

**LARRINAGA, Carlos. 2021. *De la fonda al hotel. Turismo y hotelería privada en España entre 1900 y 1959*. Granada: Editorial Comares, 151 pp.**

¿Cuáles fueron los factores que llevaron a nuestro país a convertirse en uno de los mayores destinos turísticos mundiales? La respuesta a esta pregunta resulta especialmente compleja y este libro pretende contestarla desde la perspectiva de la oferta hotelera —que incluye todos sus componentes: habitación, restauración y servicios anejos— en el largo plazo. Escasean en nuestros medios académicos los estudios sobre la historia del turismo, aunque abundan los análisis del corto y medio plazo, y es algo que contrasta con lo que sucede en otros ámbitos europeos, como en Francia, Italia, Reino Unido, Portugal o Suiza, por citar tan solo algunos de los referentes más significados. El libro que el lector tiene en sus manos viene a cubrir en gran parte ese vacío y lo hace desde el período que transcurre de finales del siglo XIX, cuando aparecieron los primeros hoteles privados destinados a albergar turistas, a las postrimerías del primer franquismo, cuando el país se convirtió en un destino de referencia. Su autor es Carlos Larrinaga, profesor e investigador de la Universidad de Granada y uno de los pioneros en los estudios sobre los movimientos de población que conformaron la actividad turística. Larrinaga ha dedicado gran parte de su trayectoria profesional a su exploración —y conoce muy bien, además, su dimensión europea—, tanto desde la perspectiva de la salud y el bienestar (balnearios), como desde la del denominado turismo *de ola* o de playa. En esta ocasión intenta cimentar con una mirada microeconómica, que no pierde de vista las dimensiones macro, una construcción generalista, pero sin postergar las realidades parciales que afectaron a ciudades como San Sebastián, Madrid o Barcelona o a experiencias de determinadas empresas y operadores turísticos singulares.

El libro aparece dividido en seis partes y unas breves conclusiones. En la primera se definen de manera precisa los objetivos y la metodología empleada. Se trataría de estudiar en el largo plazo la evolución de la oferta hotelera privada —se excluyen así las inversiones públicas, significativas durante las dictaduras de Primo de Rivera y del general Franco—, dirigida a un destino turístico en el que la ociosidad y el placer resultaban fundamentales, y dejar deliberadamente de lado la que se ocupa de satisfacer otro tipo de demanda, como las fondas y posadas para viajeros que lo hacían por necesidad. Aclarado esto, en la segunda parte se analizan los orígenes de la actividad en España, cuyas primeras manifestaciones surgieron vinculadas al turismo de salud —bal-

nearios del siglo XVIII y gran parte del XIX—, del que se despegó a lo largo de la centuria hasta alcanzar un nuevo paradigma en el que la salud abre el paso a las manifestaciones de bienestar. Nace así el Gran Hotel, vinculado a los balnearios del norte de España, dirigido a satisfacer una demanda de clases medias y altas, como elemento clave en el nacimiento del turismo moderno y que exigía además inversiones cuantiosas.

En la tercera parte analiza el autor los orígenes y el desarrollo de la oferta turística propiamente dicha, que va de los antiguos mesones, posadas y paradores, a las casas de huéspedes, casas de alquiler, fondas y, finalmente, hoteles que florecieron a fines del siglo XIX. La aparición de estos últimos no solo se explica por el crecimiento del tráfico de viajeros sino, y sobre todo, por un fenómeno complejo, que apenas ha sido estudiado y que guarda relación con los cambios en las pautas en el comportamiento de los consumidores (clases medias y altas), con necesidad de nuevos espacios de sociabilidad al margen de playas y casinos. En suma, el hotel acabó desplazando en relevancia social y en crecimiento cuantitativo a otras modalidades de oferta turística hacia finales de siglo, como atestiguan los análisis detallados de San Sebastián, Barcelona, Madrid o A Coruña.

Un caso específico de oferta turística, la más reducida, lo constituyeron los *hoteles de lujo*, similares a los existentes en otros países europeos y dirigidos a grupos sociales de rentas altas y a cuyo examen destina el autor el capítulo cuarto de su libro. Promocionados desde finales del ochocientos por capitales extranjeros, singularmente británicos, se desarrollaron en algunas capitales de provincia con destino a clientes también extranjeros. Se trataba de un turismo de invierno que se extendió por el sur de la península y las islas y que tuvo su continuidad en la promoción nacional en los primeros años del novecientos.

El hilo temporal se reanuda en la quinta parte del libro, una de las aportaciones más personales del autor —junto con la sexta—, en la que analiza la oferta hotelera durante el primer tercio del siglo XX. Es en este período cuando se asentaron las bases para la creación de una industria turística moderna —aumento de los alojamientos, mejoras de los transportes, creación de agencias, aparición de un servicio de entretenimiento y diversión—, cuya evolución mantiene una fuerte correlación con los estudios macroeconómicos ya efectuados sobre el número de turistas extranjeros llegados a España, como los de Tena, Vallejo, Lindoso y Vilar, etc. y también, aunque a mucha distancia, con lo que sucedía en la Europa continental. Aparecieron, además, asociaciones gremiales que impulsaron todo tipo de iniciativas y, finalmente, hizo su aparición la intervención del Estado para regular y estimular las actividades turísticas y convertirse también en empresario hotelero (Red de Paradores). Para acercarse a esta época de formación, el autor recurre en primer lugar a una revisión de las fuentes ya exploradas por otros investigadores (las *Estadísticas de Contribución Industrial*) y de los *Anuarios Financieros*. En el primer caso, concluye a la vista de los datos que se había producido un crecimiento extraordinario de la oferta hotelera en ese primer tercio de siglo, con fases de intensificación diferentes. Una tasa alta entre 1900 y 1914; una mejora relativa entre 1914 y 1922 derivada de la Primera Guerra Mundial; un fortísimo rebote entre 1922 y 1930; un ligero retroceso durante el primer bienio republicano

y, finalmente, una recuperación a partir de 1933. Todo ello permite al autor calificar al período como de auténtico *boom*. Un segundo tipo de fuentes, entre las que se encuentran los registros mercantiles, la prensa, las guías turísticas y la información depositada en determinados archivos —AGA y AGP, entre otros—, le facultan para introducir matizaciones importantes a este comportamiento general, como es en el caso de Santander y San Sebastián, en donde recupera las figuras de empresarios pioneros que representaron un salto cualitativo en la configuración de este primer turismo hotelero. Analiza también el caso de Barcelona y su ciclo inversor iniciado tempranamente en el siglo XIX, la formación de las primeras patronales y la creación de medios propios de prensa. Con todo, sobresale el hecho del predominio de la empresa familiar, algo similar a lo sucedido en Italia, pese a su mayor desarrollo turístico. Las fuentes habilitan, además, al autor para hacer un seguimiento de las sociedades donde se produjo una separación entre propiedad y gestión, en ciudades sobre todo del levante y el sur peninsulares y, especialmente, estudiar a fondo la oferta de lujo según el modelo de César Ritz y sus establecimientos integrales —que fusionan por primera vez hotelería y restauración— para atraer a clientes internacionales de elevado poder adquisitivo, apartado al que dedica una especial atención.

El estallido de la Primera Guerra Mundial supuso en principio un beneficio turístico para el país en la medida que se había producido un éxodo del turismo internacional de alto *standing* con presencia en el sur de Francia —«mientras en el país vecino se libraba la sangrienta batalla del Marne, San Sebastián era una fiesta», señala el autor— y en especial una permanencia en la península de los españoles que viajaban a una Europa ahora en guerra. De esta oleada se beneficiaron obviamente las poblaciones vascas, próximas a Biarritz, pero también las ciudades de Santander —con apoyo de la familia real y del éxito de su turismo de ola— o Barcelona, donde se construyeron hasta ocho hoteles a lo largo de La Rambla, además de un nuevo Ritz en el que invirtieron destacados miembros del empresariado local, como los Cambó, Arnús o Güell. Esta oleada expansiva derivada de la guerra tuvo también su eco en pequeñas ciudades como Logroño, A Coruña, Málaga y otras capitales de provincia, y aun en localidades menores. Al tiempo, se aprovechó la bonanza para establecer una organización más sólida de la industria.

Tras la guerra, y contra todo pronóstico, se produjo un nuevo ciclo inversor que permite hablar de una consolidación de los resultados obtenidos. Destacó en este nuevo ciclo el impulso experimentado por la hostelería de lujo de la Ciudad Condal, donde se inauguró el mítico Majestic y finalizó la construcción del Ritz. En general, estamos en una nueva fase expansiva superior a la anterior y similar a lo que sucedía en la escena internacional, algo que en gran medida el autor relaciona con el impulso proporcionado por la Exposición Universal de Barcelona (1929) y, sobre todo, por la Exposición Iberoamericana de Sevilla (1929-1930), ciudad que se convirtió en aquellos momentos en pionera hotelera de España —disponía de 84 establecimientos que sumaban unas 15.000 plazas, lo que suponía superar a Madrid, con unas 6.550; a Barcelona, con 5.000, o San Sebastián, con 3.190— y que ejerció una poderosa influencia sobre algunas capitales andaluzas, como Córdoba, Granada o Málaga. En paralelo, en los años veinte se desencadenó un fenómeno de singular relevancia en la medida en

que junto al crecimiento de una oferta de lujo, destinada a consumidores internacionales de alto *standing*, se aprecia un mayor crecimiento de establecimientos dirigidos a clientes de clases medias, lo que permite hablar según el autor de «una cierta democratización del turismo», algo que acredita la evolución hotelera de ciudades como San Sebastián, Bilbao, Madrid, A Coruña, Santander, Barcelona o Málaga. Todo ello puso de manifiesto un fenómeno de fondo, el de la *meridionalización* del turismo, que evidencia ya la emergencia del paradigma de sol y playa. Al mismo tiempo, observamos una mayor capacidad organizativa del sector, muy temprana en Cataluña (Asociación de Fondistas de Barcelona, c. 1883), con la creación de diferentes asociaciones empresariales en algunas ciudades hasta converger en una Federación Hostelería Española (1922).

Por último y como culminación de esta etapa expansiva que transcurre entre la Primera Guerra Mundial y la Guerra Civil, cabe reseñar la creación en Cataluña en 1930 de un verdadero *holding* turístico, el grupo Hoteles Reunidos, S. A. (HUSA), que integraría alojamientos, balnearios, restauración, transporte de viajeros, explotación de baños, cafeterías, bares y parques de atracciones, y que ha logrado mantenerse hasta la actualidad y expansionarse al tiempo en el plano internacional.

Nuestra Guerra Civil interrumpió muchas de estas actividades, entre ellas el crecimiento de la industria turística, como señala la última de las partes del libro de Larrinaga, que se extiende entre el final de la década de los treinta y la publicación del Plan de Estabilización en 1959. En la zona republicana, gran parte de la infraestructura hotelera se había destinado a sedes de instituciones públicas, de partidos, sindicatos o delegaciones extranjeras, mientras que, en la franquista, pasado el desconcierto inicial, aún mantuvo alguna relevancia. En este sentido, se creó un Servicio Nacional de Turismo, adscrito al Ministerio del Interior, que más que promover la actividad turística se utilizó sobre todo como instrumento de propaganda y de obtención de divisas. Entre otras experiencias, el autor destaca —y esta es una aportación que apenas conocíamos con suficiencia, pese a algunos reportajes periodísticos en forma de libro— la puesta en marcha de unas Rutas Nacionales de Guerra en 1938, tras la caída del norte en la contienda. En ellas, los turistas extranjeros acompañados de guías-intérpretes recorrían opcionalmente durante nueve días los trayectos entre Irún y Oviedo, el de las rías gallegas a Santander por la cornisa cantábrica o el llamado de Andalucía, con alojamiento en grandes hoteles. El objetivo, como señala Larrinaga, no era otro que el de dar una mejor imagen de la España franquista en el exterior más que la propia obtención de divisas que, pese a lo que se había señalado en otros estudios, resulta muy escasa cuando conocemos las cifras. Finalizada la contienda, el nuevo régimen se caracterizó por una fuerte intervención y control sobre el negocio turístico y sus organizaciones empresariales, superior al de otras actividades económicas, que dejaron un escaso margen para la iniciativa privada. De este modo, en 1940 se creó el Sindicato Nacional de Hostelería y Similares que, pese a sus múltiples objetivos gremiales, derivó en una simple correa de transmisión del poder político. En este sentido, se hizo necesaria la reorganización del sistema turístico y la recuperación de los flujos de preguerra mediante una orden de 1939 del Ministerio de Gobernación, con una reglamentación detallada de la tipología hotelera, de la clasi-

ficación de los establecimientos y, sobre todo, de la fijación de precios, con una rigidez en las tarifas que impidieron al mercado situarse en los niveles de la inflación desbocada de los años cuarenta. Además, la recuperación se vio entorpecida por el estallido de la Segunda Guerra Mundial y el aislamiento político del régimen franquista, que alejó todavía más de los destinos españoles a los visitantes extranjeros. ¿Sustituyó el turismo interior al exterior? En alguna medida parece que asomaba esa posibilidad a tenor del éxito obtenido por las islas Baleares, que manifestaron las grandes potencialidades de la actividad. Sin embargo, el régimen franquista intentó por todos los medios disponibles restablecer el turismo exterior tras la recuperación europea mediante el establecimiento de unos tipos de cambio específicos y diferentes a los oficiales, el aprovechamiento de la estancia de personajes famosos en España, como la visita de Eva Perón, o la invitación a conocer el país a relevantes empresarios estadounidenses. No obstante, agobiado por la escasez de divisas, el régimen comenzó a abrirse al exterior a fines de los años cuarenta. En este sentido, al establecerse un nuevo tipo de cambio específico para el dólar turístico, los empresarios del sector se vieron abocados a mantener por reglamento unos precios muy bajos, pero atractivos en el exterior, abriéndose de este modo un mundo de posibilidades que eclosionarán en la década de los cincuenta. Durante esos años se desarrolló la polémica sobre las consecuencias morales del turismo, al que se atribuían desde posiciones integristas efectos perversos sobre los hábitos de consumo de los españoles. Con todo, la evidencia de que la actividad se había convertido en la principal partida de compensación en la balanza de pagos apagó sus ecos. Y para mayor infortunio de los puritanos, acabó por consolidarse una *mediterraneización* del turismo en las pautas de los consumidores extranjeros.

El autor finaliza esta sexta parte con una recapitulación de los factores que influyeron en el despegue de los años cincuenta. Por un lado, analiza los de tipo más general, que afectaron al conjunto de las relaciones políticas y tuvieron una incidencia indudable en la actividad turística, como la tenue apertura del régimen, las ayudas y préstamos norteamericanos que se formalizarían en 1953 con la firma de los Tratados de Madrid y, además, la firma del concordato con el Vaticano, también de 1953. Junto a ellos, otros de naturaleza más específica, entre los que destacaron la publicidad exterior, sobre todo en Gran Bretaña, el establecimiento de un tipo de cambio aún más favorable para el dólar turístico y la eliminación de los visados, unos precios de derribo en hoteles y restauración que, junto con una dotación de factores excelente (sol y playa), se convirtieron en las principales ventajas competitivas de la industria turística frente a los operadores exteriores. Ante estas perspectivas, el complejo hotelero destinado a los extranjeros se extendió en particular por las Baleares, el área mediterránea y el sur de la península, pero también se abrió al turismo interior por la mejora en las condiciones de vida de los españoles en relación con la penuria de los años cuarenta. La actividad turística se convirtió en algo muy rentable para la inversión empresarial, estimulada por una demanda en crecimiento, unos bajos costes para la construcción y unos exiguos salarios, de modo que se produjo en esos años una especie de fiebre urbanizadora. Para estimular aún más la inversión, el Gobierno decretó en 1957 la liberalización de los precios hoteleros, que con todo continuaron siendo

los más bajos de Europa y, solo un año después, la creación del Crédito Hotelero, con el que la Administración ofrecía líquido a los empresarios del sector a un tipo de interés muy inferior al de mercado.

En suma, el libro de Larrinaga constituye un estudio que condensa las más de cinco décadas significativas que explican la transformación del país en uno de los destinos favoritos del turismo exterior, se apoya en una sólida bibliografía que el autor maneja juiciosamente y en unas fuentes que le permiten profundizar en aquellos aspectos donde otros investigadores habían abandonado por falta de evidencias. A mi juicio, la única objeción que se le puede atribuir a este ensayo es la inadvertencia de la excelente bibliografía portuguesa más reciente, un olvido muy común por otra parte, pese a que el país vecino mantuvo una trayectoria empresarial similar a la nuestra y paradójicamente más temprana. Asimismo, se echa también en falta una mayor atención a la discusión sobre el papel de las transformaciones en las pautas de consumo durante el siglo XIX, que acabaron por imponer el *paradigma del ocio*, del placer del turista como objetivo primordial y que ha sido estudiado en gran medida por sociólogos como Joffre Dumazedier. Sin embargo, no es algo que ensombrezca esta excelente monografía que muchos echábamos a faltar.

LUIS ALONSO ÁLVAREZ  
Universidad de A Coruña