



Trabajo Fin de Grado

Free Tours: estudio del sector de guías turísticos, legislación y análisis de la problemática actual.

Free Tours: study of the sector of tour guides, legislation and analysis of the current situation.

Autora

Julia Yagüe Perruca

Director

Nicolás Alejandro Guillén Navarro

ESCUELA DE TURISMO UNIVERSITARIA DE ZARAGOZA

2017

ÍNDICE

RESUMEN	3
JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS	3
METODOLOGÍA.....	4
AGRADECIMIENTOS.....	5
1. INTRODUCCIÓN AL CONCEPTO DE FREE TOURS	5
1.1. Marco teórico.....	5
1.2. El funcionamiento de los free tours	6
1.2.1. Free tours en ámbito internacional.....	7
1.2.2. Free tours en ámbito nacional	8
1.3. Otras figuras de guías no oficiales. Los <i>greeters</i>	10
2. GUIAS OFICIALES	10
2.1. Características, ámbito de actuación	10
2.2. Próximas tendencias en el sector de las visitas guiadas	12
3. LEGISLACIÓN VIGENTE	13
3.1. Directiva europea Bolkestein y transposición de ésta en España.....	13
3.2. Adaptación de la directiva en las Comunidades Autónomas: Caso de Aragón, Cataluña y Comunidad de Madrid.	14
3.3. Legislación internacional. Asociaciones de guías internacionales. Objetivos	18
4. PROBLEMÁTICA DE LOS FREE TOURS FRENTE A LAS GUÍAS OFICIALES	19
4.1. Pros y contras que presentan los free tours. Análisis DAFO.....	19
4.2. Problemática surgida con los free tours	21
4.2.1. Competencia desleal en el sector e intrusismo laboral	21
4.2.2. Economía sumergida	22
5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS: OPINIONES DIVIDIDAS.....	23
5.1. Metodología seguida para la obtención de los datos	23
5.1.1. Encuesta vía medio electrónico	24
5.1.2. Entrevista	25
5.2. Análisis de los resultados	26
5.2.1. Resultados del cuestionario	26
5.2.2. Resultados de la entrevista	28
CONCLUSIONES	29
BIBLIOGRAFÍA.....	31
ANEXOS	

RESUMEN

La economía colaborativa en el sector turístico ha llegado con fuerza a nivel mundial estando presente prácticamente en todos los servicios del sector como el alojamiento, el transporte, la restauración y ahora también en las visitas guiadas. El fenómeno “free tour” forma parte de este modelo colaborativo y desde 2003 que se inició en Alemania, no ha parado de aumentar. Estos free tours tienen la peculiaridad de no tener un precio fijado por visita, sino que se sustentan en base a las propinas voluntarias entregadas al final del recorrido y en función de la valoración del turista.

Este nuevo modelo de negocio ha causado una gran controversia en el sector de los guías oficiales de turismo tanto nacional como internacionalmente y muchos medios de comunicación se han hecho eco de la noticia. Desde que se liberalizó la prestación del servicio de guía turístico en 2009, se ha producido un vacío legal que estas empresas de free tour aprovechan para operar en las ciudades más turísticas del mundo.

Palabras clave- guías turísticos, free tours, visitas guiadas, guías oficiales, economía colaborativa, economía sumergida.

JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS

El motivo primordial por el que he decidido tratar el tema de “free tours” su marco legal y polémica actual en mi Trabajo Fin de Grado, es la inquietud por conocer los dos puntos de vista del debate tanto de guías oficiales como de las empresas encargadas de realizar free tours en ámbito nacional e internacional. Asimismo, de entre las polémicas que hay en el sector turístico, los free tours no ha sido uno de los temas más estudiados a fondo durante el Grado de Turismo. Por estas razones, creo que es necesario profundizar más en el tema y tratar de obtener una visión global del conflicto.

Los objetivos principales de este Trabajo Fin de Grado son: conocer en profundidad y analizar este nuevo modelo de negocio en la economía colaborativa aplicado a las visitas guiadas. La regulación vigente del sector de guías turísticos y la problemática surgida en torno a la competencia desleal con los guías oficiales, son cuestiones importantes a tratar en el proyecto. Por último, el análisis de las opiniones de personas próximas al sector turístico (guías oficiales, estudiantes de turismo y trabajadores de empresas turísticas) puede marcar la diferencia a la hora de obtener conclusiones finales y obtener un resultado del trabajo más

completo. De esta manera, me permitirá conseguir información vista desde otra perspectiva pero sobre todo, contrastar fuentes y opiniones para poder formar así mis propias conclusiones. Además, este proyecto me ayudará a poner en práctica los conocimientos adquiridos en el Grado de Turismo. Por último, el análisis y funcionamiento de estas empresas de tours gratuitos y el ámbito de operación de estos complementarían la meta a alcanzar con este proyecto.

METODOLOGÍA

Para la elaboración de este Trabajo Fin de Grado, ha sido imprescindible seguir ambas metodologías: cualitativa y cuantitativa. En cuanto al enfoque cualitativo, ofrece un planteamiento comprensivo de la realidad, es más abierto y adaptable al tema de estudio y se adquiere una concepción global de la investigación. La primera parte del trabajo comprende este enfoque cualitativo ya que se incluye la definición e introducción al concepto de los free tours, el ámbito de actuación de las guías oficiales, marco legislativo, etc. dando una visión compresiva del tema estudiado.

Por otro lado, el enfoque cuantitativo permitirá cuantificar y describir la realidad, pasar la realidad a números reduciendo así la complejidad. En cuanto a la última parte de este trabajo en la que se incluye el estudio, se empleará este enfoque cuantitativo puesto que era necesario comprobar lo argumentado en la primera parte con resultados numéricos.

Este proyecto ha requerido fuentes primarias y secundarias para la obtención de información y datos para la posterior investigación y redacción del tema a tratar. Estas fuentes primarias incluyen las entrevistas a guías oficiales de turismo y elaboración de cuestionarios a estudiantes del Grado de Turismo y profesionales del sector. Para el estudio descriptivo sobre los free tours, han sido utilizadas fuentes secundarias cualitativas consultando trabajos académicos en bibliotecas digitales y artículos de revistas especializadas en turismo.

Toda la información obtenida para la elaboración de este trabajo ha sido consultada en las siguientes plataformas:

- Alcorze (Biblioteca de la Universidad de Zaragoza)
- Dialnet (Sistema abierto de información de la Universidad de La Rioja)
- Google Academics
- Edición digital de *Hosteltur* (Portal español de noticias de turismo)
- Artículos de prensa

Por lo que respecta a la organización del trabajo, está estructurado en varios apartados. En primer lugar se encuentra el resumen e introducción que pone en contexto el tema a tratar (el conflicto de los free tours y guías turísticos oficiales) y justificación de la elección de mi tema. A continuación se incluye la metodología seguida para el posible desarrollo del trabajo.

El cuerpo del trabajo está ordenado en cinco apartados principales que abarcan: el concepto de free tours, ámbito de actuación de los guías oficiales, la legislación vigente (tanto nacional como Comunidades Autónomas), el planteamiento de la problemática surgida (economía sumergida, intrusismo laboral y competencia desleal) y el análisis de los resultados obtenidos de la investigación (entrevistas y encuestas). Por último, el apartado de conclusiones refleja las reflexiones finales tras haber investigado en profundidad sobre el tema La bibliografía se sitúa al final del documento. Los anexos se pueden consultar en el siguiente archivo.

AGRADECIMIENTOS

Brevemente, agradecer a todos aquellos que han facilitado la realización de este Trabajo Fin de Grado, mi familia, profesores de la universidad y compañeros de clase. También mencionar a la guía oficial de turismo que me atendió amablemente durante la entrevista y los compañeros que contribuyeron a la respuesta de mi cuestionario.

Por último agradecer a mi director del trabajo por aconsejarme y guiarme desde el primer momento en la elaboración del proyecto.

1. INTRODUCCIÓN AL CONCEPTO DE FREE TOURS

1.1. Marco teórico

Antes de profundizar en el conflicto generado acerca de los free tours, es necesario definir y delimitar el concepto de estas visitas guiadas. La idea de free tour –derivado del inglés “free” gratis- nace de la obligación de adaptar las nuevas necesidades de los viajeros al turismo cultural en las ciudades (Majjouty, 2016). Estos free tours se basan en un modelo de visita guiada en el que el viajero entrega la propina que quiere al final del trayecto. Según afirma una guía de Feel The City Tour, la media de las propinas que los participantes entregan está entre seis y diez euros por persona.

El turismo ha evolucionado partiendo de una tipología de sol y playa y mayoritariamente programado, a un turismo más activo en el que el viaje es organizado por el propio viajero. El nuevo perfil de turista que se crea, es un viajero que apuesta por un turismo más activo y cultural pero que en muchas ocasiones cuenta con un presupuesto ajustado.

Los hábitos y las necesidades de los consumidores están cambiando en estos últimos años siguiendo cada vez más la tendencia del modelo de consumo de la economía colaborativa. Los dos factores que han podido influir en este cambio son la popularización de internet y el uso masivo de las redes sociales (Jarne, 2016). Al igual que la plataforma *Uber* o *BlaBlaCar* en transporte y *Airbnb* o el *couchsurfing* en el sector de los alojamientos, llega este patrón de consumo a las visitas guiadas con los free tours.

La economía colaborativa se basa en “prestar, alquilar o vender productos en función de necesidades específicas” (EAE, 2017) por lo que los free tours prestarían el servicio de visita guiada con el valor añadido de ser más cercano al público y sobre todo gratuito. Por lo cual, en estos tours gratuitos por una parte puede existir un intercambio monetario y por otro un canje de conocimiento con el que nadie está obligado a pagar (Fàbregas, 2016).

El secreto de su éxito es que en estos tours no existe un precio fijado, los participantes dan la cantidad de dinero que ellos consideren teniendo en cuenta factores como la amabilidad del guía, las informaciones recibidas o el tiempo duración (Ostelea, 2016). Además la variada oferta de tour de la que disponen atrae mucho más la atención de los turistas. El caso de la empresa SANDEMANDS (más detallado a continuación), es la empresa alemana pionera que, desde 2003, comenzó a dar este servicio de tours guiados gratuitos estando presente en ciudades de toda Europa.

1.2. El funcionamiento de los free tours

El mecanismo para poder asistir a estos free tours es muy sencillo. Para realizar una visita guiada, se puede hacer la reserva previa en la web de la empresa encargada del tour. Si el turista lo prefiere, también puede presentarse a la hora concertada en el punto turístico de la ciudad programado. En esa localización, el guía es reconocido fácilmente ya que lleva una gorra o camiseta corporativa con el nombre del tour (Ostelea, 2016). La filosofía que siguen estas empresas es la de ofrecer tours sin pagar mostrando la ciudad de la manera más amena y cercana posible para el turista.



Imagen 1. Grupo de free tour en Barcelona. Fuente: web Feel Free Tours (2017)

Desde allí comienza el recorrido de duración variable de entre una a cuatro horas, realizando varias paradas en los monumentos más emblemáticos. Aunque la entrada al interior de estos monumentos históricos no la tienen permitida, en el exterior sí pueden trabajar.

Entonces la pregunta a formular sería, ¿cómo se mantienen estas empresas si se presupone que estos tours son gratuitos? Estas empresas se sustentan de las propinas que los participantes de los tour entregan voluntariamente al finalizar el recorrido. Habitualmente, los guías que trabajan en free tours, suelen estar dados de alta como autónomos y trabajan para estas empresas cuando hay grupos formados. Además de los recorridos a pie, también ofrecen otro tipo de recorridos como rutas nocturnas, en bicicleta, en segway, recorrido de bares (pub crawls) o gastronómicos que suelen ser de pago.

1.2.1. Free tours en ámbito internacional

Las dos ciudades pioneras que pusieron en marcha las empresas de free tours fueron Berlín –sede de la empresa SANDEMANs- y Ámsterdam que cuentan con más de una década de funcionamiento (Pozo, 2017). SANDEMANs es la empresa alemana pionera que, desde 2003, comenzó a dar este servicio de tours guiados gratuitos. En la actualidad presentan recorridos por 18 ciudades del mundo -aunque 15 de ellas son europeas- (SANDEMANs NEW EUROPE GmbH, 2016). A partir de la creación de ésta y comprobar que el fenómeno “free tour” se hacía cada vez más popular, han surgido nuevas compañías en muchas de las ciudades que ya operaba SANDEMANs como Madrid, Barcelona, Londres o Bruselas entre otras.

Este tipo de tours guiados han ganado popularidad y cada vez más son elegidos como primera opción a la hora de contratar un servicio de guía. Es una alternativa más económica que se adapta a un presupuesto ajustado para visitar un nuevo destino turístico.

Diversos buscadores online, anuncian tours no solo por Europa sino también por otros continentes del mundo: Norteamérica, Sudamérica, Asia y África. Las empresas que trabajan en Europa y el resto de continentes son muy numerosas y resulta muy difícil realizar su recuento. Ciudades como Nueva York, Jerusalén, Tel Aviv o Méjico cuentan con este tipo de recorridos.

Algunas de las ciudades europeas más importantes que cuentan con posibilidad de realizar free tours son: Londres, Dublín, Edimburgo, París, Ámsterdam, Bruselas, Brujas, Lisboa, Berlín, Múnich, Atenas, Praga, Budapest o Copenhague. Prácticamente en todas ellas hay disponibilidad de realizar los tours también en español. Durante el recorrido de estos tours, se muestran los puntos más turísticos de las ciudades teniendo una duración estimada de dos horas y media por tour.

1.2.2. Free tours en ámbito nacional

Visto el éxito de este modelo de negocio, no es de extrañar que haya llegado hasta España con tanta rapidez. En España funcionan numerosas empresas que se dedican a realizar estos free tours por diversas ciudades del país, sobre todo Madrid y Barcelona. El resto de poblaciones españolas también se están sumando a la tendencia y lugares como Sevilla, Mallorca, Valencia, San Sebastián, Bilbao, Granada o Málaga ya disponen de free tours. Estas rutas se ofrecen en una gran variedad de idiomas adaptándose así a la gran afluencia de turistas extranjeros que recibe España cada año, superando en 2016 75 millones de turistas internacionales (INE, 2016).

Es muy difícil poder localizar y contabilizar las cuantiosas empresas que se dedican a realizar tours gratuitos en España. A pesar de ello, se puede observar que las dos ciudades que más empresas de este tipo poseen y donde comenzó la expansión de los free tours son Madrid y Barcelona. Algunas de ellas operan en varias ciudades españolas e incluso europeas, otras actúan en una sola ciudad.

Como se muestra a continuación, estas empresas de free tours, tienen una clara evolución en nuestro país. Aunque el fenómeno comenzó en 2003, en España no llegó con fuerza hasta 2011 cuando surgieron las primeras compañías. Siendo su mayor expansión entre los años 2013 y 2015, ampliaron su ámbito de operación hasta varias ciudades españolas citadas anteriormente.

Empresas en Madrid	Año de creación
SANDEMANs	2003
Free Tour Madrid	2011
Ogo tours	2013
Xtreme Tours Madrid	2013
Madride Travel	2013
MadGreet	2015
Feel the city tours	2016
Trip tours Madrid	2016
Leaf Madrid	2016
Cibeles euro tours	2016
Wake up tours	-

Tabla 1. Listado de empresas de free tours en Madrid.

Fuente: elaboración propia

Empresas en Madrid	Año de creación
SANDEMANs	2003
B Side Free Tour Barcelona	2011
Next city tours	2012
Ogo tours	2013
feelfreetours.com	2015
Donkey tours Barcelona	2015
Free Walking tours bcn	-
Free Barcelona tours	-

Tabla 2. Listado de empresas de free tours en Barcelona.

Elaboración propia

En Barcelona, las visitas por los puntos monumentales y casco antiguo de la ciudad son imprescindibles en la oferta de los free tours. Además de estos, otros de los recorridos más solicitados y que se ofrecen son los relacionados con el Modernismo y Gaudí, el barrio Gótico o la gastronomía. En la capital española, se ofrece una temática muy variada de recorridos como es: Madrid de los Austrias, Madrid de las Letras, Las Meninas de Velázquez, pub crawl (o ruta de bares), flamenco o tapas. En el ejemplo de la ruta Modernista, la empresa *Feel Free Tours* recorre los puntos más importantes de la arquitectura de Gaudí como la Casa Batlló, La Pedrera y la Sagrada Familia. Otro modelo de ruta es el Madrid de las Letras ofrecido por *Madrid a Pie*. En él se recorren localizaciones relacionadas con el Siglo de Oro en España como la Plaza de Canalejas, el Teatro Español o la Calle Lope de Vega.

Debido a la rápida aparición de estos tours, se formó la necesidad de facilitar la búsqueda al turista creando buscadores online como *Freetour.com* desde el cual se puede

examinar la amplia oferta de free tours que existe. Este buscador online perteneciente al grupo *HostelCulture Group*, ayuda a facilitar la búsqueda de los tours gratuitos a nivel mundial en más de 250 ciudades de 90 países (FREETOUR.com, 2015). Desde la web *TripAdvisor*¹, los usuarios de estos free tours puntúan como excelente el trato recibido en la gran mayoría de empresas de este tipo.

1.3. Otras figuras de guías no oficiales. Los *greeters*

Además del fenómeno free tour en el que empresas privadas gestionan estos recorridos, también existen otras figuras que funcionan como guías turísticos. Son los denominados *greeters* y la principal diferencia con los free tours, es que los participantes de las visitas no tienen que dar propina ni pagar por el servicio estas visitas guiadas. Están realizadas por la población local de algunos destinos turísticos y ofrecen voluntariamente enseñar los puntos menos conocidos de la ciudad. Muestran su visión como podría hacerlo un amigo y no tiene que dar datos ni estar formado como lo estaría un guía, sino trata de mostrar la ciudad como más le gusta. Los *greeters* acompañan siempre a un grupo pequeño (hasta seis personas) y siempre de manera gratuita (Global Greeter Network, s.f.).

Fundada en 1992, *Global Greeter Network* es el principal portal web que ofrece estos guías locales por más de cien países por todo el mundo. Su creadora, Lynn Brooks originaria de Nueva York, quería mostrar la ciudad tal y como ella la entendía, mostrando las pequeñas cosas que hacen los neoyorquinos como moverse por la ciudad, asistir a los mejores eventos, restaurantes, etc. En 2005 se unieron todas las asociaciones de *greeters* iniciando así la Red Global Greeter (Global Greeter Network, s.f.)

En España se pueden encontrar visitas realizadas por *greeters* en Bilbao, Córdoba, La Coruña, Granada y San Sebastián (Global Greeter Network, s.f.). Otros ejemplos de empresas que gestionan *greeters* son: Local Guiding, Tours by Locals o Like a local.

2. GUIAS OFICIALES

2.1. Características, ámbito de actuación

Según la Federación Mundial de la Asociación de Guías Turísticos (2013), el guía turístico es la persona que dirige a los visitantes en el idioma elegido e interpreta el patrimonio

¹ Portal web en la que viajeros pueden publicar sus opiniones sobre la estancia en un hotel, el servicio en un restaurante o también una visita guiada

natural y cultural de una zona. Generalmente esta persona posee una calificación específica de la zona reconocida por la autoridad competente.

La misión del guía turístico es informar, orientar y dirigir al turista que llega hasta el destino. Entre sus funciones está la coordinación de las actividades, ofrecer información, recepción y asistencia al visitante. Esta profesión requiere de dotes tanto de transmisión de la información (historia, arte, tradiciones, etc.) como la coordinación y dominio de la dinámica de grupo. Los guías pueden trabajar para empresas –públicas o privadas- o por cuenta propia como *freelance* (Ramallo, 2015). Entre las cualidades que debe tener un guía son capacidad de transmitir la información relevante al grupo de manera dinámica, facultades comunicativas, habilidad para trabajar de cara al público, liderar y organizar el grupo.

Para poder ejercer de guía turístico oficial en cada comunidad autónoma, se debe haber superado una prueba de habilitación acreditando al guía que tiene una formación mínima con la que poder ofrecer un servicio de calidad. Según las distintas normativas de cada Comunidad Autónoma, fijan que esta actividad profesional “se presta de manera habitual y retribuida los servicios de asistencia, acompañamiento e información en materia cultural, artística, histórica y geográfica a los turistas en visitas a museos y demás bienes del patrimonio cultural de cada CCAA” (Ramallo, 2015). Los estudios más habituales que han cursado los guías turísticos son: grado de turismo, historia o historia del arte.

Para tratar de unificar un sistema de tarifas de guías oficiales, asociaciones, empresas y guías independientes han llevado a cabo un consenso en el que establecen las características de sus servicios. En función del número de horas trabajadas, el idioma en que se realice la visita o el número de personas del grupo se establece un precio. Por lo general, el límite máximo de personas por grupo se sitúa entre 50 y 60 ya que por encima de ese número el servicio no es eficaz (Casado, 2017).

En el sector se pueden encontrar diversos tipos de guías turísticos. En primer lugar están los “guías fijos” o también denominados de sitio. Su ámbito de actuación es un lugar de interés o atractivo en específico. En segundo lugar, los “guías locales” son los encargados de recorrer los recursos turísticos de una determinada zona. Por otra parte, los “guías de ruta” se encargan de llevar a un grupo con un itinerario fijado normalmente por alguna agencia de viajes (Durán, 2013). Por último, los “guías acompañantes” se unen al guía que acompaña al grupo apoyándolo y haciendo de unión entre el visitante y el territorio (Casado, 2017).

Desde que entró en vigor en 2009 la Directiva Bolkestein (disponible en el apartado 3) y con ello la liberalización del sector, en Comunidades Autónomas como Cataluña, ya no se

emiten nuevas licencias oficiales de guía turístico. Debido a esto, cada vez son más los negocios de free tour los que apuestan por ofrecer los servicios de visita guiada en las grandes ciudades. En muchas ocasiones, el guía turístico es la primera toma de contacto con los visitantes. Por tanto dar información de calidad y rigurosa es esencial puesto que formará parte de la imagen de ese destino.

La inmediatez de las redes sociales en turismo, también ha llegado hasta el sector de los guías turísticos. La rapidez y la facilidad con la que los turistas pueden unirse a un grupo de free tour o dejar comentarios con su valoración sobre ellos, es un aspecto que éstos traen de ventaja respecto a los recorridos guiados más tradicionales.

Otro inconveniente que presentan los guías oficiales autónomos, es la dificultad de formar grupo. Los turistas que viajan individualmente y no forman parte de un grupo programado, en muchas ocasiones les puede resultar difícil acceder a estas visitas guiadas bien por falta de grupo o bien por tener que pagar un precio más elevado (Casado, 2017).

2.2. Próximas tendencias en el sector de las visitas guiadas

La tendencia que ha irrumpido con más fuerza y parece que permanecerá en el sector turístico tanto en los servicios como en el de las visitas guiadas, es el seguimiento de las TIC. Es decir, la incorporación de las nuevas tecnologías en los recorridos guiados es fundamental para el progreso turístico. La venta de servicios y distribución online, propician que la contratación de los servicios sea más accesible en cualquier momento y lugar. Aunque cada vez son más los guías tradicionales que ofrecen el servicio a través de páginas web, en muchas ocasiones no cuentan con un sistema de contratación online. La preferencia del turista en estos últimos años a la hora de organizar un viaje por sí mismo, facilita la desaparición de intermediarios. De ahí la necesidad de estar presente en el medio online tanto redes sociales como motores de búsqueda.

Por otro lado, la liberalización del mercado de los guías turísticos y la aparición de estos free tours, hacen que se muestren nuevas tipologías de guías turísticos y por tanto aumentando así la variedad de recorridos.

La adaptación a las tendencias en marketing digital es otro punto a tener en cuenta. El uso cada vez más extendido de dispositivos móviles, ayuda a personalizar cada vez más la experiencia del turista en sus viajes de lo que se podrían beneficiar los guías turísticos.

3. LEGISLACIÓN VIGENTE

3.1. Directiva europea Bolkestein y transposición de ésta en España

La evolución de la legislación española en cuanto a materia de turismo se refiere, comienza en el año 1995 cuando se derogó la Orden de 31 de enero de 1964 la cual regulaba la actividad de guías turísticos en España. A partir de 1995, la competencia exclusiva en materia de turismo se trasladó a cada Comunidad Autónoma quedando reflejado en el artículo 148.1.18 de la Constitución (Casado, 2017).

Con el acceso de España a la Unión Europea en el año 1986, la legislación española ha tenido que adaptarse a las Directivas implantadas desde Europa. Desde 2006, quedó establecida la nueva Directiva europea 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior² también conocida como Directiva Bolkestein. Tras la aparición de esta Directiva, la legislación española la adaptó mediante la ley 25/2009, de 22 de diciembre³.

Por consiguiente, las Comunidades Autónomas han tenido que modificar su legislación afectando directamente al sector turístico. Los guías de turismo cuya autoridad para el reconocimiento es el órgano competente de la CCAA quedan incluidos en esta modificación. No todas las comunidades han seguido los mismos criterios comunes provocando un vacío legal en algunas de ellas dando lugar al intrusismo y a la indefensión de los guías oficiales (Abril, 2014).

El objetivo de esta Directiva es “crear un marco jurídico que garantice la libertad de establecimiento y de circulación de servicios entre Estados miembros [...] siempre que las actividades de que se trate estén abiertas a la competencia y no se obligue a los Estados miembros ni a liberalizar servicios de interés ni a privatizar entidades públicas” (Parlamento Europeo, 2006). Esta Directiva introduce unas disposiciones que simplifican los trámites y procedimientos para empresas de diversos ámbitos que ofertan servicios. En turismo, se estima la eliminación de 210 autorizaciones y de 67 requisitos (Gobierno de España, 2010). Asimismo se facilita la creación empresarial y la internacionalización de las pymes.

El concepto de servicio afecta a los ofertados a los consumidores en los que se engloban las prestaciones turísticas comprendiendo los recreativos, los centros deportivos, los parques de atracciones, campamentos, albergues, hoteles, hostales, congresos, casa rurales,

² Relativa a los servicios en el mercado interior entre los cuales se encuentra el turismo.

³ También conocida como ley Ómnibus. Modifica diversas leyes para su adaptación a la Ley sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio

turismo activo, agencias de viajes, establecimientos de restauración, balnearios y por supuesto, los guías turísticos (Parlamento Europeo, 2006).

En el caso particular de los guías turísticos, se mantienen los procesos de autorización previa donde continúa realizándose el reconocimiento de las cualificaciones profesionales del Real Decreto 1837/2008⁴. Por lo tanto, aunque se reconoce la libre prestación del servicio, en algún caso se conserva la prueba de habilitación para la obtención de la condición de guía oficial (como la Comunidad de Madrid y Cataluña) y sin perjuicio de los guías de otros países y CCAA (Gobierno de España, 2010).

3.2. Adaptación de la directiva en las Comunidades Autónomas: Caso de Aragón, Cataluña y Comunidad de Madrid.

Tras la aplicación de la Directiva Bolkestein y el hecho de que cada Comunidad tenga las competencias en turismo, ha provocado cierto desconcierto en el momento de delimitar y conocer la realidad de la profesión del guía de turismo. El intrusismo y el vacío legal sigue estando presente por no estar acotado el marco de la actividad (Abril, 2014).

Es importante puntualizar que, previo a la anterior directiva, la sentencia del de 22 de marzo de 1994 por la cual el Tribunal Superior de Justicia de las Comunidades Europeas que declaró el incumplimiento por parte de España de determinadas obligaciones derivadas del Tratado de la Unión Europea⁵, hubo también que hacer modificaciones en la ley para su adaptación.

El Tratado CEE, declara que “la Orden de 1965 vulneraba el Derecho Comunitario por: subordinar el acceso a la profesión de Guía Turístico y de Guía Intérprete a la superación de exámenes reservados únicamente a los ciudadanos españoles; por no establecer un examen y comparación de la formación adquirida por un ciudadano comunitario en posesión de un título de guía expedido en otro Estado miembro en relación con el de España; y por exigir la tarjeta profesional acreditativa de haber adquirido formación confirmada mediante examen para la prestación de servicios a un grupo de turistas procedente de otro Estado miembro incluso si la prestación se producía fuera de museos y conjuntos histórico artísticos” y sólo pudiesen visitarse con un guía profesional especializado.

⁴ REAL DECRETO 1837/2008, de 8 de noviembre, relativas al reconocimiento de cualificaciones profesionales.

⁵ En relación con la libre prestación de servicios por las personas que ejercen la actividad de guías de turismo

A continuación se detalla la legislación de guías oficiales de turismo en tres Comunidades Autónomas: Aragón, Cataluña y la Comunidad de Madrid. Los motivos de la puntualización en las leyes en estas tres CCAA, en el caso de Aragón es por la necesidad de conocer la legislación en la comunidad en la que se ha recibido la formación. En cuanto a Cataluña y Madrid son objeto de estudio dado que son los territorios con más empresas de free tours en España.

Por lo que respecta a al acondicionamiento de la ley en Aragón, en el área de turismo se ha modificado una ley y la adaptación reglamentaria ha modificado otros 13 decretos. La adecuación se ha realizado a través del Decreto-Ley 1/2008, de 30 de octubre, del Gobierno de Aragón, de medidas administrativas urgentes para facilitar la actividad económica de Aragón (Gobierno de España, 2010).

El Decreto 21/2015, de 24 de febrero del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el Reglamento de Guías de turismo sustituye al 264/2007, de 23 de octubre, del Gobierno de Aragón por el que se aprueba el Reglamento de Guías de Turismo. En él se reconoce que en la comunidad aragonesa pueden ejercer de guías de turismo: los guías habilitados por la Dirección General de Turismo, los guías habilitados por otras comunidades y los guías establecidos en otro Estado miembro de la Unión Europea de forma temporal o que pretendan establecerse en Aragón.

Igualmente para obtener la habilitación de guía de turismo en Aragón hay tres sistemas. El primero es la habilitación directa para aquellos que estén en posesión de un Título de Técnico Superior o titulación universitaria en materia de turismo. En segundo lugar la habilitación mediante la superación de pruebas de aptitud (necesario tener titulación universitaria o de grado superior en cualquier materia). Por último, habilitación sin pruebas a quienes hayan ejercido la actividad de guía durante dos años o más antes de la entrada en vigor del decreto (Gobierno de Aragón, 2015).

Otro punto clave para la definición de la figura de guía en Aragón, es la exposición de los términos de guía comarcal que pueden continuar ejerciendo pero se consideran en situación “a extinguir”. Finalmente, el punto más importante es la aclaración de la figura de informadores turísticos locales que queda definida como “aquellas personas que, sin mediar relación profesional alguna y sin cobrar ningún tipo de salario o retribución fija por su actividad, limitan su actuación de información turística a municipios y entidades locales aragonesas cuyo censo sea inferior a quinientos habitantes, quedando exentas en su ámbito territorial de la obligación de contar con la habilitación de Guía de turismo” (Gobierno de

Aragón, 2015). De esta forma, al denominarse “informadores turísticos locales” no generan confusión con los guías habilitados oficialmente.

La falta de carnet o la falta de exhibición del mismo, son considerados motivos de infracción leve. Asimismo, ejercer de guía de turismo sin contar con la debida habilitación o la publicidad que lleve a engaño en la prestación de servicios de información turística es motivo de infracción. Estas infracciones leves pueden constar de sanción económica pudiendo suspender también la habilitación del guía (Gobierno de Aragón, 2015).

Por lo tanto, la interpretación del actual decreto vigente reflejaría la limitación de la actuación de los guías de free tours en localidades aragonesas inferiores a quinientos habitantes. Para poder ejercer de guía en la comunidad aragonesa es necesario estar en posesión del carnet oficial de guía y haber pasado las pruebas pertinentes.

En cuanto a la legislación sobre guías turísticos en Cataluña, se rige por el Decreto 120/2000, de 20 de marzo, por el que se modifica el artículo 11⁶ del Decreto 5/1998, de 7 de enero, sobre la actividad de guía de turismo.

Para poder ser admitido en el proceso de selección para la obtención de la habilitación de guía de turismo, se debe tener nacionalidad de un país de la Unión Europea o de un país asociado al Acuerdo del Espacio Económico Europeo y además estar en posesión del título de técnico de empresas turísticas, de técnico de empresas y actividades turísticas, de diplomado en turismo, o bien una licenciatura o título de grado universitario homologado, o bien haber aprobado el ciclo formativo de grado superior de información y comercialización turísticas.

Las pruebas consisten en la realización de varias pruebas escritas y orales para evaluar los conocimientos adquiridos, idiomas, exposición oral y fluidez. En el caso de la comunidad catalana también deben acreditarse conocimientos de comprensión básica de las lenguas catalana y castellana (Generalitat de Catalunya, 2000). Por último la habilitación permitirá a la persona titular ejercer la actividad de guía de turismo en los recintos de museos, de monumentos y de conjuntos históricos.

Finalmente, la Comunidad de Madrid, regula la actividad, desarrolla la figura de guía oficial de turismo, establece los requisitos y el procedimiento de acceso a guía oficial de

⁶ Artículo 11 "Reconocimiento de habilitaciones de otras administraciones públicas "Las personas que ejercen la actividad de guías de turismo en posesión de habilitaciones expedidas por otras comunidades autónomas del Estado español u organismos oficiales de otros estados miembros de la Unión Europea, en caso de no acreditar los conocimientos adecuados en las materias incluidas en los artículos 9.3.b) y 9.3.c), pueden optar, para su reconocimiento, a una prueba de aptitud o a un periodo de prácticas, conforme lo establecido en las directivas 89/48/CEE y 92/51/CEE.

turismo mediante el Decreto 18/2017, de 7 de febrero, del Consejo de Gobierno, por el que se regula la actividad de guías oficiales de turismo de la Comunidad de Madrid. Así pues, esta comunidad modifica la Ley 1/1999, adaptando esta ley a la Directiva 2006/123/CE. En ésta queda establecida la figura del guía oficial de turismo, con el compromiso de convocar las pruebas de acceso. Asimismo se encargará de “velar por la prestación de un servicio de información turística de calidad y desarrollar las acciones de formación, perfeccionamiento y promoción necesarias para facilitar el ejercicio profesional de este colectivo”. Queda así derogado el Decreto 47/1996, de 28 de marzo, por el que se regula la habilitación y actividad de Guía de Turismo en la Comunidad de Madrid (Comunidad de Madrid, 2017).

El objetivo es regular la figura del guía oficial de turismo como garantía de máxima calidad en la prestación de este servicio. Entre los derechos que tendrán los guías oficiales que figuran en este Decreto, se encuentra uno de los más relevantes la obtención de una contraprestación económica por la prestación del servicio. En cuanto a los requisitos que se exigen en la Comunidad de Madrid para acceder a las pruebas de guías oficiales son, poseer nacionalidad española o pertenecer a algún Estado Miembro de la Unión Europea, y estar en posesión de alguna titulación de grado, master universitario o técnico superior en guía, información y asistencia turísticas.

Según lo establecido en la Ley 1/1999, de 12 de marzo “los guías de turismo procedentes de otras Comunidades Autónomas o Estados Miembros de la Unión Europea, podrán ejercer libremente la actividad turístico-informativa en el ámbito de la Comunidad de Madrid. Sin embargo, no podrán ostentar o utilizar la credencial de guías oficiales de turismo de la Comunidad de Madrid, salvo en el caso de que previamente hayan superado las pruebas”.

En Madrid y Cataluña la acreditación no es directa con el título de graduado de turismo como sucede en Aragón, es necesario realizar la prueba de habilitación. En el caso de Cataluña desde 2015 la normativa europea obliga a una revisión de la normativa interna y como consecuencia de esta adaptación, no se convocan más pruebas para la habilitación de guías. En cualquier caso, no se especifica ninguna otra aclaración en el ámbito de actuación de otros guías no oficiales.

Otro punto importante a remarcar es que no se considera necesaria la habilitación para la prestación de servicios de información turística en lugares distintos a los Bienes de Interés Cultural de la CCAA ni acompañamiento o asistencia en ruta que no incluya la intervención de información turística sobre dichos bienes, ni profesionales en formación del

alumnado. Tampoco será necesaria la habilitación de los empleados de museos o monumentos histórico-artísticos que, en su interior, faciliten información a los visitantes siempre y cuando no reciban retribución y no ofrezcan sus servicios mediante anuncio (Ramallo, 2015). Por consiguiente, las visitas guiadas a los monumentos históricos y museos quedarían restringidas a los guías oficiales mientras que los guías de free tour pueden realizar su servicio en el exterior de ellos.

3.3. Legislación internacional. Asociaciones de guías internacionales. Objetivos

El colectivo de guías turísticos trata de asociarse para la defensa de la profesión, la difusión de su trabajo y la profesionalización del sector. Por lo que respecta a las alianzas de guías turísticos a nivel internacional, se encuentran las asociaciones: *World Federation of Tourist Guide Associations* (WFTGA) y *European Federation of Tourist Guide Associations* (FEG). A nivel estatal, en España aparece la Confederación de Guías Oficiales de Turismo de España (CEFAPIT) en la que se incluyen federaciones y asociaciones de guías oficiales de turismo del país y pertenece a la anteriormente mencionada WFTGA.

La *World Federation of Tourist Guide Associations* (WFTGA), es una organización sin ánimo de lucro, no política que agrupa las asociaciones de guías turísticas de todo el mundo. Surgió como petición en la Convención de Guías Turísticos de 1985 pero no fue hasta 1987 cuando fue oficialmente registrada. Ha creado una red internacional de guías turísticas profesionales cuyo objetivo es asegurar y promover que los guías turísticos sean reconocidos como embajadores de una región ya que muchas veces representan a la población que el turista encontrará. También se asegura de que los visitantes tengan servicios profesionales y apoyan a que las regiones mantengan a sus guías locales (WFTGA, 2012).

Por lo que respecta a la *European Federation of Tourist Guide Associations* (FEG), fundada en 1986 en París, representa a los guías turísticos profesionales en Europa. El objetivo de esta federación es dar a conocer y mejorar la calidad del servicio y fortalecer los vínculos profesionales en Europa. Es el organismo en el cual se puede consultar equivalencia de cualificaciones profesionales, normativa y formación de guías turísticos. Trata de lograr un enfoque común y ayudar a los usuarios a comprender qué pueden esperar de un guía profesional (FEG, 2017).

Por último, la Confederación de Guías Oficiales de Turismo de España (CEFAPIT) también está incluida en este apartado ya que se encarga de reunir las asociaciones de guías profesionales en España donde se centra parte del trabajo. Es el máximo órgano

representativo de los Guías de turismo oficiales en España y sus principales objetivos son “la defensa de la profesión de los Guías Oficiales a nivel nacional e internacional, difusión, promoción, formación y profesionalización del sector” (CEFAPIT, 2017).

Como se puede observar, en las tres asociaciones (mundial, europea y española) se persiguen unos mismos objetivos: conseguir una buena calidad en el servicio para mejorar así la experiencia del turista, proporcionar una buena imagen de las localizaciones turísticas y profesionalizar y formar el sector.

Estas asociaciones han mostrado su rechazo por los free tours como se puede comprobar en varios de sus artículos en las respectivas páginas web. Tanto la WFTGA como la CEFAPIT, han expuesto estos artículos relacionados con el fenómeno de los tours gratuitos. En estos se expone el conflicto de la autoridad competente para la publicidad de Reino Unido y los free tours que operan allí. La Autoridad de Estándares Publicitarios del Reino Unido (ASA) – autoridad que regula los anuncios en los medios publicitarios- ha tomado medidas para frenar a los “guías” no cualificados que ofrecen tours fraudulentamente. Hasta este organismo llegaron muchas reclamaciones de participantes de estos tours que anunciados como gratuitos, al finalizar la visita se sentían obligados a entregar propinas. La nueva directiva impuesta por el Comité de Prácticas de Publicidad (CAP) –encargado de redactar y actualizar las normas de los Códigos de Publicidad- anuncia que estas empresas de free tours en Reino Unido deberán exponer claramente desde un principio si el guía pedirá propinas (CEFAPIT, 2017).

Precisamente este problema ha llevado a las asociaciones FEG y WFTGA, desde 2009 a advertir a la Comisión de la Unión Europea la práctica de estos free tour y la confusa publicidad que conlleva incluir la palabra “free” cuando en muchas ocasiones no es gratis. Desde estas asociaciones, también es denunciada la situación en la que se encuentran las guías de estos free tours los cuales en muchas ocasiones son trabajadores sin preparación, no remunerados, que no cumplen con sus responsabilidades fiscales y que además no están asegurados. Es una situación en la que no se garantiza un sueldo ni un puesto de trabajo (CEFAPIT, 2017).

4. PROBLEMÁTICA DE LOS FREE TOURS FRENTE A LAS GUÍAS OFICIALES

4.1. Pros y contras que presentan los free tours. Análisis DAFO.

Tras el análisis y recopilación de información acerca de los free tours, se puede extraer el siguiente balance de estos tours:

Presentan unas claras ventajas que ayudan al turista a decidirse por usar el servicio de free tour. Este nuevo modelo de visitas guiadas muestra una innovación en el sistema de reservas y valoración que es muy apreciado por el turista. Además muchos de los participantes de estos recorridos aseguran que el trato al turista es muy cercano. Pero sin duda, la gran variedad de recorridos que ofrecen estas empresas es lo que marca la diferencia a la hora de seleccionarlos.

Por otro lado también presentan unos inconvenientes y es que a menudo la denominación “free” puede llevar al turista a confusión siendo en muchas ocasiones el pago de propinas casi obligado. Por otra parte, se generan empleos no muy estables y sin remuneración fija. Además también afecta al turista en tanto que no se asegura que la información que recibe sea la correcta y que el guía esté debidamente formado.

En el siguiente análisis DAFO, se puede ver a modo de resumen las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que presentan las empresas que realizan recorridos free tour:

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • El incluir la palabra “free” en la denominación del tour puede llevar a confusión al turista. • Las denuncias desde el sector de guías oficiales ponen en duda su credibilidad en cuanto a calidad del tour, empleos precarios, economía sumergida, etc. • Profesionalización del sector que pone más difícil el acceso de guías no oficiales. • Saturación de este tipo de compañías en las grandes ciudades. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conflictos constantes con guías turísticos oficiales que defienden su posición. • Si la regulación cambia, podrían llegar a extinguirse. • Aparición de nuevas empresas de free tours que provoquen la saturación del mercado.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecen una variedad de rutas muy amplia y más especializadas (gastronómicas, personajes ilustres, época concreta). • Precio que se ajusta a todo tipo de presupuestos. • Gran disponibilidad de tours en español en ciudades europeas. • La estabilidad social y la ausencia de conflictos bélicos, hacen que España siga siendo elegido como principal destino turístico. Contando así con más turistas que participen en free tours. • Desestacionalización de la demanda que ayuda a que los tours puedan ofrecer sus servicios durante todo el año. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevo modelo de negocio que puede funcionar entre los turistas. • Falta de legislación en el que estas empresas pueden actuar. • Gran acogida del modelo de economía colaborativa en turismo. • Uso de las nuevas tecnologías y redes sociales para ser más visibles. • Enfoque hacia un público más joven que no igual no tiene disponibilidad de un presupuesto elevado pero tienen necesidad de viajar.

Tabla 3. Análisis DAFO de empresas free tour. Elaboración propia.

4.2. Problemática surgida con los free tours

4.2.1. Competencia desleal en el sector e intrusismo laboral

El free tour es una nueva modalidad distinta al guía turístico convencional y destaca por la problemática causada con los guías oficiales del país. La competencia desleal que suponen estos free tours viene por el desarrollo de actividades de algunas de estas empresas. Supone la oferta de tours “gratuitos” en la que los guías reciben la remuneración en forma de propina de los participantes. Al no tener unas tarifas fijadas, ni estar estas empresas obligadas a ejercer la profesión con la cualificación adecuada, generan una competencia desleal en el sector. En la mayoría de los casos los guías son empleados dados de alta como autónomos que trabajan para estas empresas aunque no posean la cualificación necesaria. El hecho de que los

guías oficiales hayan tenido que pasar un examen para obtener su certificación y con estas empresas se pueda ejercer de guía sin ello, genera una situación de intrusismo laboral.

Desde las empresas de free tour, argumentan que el privilegio de monopolio que poseen los guías oficiales limitan la actividad a un grupo reducido pudiendo optar a la plaza solo unos pocos profesionales. Por su parte los guías oficiales defienden su condición oficial ya que garantizan unas habilidades específicas para ofrecer calidad en el servicio que sin la titulación pertinente no se adquieren (Casado, 2017).

Lo cierto es que el modelo turístico va avanzando y las nuevas tecnologías juegan un papel muy importante en el sector. La inmediatez que ofrece y el sistema de puntuación y valoración por los usuarios priman en muchas ocasiones a la hora de elegir un servicio y la ruta tradicional no lo incluye. Es una realidad que se debe asumir adaptando el modelo tradicional con lo que demanda el turista.

4.2.2. Economía sumergida

La modalidad de los free tour ha ahondado en España cada vez en más ciudades creando un gran conflicto entre estas empresas y guías oficiales. Estos guías turísticos oficiales que están en posesión de la licencia para poder ejercer, denuncian que esta actividad donde los participantes de los recorridos pueden dejar una propina al final suele encubrir economía sumergida. Además del factor tecnológico- descrito a continuación-, el factor precio al que los turistas cada vez más están sensibilizados ha propiciado la continuidad y expansión de estos tours (Canalis, 2015).

Como se comentaba anteriormente, el modelo del free tour está basado en la economía colaborativa y en el cual no se han fijado unos criterios del todo claros ya que hay un intercambio de conocimiento por parte del guía pero nadie está obligado a pagar (Fàbregas, 2016). Al igual que otras plataformas como *BlaBlaCar* en el ámbito de transporte o *Airbnb* en el del alojamiento más estudiados, en el sector de los free tours y a pesar de la regulación existente, aún hay un vacío legal que sin duda es el foco de muchas críticas. Asimismo, la economía sumergida, la elusión de impuestos y la falta de control administrativo son otros de los puntos fuertes del conflicto. En muchas ocasiones lo que se oferta como economía colaborativa acaba siendo economía sumergida.

Muchas empresas aseguran que los trabajadores que ejercen de guías, están dados de alta como autónomos. A su vez, estos “guías” dan un porcentaje de sus propinas a las

empresas independientemente de si las reciben o no. Entonces, ¿si su sueldo depende de las propinas y además tienen que pagar un porcentaje de sus beneficios, es rentable trabajar allí?

La implantación y el incremento de usuarios que utilizan las nuevas tecnologías vinculadas al turismo colaborativo, han propiciado la aparición de más empresas de free tours en España. La facilidad que éstas ofrecen para valorar y participar en los recorridos que ofrecen, crean la posibilidad de formar más número de visitas guiadas y grupos más grandes de turistas. Mediante las reservas en la web, las empresas pueden conocer el número aproximado de participantes y a cuántos guías necesitan para realizar el recorrido. Esto les permite disponer de grupos muy numerosos y trabajando varios guías simultáneamente.

Por lo tanto, cada guía puede realizar un número elevado de visitas guiadas que, aunque sea libre dar propina o no, siempre le merecerá la pena realizar el recorrido. Por su parte, los empresarios de free tours defienden que no se está realizando ninguna práctica ilegal ya que no existe regulación al respecto. Uno de los problemas más graves que se observan es la existencia de un vacío legal que permite que haya una remuneración pero que no se declara (Fàbregas, 2016). Según afirma un trabajador de Madrid a pie, si ellos no cobran al turista, no se emiten facturas y si no se emiten facturas, no se tributa.

5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS: OPINIONES DIVIDIDAS

5.1. Metodología seguida para la obtención de los datos

Tras haber recopilado información sobre el contexto, los antecedentes, el funcionamiento, la normativa y los pros y contras de los free tours, es interesante conocer de primera mano la opinión de las personas involucradas en el sector turístico pero sobre todo el juicio de las guías oficiales. Mediante esta investigación social, se permitirá conocer, completar y corroborar de manera más objetiva toda la información analizada hasta el momento. Esta parte del trabajo era fundamental dejarla al final, ya que una vez profundizado e investigado sobre el tema se puede adaptar mejor tanto el cuestionario como la entrevista.

Por ello, en cuanto al análisis cuantitativo de los free tours, es necesario estudiarlo más en detenimiento con dos enfoques diferentes. El primero de ellos es una encuesta realizada por correo electrónico (enfoque cuantitativo) y el segundo una entrevista a guías turísticos oficiales (enfoque cualitativo).

Por lo que respecta al problema a analizar, se plantean unas preguntas previas. ¿Son realmente los free tours un fenómeno muy extendido por España? ¿Aumenta cada vez más

este modelo de negocio? ¿Existe posibilidad de frenarlo o por el contrario convivirán free tours y guías oficiales? ¿Hay una posible solución al conflicto? ¿Sobrevivirá este tipo de negocio?

A partir de estas preguntas, se plantean unas hipótesis para confirmarlas o refutarlas tras obtener los resultados de los cuestionarios.

H₁: Los free tours son un fenómeno internacional y se han instalado en España rápida y definitivamente.

H₂: Cada vez más estarán presentes en más ciudades españolas.

H₃: Muchos de los profesionales no están al tanto de la problemática surgida en torno a los free tours y guías turísticos oficiales.

Los objetivos de este estudio sociológico se dividen en generales y específicos. Estos son los siguientes:

OG₁: Conocer la opinión de profesionales del turismo respecto al fenómeno de los free tours.

OE_{1.1}: Conocer la posición de los profesionales frente a los free tours.

OE_{1.2}: Averiguar si este nuevo negocio lo consideran intrusismo en su profesión y en su futura inserción laboral.

OG₂: Analizar el alcance de la polémica en el sector turístico.

OE_{2.1}: Averiguar si esta problemática se conoce en el sector de profesionales de turismo.

OE_{2.2}: Conocer los motivos que les ha llevado y motivado a realizar un free tour.

OE_{2.3}: Investigar si los trámites de profesionalización de guía turístico son necesarios en tanto que pueden reducir este tipo de empresas de free tours.

5.1.1. Encuesta vía medio electrónico

En primer lugar, la selección de la población ha sido delimitada a estudiantes, mujeres y hombres de último curso del grado de turismo y profesionales del sector turístico que puedan haber nacido o no en España. La razón por la que se ha seleccionado este segmento, es por la necesidad de conocer la opinión de personas que estén en contacto con el mundo del turismo o que lo vayan a estar próximamente.

El método seleccionado es el no probabilístico discrecional ya que la muestra se escogido con criterios ajenos al azar y no hace falta trasladarlos al resto de la población. No tiene fines inferenciales sino que son utilizados con fines especiales a juicio del investigador.

Para diseñar y realizar la encuesta se ha empleado la herramienta que ofrece *Google* que es *Google formularios*. La decisión de realizar la encuesta vía medio electrónico es por la reducción del tiempo al entrevistador (se tarda menos que una encuesta cara a cara), amplía la cobertura del estudio, el encuestado elige cuándo llenar el cuestionario y de forma anónima y hay mayor posibilidad de incluir más opciones de respuesta. Por el contrario, al no estar presente el encuestador, surgen algunos inconvenientes como la falta de ayuda al encuestado si tiene alguna duda, el cuestionario puede ser llenado por una persona que no sea la seleccionada o ser más vulnerable a errores de no respuesta.

Para tratar de hacer el cuestionario lo más preciso posible, es necesario pasar un pre-test para comprobar cualquier error que se haya pasado por alto. Una vez realizado el pretest, se envía el cuestionario a la población seleccionada (ver anexo I) para la posterior evaluación de los resultados.

El primer paso es definir las variables como por ejemplo el nivel de estudios del encuestado y los indicadores correspondientes en este caso grado medio, grado superior o universitario. Los tipos de variables empleadas son nominales, ordinales, intervalares y de razón. El orden de las preguntas está planteado de modo que las preguntas más sencillas estén situadas en el inicio, las cuestiones de reflexión y argumentación en la parte central del cuestionario y en la parte final las sociopersonales (edad, estudios, sexo, etc.).

5.1.2. Entrevista

La entrevista abierta de investigación o también denominada entrevista en profundidad o focalizada tiene como misión obtener información mediante una conversación para analizar la conducta individual. La decisión de emplear esta técnica es debido a la focalización de lo fundamental para el análisis en el entrevistado, pudiendo orientar las preguntas en cualquier momento. De este modo se crea un clima más familiar permitiendo al entrevistado ofrecer su opinión abordando el tema como mejor considere.

El tipo de entrevista elegida es la exploratoria ya que la finalidad es investigar más en profundidad algún aspecto del que se desconocen algunas características. En este caso, se desconoce la opinión personal y el punto de vista de un guía oficial del conflicto de los free tours.

En primer lugar, antes de realizar la entrevista se elaboró un guión previo (ver anexo II) que sirvió de guía para dirigir la entrevista. El entrevistado tenía total libertad para responder y la grabación no fue intrusiva.

5.2. Análisis de los resultados

5.2.1. Resultados del cuestionario

El primer paso para el desarrollo del cuestionario es su diseño. En este caso mediante la herramienta de formularios de Google, se ha tratado de realizar un diseño muy dinámico que fuera rápido de completar para el encuestado. Tras la realización del diseño, se realizó un pretest donde se descubrieron algunos errores que posteriormente fueron solventados. Finalmente al recibir las respuestas de los cuestionarios enviados a los estudiantes del grado de turismo y profesionales del sector turístico, se han obtenido los siguientes resultados para la investigación.

En cuanto a la primera pregunta “¿Conocía el fenómeno de los free tours?” el 87,5% de los encuestados conocían con anterioridad esta tipología de recorridos guiados. De los encuestados que conocían los free tours, el 71,4% ha realizado en alguna ocasión uno de estos tours. Estas personas que han realizado algún free tour, el 60% de los encuestados lo ha participado en una ciudad europea.

Por lo que respecta al nivel de satisfacción con los free tours, los encuestados que han realizado un recorrido free tour, en una escala del 1 al 5 (siendo 1 muy insatisfecho y 5 totalmente satisfecho) el 60% están casi satisfechos (4) y el 40% restante se encuentra situado en el centro de la escala (3).

En cualquier caso, el 50% del total de los encuestados estaría dispuesto a probar y realizar un free tour en su próximo viaje y el otro 50% solo tal vez. Las motivaciones que impulsan a realizar este tipo de tours a la gran mayoría, con un 75% es que se puede pagar la cantidad que se estime oportuna. Seguido con un 37,5% de las respuestas corresponden a que la explicación del guía sea más amena como motivación para elegir el tour. Un 25% realiza estos recorridos porque puede marcharse cuando lo deseé. Por último, la variedad de temáticas ofertadas en los tours, son más baratos y por recomendación de otra persona se igualan en un 12,5%.

Motivaciones que llevan a realizar un free tour



Gráfico 1. Porcentaje de encuestados según las distintas motivaciones. Elaboración propia

Las opiniones en cuanto a la desprofesionalización del sector de guías turísticos (ver gráfico 2), están bastante divididas. Por un lado desde la opinión de profesional apoyan totalmente a las asociaciones de guías oficiales. Aunque de igual manera, el que elige este servicio ya sabe que no será en las mismas condiciones que un guía profesional. Los que no comparten esta opinión, argumentan que más que desprofesionalización lo que se produce es una guerra de precios que no benefician en nada a las empresas que se dedican a los recorridos guiados profesionales. Además el hecho de que sea “gratis” o más barato puede ocasionar pérdida de valor en algunos turistas que buscan la calidad.

Tal y como afirman asociaciones de guías oficiales, ¿cree que este tipo de economía colaborativa provoca la desprofesionalización en el sector de los guías turísticos?

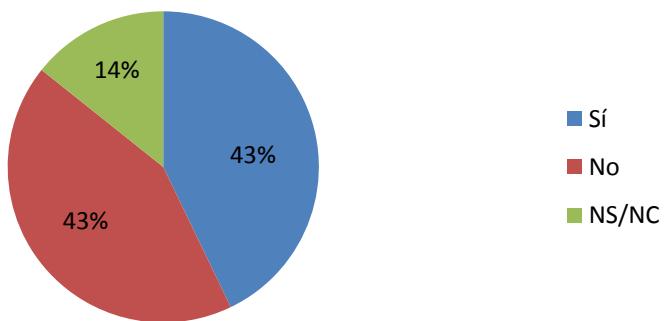


Gráfico 2. Porcentaje de encuestados respecto a la desprofesionalización. Elaboración propia

Es curioso como desde el punto de vista de los profesionales, un 62,5% afirma que la calidad de la información durante la visita de free tour, no se verá afectada aunque estos guías sean no oficiales. Solo un 12,5% sí está de acuerdo en que la calidad se vería afectada.

Finalmente, las medidas puestas en marcha para poner fin al conflicto, según los profesionales, la modificación de la legislación sería la directriz clave a seguir. Por otra parte, la prohibición de los free tours no ayudaría en nada para la resolución del conflicto mientras que la oferta de más plazas públicas para la habilitación de más guías oficiales podría funcionar como solución del enfrentamiento.

En general los tours cumplen con las expectativas de los profesionales aunque no se obtiene una satisfacción plena. En general los profesionales en turismo, no consideran una amenaza los free tours para los guías oficiales afirmando que siempre habrá turistas que contraten guías oficiales. Mientras que algunos de estos guías que no poseen habilitación no son profesionales o no muestran el mismo interés, muchos de ellos sí están capacitados, son profesionales y muestran interés, por ello la calidad de la información puede tener la misma fiabilidad. La elección en la contratación de un free tour dependerá del criterio del turista. Asimismo se puede afirmar que la mayoría de los profesionales del sector están al tanto de la problemática surgida y declaran que a pesar de que la regulación vigente no les favorece, los free tours no suponen una amenaza para los guías oficiales.

5.2.2. Resultados de la entrevista

Por lo que respecta a la sección de la entrevista, los resultados han sido muy provechosos. Ha sido todo un acierto poder realizar esta entrevista ya que de este modo se obtiene otro punto de vista del tema a tratar y se relacionan otros aspectos que de no haberlo hecho así, no se habrían contemplado.

En este caso, la guía turístico oficial a la que se le realizó la entrevista, sí había oído hablar antes de estas empresas de free tours pero no conocía en profundidad la problemática surgida. Tras plantearle el contexto de la situación en la que se encuentran, respondió a todas las cuestiones sin problema. La entrevistada afirma que no ha realizado ninguno de estos recorridos y por el momento no participaría en ellos. Su negativa es debida a que cree que la calidad de estos tours no es la adecuada. La calidad debería ser una cuestión primordial en turismo y también en las visitas guiadas.

Por otro lado, comparte la opinión de las asociaciones de guías con respecto a la competencia desleal. Aclara que la formación recibida y la asignación del carnet que lo certifica

es esencial para ofrecer un buen trato al turista. "No cualquiera puede ejercer esta profesión" afirma.

En cuanto a la calidad de la visita guiada (discurso interpretativo, capacidad de interacción con los participantes y gestión del grupo), esta profesional manifiesta que evidentemente sí se verá afectada en tanto que si estos guías de free tours no tienen la formación pertinente como se comentaba antes, estas facultades que un guía oficial sí ha adquirido éstos no las tendrán. Por otra parte, el turista que llega hasta nuestro país es muy dispar. Ella aclara que durante una visita guiada hay muchos tipos de turista, algunos están realmente interesados en la historia y cultura de la ciudad y muchos otros simplemente disfrutan de la visita de modo más contemplativo. Entonces, el asistir a este tipo de visitas dependerá de la motivación del turista.

Consecuentemente, la entrevistada cree firmemente que los tours tradicionales no se llegarán a sustituir por estos free tours ya que el cliente que busca la calidad y la rigurosidad en la visita preferirá la contratación de un guía oficial. Es cierto que los cambios en las tendencias hacia los servicios *low cost* hacen que este tipo de visita guiada continúe conviviendo con lo tradicional inevitablemente.

En cuanto a la regulación, en el caso de Aragón que es el más cercano, hace unos años estaba muy poco regulado. "Desde que se implantó la acreditación oficial previo examen la situación ha cambiado aunque conozco casos en los que había personas que realizaban estas visitas cobrando pero no tenían el carnet oficial" comenta la guía. Es necesario que la administración ejecute de alguna manera esas leyes que están ahí para que ese dinero revierta de nuevo al Estado. No obstante, los monopolios tampoco son una buena opción. "Es necesaria que la competencia ya que permite la mejora e innovación constante pero siempre y cuando todos juguemos con las mismas reglas" concluye la entrevistada.

CONCLUSIONES

Es un hecho que la innovación y el avance en turismo es algo constante y en continua renovación. Es más, la evolución y la oferta de nuevos productos y servicios que se adapten a las nuevas necesidades de los turistas es imprescindible si se quiere continuar en el sector. En este conflicto se enfrentan los derechos profesionales de los guías turísticos oficiales y por otra, este nuevo tipo de modelo de negocio que responde a un cambio en el modelo tradicional de la visita guiada. Este es el caso más claro, la mayor oferta de variedad en las visitas guiadas y un el nuevo modelo de ejecución en el recorrido, han hecho que estos free

tour sean todo un éxito y tengan tan buena acogida entre los turistas. A pesar de las modificaciones en las leyes, su control y regularización continúa siendo una tarea complicada.

Un punto en común tanto entre profesionales en turismo como la guía oficial, es que ambos mantienen que los guías oficiales no desaparecerán. Siempre habrá turistas que apostarán por la calidad. La profesión de guía de turismo es sin duda la cara visible del modelo turístico seguido en nuestro país. De modo que si no se quiere volver al modelo del “todo vale”, hay que implementar una regulación más específica.

Durante la realización de este Trabajo Fin de Grado, se han presentado algunas dificultades. A pesar de ser un tema que ha generado muchas críticas, es difícil encontrar trabajos académicos sobre los free tours.

A la hora de buscar información y datos sobre el sector de los free tours, no ha sido tarea sencilla. El interés académico por los free tours no ha sido muy elevado entre los estudiantes universitarios. Quizá sectores como el alojamiento o el transporte mueven un mayor número de ingresos que hace que sea más atractivo para el estudio. Por ello, la investigación de la información necesaria y la recopilación de datos han sido costosas pero totalmente necesarias para la elaboración del trabajo.

Asimismo, las horas destinadas a la documentación y la verificación de las fuentes obtenidas ha obtenido un porcentaje muy elevado del tiempo invertido. Durante el proceso de redacción del documento, me he dado cuenta que es un procedimiento continuo de investigación. Hay que añadir que la reserva de muchas de las compañías de free tours a exponer de su estructura interna (por ejemplo, porcentajes que entregan los guías que trabajan para ellos o la facturación), dificulta bastante el análisis del tema tratado. Finalmente, en cuanto al estudio de los resultados mediante las encuestas, ha sido más costoso ya que la participación de los encuestados no ha sido muy elevada.

BIBLIOGRAFÍA

- Abril, M. (2014). Análisis del impacto de la transposición de la Directiva Bolkestein en la profesión de los guías de turismo en España. *REDMARKA*, 3-16.
- Canalis, X. (2015). *hosteltur*. Recuperado en junio de 2017, de https://www.hosteltur.com/113479_polemicos-free-tours-se-extienden-toda-espana.html
- Casado, J. (marzo de 2017). *Proyecto de mejora del Sistema Receptivo español de actividades complementarias. Creación, desarrollo e implementación de un Sistema online de reserva de actividades opcionales y visitas guiadas en España*. Universidad de Valladolid.
- CEFAPIT. (2017). *CEFAPIT GUÍAS DE ESPAÑA*. Recuperado en junio de 2017, de La "ASA" en el Reino Unido pone freno a los "Free Tours": <http://www.cefapit.com/la-asaen-reino-unido-pone-freno-los-free-tours/>
- Comunidad de Madrid. (2017). *DECRETO 18/2017, de 7 de febrero, del Consejo de Gobierno, por el que se regula la actividad de guías oficiales de turismo de la Comunidad de Madrid*. Recuperado en junio de 2017, de http://www.madrid.org/wleg_pub/secure/normativas/contenidoNormativa.jsf;jsessionid=19FE21BE563A34E454802FBF4927C19A.p0323335?opcion=VerHtml&nmmnorma=9639&cdestado=P#no-back-button
- Durán, G. (julio de 2013). Guía turístico: una profesión clave para potenciar el turismo en nuestro país. *ABC*.
- EAE. (2017). *Harvard Deusto Business Review y EAE Business School* . Recuperado en junio de 2017, de ¿Qué es la economía colaborativa y cuáles son sus beneficios?: <http://retos-directivos.eae.es/que-es-la-economia-colaborativa-y-cuales-son-sus-beneficios/>
- Fàbregas, L. (16 de febrero de 2016). El éxito de los 'Free tour' en Madrid genera malestar en el sector turístico. *CRÓNICA GLOBAL MEDIA, SL*.
- Feel Free Tours. (2015). *Feel Free Tours*. Recuperado en junio de 2017, de <http://www.feelfreetours.com/>
- FEG. (2017). *European Federation of Tourist Guide Associations*. Recuperado en junio de 2017, de <http://www.feg-touristguides.com/about.php>
- FREETOUR.com. (2015). *FREETOUR.com*. Recuperado en junio de 2017, de <https://www.freetour.com/about>

Generalitat de Catalunya. (2000). *DECRETO 120/2000, de 20 de marzo, por el que se modifica el artículo 11 del Decreto 7/1998, de 7 de enero, sobre la actividad de guía de turismo.* Recuperado en junio de 2017, de http://dogc.gencat.cat/es/pdogc_canals_interns/pdogc_resultats_fitxa/index.html?documentId=229148&action=fitxa&newLang=es_ES

Global Greeter Network. (s.f.). *Global Greeter Network.* Recuperado en junio de 2017, de <http://globalgreeternetwork.info/about-us/>

Gobierno de Aragón. (2015). *DECRETO 21/2015, de 24 de febrero, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el Reglamento de Guias de turismo.*

Gobierno de España. (2010). *Informe sobre la transposición de la Directiva de servicios.*

INE. (2016). *Datos turismo 2016.* Recuperado en junio de 2017, de <http://www.minetad.gob.es/es-es/gabineteprensa/notasprensa/2017/documents/turespa%C3%B1a%20avance%20cierre%202016.pdf>

Jarne, P. (2016). El consumo colaborativo en España: experiencias relevantes y retos de futuro. *CESCO Derecho de Consumo*, 62-75.

Majjouty, Z. (2016). *Free Tour.* Recuperado en junio de 2017, de Uiversitat Autònoma de Barcelona:
https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2016/tfg_39397/1305220_Articulo_FreeTour.pdf

Ostelea. (2016). *School of Tourism and Hospitality.* Recuperado en junio de 2017, de Los free tours triunfan en Europa: <http://www.ostelea.com/es/actualidad/blog-turismo/los-free-tours-triunfan-europa>

Parlamento Europeo. (2006). Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo., (pág. 376/38).

Pozo, J. C. (enero de 2017). *Andalucía Lab. Centro de Innovación Turística.* Recuperado en junio de 2017, de <https://www.andalucialab.org/blog/free-tours-pros-y-contras/>

Ramallo, E. d. (2015). El guía turístico, diferencias y similitudes entre Comunidades Autónomas. *Cuadernos de Turismo, Universidad de Murcia*, 499-510.

SANDEMANs NEW EUROPE GmbH. (2016). *SANDEMANs NEW EUROPE.* Recuperado en junio de 2017, de <http://www.neweuropetours.eu/>

WFTGA. (2012). *World Federation of Tourist Guide Associations.* Recuperado en junio de 2017, de <http://www.wftga.org/who-we-are/what-wftga>