hotelera, las vías públicas, elementos que dejaban mucho que desear, y dotar a la ciudad de paseos, jardines, parques, museos, teatros, casinos, de los que no andaba precisamente sobrada. Incluso uno de ellos propuso la creación de una guía para que el viajero pudiera apreciar "las bellezas de la localidad, tanto en el orden de sus monumentos históricos, como en el de sus reformas, o en el de sus encantos naturales"<sup>9</sup>.

Con la intención de aunar en un proyecto común todas estas iniciativas y de tratar de organizar de manera racional y programada la explotación del sector turístico se constituyó en 1897 la Sociedad Propagandística del Clima y Embellecimiento de Málaga<sup>10</sup>. Promovida por el cónsul inglés en la ciudad, Alexander Finn, fue creada en cierta medida a imagen y semejanza de los llamados Sindicatos de Iniciativas o Sociedades de Atracción de Forasteros que, auspiciados mayoritariamente por capital privado, habían surgido en las décadas finales del siglo en algunos países europeos con el objetivo de ocuparse de una región desde el punto de vista del turismo, promocionando sus atractivos en el exterior y contribuyendo, en la medida de lo posible, a incrementarlos.

La labor de la Sociedad Propagandística se orientó, fundamentalmente, hacia la propaganda del clima, especialmente de cara al extranjero, el embellecimiento urbanístico, la higiene pública y la organización de festejos y actividades culturales. Sus miembros creyeron que el desarrollo turístico de Málaga precisaba, además de las bellezas naturales y de las favorables condiciones climáticas, de un amplio programa de reformas que acondicionarán la ciudad en ese sentido. A pesar de la difícil situación económica que padecía la provincia y de no contar con el necesario y demandado apoyo oficial, los entusiastas propagandísticos se volcaron de manera decidida en su ilusionante proyecto con el que pretendieron ofrecer a Málaga, no sólo una posible salida a la contracción económica finisecular, sino, además, una sólida alternativa económica de cara al futuro.

Con el cambio de siglo los defensores de la promoción turística de la ciudad siguieron haciendo hincapié en las bondades del clima malagueño y

<sup>7</sup> Véase Díaz de Escovar (s.a.), León (1894), Marcolains (1893), Martínez Montes (1880) y Ramos Power (1895), entre otros.

<sup>8</sup> Marcolains (1893), p. 11.

<sup>9</sup> Díaz de Escovar (s.a.).

<sup>10</sup> Arcas Cubero y García Sánchez (1980).

centraron su atención en otros tres potenciales elementos que podrían contribuir a incrementar la presencia de viajeros. Por un lado, el mar. La ciudad tenía que ser consciente de lo que estaba ocurriendo en otras localidades costeras mediterráneas y, por lo tanto, no podía desaprovechar el creciente número de ciudadanos interesados en acudir a las playas y tomar baños de mar<sup>11</sup>. Y, afortunadamente, algunos empresarios se animaron a invertir en el negocio de los balnearios. Se modernizaron los dos establecimientos marítimos temporales con los que contaba la ciudad, La Estrella y Apolo, ambos instalados en las playas de la Malagueta desde 1887. El primero incrementó significativamente sus servicios en la primera década del siglo. La instalación contaba con tinas de madera y de mármol para baños fríos y templados de agua dulce o salada, pequeñas albercas para tres personas, dos grandes albercas generales, una para caballeros y otra para señoras, sala de duchas, terrazas y servicio de cafetería y pastelería. Además, sus clientes podían asistir a actuaciones musicales y tomar baños artificiales con aguas con virtudes antirreumáticas y tónicas procedentes de balnearios de otras localidades malagueñas y andaluzas. Mientras tanto, Apolo ofreció una zona terrestre y otra marítima de carácter temporal, en la que se ofrecían al público dos grandes albercas, cuartos reservados para uso individual y con pequeñas alberquillas para familias, departamentos de agua fría y otros con tinas de agua de mar, una magnífica terraza y, desde 1908, baños con aguas medicinales<sup>12</sup>.

Otro producto turístico que Málaga debía promocionar y mejorar era su Feria de Agosto. Estos festejos, que se remontaban al año 1887, habían languidecido desde entonces como consecuencia de la grave crisis económica sufrida por la provincia, llegando incluso a no celebrarse en 1897 y 1898. Pero la Sociedad Propagandística logró que en 1899 el Ayuntamiento y la clase más pudiente contribuyeran económicamente a organizarlos de nuevo. A partir de entonces, y hasta 1913, inclusive, Málaga celebró anualmente, a excepción del año 1909, su Feria de agosto. Organizada unas veces por el Ayuntamiento y otras por la iniciativa privada, como la Junta Permanente de Festejos, la Sociedad Junta de Festejos y el Sindicato de Iniciativa y Propaganda de Málaga, nacido en 1911 tras la fusión de aquella con la Sociedad Propagandística del Clima y Embellecimiento de Málaga, las ediciones de la *Belle Époque* estuvieron muy condicionadas por la escasez de financiación y de innovaciones destacables. En los festejos, de una duración media entre diez y quince días y celebrados normalmente en la segunda mitad del mes de agosto, se programaban regatas, concursos de natación y salvamento de náufragos, competiciones de pesca, juegos florales, corridas de toros, torneos de esgrima, certámenes y congresos científicos, literarios y pedagógicos, procesiones y funciones religiosas, bailes, conciertos de música, fuegos artificiales, entre otros actos<sup>13</sup>.

La tercera gran alternativa turística de Málaga debía ser su Semana Santa. Pero, desgraciadamente, el escaso interés por parte de las instancias públicas y la coyuntura económica poco favorable por la que atravesaron algunas cofradías habían coadyuvado a que la Semana Santa no alcanzara

---

<sup>11</sup> Sobre el auge turístico del Mediterráneo véase Barciela, Manera, Molina y Di Vittorio (2011), Battilani (2001), Battilani e Strangio (2007), Berrino (2011), Buades (2004), Farreras (1973), Fábregas (1974) y Segreto, Manera and Pohl (2004), entre otros.

<sup>12</sup> Lara García (1997), pp. 88-91 y 107-110.

<sup>13</sup> Mateo (2002), pp. 79-112.

hasta entonces el nivel esperado por aquellos que consideraban que podía y debía ser un elemento básico para convertir a Málaga en un destacado centro turístico. Por ello, desde la prensa y otras instancias se reivindicó repetidamente la potenciación de un evento religioso primaveral que fuera capaz de atraer a un elevado número de visitantes y, por ende, de general recursos económicos para la ciudad. Una tarea que requeriría un mayor apoyo oficial y ciudadano, la revitalización de las cofradías existentes, la fundación de nuevas hermandades y una mayor coordinación entre ellas<sup>14</sup>.

Lamentablemente, el deseado desarrollo turístico de la ciudad estuvo muy condicionado por los escasos y deficientes sistemas de transporte con los que contó. En las postrimerías de la *Belle Époque* el transporte por carretera seguía siendo muy difícil. Era prácticamente imposible ir en automóvil fuera de las cercanías de la ciudad, sólo había una ruta teóricamente practicable, aunque muy complicada, la de Granada, y los caminos del litoral eran muy peligrosos. En cuanto al transporte ferroviario, el gran inconveniente de Málaga es que era el destino final de una única línea. Y, por último, la comunicación marítima con otros grandes centros turísticos era muy escasa<sup>15</sup>.

### 3.- El auge turístico de la capital en el periodo de entreguerras

El periodo de entreguerras, y especialmente la segunda mitad de la década de los años veinte, fue un periodo bastante positivo para el turismo en España. En nuestro país, todavía bastante alejado del nivel alcanzado en otras naciones europeas, se consiguió gracias a la iniciativa empresarial y a la intervención de los poderes públicos que las actividades turísticas, de españoles y foráneos, fueran ganando protagonismo con el paso del tiempo<sup>16</sup>. Málaga, mientras tanto, logró reestructurar, fundamentalmente en el periodo comprendido entre 1923 y 1930, buena parte de su economía provincial para tratar de ajustarla al nuevo contexto internacional, marcado por la modernización agraria y la segunda revolución industrial. La población volvió a crecer, el sector agrario experimentó notables transformaciones, la actividad secundaria se modernizó y el sector servicios mostró un significativo dinamismo<sup>17</sup>. Y, en este sentido, hay que destacar el gran salto experimentado por el turismo, aunque eso sí, casi exclusivamente en la capital de la provincia, merced, sobre todo, a la potenciación de determinados acontecimientos de carácter festivo, religioso y deportivo, al incremento y mejora de las oferta de alojamiento y de ocio, y a los avances experimentados en los sistemas de transporte<sup>18</sup>. De hecho, en 1929, un año especialmente significativo desde el punto de vista turístico por la celebración de la Exposición Iberoamericana de Sevilla y la Exposición Internacional de Barcelona, Málaga, ofertada por el Patronato Nacional del Turismo como una *Incomparable Station d'Hiver*, fue el quinto destino turístico español con sus 12.313 visitantes<sup>19</sup>.

<sup>14</sup> Jiménez Guerrero (2000), pp. 74-79.

<sup>15</sup> Chaumié (1911) y Pellejero Martínez (1995), pp. 309-311.

<sup>16</sup> Para una visión general de la evolución del turismo en España en el primer tercio del siglo XX véase, entre otros, Correyero y Cal (2008), Esteve Secall y Fuentes García (2000), Fernández Fuster (1991), Moreno Garrido (2007) y Pellejero Martínez (1999).

<sup>17</sup> Parejo Barranco (2009).

<sup>18</sup> Pellejero Martínez (2007).

<sup>19</sup> Patronato Nacional del Turismo (1930), p. 133.

Por lo que respecta a los balnearios, lo más significativo del periodo fueron las sucesivas renovaciones experimentadas por Apolo y, sobre todo, La Estrella, destruido en 1917 por un incendio, que los agrandaron y modernizaron, y la inauguración el 16 de julio de 1918 de Nuestra Señora del Carmen. Su propietario lo construyó, en principio con carácter temporal, para que sus clientes pudiesen tomar el sol y bañarse directamente en el mar. La playa se dividió en dos zonas, una para damas y otra para caballeros, se instaló una caseta restaurante y a su alrededor se colocaron toldos, quitasoles, sillas, butacas y un buen número de casetas individuales. Como el éxito fue notable, el propietario realizó en 1919 varias innovaciones que le permitieron ofertar, en el verano de dicho año, sesenta casetas, treinta para cada sexo, dos kioscos para refrescos, mil metros cuadrados de toldos, una pista para bailar y algunas atracciones recreativas. Al año siguiente, se construyó un desembarcadero, se instaló una pantalla para proyecciones cinematográficas y, en el mes de septiembre, el Gobierno otorgó al concesionario la zona de dominio público en la playa para el exclusivo objeto de un balneario. En 1921 se realizaron obras en la puerta de entrada, en el restaurante y en la pista de baile y se construyó un campo de tenis, y desde 1922 el balneario dejó de ser temporal y permaneció abierto a lo largo de todo el año. A partir de entonces fueron sucediéndose las ampliaciones y mejoras de las instalaciones: campo de fútbol, pista de 2.000 metros cuadrados destinada a patinar y bailar, acuario, viviendas para empleados y un nuevo restaurante de dos pisos, inaugurado en 1933, entre otras<sup>20</sup>.

La Feria de Agosto, suspendida entre 1914 y 1921, resucitó en 1922. Se inició entonces la etapa más brillante vivida hasta entonces por la misma. La notable reactivación económica experimentada durante la dictadura de Primo de Rivera favoreció el auge e, incluso, la renovación de los festejos veraniegos de Málaga. Por un lado, porque la prosperidad económica de buena parte de la ciudadanía, tanto malagueña como foránea, se dejó sentir a la hora de participar en los actos programados. Y, por otro, porque las autoridades realizaron un ingente esfuerzo económico y organizativo para impulsar el evento agosteo.

En las ediciones de 1922, 1923 y 1924 se recurrió a la organización y financiación mixta entre los comerciantes e industriales de la ciudad y el Ayuntamiento, que aportó una media anual de 35.000 pesetas. Pero desde 1925 la Feria fue responsabilidad exclusiva del municipio, y más concretamente de la Junta Municipal de Festejos. Los presupuestos aprobados para dicho año ascendieron a 100.000 pesetas, los más altos de todo el periodo. Para las siguientes ediciones las cantidades asignadas oscilaron entre las 75.000 y las 60.000 pesetas. Además, este aumento de los recursos económicos fue acompañado por la introducción de algunas innovaciones en la programación e, incluso, en la estética ferial. A los actos ya tradicionales del evento, repetidos en todas las ediciones, se fueron añadiendo ferias de ganados, romerías, concursos de fachadas, balcones, rejas y ornato de calles, festivales infantiles y concursos de belleza. Asimismo, a partir de 1928 hubo un especial interés por darle a la Feria un aire más propio del interior de Andalucía, con casetas en forma de ventas y cortijos, trajes camperos, caballos y flamenco. Sin embargo, tras la instauración de la II República, la Feria fue suspendida. Se decidió que

---

<sup>20</sup> Lara García (1997), pp. 93-124.

la partida consignada en el presupuesto ordinario para los festejos veraniegos se transfiriera al capítulo de Obras Públicas. Pero ante la opinión contraria de la prensa y de buena parte de la sociedad malagueña, las autoridades municipales rectificaron y en 1932 volvió a celebrarse. Y lo haría hasta 1935, inclusive, con un presupuesto anual de 100.000 pesetas<sup>21</sup>.

La Semana Santa, por su parte, experimentó un cambio radical tras la fundación en 1921 de la Agrupación de Cofradías de Semana Santa de Málaga. Una institución, pionera en España, que desde el primer momento tuvo muy claras dos ideas: por un lado, que había que aumentar el lujo y la vistosidad de los desfiles procesionales, con lo cual se incrementaría la presencia de visitantes en la ciudad, y, por otro, que para conseguir este objetivo se precisaba, no sólo la aportación dineraria de los hermanos cofrades, sino también las de las instituciones políticas y civiles. Por ello, la Agrupación solicitó ayudas económicas a particulares y a entidades, como la Cámara de Comercio, y al Ayuntamiento una subvención anual para la Semana Santa<sup>22</sup>. Dicha asignación, de 10.000 pesetas en 1921, no dejó de crecer año tras año, estabilizándose en 40.000 pesetas desde 1925 a 1930<sup>23</sup>.

Para conseguir que el fenómeno procesional malagueño ganara en suntuosidad y esplendor la Agrupación aprobó las normas por las que se debían regir las procesiones, estableció un horario a cumplir por cada hermandad y un itinerario obligatorio común por las principales vías céntricas de la ciudad, consiguió la pertinente autorización para fijar dentro del mismo unas tribunas y sillas que permitiesen ver cómodamente los desfiles y recaudar ingresos económicos, organizó las actuaciones de bandas de música y realizó una intensa labor propagandística mediante comunicados de prensa, carteles anunciadores, publicaciones periódicas sobre las hermandades, folletos divulgativos en varios idiomas y programas radiofónicos en emisoras locales y nacionales.

Las cofradías agrupadas, que en una década pasaron de catorce a veintiuna, rivalizaron por tratar de alcanzar una mayor vistosidad y, para ello, adquirieron nuevos elementos procesionales que engrandecieron su patrimonio artístico e invitaron a personalidades para que se vinculasen con la hermandad o presidiesen las procesiones. Y, en este sentido, son dos hechos de especial transcendencia la política de relaciones al más alto nivel institucional que inició la Agrupación para que miembros de la familia real, como el Infante don Juan, y representantes del Gobierno, como el general Primo de Rivera, acudieran a los desfiles, y la vinculación que se estableció entre algunas hermandades y diferentes cuerpos del Ejército, con lo que se logró que representaciones militares, procedentes de diversos puntos del país, participaran activamente en los desfiles procesionales<sup>24</sup>.

Gracias a la labor de los cofrades, de las autoridades y de la gran mayoría de los malagueños, se consiguió, por fin, que la Semana Santa fuera un notable reclamo turístico de la ciudad. Suntuosos, espectaculares, grandiosos, son adjetivos absolutamente adecuados para definir los desfiles procesionales que se celebraron en Málaga durante los años veinte. Si la Feria de agosto y el mar fueron los principales motivos de atracción de visitantes

<sup>21</sup> Mateo (2002), pp. 113-120.

<sup>22</sup> Jiménez Guerrero (2000), p. 80.

<sup>23</sup> Esteve Secall (2005), p. 26.

<sup>24</sup> Jiménez Guerrero (2000), p. 82-85.

durante el verano, la Semana Santa lo fue cada primavera. Pero, lamentablemente, 1931 marcó el final de esta época. Los incendios y saqueos de que fueron objeto la mayoría de las iglesias y edificios religiosos de la ciudad el 11 y 12 de mayo de dicho año, ante la pasividad de las autoridades civiles y militares encargadas de mantener el orden, provocaron la destrucción de la práctica totalidad del patrimonio cofrade y la ruina de numerosas hermandades. De hecho, los desfiles procesionales no volvieron a celebrarse hasta el año 1934 y, además, de manera muy modesta<sup>25</sup>.

Además de por los productos turísticos tradicionales, Málaga también apostó por el deporte como reclamo turístico. Y, en este sentido, la gran novedad fue el golf. Fue en abril de 1926 cuando la sociedad Málaga Golf Club inició los trabajos encaminados a la construcción de un campo de dieciocho hoyos. Se compraron cuarenta y cuatro hectáreas en Torremolinos, por entonces un barrio de la capital, y se solicitó al Patronato Nacional del Turismo un anticipo o préstamo de 425.000 pesetas. La respuesta de éste no llegó hasta el mes de julio de 1929, cuando le entregó a Málaga Golf Club una cantidad inicial de 50.000 pesetas<sup>26</sup>. Gracias a esta aportación, el 3 de diciembre de dicho año se pudo poner la primera piedra de las nuevas instalaciones, en una ceremonia que fue presidida por el Infante don Jaime de Borbón. A lo largo del año siguiente, y a pesar de un informe desfavorable presentado por el abogado del Estado al entender que era de muy dudosa eficacia la garantía hipotecaria ofrecida, el Patronato Nacional del Turismo concedió otras 405.000 pesetas para que se pudieran culminar las obras<sup>27</sup>. Málaga fue, pues, junto con Madrid, Santander, Sevilla, San Sebastián, Barcelona, Bilbao y Las Palmas, una de las pocas provincias españolas que a comienzos de la década de los años treinta podían ofertar a sus potenciales visitantes la posibilidad de practicar un deporte, todavía minoritario, pero con una creciente demanda por parte de aficionados españoles y, muy especialmente, extranjeros. Además, Málaga contaba con una clara ventaja comparativa respecto a otros destinos nacionales e internacionales. Gracias al elevado número de horas de sol al año y a sus cálidas temperaturas, los golfistas podían practicarlo en Málaga durante la mayor parte del año.

Naturalmente, para acoger a los turistas Málaga necesitaba incrementar su escasa oferta de alojamiento. Gracias a la información proporcionada en algunas de las guías publicadas a lo largo del primer tercio del siglo XX puede deducirse que la oferta hotelera creció de manera significativa en Málaga, y muy especialmente en la capital de la provincia<sup>28</sup>. En la edición de 1917 de la Guía de Hoteles de España se citaban veintidós establecimientos, de los que nueve se localizaban en la ciudad de Málaga<sup>29</sup>. A finales de la década de los años veinte la capital ofertaba 1.505 y 793 plazas, repartidas en veinte hoteles y veintiséis fondas, respectivamente<sup>30</sup>. Además, todo hace pensar que fue creciente el número de empresarios que se preocuparon por ofrecer mayores y mejores servicios a sus clientes, como teléfono, electricidad, sala de baños,

---

<sup>25</sup> Jiménez Guerrero (2000), pp. 92-102.

<sup>26</sup> Patronato Nacional del Turismo (1931), p. 38.

<sup>27</sup> Patronato Nacional del Turismo (1931), pp. 38, 29 y 162.

<sup>28</sup> Benítez Ferreter (1921-1926), Centro Oficial de Información del Turismo (1929), Guzmán Muñoz y Supervielle de Andrade (1906), Imprenta La Española (1918), Molero y Muñoz (1927), y Sindicato de Iniciativa y Propaganda de Málaga (1911), entre otros.

<sup>29</sup> Guía de Hoteles de España (1917).

<sup>30</sup> Centro Oficial de Información del Turismo (1929) y Patronato Nacional del Turismo (1929).

gabinets de lectura, garajes, intérpretes, calefacción, entre otros. Asimismo, no hay que olvidar que en estos años abrieron al público los hoteles Caleta Palace y Príncipe de Asturias, los buques insignia de la hotelería malagueña del periodo. Dos establecimientos que nacieron de proyectos arquitectónicos de indudable valor artístico, pero ideados expresamente para convertirse en hoteles de lujo, y que se ubicaron en La Caleta, una zona moderna, residencial, elegante, muy próxima al mar y a una prudente distancia del caso histórico de la ciudad.

La primera piedra del Hotel Príncipe de Asturias, la joya de la corona de la hotelería malagueña, la colocó el rey Alfonso XIII el 21 de mayo de 1921. Pero la inauguración oficial no se produjo hasta el 10 de febrero de 1926 con motivo de la visita a Málaga del monarca y su esposa. Ambos pudieron hospedarse en un monumental edificio que contaba con doscientas cincuenta habitaciones, el sesenta por ciento de ellas dotadas con cuarto de baño<sup>31</sup>. Desde ese momento se convirtió en la máxima referencia local del lujo y la distinción, en el punto de encuentro de destacadas personalidades de la nobleza, la política y los negocios e, incluso, en el lugar de residencia de las familias reales española y británica en sus visitas a Málaga. El otro establecimiento hotelero emblemático de la época fue el Caleta Palace. Su origen se remonta al año 1919, cuando la sociedad anónima Caleta Palace compró el Hotel Hernán Cortés, abierto al público desde finales del siglo XIX. Este edificio, modesto, de planta rectangular y sin apenas decoración, se transformó en 1920 en un gran pabellón perpendicular al mar, que constaba de cinco plantas y ciento veinticinco habitaciones, algunas de ellas con terrazas con vistas al mar, que ofrecía una amplia gama de servicios a sus clientes y en el que frecuentemente se organizarían fiestas y actos sociales<sup>32</sup>.

Por último, hay que destacar que a medida que fue avanzando el primer tercio del siglo XX Málaga fue incrementando y mejorando sus sistemas de transportes marítimo, terrestre y aéreo. El acceso por mar se vio muy favorecido por unas obras, llevadas a cabo en el último cuarto del siglo XIX, que permitieron ampliar las instalaciones portuarias, las hicieron más seguras frente a los temporales y capaces de recibir a embarcaciones de mayor calado. Todo esto facilitó el tráfico marítimo hacia una ciudad con una indiscutible tradición comercial y una posición estratégica en los circuitos atlánticos y mediterráneos. Buena prueba de ello es que, por ejemplo, en 1930 destacadas empresas navieras europeas hicieron escala en el puerto de Málaga, como *Royal Mail*, *White Star Line*, *Blue Star Line*, *Orient Star Line*, *Cunard Line*, *Chargeurs Reunis* y *Hamburg America Line*, entre otras<sup>33</sup>.

Por lo que respecta al transporte ferroviario, lo más novedoso en una ciudad que desde 1865 estaba integrada en la red ferroviaria nacional fue la electrificación, modernización e incremento de su red de tranvías, que facilitó la movilidad interior, y la inauguración de diversas líneas férreas que la conectaron con algunos de los municipios más importantes de la provincia y que facilitaron el traslado de malagueños y forasteros hacia las playas orientales y occidentales de la provincia y a los balnearios litorales de la capital<sup>34</sup>. En cuanto al transporte por carretera, fue muy positivo para la ciudad

<sup>31</sup> Centro Oficial de Información del Turismo (1929).

<sup>32</sup> Heredia Flores (2000), pp.16-19.

<sup>33</sup> Patronato Nacional del Turismo (1930), pp. 119-122.

<sup>34</sup> Reinoso Bellido (2005), pp. 146-161.

ser incluida en el Circuito Nacional de Firmes Especiales, aprobado por el Gobierno en 1926 con la intención de fomentar el turismo en el país mediante la modernización de casi 7.000 kilómetros de carreteras. Entre los catorce circuitos seleccionados, Málaga quedó integrada en el número uno, considerado prioritario y que unía Madrid con Jaén, Granada, Málaga, Cádiz, Sevilla y Córdoba, y en el número doce, que recorría la costa mediterránea desde Gerona hasta la capital malagueña. Por lo tanto, es muy probable que Málaga se beneficiara de los 2.800 kilómetros de carreteras nacionales que, hacia el año 1930, ya se habían modernizado gracias al proyecto.

No obstante, el hecho claramente diferenciador de Málaga en materia de transporte, y decisivo en décadas posteriores, fue su carácter pionero en la historia del tráfico comercial aéreo en España. Después de un primer vuelo de prueba, el día 2 de septiembre de 1919 aterrizó en el campo de aviación ubicado en la finca El Rompedizo, situada a unos ocho kilómetros de la capital malagueña, y tras hacer escala en Barcelona y Alicante, el primer vuelo regular de la empresa francesa *Latécoère*, que cubría el servicio postal aéreo entre Toulouse y Casablanca. Una compañía a la que, una vez establecido oficialmente el Servicio Postal Aéreo y regulada la aviación civil en España, mediante dos reales decretos de 17 de octubre y 25 de noviembre de 1919, se le concedió temporalmente el transporte aéreo español entre las tres ciudades españolas citadas<sup>35</sup>.

Durante la década de los años veinte, y a medida que veían la luz Compañía Española de Tráfico Aéreo, Unión Aérea Española e Iberia, y *Latécoère* se integraba en *Aeropostale*, fue poco a poco incrementándose el número de aviones que semanalmente llegaban y salían de Málaga cargados de mercancías, sacas de correo y algunos pasajeros. Y para ello fueron fundamentales algunas mejoras realizadas en el campo de El Rompedizo en aras de aumentar la seguridad de los vuelos y la comodidad de los viajeros, destacando en este sentido la instalación en 1924 de una estación radioeléctrica.

En enero de 1928, seis meses después de que en la Ley de Aeropuertos Nacionales se considerara urgente la construcción de una decena de aeropuertos, entre ellos el de Málaga, el Gobierno declaró de interés general y de utilidad pública seis líneas aéreas internacionales y once nacionales, siendo dos de ellas las rutas Barcelona-Valencia-Alicante-Málaga-Sevilla y Melilla-Málaga-Ceuta-Cádiz. Por otro lado, en la primavera del citado año se constituyó la Junta del Aeropuerto de Málaga, cuya primera tarea fue la realización de un plan inicial que recogiera los aspectos de organización, explotación y necesidades económicas que conllevaría la construcción y puesta en marcha del aeropuerto malagueño. Poco después, en el mes de agosto, el Gobierno creó una Comisión Técnica con el objetivo de elegir los terrenos adecuados. Tras estudiar varias posibilidades, la Comisión concluyó que el campo de El Rompedizo era el que reunía las mejores condiciones. Pero no sería hasta el mes de agosto de 1929 cuando el Consejo Superior de Aeronáutica asignó a la Junta del Aeropuerto un presupuesto de 122.500 pesetas, que se sumaban a las 25.000 que ya se le había otorgado anteriormente, para poder adquirir los terrenos. Estas cantidades, más las ofrecidas por el Ayuntamiento y la Diputación Provincial, permitieron a la Junta

---

<sup>35</sup> Utrilla Navarro (1999), pp. 22-35.

iniciar las gestiones para la adquisición de El Rompedizo. Algo que no fue nada fácil y que se dilató hasta que el 9 de marzo de 1932 las autoridades republicanas promulgaron el decreto por el que la Junta del Aeropuerto de Málaga quedó autorizada para adquirir los terrenos denominados de El Rompedizo por la cantidad de 175.000 pesetas con destino a la ubicación del aeropuerto nacional. La definitiva escritura de compra se formalizó el 22 de junio de 1932<sup>36</sup>.

En definitiva, en el periodo de entreguerras Málaga potenció sus principales productos turísticos, incrementó y mejoró su oferta hotelera, destacando, en este sentido, la inauguración de dos claros ejemplos de gran hotelería, y dio un salto de gigante en materia de transporte, sobre todo analizando lo que ocurriría tras la finalización de la Segunda Guerra Mundial, gracias a su temprana integración en la aviación comercial. Por lo tanto, Málaga pudo promocionarse como un destino en el que se podía disfrutar del clima, del mar y de ciertas actividades de ocio, que contaba con dignos alojamientos y al que se podía acceder por tierra, mar y aire. Pero, lamentablemente, este auge del fenómeno turístico se circunscribió a la capital malagueña. El resto de la provincia permaneció, sobre todo el interior de la misma, prácticamente al margen. Sólo en algunas localidades litorales, como Torremolinos, Marbella o Estepona, puede hablarse de actividad turística, aunque, eso sí, muy modesta. Eran lugares mal comunicados y con una escasa o inexistente oferta hotelera, pero en los que se podía disfrutar de tranquilidad y de un clima muy suave y a los que acudían unos pocos privilegiados ciudadanos británicos, alemanes y, también, malagueños que, durante su estancia, estival o invernal, residían en villas particulares. Una zona, en definitiva, casi olvidada por el turismo pero que, para algunos, merecía la pena promocionar de una vez por todas. Y, en este sentido, una propuesta pionera fue la del ingeniero Ramiro Campos Turmo, quien en 1928 defendió en un escrito la implantación de un circuito andaluz de turismo en el que Costabella, el litoral comprendido entre Algeciras y Málaga, desempeñara un papel decisivo. Para Campos Turmo el gran error de Málaga había sido aspirar exclusivamente a un turismo local. El futuro pasaba por la costa occidental: “el azul de su cielo, la belleza de su mar, la gran salubridad de la región, el clima ideal, sus jardines floridos y el encanto de sus mujeres, forman un conjunto único de belleza, bienestar y arte”<sup>37</sup>.

#### **4.- La transformación de la Costa del Sol en un destino turístico de primer nivel**

Durante los años cuarenta, una etapa marcada por la Segunda Guerra Mundial, el aislamiento político internacional iniciado en 1946, la autarquía, el racionamiento y la miseria, las actividades turísticas decayeron en España. Y, cómo es lógico, también lo hicieron en Málaga. Fueron unos años en los que los principales productos turísticos de la capital no vivieron sus mejores momentos. Por un lado, la Semana Santa se resintió ante los insuficientes recursos de las cofradías para recuperar el patrimonio artístico destruido y, por otro, dos de los balnearios más visitados antes de la guerra civil, la Estrella y

<sup>36</sup> Utrilla Navarro (1999), pp. 57-62.

<sup>37</sup> Campos Turmo (1928).

Apolo, clausuraron sus instalaciones<sup>38</sup>. Además, tampoco ayudaron las escasas y muy deficientes comunicaciones por carretera y ferrocarril<sup>39</sup>. Pero no todo fue negativo. Esta prolongada coyuntura adversa no desanimó por completo ni al sector público ni al empresariado privado. Buena prueba de ello son las inauguraciones del Albergue de carretera de Antequera y la Hostería de Gibralfaro, ambos encuadrados en la Red de Paradores<sup>40</sup>, del Coto Nacional de la Serranía de Ronda<sup>41</sup>, y de los hoteles La Roca y El Rodeo, en Torremolinos y Marbella, respectivamente, así como la culminación en 1948 de las obras del Aeropuerto y el restablecimiento, ese mismo año, de los vuelos de Iberia, suspendidos desde 1943.

Sin embargo, el turismo internacional viviría una etapa gloriosa a lo largo de las décadas de los años cincuenta y sesenta. El viaje por placer dio entonces un salto de gigante. Dejó de ser algo minoritario, casi elitista, como lo había sido hasta entonces, especialmente el realizado fuera de las propias fronteras, y se convirtió en masivo. Eso fue posible, entre otras factores, por la prosperidad que disfrutaron la mayoría de las economías occidentales, el aumento de las rentas personales de sectores cada vez más amplios de la población, la generalización de las vacaciones pagadas, el aumento del tiempo libre y el avance experimentado a escala internacional por los medios de transporte, especialmente el aéreo. Todo ello contribuyó a que durante los años dorados del capitalismo las llegadas internacionales de turistas crecieran de 25 a 166 millones, siendo algunos lugares con climas cálidos del sur de Europa y Norteamérica los más favorecidos por los turistas<sup>42</sup>.

Y España se benefició de todo ello. Los promotores internacionales de turismo apostaron decididamente por un destino cercano geográficamente a las principales naciones emisoras de turistas, dotado de un litoral generoso en buenas playas y horas de sol, así como de un rico patrimonio artístico y cultural, y bastante barato gracias a las devaluaciones de la peseta de 1959 y 1967 y a la política gubernamental que mantuvo los precios turísticos españoles a unos niveles muy competitivos en relación con otros mercados<sup>43</sup>. Gracias a todo esto el número de turistas extranjeros creció en España, entre 1951 y 1973, de 0'7 a 31'6 millones<sup>44</sup>.

En definitiva, un espectacular *boom* turístico en el que Málaga desempeñó un papel muy notable<sup>45</sup>. De hecho, cuando a finales de 1973 se desencadene la primera crisis del petróleo, la provincia malagueña ocupará un lugar de privilegio en el ranking de destinos turísticos nacionales y la Costa del Sol será una marca conocida internacionalmente. Pero, a diferencia de lo ocurrido en la etapa previa a la guerra civil, en la edad de oro del capitalismo el

---

<sup>38</sup> La Estrella en 1938, y Apolo en 1944.

<sup>39</sup> Secretaría General para la Ordenación Económico-Social (1948), p. 5.

<sup>40</sup> Sobre la evolución histórica de la red estatal de establecimientos turísticos véase Moreno Garrido y Pellejero Martínez (2015) y Pellejero Martínez (2015).

<sup>41</sup> Ley de 23 de diciembre de 1948.

<sup>42</sup> Organización Mundial del Turismo (2006).

<sup>43</sup> Sobre el *boom* turístico español de los años sesenta y setenta véase Bayón Mariné (1999), Cals (1974), Esteve Secall y Fuentes García (2000), Fernández Fuster (1991), Moreno Garrido (2007), Pack (2009), Pellejero Martínez (1999), Vallejo Pousada (2013) y (2014) y Velasco González (2004).

<sup>44</sup> Ministerio de Información y Turismo (1963-1976).

<sup>45</sup> Sobre el boom turístico de la Costa del Sol véase Cuadrado Roura y Torres Bernier (1978), Esteve Secall (1982), Mellado Morales y Granados Cabezas (1997) y Pellejero Martínez (2005) y (2009).

centro neurálgico del turismo no fue la capital de la provincia. La ciudad no contó con buenas playas, el producto más demandado por los turistas del momento, tuvo serios problemas para revitalizar unos de sus principales atractivos turísticos, la Semana Santa, y asistió al languidecimiento del Balneario del Carmen y al estancamiento de su oferta hotelera. Es cierto que en 1966 se inauguraría un establecimiento emblemático, el Hotel Málaga Palacio, pero, desgraciadamente, al año siguiente tuvo que cerrar sus puertas el que había sido el buque insignia de la hotelería malagueña, el Hotel Príncipe de Asturias<sup>46</sup>.

En los años del *boom* el turismo gravitó sobre los pueblos costeros, fundamentalmente los occidentales, que fueron los receptores de la mayoría de los turistas y de las inversiones en establecimientos hoteleros y extrahoteleros. Y es que, a pesar de su alejamiento geográfico respecto a los principales países emisores de turistas, las agencias de viajes españolas y los grandes turoperadores extranjeros, fundamentalmente británicos y escandinavos, y los inversores, casi exclusivamente españoles hasta mediados de los años sesenta, se sintieron muy atraídos por unos enclaves con excelentes playas, bien comunicados, con un aeropuerto cercano y que ofrecían abundante mano de obra sin cualificar y grandes superficies de terreno, no ocupadas y baratas, donde construir<sup>47</sup>.

Además, la Costa del Sol también preocupó y ocupó a los poderes públicos. Y en este sentido habría que destacar la ordenación, elaboración y publicación de un buen número de planes y estudios sobre ordenación turística y territorial de la zona<sup>48</sup>, que lamentablemente tuvieron un escasísimo cumplimiento<sup>49</sup>; la inclusión de la Costa del Sol en el Registro de Denominaciones Geoturísticas, creado en 1964; la inauguración de tres establecimientos públicos de la Red de Paradores, localizados en Torremolinos, Ojén y Nerja<sup>50</sup>; y las decisivas mejoras llevadas a cabo en las infraestructuras de transporte. La nacional 340, que bordeaba toda la costa, se convirtió en el tramo occidental de la provincia en una carretera prácticamente urbana, casi totalmente iluminada y jalonada de urbanizaciones, hoteles y apartamentos<sup>51</sup>. En materia ferroviaria lo más significativo fue la progresiva entrada en servicio del TAF, del expreso Costa del Sol, del TER y del Talgo, que enlazaban Málaga con la capital de la nación, y la inauguración del expreso con destino a Barcelona<sup>52</sup>. En cuanto al transporte aéreo fueron fundamentales las innovaciones acometidas en el aeropuerto entre 1958 y 1972: torre de control, nuevas terminales para pasajeros y modular para tráfico no regular, y una pista de vuelo que se amplió a 2.000 metros, en 1958, y a 3.200 metros, ocho años después. Gracias a ello las principales compañías aéreas fueron

<sup>46</sup> Tras la proclamación de la II República había adoptado el nombre de Hotel Miramar.

<sup>47</sup> Promotores de la Costa del Sol (1974), pp. 11 y 12.

<sup>48</sup> Secretaría General para la Ordenación Económico-Social (1955), Doxiadis Ibérica (1963), Gobierno Civil de Málaga (1964) y Ministerio de Información y Turismo (1969), entre otros.

<sup>49</sup> Véase Esteve Secall (1982), Gavilanes Vélaz de Medrano (2012) y Royo Naranjo (2013).

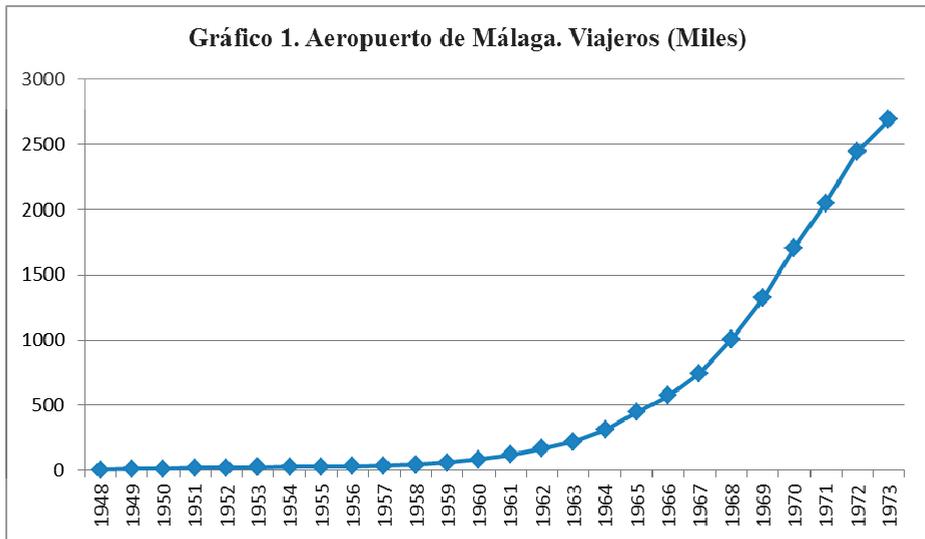
<sup>50</sup> En 1956 se inauguró una Hostería en Torremolinos. Posteriormente, en el bienio 1963-1964 se transformaron en paradores las antiguas hosterías de Gibralfaro (Málaga) y Torremolinos. Y, por último, en 1965 abrieron sus puertas el Refugio de Ojén y el Parador de Nerja.

<sup>51</sup> Dubán Remón (1972), p. 10.

<sup>52</sup> El TAF comenzó a funcionar en 1953. En 1964 entraron en servicio el expreso Barcelona-Málaga y el Costa del Sol. Un año después, el TAF fue sustituido por un TER. En 1969 entraría en funcionamiento un segundo TER y a finales del año siguiente llegó el Talgo.

progresivamente incluyendo a Málaga entre sus destinos: Iberia, SAS, BEA, Sabena, BUA, Aer Lingus, Finnair, Air France, Pan Am, KLM, Lufthansa, Swissair, entre otras<sup>53</sup>. Y, por último, y aquí radicó el principal lastre, Málaga continuó careciendo de una adecuada comunicación marítima con otros grandes centros turísticos, como, por ejemplo, Palma de Mallorca e Islas Canarias<sup>54</sup>.

¿Cómo respondieron los turistas nacionales e internacionales a la “llamada” de la Costa del Sol? Para tratar de dar respuesta a esta pregunta hemos utilizado los escasos indicadores con los que contamos en España para poder aproximarnos al conocimiento de la evolución de la demanda turística en el ámbito provincial. Uno de ellos es el movimiento de viajeros en los aeropuertos nacionales. De su análisis se desprenden dos ideas muy clarificadoras. Por un lado, que en el aeropuerto malagueño la tendencia, sobre todo desde finales de la década de los años cincuenta, fue claramente ascendente, lográndose en 1973 el récord del periodo (Gráfico 1). Y, por otro, que el ritmo de crecimiento del tránsito aeroportuario fue en Málaga algo superior a la media nacional, con lo que la cuota relativa provincial, que hasta 1958 siempre había estado por debajo del 2 por ciento, ascendió en 1973 al 8 por ciento.



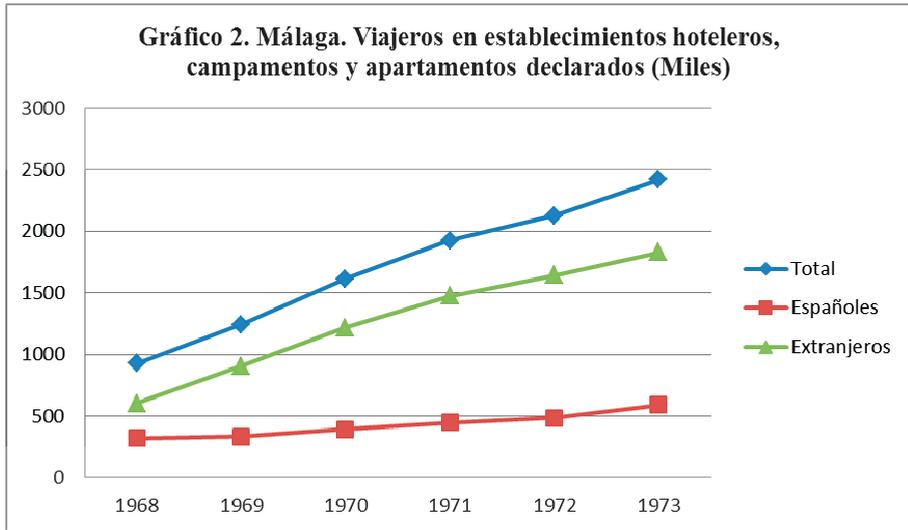
Otra opción disponible es la estadística nacional que recoge desde el año 1966 el movimiento de viajeros en alojamientos turísticos<sup>55</sup>. También en este caso la información indica un crecimiento continuo y muy notable del mismo en la Costa del Sol, registrándose en 1973 las cifras más altas del periodo. Si tenemos en cuenta los establecimientos hoteleros y extrahoteleros,

<sup>53</sup> Utrilla Navarro (1999), pp. 98-129.

<sup>54</sup> Dubán Remón (1972), p. 13.

<sup>55</sup> Instituto Nacional de Estadística (1966-1970), (1971-1972) y (1973-1975).

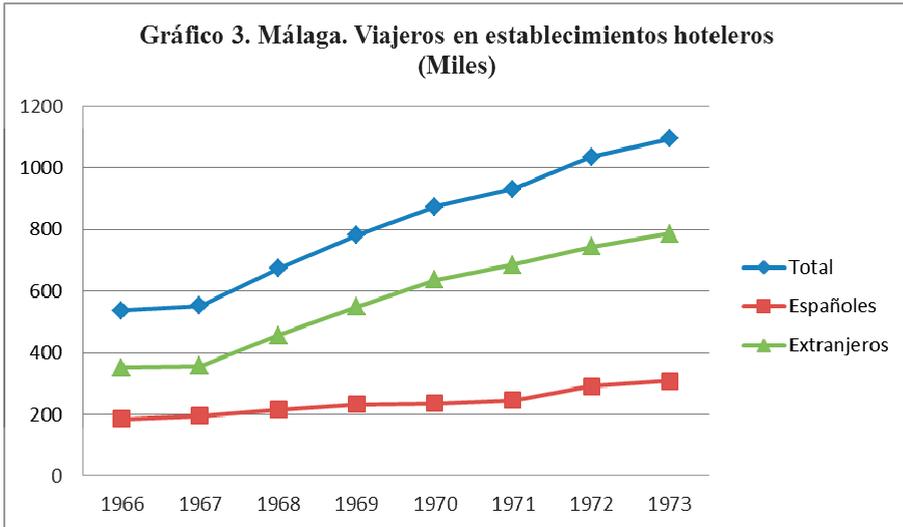
Málaga rozó los 2'5 millones de clientes y las 20 millones de estancias<sup>56</sup> (Gráfico 2). Si el análisis lo limitamos a la oferta hotelera, habría que hablar de algo más de un millón de viajeros (Gráfico 3) y de seis millones de pernотaciones (Gráfico 4). Unos registros, estos últimos, que colocaron a la provincia malagueña en el cuarto puesto del ranking nacional en cuanto a viajeros alojados y en el quinto por estancias realizadas (Cuadro 1). Además, Málaga fue durante toda la etapa analizada, y con mucha diferencia, el principal destino andaluz, con una cuota relativa creciente que, en el caso de las pernотaciones, superó desde 1968 el 50 por ciento<sup>57</sup>.



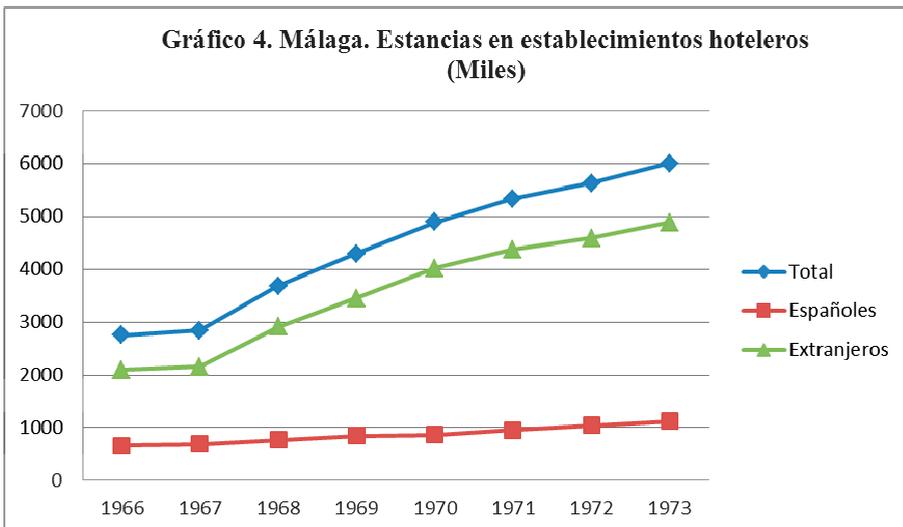
Fuente: Ministerio de Información y Turismo (1970-1974)

<sup>56</sup> Ministerio de Información y Turismo (1970-1974).

<sup>57</sup> Pellejero Martínez (2011).



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970), (1971-1972) y (1973-1975)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970), (1971-1972) y (1973-1975).

Cuadro 1.- Viajeros y estancias en establecimientos hoteleros. Ranking provincial (Miles)

<u>Viajeros</u>	1968	1970	1973
Baleares	1.557	2.209	3.830
Madrid	1.740	1.970	2.504
Barcelona	1.211	1.272	1.354
Málaga	673	875	1.095
Málaga/Andalucía %	31,3	33,1	34,9

Estancias

Baleares	13.729	19.516	31.493
Madrid	6.617	7.141	8.612
Barcelona	6.157	6.384	6.699
Gerona	3.808	4.237	6.332
Málaga	3.683	4.890	6.001
Málaga/Andalucía %	50,3	52,7	54

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970), (1971-1972) y (1973-1975).  
Elaboración propia.

También se deduce de las estadísticas utilizadas que el mercado extranjero desempeñó un papel fundamental en la expansión de la demanda turística en la provincia malagueña. Sus estancias en establecimientos hoteleros oscilaron a lo largo del periodo 1966-1973 entre el 76 y el 82 por ciento del total. Unos porcentajes que, además, siempre estuvieron por encima de la media nacional (Cuadro 2). Asimismo, la demanda foránea fue la más dinámica durante los años citados. Mientras sus pernoctaciones aumentaron un 133 por ciento, las del mercado nacional lo hicieron un 69 por ciento<sup>58</sup>. Un dinamismo que también es indiscutible si consideramos las ofertas hotelera y extrahotelera. En este caso, el aumento experimentado por los clientes españoles, un 84 por ciento, volvió a estar muy por debajo del de los foráneos, un 203 por ciento<sup>59</sup>, entre los que destacaron los estadounidenses, alemanes y británicos, siendo también notable la aportación de franceses, escandinavos, belgas y holandeses (Cuadro 3).

Y, por último, otro aspecto destacable es que la estancia media de los clientes alojados en todos los alojamientos turísticos malagueños tampoco dejó de crecer desde, al menos, mediados de los años sesenta. Con el paso del tiempo, los clientes que durante sus vacaciones optaban por residir en los establecimientos hoteleros, campamentos turísticos y apartamentos declarados de la provincia, fueron poco a poco prolongando su estancia. Los 5'8 días de media en 1968, fueron ya 8'5 en 1972<sup>60</sup>.

<sup>58</sup> Fuente: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970), (1971-1972) y (1973-1975).

<sup>59</sup> Ministerio de Información y Turismo (1970-1974).

<sup>60</sup> Ministerio de Información y Turismo (1970-1974).

Cuadro 2.- Pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros. Cuotas porcentuales sobre el total.

Años	Málaga	España
1966	75,9	62,0
1967	75,6	61,2
1968	79,1	63,3
1969	80,2	65,3
1970	82,2	66,5
1971	82,1	69,1
1972	81,5	70,2
1973	81,3	67,4

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (1966-1970), (1971-1972) y (1973-1975).  
Elaboración propia.

Cuadro 3.- Málaga. Viajeros extranjeros en establecimientos hoteleros, campamentos y apartamentos declarados (Miles)

Nación	1968	1970	1973
EEUU	87	216	432
Alemania	76	258	268
G. Bretaña	97	166	250
Francia	72	118	149
Holanda	34	88	141
Suecia	43	81	104
Bélgica	30	47	86
Dinamarca	44	59	70
Total Extranjero	603	1.219	1.827

Fuente: Ministerio de Información y Turismo (1970-1974).

En cuanto a las motivaciones de los turistas que llegaron a Málaga es indudable que la inmensa mayoría lo hizo atraída por la posibilidad de disfrutar de unos días de vacaciones junto al mar. *Sand, sea and sun* fue, con mucha diferencia, el principal producto turístico de la Costa del Sol. Pero no el único.

También tuvieron opciones aquellos viajeros interesados en actividades deportivas, culturales, recreativas y congresuales. Y en este sentido habría que destacar, además de las tradicionales Feria de Agosto y Semana Santa, la potenciación de las Fiestas de Invierno de la capital, la puesta en marcha en 1969 de la Semana de Cine de Autor de Benalmádena, la construcción de media docena de campos de golf, ubicados en Marbella, Estepona y Málaga, la inauguración en 1970 del Palacio de Congresos de Torremolinos y la apertura al público, dos años después, del Parque de Atracciones Tivoli World, en Benalmádena. Una diversidad de productos que complementaron al sol y playa y que fueron ganando adeptos con el paso del tiempo. Por ejemplo, entre 1968 y 1973 el número de congresos celebrados en la Costa del Sol, y el de estancias relacionadas con los mismos, se multiplicó por 20'5 y por 6'3, respectivamente (Cuadro 4).

Cuadro 4. Actividad congresual en la Costa del Sol

	1968	1970	1973
Congresos	19,0	159,0	390,0
Participantes (Miles)	6,5	28,0	52,3
Estancias (Miles)	43,4	153,2	274,1

Fuente: Ministerio de Información y Turismo (1970-1974).

Lógicamente, todo este boom de la demanda turística no hubiera sido posible sin el paralelo aumento experimentado por la oferta de alojamiento en la provincia de Málaga. Por lo que respecta a la hotelería, varias son las conclusiones que pueden extraerse tras analizar las estadísticas oficiales disponibles. En primer lugar, que el crecimiento fue continuo a lo largo del periodo, tanto en términos de establecimientos como de capacidad. En menos de dos décadas, los primeros se multiplicaron por 4'3 y las plazas ofertadas por 13'2. En segundo lugar, que el ritmo de esta expansión superó a los experimentados en la región andaluza y en el conjunto del país. Consecuentemente, las cuotas relativas de Málaga en términos de capacidad pasaron del 18'7 al 51'2 por ciento en el primer caso, y del 2'1 al 5'4 por ciento en el segundo (Cuadro 5). En tercer lugar, que los empresarios hoteleros que invirtieron en la Costa del Sol apostaron especialmente por las categorías media y media alta. El alto peso específico que la hotelería de calidad tuvo en la provincia malagueña se pone de manifiesto al comprobar que en 1973 la proporción de plazas catalogadas con 4 y con 5 estrellas, 32'6 por ciento, era bastante superior a la media nacional, 19'4 por ciento (Cuadro 6), y que doce de los sesenta y seis hoteles de máxima categoría ofertados en España se ubicaban en la Costa del Sol. Y, en cuarto lugar, que como consecuencia de la preferencia de los empresarios por las categorías citadas, el tamaño medio de los establecimientos fue creciendo paulatinamente, pasando de cincuenta y cinco a ciento setenta plazas.

Pero, naturalmente, en Málaga no sólo se ofertaron hoteles. La provincia contó con otras modalidades de alojamiento hotelero y extrahotelero para sus

turistas. Por un lado, los hostales y fondas, cuya capacidad ofertada no dejó de crecer a lo largo del periodo, alcanzando en 1973 una cuota relativa conjunta del 14'1 por ciento. Por otro, los campamentos, la única opción en ligero retroceso desde los primeros años setenta. Y, por último, los establecimientos con mayor número de plazas a disposición del público desde el inicio de la década de los años sesenta: los apartamentos turísticos. Fueron sin duda alguna los grandes protagonistas del *boom* turístico de la Costa del Sol. Dejando al margen los que se dedicaban a funciones distintas de la turística, pero que no obstante acogían a buena parte de la demanda, Málaga contaba en 1973 con algo más de 41.000 plazas en apartamentos turísticos declarados como tales por el Ministerio de Información y Turismo, es decir, prácticamente la mitad de la capacidad total de alojamiento existente en la provincia malagueña (Cuadro 7).

Cuadro 5. Málaga. Hoteles y plazas

	1955	1965	1973
<u>Hoteles</u>			
Málaga	36	115	155
Málaga/España %	2,7	4	4,6
Málaga/Andalucía %	23,1	37	39,2
<u>Plazas</u>			
Málaga	1.996	11.834	26.421
Málaga/España %	2,1	5,1	5,4
Málaga/Andalucía %	18,7	43,8	51,2

Fuente: Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Elaboración propia.

Cuadro 6. 1973. Plazas en hoteles por categorías. Distribución porcentual

	5 *	4 *	3 *	2 *	1 *
Málaga	13,4	19,2	38,4	23,1	5,9
España	4,8	14,6	32,6	22,7	25,3
Málaga/España	15,1	7,1	6,3	5,5	1,3

Fuente: Ministerio de Información y Turismo (1963-1976). Elaboración propia.

Cuadro 7. Málaga. Plazas en Hostales, Fondas, Ciudad de Vacaciones, Campamentos y Apartamentos\*

	1968	1970	1973
Hostales	4.609	6.080	6.632
Fondas	3.020	4.467	5.245
Campamentos	5.167	5.637	3.726
Apartamentos	26.712	32.603	41.649
Ciudad Vacaciones		784	784

\*Se incluyen también las plazas que estaban en trámite de legalización.  
Fuente: Ministerio de Información y Turismo (1970-1974).

En definitiva, un crecimiento sin precedentes de las inversiones en oferta hotelera y extrahotelera que, a diferencia de lo ocurrido con anterioridad a la guerra civil, se dirigieron fundamentalmente hacia los municipios costeros, y de manera muy especial a los del litoral occidental. Si tenemos en cuenta el número de hoteles abiertos al público en las diferentes zonas de la provincia a lo largo del periodo estudiado se observa un evidente estancamiento en la capital y en el interior de la provincia y, sin embargo, un espectacular dinamismo en la costa occidental, donde destacan sobremanera los municipios de Torremolinos, Marbella, Fuengirola y Benalmádena (Cuadro 8). Consecuentemente, mientras que el peso relativo de la capital caía a lo largo del tercer cuarto de la centuria pasada del 66'7 al 9'2 por ciento, el del conjunto de las siete localidades de la Costa del Sol Occidental, que apenas representaban el siete por ciento de los municipios de Málaga, ascendía del 19 al 81'6 por ciento. Además, si el análisis lo ampliamos al total de plazas de alojamiento turístico existente en la provincia, comprobamos que la cuota relativa del litoral oeste de la provincia ascendía en 1973 al 86'1 por ciento (Cuadro 9).

Cuadro 8. Málaga. Hoteles por zonas y municipios. Cuotas porcentuales

	1951	1959	1970	1975
Capital	66'7	44'4	13'1	9'2
Costa Oriental	0	0	4'1	4'6
Interior	14'3	9'2	5'7	4'6
Costa Occidental	19'0	46'4	77'1	81'6
-Torremolinos	9'5	22'2	33'6	37'5
-Marbella	4'8	11'1	22'1	19'1
-Benalmádena	0	3'7	8'2	10'5
-Fuengirola	0	5'5	6'5	7'2

Fuente: Dirección General de Turismo (1948-1951) y (1959-1965), y Dirección General de Empresas y Actividades Turísticas (1970-1975 a). Elaboración propia.

Cuadro 9. Málaga. 1973. Plazas alojamiento por zonas y municipios\*. Cuotas porcentuales

	Establec. Hot.	Apartamentos	Campamentos	Total Plazas
Capital	14,2	4	14	9,2
Costa Oriental	3,8	2,3	7,3	3,2
Interior	3,3			1,5
Costa Occidental	78,7	93,7	78,7	86,1
-Torremolinos	32,3	24,8	11,5	27,6
-Benalmádena	11,2	32,1		21,1
-Marbella	18,3	19	9,8	18,3
-Fuengirola	8,2	14	12,2	11,2
-Estepona	6,1	2,5	33,3	5,6
-Mijas	2,4	1,2	11,8	2,2

\* Se incluyen también las plazas que estaban en trámite de legalización. Fuente: Ministerio de Información y Turismo (1970-1974). Elaboración propia.

Como es lógico, este desarrollo turístico experimentado por la Costa del Sol a lo largo del tercer cuarto del siglo XX tuvo notables consecuencias sobre la demografía malagueña. Contribuyó a que el dinamismo poblacional fuera bastante similar al experimentado en el conjunto del país pero bastante superior al vivido en las provincias andaluzas limítrofes a la malagueña (Cuadro 10). Por ejemplo, mientras que en el periodo comprendido entre 1960 y 1975 las provincias de Granada y Jaén perdieron población y la de Almería creció a una tasa media anual del 0'4 por ciento, la malagueña lo hizo a una tasa del 1 por ciento. Además, otra prueba evidente del indiscutible impacto demográfico del turismo nos la proporciona el estudio del comportamiento poblacional en los municipios malagueños a lo largo de la década de los sesenta. Fueron unos años en los que, mientras ochenta de aquéllos perdieron población, veinte la incrementaron. Destacando, en este sentido, la evolución demográfica de los ubicados en la costa occidental, es decir, los más favorecidos por la presencia de turistas. Si la población provincial creció un 9'3 por ciento, las de Benalmádena, Marbella, Fuengirola, Estepona, Mijas y Málaga capital, con Torremolinos incluido, lo hicieron un 259'0, 175'1, 142'5, 59'9, 24'5 y 24'4 por ciento, respectivamente<sup>61</sup>.

<sup>61</sup> Consejo Económico Social Sindical de la Penibética (1974).

Cuadro 10. Población. Tasas de variación media anual acumulativa (%).

	1940-1960	1960-1975
España	0,9	1
Andalucía	0,7	0,2
Málaga	0,8	1
Almería	0	0,4
Granada	0,3	-0,3
Jaén	0	-0,9

Fuente: Alcaide (2003). Elaboración propia.

La contribución del auge turístico al crecimiento de la economía malagueña es también indiscutible. Coadyuvó a que el dinamismo económico provincial fuera, desde la finalización de la guerra civil, ligeramente superior al andaluz y al nacional (Cuadro 11), y, por tanto, a que Málaga no dejara de recortar diferencias respecto al conjunto de la nación (Cuadro 12). De hecho, en 1975 el PIB por habitante era ya en Málaga sólo un 15'7 por ciento inferior a la media española, mientras que en 1940 lo había sido un 34'6 por ciento. Por otro lado, el *boom* turístico también fue decisivo en la profunda transformación experimentada por la estructura económica malagueña en el tercer cuarto del siglo XX (Cuadro 13). En términos de valor añadido bruto, las pérdidas de peso relativo de la agricultura y de la industria fueron compensadas con el auge de la construcción y del sector servicios, que creció del 37'4 al 61'1 por ciento. En cuanto al empleo total por sectores, mientras que el primario fue el único que disminuyó su cuota, el terciario la incrementó del 26'5 al 50'5 por ciento. Y, como es lógico, en todo este proceso el sector de Hostelería y Restaurantes desempeñó un papel fundamental<sup>62</sup> (Cuadro 14). Los 9.562 trabajadores registrados a mediados de siglo se convirtieron en 30.541 en 1975, con lo que la cuota provincial del sector creció del 3'7 al 10'5 por ciento. Además, en ese mismo periodo de tiempo su valor añadido bruto, medido en millones de pesetas corrientes, se multiplicó por 36'6. Es decir, que a mediados de los años setenta el sector aportaba cerca del 8 por ciento del valor añadido provincial. Por lo tanto, el dinamismo del sector fue incuestionable, superando incluso el ritmo experimentado a nivel nacional.

<sup>62</sup> El turismo no puede identificarse al cien por cien con el sector de Hostelería y Restaurantes, y viceversa, pero se ha utilizado la información relativa al mismo ante la falta de otras fuentes estadísticas.

Cuadro 11. PIB por habitante a los precios de mercado a los precios constantes de 1995. Tasas de variación media anual del periodo (%).

	1940-1950	1950-1960	1960-1975
Málaga	1,5	5,3	5,8
Andalucía	0,2	4,5	5,5
España	0,1	5	5,1

Fuente: Alcaide (2003).

Cuadro 12. PIB por habitante a los precios de mercado a los precios constantes de 1995. Índice media española: 100.

	1935	1940	1950	1960	1975
Málaga	68	65,4	74,9	76,9	84,3
Andalucía	74,3	71,7	72,7	68,8	73,2

Fuente: Alcaide (2003).

Cuadro 13. Málaga. VAB a precios básicos y Empleos. Distribución porcentual por sectores

	1940	1950	1960	1970	1975
<u>VAB</u>					
Agricultura	39,4	30,4	25,1	13,2	9,7
Industria	19,2	21,9	17,8	16,4	15,2
Construcción	4	3,8	3,7	11,7	14
Servicios	37,4	43,9	53,4	58,7	61,1

	1940	1950	1960	1970	1975
<u>Empleos</u>					
Agricultura	61,5	59	50,6	30,9	25
Industria	7,8	8,2	10,5	12,8	13,4
Construcción	4,2	4,3	5,2	12,4	11,1
Servicios	26,5	28,5	33,7	43,9	50,5

Fuente: Alcaide (2003). Elaboración propia.

Cuadro 14. Málaga. Sector de Hostelería y Restaurantes (HR). VAB (Millones pesetas corrientes) y Empleo Total

	1955	1965	1975
<u>VAB</u>			
HR	276	1.531	10.112
HR/VAB Málaga %	3,8	5,4	7,9
HR/HR España %	2,7	3,3	4,2
<u>Empleo</u>			
HR	9.562	17.551	30.541
HR/Empleo Málaga %	3,7	6,4	10,5
HR/HR España %	2,6	3,4	4,7

Fuente: Fundación BBVA (1999).

Por último, no hay que olvidar que el *boom* turístico tuvo en Málaga un impacto urbanístico notablemente negativo. Fueron unos años en los que primaron la especulación y la anarquía urbanística. Por un lado, comprar y vender terrenos ubicados en los municipios costeros fue un negocio muy lucrativo: “se compraba un pedazo de tierra, un huerto, por 20.000 pesetas y a los ocho días se vendía en veinte mil duros”<sup>63</sup>. Y, por otro, la elaboración por parte de los poderes públicos de documentos, estudios y planes de ordenación turística y territorial no impidieron un crecimiento incontrolado de la Costa del Sol, en el que predominó la ocupación intensiva y en altura del litoral. La ausencia de una organización superior que “orientase, encauzase y controlase racionalmente las actividades” emprendidas por la iniciativa privada produjo “graves perjuicios, tanto de signo económico, como estético, como, en fin y destacadamente, urbanístico”<sup>64</sup>.

## 5.- Conclusiones

Hasta el inicio de la guerra civil, la ciudad de Málaga fue un modesto destino turístico que fue poco a poco ganando adeptos entre los turistas promocionándose como un lugar en la que se podía disfrutar de un clima envidiable, sobre todo en invierno, que ofertaba balnearios marítimos, una variada hotelería y atractivos eventos de índole religiosa, festiva y deportiva, y al que se podía acceder, aunque no sin dificultades, por vía marítima, terrestre y, desde 1919, aérea.

Fue lo largo de los años dorados del capitalismo cuando Málaga, y fundamentalmente su costa occidental, se convirtió en uno de los principales destinos turísticos europeos. Durante el *boom* turístico el centro de gravedad se trasladó de la capital a los municipios litorales del oeste de la provincia. Torremolinos, Marbella, Fuengirola, Benalmádena, entre otros, se convirtieron, gracias a sus buenas playas, de las que carecía la ciudad de Málaga, su abundante mano de obra, sus grandes superficies de terreno sin ocupar y barato, y su buena comunicación, con un aeropuerto bastante cercano, en el

<sup>63</sup> Palomino (1968), pp. 83.

<sup>64</sup> Ministerio de Información y Turismo (1969), p. 23.

destino preferido de los inversores, de los turoperadores y, en definitiva, de los turistas. En apenas dos décadas, la Costa del Sol desplazó a la capital de la provincia y se convirtió, gracias sobre todo a la demanda extranjera, en una zona turística de renombre internacional.

La transformación del turismo en un fenómeno masivo influyó decisivamente en la evolución de la población malagueña, tanto en su crecimiento como en su distribución espacial, y en la profunda modernización que experimentó la estructura económica provincial en el tercer cuarto del siglo XX. Pero, por otro lado, como fue un proceso marcado por la especulación, la anarquía y el crecimiento incontrolado, también generó un indudable e irreparable impacto negativo de índole urbanística y medioambiental.

## Bibliografía

- ALCAIDE INCHAUSTI, Julio (2003): *Evolución económica de las regiones y provincias españolas en el siglo XX*, Fundación BBVA, Bilbao.
- ANDERSEN, Hans C. (1988): *Viaje por España*, Alianza, Madrid.
- ARCAS CUBERO, Fernando y GARCÍA SÁNCHEZ, A. (1980): “Los orígenes del turismo malagueño: La Sociedad Propagandística del Clima y Embellecimiento de Málaga”, *Jábega*, nº 32, pp. 42-50.
- BARCIELA, Carlos, MANERA, Carles, MOLINA, Ramón y Di VITTORIO, Antonio (eds.) (2011): *La evolución de la industria turística en España e Italia*, Institut Balear d’Economia, Palma de Mallorca.
- BATTILANI, Patrizia (2001): *Vacanze di pochi, vacanze di tutti. L’evoluzione del turismo europeo*, Il Mulino, Bologna.
- BATTILANI Patrizia e STRANGIO, Donatella (a cura di) (2007): *Il turismo e le città tra XVIII e XXI secolo*, FrancoAngeli, Milano.
- BAYÓN MARINÉ, Fernando (dir.) (1999), *50 años del turismo español. Un análisis histórico y estructural*, Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.
- BENÍTEZ FERRETER, J. (Editor) (1921-1926): *Guía de Málaga*, Málaga.
- BERRINO, Annunziata (2011): *Storia del turismo in Italia*, Il Mulino, Bologna.
- BOTKIN, Vasili P. (2012): *Cartas sobre España*, Miraguano, Madrid.
- BUADES, J. (2004): *On brilla el sol. Turismo a Balears abans el boom*, Res Pública Edicions, Ibiza.
- CALS, Joan (1974): *Turismo y política turística en España: una aproximación*, Ariel, Barcelona.
- CAMPOS TURMO, Ramiro (1928): *Costabella (La Riviera española). Notas para la implantación de una ruta de turismo*, La Moderna, Málaga.
- CENTRO OFICIAL DE INFORMACIÓN DEL TURISMO (1929): *Málaga. Privilegiada estación de invierno. Guía del turista*, Málaga.
- CHAUMIÉ, Jacques (1911): *Industrie et Commerce de Málaga en 1910*, Typographie Adrien Marechal, París.
- CONSEJO ECONÓMICO SOCIAL SINDICAL DE LA PENIBÉTICA (1974): *La Penibética en cifras*.
- CORREYERO, Beatriz y CAL, Rosa (2008): *Turismo: La mayor propaganda de Estado. España: desde los orígenes hasta 1951*, Vision Net, Madrid.
- CUADRADO ROURA, Juan R. y TORRES BERNIER, Enrique (1978): “El sector turístico y su entorno socioeconómico. Una aproximación al caso de la Costa del Sol”, *Información Comercial Española*, Enero, pp. 82-105.

- CUSTINE, Astolphe (1838): *L'Espagne sous Ferdinand VII*, Chez Ladvocat, Paris.
- DAVILLIER, Charles y DORÉ, Gustave (1998): *Viaje por España*, Miraguano, Madrid.
- DÍAZ DE ESCOVAR, Narciso (s.a.): *El clima de Málaga*, Archivo Díaz de Escovar, Caja 103, Manuscrito, Málaga.
- DIRECCIÓN GENERAL DE EMPRESAS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS (1970-1975 a): *Guía de hoteles*, Madrid.
- DIRECCIÓN GENERAL DE EMPRESAS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS (1970-1975 b): *Guía de campings*, Madrid.
- DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO (1948-1951): *Los hoteles de España. Guía oficial abreviada*, Madrid.
- DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO (1959-1965): *Guía de hoteles de España*, Madrid.
- DOXIADIS IBÉRICA (1963): *Estudio para el Desarrollo Turístico de la Costa de Málaga-Cabo de Gata*, Presidencia del Gobierno, Madrid.
- DUBÁN REMÓN, Jesús (1972): *Infraestructura turística*, Consejo Económico-Social de la Penibética, Artes Gráficas RAFRA, Granada.
- ESTEVE SECALL, Rafael (1982): *Ocio, turismo y hoteles en la Costa del Sol*, Diputación Provincial de Málaga, Málaga.
- ESTEVE SECALL, Rafael (2005): *El turismo, la hacienda municipal y la Semana Santa en Málaga durante el primer tercio del siglo XX*, Universidad de Málaga, Málaga.
- ESTEVE SACALL, Rafael y FUENTES GARCÍA, Rafael (2000): *Economía, historia e instituciones del turismo en España*, Pirámide, Madrid.
- FÁBREGAS, Esteban (1974): *The Costa Brava: before and after the tourist*, Atheneum, Barcelona.
- FARRERAS, Antoni (1973): *El turismo en Catalunya: del 1931 al 1936*, Portic, Barcelona.
- FERNÁNDEZ FUSTER, Luis (1991): *Historia general del turismo de masas*, Alianza, Madrid.
- FORD, Richard (1992): *Manual para viajeros por España y lectores en casa*, Turner, Madrid.
- FUNDACIÓN BBVA (1999): *Renta Nacional de España y su distribución provincial*, Bilbao.
- GAUTIER, Théophile (1998): *Viaje a España*, Cátedra, Madrid.
- GAVILANES VÉLAZ DE MEDRANO, Juan (2012): *El viaje a la Costa del Sol (1959-1969): Proyecto y transformación en los inicios del turismo moderno*, Tesis Doctoral, Universidad Politécnica de Madrid.
- GOBIERNO CIVIL DE MÁLAGA (1964): *La Costa del Sol y sus problemas*, Málaga.
- GUÍA DE HOTELES DE ESPAÑA (1917), Tipografía de Manuel Carmona, Sevilla.
- GUZMÁN MUÑOZ, Antonio y SUPERVIELLE DE ANDRADE, José (1906): *Guía de Málaga y su Provincia*, Málaga.
- HEREDIA FLORES, Víctor M. (2000): "La arquitectura del turismo. Los orígenes de la oferta hotelera en Málaga (Siglos XIX-XX)", *Jábega*, nº 86, pp. 3-20.

- IMPRESA LA ESPAÑOLA (1918): *Guía completa de Málaga. Plano de Málaga*, Málaga.
- INGLIS, Henry D. (1831): *Spain in 1830*, Whitaker Treacher and Co., Londres.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (1943-1975): *Anuario Estadístico de España*, Madrid.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (1966-1970): *Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos turísticos*, Madrid.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (1971-1972): *Estadística del movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros y acampamentos (campings)*, Madrid.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (1973-1975): *Estadística de turismo. Viajeros en hoteles y acampamentos. Resumen anual*, Madrid.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2013): *Encuesta de ocupación hotelera*, Madrid.
- JIMÉNEZ GUERRERO, José (2000): *Breve historia de la Semana Santa de Málaga*, Sarriá, Málaga.
- LACOMBA, Juan Antonio (1987): *Crecimiento y crisis de la economía malagueña*, Diputación Provincial de Málaga, Málaga.
- LARA GARCÍA, María Pepa (1997): *La cultura del agua: los baños públicos en Málaga*, Sarriá, Málaga.
- LEÓN, Luis de (1894): *Málaga, estación de invierno*, Tipografía de Las Noticias, Málaga.
- MAJADA NEILA, Jesús (1986): *Viajeros románticos en Málaga*, Librería Cervantes, Salamanca.
- MARCOLAINS, Pedro (1893): *Medios prácticos de convertir a Málaga en la mejor estación de invierno de Europa*, Tipografía de la Viuda e Hijos de J. Giral, Málaga.
- MARTÍNEZ MONTES, Vicente (1880): *Del clima de Málaga*, Imprenta de R. Giral, Málaga.
- MATEO AVILÉS, Elías de (1993): *La emigración andaluza a América (1850-1936)*, Arguval, Málaga.
- MATEO AVILÉS, Elías de (2002): *Historia de la Feria de Málaga*, Arguval, Málaga.
- MELLADO MORALES, Vicente M. y GRANADOS CABEZAS, Vicente (coords.) (1997): *Historia de la Costa del Sol*, Prensa Malagueña S.A., Málaga.
- MINISTERIO DE INFORMACIÓN Y TURISMO (1963-1976): *Anuario de Estadísticas de Turismo*, Madrid.
- MINISTERIO DE INFORMACIÓN Y TURISMO (1969): *Plan de Promoción Turística de la Costa del Sol*, Madrid, Madrid.
- MINISTERIO DE INFORMACIÓN Y TURISMO (1970-1974): *El turismo en la provincia de Málaga*, Negociado de Estadística de la Delegación Provincial de Información y Turismo, Málaga.
- MOLERO, R. y MUÑOZ, L. (eds.) (1927): *Guía del bañista en Málaga*, Málaga.
- MORENO GARRIDO, Ana (2007): *Historia del turismo en España en el siglo XX*, Síntesis, Madrid.
- MORENO GARRIDO, Ana y PELLEJERO MARTÍNEZ, Carmelo (2015): "La red de establecimientos turísticos del Estado (1928-1977), ¿necesidad hotelera o política turística?", *Revista de Historia Industrial*, nº 59, pp. 147-178.

- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2006): *Tourism Market Trends*.
- PACK, Sasha David (2009): *La invasión pacífica: los turistas y la España de Franco*, Turner, Madrid.
- PALOMINO, Ángel (1968): "La Costa del Sol, un puro milagro español", *Información Comercial Española*, Septiembre, pp. 83-88.
- PAREJO BARRANCO, Juan Antonio (2009): *Historia económica de la provincia de Málaga (1833-2008)*, Centro de Ediciones de las Diputación Provincial de Málaga, Málaga.
- PATRONATO NACIONAL DEL TURISMO (1929): *Guía Oficial de Hoteles, Pensiones, Casas de Viajeros, Restaurantes, Bares y Garajes*, Madrid.
- PATRONATO NACIONAL DEL TURISMO (1930): *Memoria de los trabajos realizados por el Patronato Nacional del Turismo desde julio de 1928 a 31 de diciembre de 1929*, Talleres Voluntad, Madrid.
- PATRONATO NACIONAL DEL TURISMO (1931): *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*, Talleres Voluntad, Madrid.
- PELLEJERO MARTÍNEZ, Carmelo (1990): *La filoxera en Málaga. Una crisis del capitalismo agrario andaluz*, Arguval, Málaga.
- PELLEJERO MARTÍNEZ, Carmelo (1995): "El turismo como alternativa económica en la Málaga de principios de siglo: Informe del Cónsul de Francia", *Revista de Estudios Regionales*, nº 42, pp. 297-312.
- PELLEJERO MARTÍNEZ, Carmelo (2005): "Turismo y economía en la Málaga del siglo XX", *Revista de Historia Industrial*, nº 29. Año XIV. 3, pp. 87-114.
- PELLEJERO MARTÍNEZ, Carmelo (2007): "El auge del turismo en Málaga durante el reinado de Alfonso XIII (1902-1931)", en BATTILANI P. e STRANGIO, D. (a cura di): *Il turismo e le città tra XVIII e XXI secolo*, FrancoAngeli, Milano, pp. 127-155.
- PELLEJERO MARTÍNEZ, Carmelo (2009): "Tourism on the Costa del Sol", en SEGRETO, L., MANERA, C. and POHL, M. (eds.) (eds.): *Europe at the seaside. The economic history of mass tourism in the Mediterranean*, Berghahn Books, New York-Oxford.
- PELLEJERO MARTÍNEZ, Carmelo (2011): "Turismo y desarrollo económico en Andalucía durante la segunda mitad del siglo XX": en BARCIELA, C., MANERA, C., MOLINA, R. y Di VITTORIO, A. (eds.): *La evolución de la industria turística en España e Italia*, Institut Balear d'Economia, Palma de Mallorca, pp. 43-92.
- PELLEJERO MARTÍNEZ, Carmelo (2015): "La red de establecimientos turísticos del Estado en la España autárquica (1939-1959)", *Revista de la Historia de la Economía y de la Empresa*, IX, pp. 183-209.
- PELLEJERO MARTÍNEZ, Carmelo (dir.) (1999): *Historia de la economía del turismo en España*, Civitas, Madrid.
- PROMOTORES DE LA COSTA DEL SOL (1974): *Esquema de planificación del desarrollo de la Costa del Sol Occidental*, Málaga.
- RAMOS POWER, José (1895): *Málaga, estación de invierno. Por y para ella*, Tipografía de Poch y Creixell, Málaga.
- REINOSO BELLIDO, R. (2005): *Topografías del Paraíso. La construcción de la ciudad de Málaga entre 1897 y 1959*, Colegio Oficial de Arquitectos, Sevilla.

- ROYO NARANJO, Lourdes (2013): *Turismo, desarrollo, arquitectura. La aventura de la modernidad*, Universidad de Sevilla-Junta de Andalucía, Sevilla.
- SECRETARÍA GENERAL PARA LA ORDENACIÓN ECONÓMICO-SOCIAL (1948): *Programa de necesidades de la provincia de Málaga*, Madrid.
- SECRETARÍA GENERAL PARA LA ORDENACIÓN ECONÓMICO-SOCIAL (1955): *Estudio para la Ordenación Turística de la Costa del Sol*, Madrid.
- SEGRETO, Luciano, MANERA, Carles and POHL, Manfred (eds.) (2009): *Europe at the seaside. The economic history of mass tourism in the Mediterranean*, Berghahn Books, New York-Oxford.
- SINDICATO DE INICIATIVA Y PROPAGANDA DE MÁLAGA (1911): *Guía compendiada de la ciudad*, Málaga.
- SISTEMA DE ANÁLISIS Y ESTADÍSTICAS DEL TURISMO DE ANDALUCÍA (2014): *Balance del año turístico en Andalucía. 2013*, Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, Consejería de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía.
- UTRILLA NAVARRO, Luis (1999): *El aeropuerto de Málaga. Ocho décadas de historia del transporte aéreo*, Arguval, Málaga.
- 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*, VII, pp. 423-452.
- VALLEJO POUSADA, Rafael (2014), *De país turístico rezagado a potencia turística. El turismo en la España de Franco*, Asociación Española de Historia Económica, Documento de Trabajo nº 1408, Madrid.
- VELASCO GONZÁLEZ, María (2004): *La política turística. Gobierno y Administración Turística en España (1952-2004)*, Tirant Lo Blanch, Valencia.