

Impacto económico, turístico y cultural del Free Tour en París.

Economic, tourist, and cultural impact of the Free Tour in Paris.

Autor /a* María del Rocío Arias Ledesma

Fecha de del Tribunal Fin de Máster: 15/16.06.2023

Tutor/a (s): Manuel de la Calle Vaquero.

Palabras clave

Free Tour, Impacto Socio-Cultural y Económico, París, Turismo

Keywords

Free Tour, Paris, Socio-Cultural and Economic Impact, Tourism

* **Autor/a** es alumno/a del Máster ..., [mail](#) .

Resumen

El presente proyecto de investigación se centra en conocer el impacto económico, turístico y cultural del free tour en la ciudad francesa de París. Para ello, se utiliza una metodología exploratoria que parte de un marco teórico relacionado con las palabras clave del estudio: Free Tour, Impacto Socio-Cultural y Económico, París y Turismo. Ello permite encontrar el material teórico básico suficiente que haga plasmar tanto la base conceptual como la normativa, para, posteriormente utilizar una metodología cualitativa en base a encuestas que deje la opinión de visitantes y guías a través de un formulario. Esto hará observar el fenómeno desde una manera más directa con el entorno del free tour, dejando unos resultados que permiten responder afirmativamente a la pregunta de investigación sobre el impacto de esta figura en París.

Los free tours, también conocidos como tours gratuitos o tours a pie gratuitos, han ganado popularidad como una forma accesible de explorar grandes ciudades. Estos tours no tienen un precio fijo, sino que se basan en una contribución voluntaria al guía al final del recorrido. Han atraído a un mayor número de turistas, especialmente a aquellos con un presupuesto limitado, generando un impacto económico positivo para los guías locales y las empresas que los ofrecen. Además, los free tours permiten a los turistas interactuar de manera más profunda con las ciudades, brindando información histórica y recomendaciones de lugares auténticos. Sin embargo, también plantean desafíos, como la posible explotación de los guías turísticos y la competencia con las empresas tradicionales. Además, la concentración de turistas en áreas específicas puede afectar la calidad de vida de los residentes y la preservación del patrimonio cultural y medioambiental. Es necesario encontrar un equilibrio entre la oferta de free tours y la sostenibilidad del turismo, implementando medidas adecuadas para preservar los destinos y garantizar una experiencia positiva para todos los involucrados.

Los free tours han tenido un impacto significativo en el ámbito socio-cultural de los destinos turísticos en los que se llevan a cabo. En primer lugar, estos recorridos han contribuido a la democratización del acceso a la información y al conocimiento histórico y cultural de las ciudades. Al eliminar las barreras económicas, los free tours permiten que un público más amplio tenga la oportunidad de explorar y aprender sobre el patrimonio cultural de la ciudad.

Además, los free tours fomentan la interacción y el intercambio cultural entre los guías turísticos y los participantes. Los guías locales suelen ser personas apasionadas y conocedoras de su ciudad, lo que les permite brindar una perspectiva auténtica y personalizada sobre los sitios visitados. Esto promueve el diálogo y la comprensión mutua entre diferentes culturas y contribuye a la construcción de la identidad local y la apreciación de la diversidad cultural.

Asimismo, los free tours fomentan la participación y el apoyo a la economía local. Al contratar a guías turísticos locales, se promueve el empleo y se valoran los recursos humanos y culturales de la comunidad. Esto puede tener un impacto positivo en el desarrollo socioeconómico de la ciudad y en la calidad de vida de los residentes locales.

En cuanto a los turistas, los free tours les brindan una experiencia más auténtica y enriquecedora. Al interactuar con los lugareños y explorar la ciudad a pie, tienen la oportunidad de sumergirse en la cultura local, descubrir lugares menos conocidos y vivir una experiencia más personalizada y memorable. Esto puede generar un mayor interés y respeto por el patrimonio cultural, así como una mayor satisfacción y recomendación del destino.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que los free tours también plantean desafíos y aspectos a considerar. Por ejemplo, el modelo de propinas puede generar cierta presión sobre los participantes para dejar una gratificación, lo que puede afectar la percepción de gratuidad y la experiencia en general. Además, la popularidad de los free tours puede dar lugar a grupos grandes de participantes, lo que puede afectar la calidad de la experiencia y la capacidad de interactuar de manera individual con el guía.

La economía colaborativa es un modelo económico basado en la colaboración y el intercambio de bienes, servicios y recursos entre individuos o empresas a través de plataformas digitales. Se caracteriza por la eliminación de intermediarios tradicionales, el compartir y colaborar, el uso de plataformas digitales, el enfoque en el acceso en lugar de la posesión y la confianza y reputación como factores clave.

En cuanto a los free tours, se pueden considerar parte de la economía colaborativa debido a varias similitudes con este modelo económico. Los free tours implican compartir conocimientos y experiencias, eliminación de intermediarios, uso de plataformas digitales, valoración y reputación, y acceso inclusivo. Sin embargo, también existen diferencias significativas, como la gratuidad o el bajo costo de los servicios, y el enfoque principal en la narración de historias y la experiencia cultural.

En términos legales, la regulación de los free tours puede variar según el país y la jurisdicción. En algunos lugares, pueden existir requisitos específicos para los guías turísticos, como licencias y obligaciones fiscales.

El impacto de los free tours en la gestión del patrimonio cultural es significativo y presenta diversas implicaciones positivas. Estas son algunas de las influencias más relevantes:

1. **Promoción y difusión del patrimonio:** Los free tours brindan una oportunidad para promover y difundir el patrimonio cultural de una ciudad de manera accesible y gratuita. Al permitir a los visitantes explorar y conocer sitios históricos y culturales, se genera un mayor interés en el patrimonio y se atrae a más turistas. Además, los free tours pueden incluir visitas a sitios menos conocidos o alejados de las rutas turísticas convencionales, lo que contribuye a la diversificación de los destinos y a la valoración de un patrimonio más amplio.
2. **Sensibilización y conciencia:** Los guías de los free tours suelen proporcionar información detallada sobre los sitios y monumentos históricos, lo que aumenta la conciencia y la comprensión del valor cultural y la importancia histórica del patrimonio. Esta mayor sensibilización puede generar un mayor respeto y cuidado por el patrimonio, tanto por parte de los turistas como de la comunidad local.
3. **Participación comunitaria:** Los free tours conducidos por guías locales brindan la oportunidad de involucrar a la comunidad en la gestión del patrimonio. Los guías, al estar familiarizados con la historia y la cultura de la ciudad, pueden convertirse en embajadores de su propio patrimonio, compartiendo conocimientos y experiencias directas con los visitantes. Esto fortalece el sentido de pertenencia de la comunidad hacia su patrimonio y fomenta la participación en su preservación y promoción.
4. **Uso sostenible del patrimonio:** Los free tours pueden contribuir a un uso más sostenible del patrimonio al reducir la presión sobre los sitios turísticos más populares y evitar la congestión masiva. Al ofrecer visitas gratuitas, se puede distribuir el flujo de turistas hacia otros lugares menos conocidos, lo que beneficia tanto a los sitios visitados como a la calidad de la experiencia turística. Los guías de los free tours también suelen destacar la importancia de respetar y preservar el patrimonio, promoviendo prácticas turísticas responsables.

5. Generación de ingresos complementarios: Aunque los free tours son gratuitos, pueden generar ingresos complementarios para la gestión del patrimonio. Por ejemplo, los guías pueden recibir propinas o recomendar servicios adicionales, como la visita a museos o la compra de productos locales. Estos ingresos pueden destinarse a la conservación, mantenimiento y mejora del patrimonio, así como a la implementación de proyectos y actividades relacionadas.

6. Retroalimentación y mejora continua: Los free tours permiten obtener comentarios y opiniones directas de los visitantes sobre el patrimonio y la experiencia turística. Esta retroalimentación es valiosa para la gestión del patrimonio, ya que proporciona información sobre las expectativas de los visitantes, los puntos fuertes y las áreas de mejora. Esta información puede utilizarse para planificar acciones futuras, optimizar la gestión del patrimonio y mejorar la calidad de la experiencia turística.

El impacto del turismo en Francia a nivel nacional y regional es significativo. A nivel nacional, el turismo ha sido un motor económico importante para el país. Francia es uno de los destinos turísticos más populares del mundo y ha recibido un gran número de turistas internacionales. Antes de la pandemia, en 2019, Francia recibió aproximadamente 90 millones de llegadas de turistas internacionales, convirtiéndose en el país más visitado del mundo.

El turismo representa alrededor del 7% del Producto Interno Bruto (PIB) francés y genera empleos en sectores como la hostelería, el transporte y la cultura. Estas cifras se han mantenido constantes a lo largo de los años.

A nivel regional, París es una de las ciudades más turísticas de Francia. El turismo es una de las principales actividades económicas de la ciudad y tiene un impacto significativo en la economía local. París es conocida por sus monumentos icónicos, museos, restaurantes y tiendas, lo que atrae a turistas de todo el mundo. La ciudad también cuenta con una amplia oferta de alojamiento, lo que permite a los visitantes elegir el tipo de alojamiento que mejor se adapte a su presupuesto.

En París, los guías turísticos desempeñan un papel importante en la industria turística, aunque muchos guías turísticos trabajan como pequeñas empresas o trabajadores autónomos, contribuyen al sector turístico generando ingresos a través de los servicios que ofrecen.

En el análisis DAFO realizado para las empresas de free tours se revelaron tanto debilidades como fortalezas, así como oportunidades y amenazas:

Debilidades:

- Dependencia de las propinas.

- Limitación de capacidad: En ocasiones, las empresas de free tours pueden tener dificultades para gestionar grupos grandes de turistas.
- Dependencia de los guías: Las empresas de free tours suelen depender de un número limitado de guías turísticos.
- Posibles consecuencias indeseadas: Al tener menos control sobre las acciones y comentarios de los guías, las empresas de free tours pueden enfrentar situaciones en las que los guías puedan realizar acciones inapropiadas
- Fortalezas:
- Accesibilidad económica
- Experiencia auténtica: Los free tours ofrecen la oportunidad de experimentar una visita diferente y auténtica.
- Diferenciación en el mercado: Las empresas de free tours pueden destacarse en el mercado al ofrecer experiencias diferentes y atractivas.
- Fácil contacto en persona o plataformas digitales: Las empresas de free tours suelen estar fácilmente accesibles para los turistas.

Amenazas:

- Regulaciones legales estrictas.
- Competencia alta: La competencia en el mercado de tours puede ser alta, lo que puede reducir los márgenes de beneficio de las empresas.
- Crisis o eventos imprevistos: Las crisis temporales, eventos naturales, situaciones sanitarias u otros eventos imprevistos pueden afectar negativamente.
- Malas opiniones de la clientela: Las malas reseñas y opiniones de los turistas pueden tener un impacto negativo.

Oportunidades:

- Crecimiento del sector: A medida que aumenten las reseñas positivas,
- Colaboración con otros sectores turísticos: Las empresas de free tours pueden buscar alianzas estratégicas con hoteles, restaurantes...

En París, algunas de las principales empresas de free tours poseen notas comunes como:

- La organización se basa en la contratación de guías turísticos independientes que ofrecen los recorridos y reciben propinas de los turistas al final del recorrido.
- Las empresas brindan capacitación, materiales de apoyo y un sistema de reserva de tours a los guías turísticos.
- Operan bajo el modelo de negocio "freemium", ofreciendo tours gratuitos y tours premium por un costo adicional.
- Suelen ofrecer diferentes tipos de tours que cubren diferentes áreas de la ciudad.
- La competencia entre estas empresas es fuerte, por lo que se enfocan en ofrecer una experiencia de alta calidad y única para destacar.
- Deben cumplir con las regulaciones y requisitos legales para ofrecer servicios turísticos en París.
- Tienen una estructura de costos relativamente baja al no tener que pagar por publicidad ni renta de oficinas.
- Cuentan con un equipo de guías turísticos independientes contratados y capacitados, así como un equipo de marketing y promoción encargado de publicitar los tours y atraer a los turistas.

En cuanto a las empresas de guías turísticos oficiales en París, aquí hay algunas diferencias:

- Los guías turísticos oficiales están certificados por el gobierno francés.
- Estas empresas ofrecen una amplia variedad de visitas guiadas.
- El modelo económico varía según el tipo de servicio que ofrecen.
- Tienen guías oficiales altamente capacitados.
- La estructura organizativa incluye un equipo de guías turísticos que trabajan de forma autónoma bajo la supervisión de un director o gerente.
- Deben cumplir con los permisos y certificaciones necesarios para operar.
- La gestión financiera y el control de calidad son fundamentales para mantener la viabilidad de la empresa.

Las empresas de free tours se enfocan en ofrecer tours gratuitos con guías independientes, mientras que las empresas de guías turísticos oficiales se centran en brindar servicios de alta calidad y personalizados con guías certificados. Ambos tipos de empresas tienen diferentes modelos económicos y estructuras organizativas para satisfacer las necesidades de los turistas en París.

En el marco legislativo en París desde 1992, se requiere un carné profesional para acceder y ejercer durante las visitas interiores a museos, monumentos y castillos. Los guías titulados en lenguas extranjeras, como historiadores o historiadores del arte, pueden solicitar el acceso de grupos al interior de estos lugares. Los guías conferenciantes deben obtener una tarjeta profesional única emitida por los prefectos departamentales y regionales, acreditando una formación de al menos un nivel de licenciatura.

La legislación también obliga a los operadores turísticos a recurrir a personas cualificadas con tarjeta profesional para realizar visitas guiadas en museos y monumentos históricos.

Los guías de free tour, conocidos como guías turísticos independientes, no están sujetos a los mismos requisitos que los guías conferenciantes, pero deben registrarse como comerciantes y profesionales, tener seguro de responsabilidad civil y cumplir con las normas de seguridad y conducta durante los tours.

En cuanto a las encuestas realizadas a turistas y guías de free tours en París, se busca un análisis cuantitativo de aspectos como la demanda turística, el perfil del turista, los intereses turísticos, el impacto económico y cultural, la oferta turística, y la sostenibilidad. Estas encuestas proporcionan información valiosa sobre el impacto de los free tours en París, tanto para la ciudad como para turistas, guías y empresas del sector turístico y cultural.

La muestra del estudio consistió en 75 personas que habían visitado París en el último año. Las encuestas se realizaron online a través de un código QR, y se recopilaron las respuestas durante el mes de abril.

En este informe se presentan los resultados de un estudio sobre los free tours en París. El estudio incluye datos recopilados a través de un formulario en línea y entrevistas con guías de free tours.

En cuanto a los resultados del formulario, se encontró que la mayoría de los participantes en los free tours en París ya habían realizado este tipo de actividad anteriormente, lo que sugiere que han tenido una experiencia positiva y confían en esta forma de turismo. Además, se identificó que los viajeros eligen los free tours principalmente por el ahorro de dinero y tiempo, así como por la garantía de visitar lugares de calidad en la ciudad.

En términos del perfil de los participantes, se observó que la mayoría son jóvenes adultos de entre 20 y 35 años, y la proporción de hombres y mujeres es casi equitativa. Además, se destacó que los participantes son en su mayoría europeos, provenientes de países cercanos a Francia.

En relación con los idiomas, se encontró una variedad lingüística significativa debido a la diversidad de nacionalidades de los participantes.

En las entrevistas realizadas a los guías de los free tours, se obtuvieron opiniones divididas sobre la influencia de los free tours en la industria turística y en los guías oficiales. Algunos consideran positivo que cualquier persona pueda realizar free tours, mientras que otros ven riesgos en términos de calidad y condiciones laborales. Sin embargo, todos coinciden en que los free tours democratizan el acceso a la cultura y son una opción popular para todo tipo de perfiles de turistas.

El análisis de las entrevistas revela que los guías turísticos entrevistados tienen diferentes perfiles académicos, con la mayoría de ellos siendo licenciados en historia.

En cuanto a los idiomas, se observa que tanto el español como el francés son idiomas comunes entre los guías entrevistados.

En relación con el estatus oficial y situación laboral, se encontró que tres de los entrevistados son guías turísticos oficiales, lo que significa que cuentan con una certificación o licencia que los avala como guías autorizados. Los otros tres entrevistados no son guías oficiales, pero todos están registrados como trabajadores autónomos y han cumplido con los requisitos legales para ejercer como guías turísticos.

En cuanto a la experiencia laboral, la mayoría de los guías turísticos tienen entre 6 y 8 años de experiencia en el campo de la guía turística. Han trabajado tanto en free tours como en otros contextos, lo que les ha brindado una amplia perspectiva y conocimientos relevantes en su profesión.

En cuanto a las opiniones sobre los free tours, hubo diversidad entre los guías entrevistados. Algunos defienden los free tours como una oportunidad para la competencia y la calidad de los servicios turísticos, mientras que otros expresan preocupación por la falta de acreditación y el riesgo de una calidad inferior en los servicios. Sin embargo, todos los guías reconocen que los free tours democratizan el acceso a la cultura y al patrimonio, permitiendo que personas de diferentes perfiles y condiciones económicas puedan disfrutar de estas experiencias.

En resumen, el estudio demuestra el impacto significativo del free tour en París desde una perspectiva económica, turística y cultural. Los tours gratuitos han contribuido al crecimiento económico al atraer más turistas y estimular el gasto en la ciudad. Además, han democratizado el acceso a la información turística, permitiendo que un público diverso explore los atractivos de París de manera económica. Desde el punto de vista cultural, los free tours enriquecen la experiencia de los visitantes al proporcionarles información auténtica y fomentar el intercambio cultural. Tanto los turistas como los guías valoran la oportunidad de explorar la ciudad de forma accesible, la calidad de los guías turísticos y la autenticidad de los recorridos. Sin embargo, es importante considerar aspectos como la sostenibilidad y la regulación adecuada para garantizar un equilibrio entre el turismo y la preservación de la identidad cultural de París

Short Version

The present research project focuses on understanding the economic, tourist, and cultural impact of free tours in the French city of Paris. To achieve this, an exploratory methodology is used, starting from a theoretical framework related to the study's keywords: Free Tour, Socio-Cultural and Economic Impact, Paris, and Tourism. This allows for finding sufficient basic theoretical material that encompasses both the conceptual basis and the regulations. Subsequently, a qualitative methodology based on surveys is used to gather the opinions of visitors and guides through a form. This will provide a more direct observation of the experience within the free tour environment, yielding results that can affirmatively answer the research question about the impact of this figure in Paris.

Free tours, also known as free walking tours or pay-what-you-wish tours, have gained popularity as an accessible way to explore large cities. These tours do not have a fixed price but are based on a voluntary contributions to the guide at the end of the tour. They have attracted a greater number of tourists, especially those with a limited budget, generating a positive economic impact for local guides and the companies that offer them. Additionally, free tours allow tourists to interact more with the cities by providing historical information and recommendations for authentic places. However, they also pose challenges such as the potential exploitation of tour guides and competition with traditional companies. Moreover, the concentration of tourists in specific areas can affect the quality of life for local residents and raises concern for the preservation of cultural and environmental heritage. It is necessary to find a balance between the offering of free tours and the sustainability of tourism by implementing appropriate measures to preserve destinations and ensure a positive experience for all involved.

Free tours have had a significant impact on the socio-cultural aspects of tourist destinations where they are carried out. Firstly, these tours have contributed to the democratization of access to information and historical/cultural knowledge about cities. By removing economic barriers, free tours allow a broader audience to have the opportunity to explore and learn about the city's cultural heritage.

Furthermore, free tours foster interaction and cultural exchange between tour guides and participants. Local guides are often passionate and knowledgeable about their city, allowing them to provide an authentic and personalized perspective on the sites visited. This promotes dialogue and mutual understanding among different cultures and contributes to the construction of local identity and appreciation for cultural diversity.

Additionally, free tours encourage participation and support for the local economy. By hiring local tour guides, employment is promoted, and the human and cultural resources of the community are valued. This can have a positive impact on the socioeconomic development of the city and the quality of life for local residents.

For tourists, free tours provide a more authentic and enriching experience. By interacting with locals and exploring the city on foot, they have the opportunity to immerse themselves in the local culture, discover lesser-known places, and have a more personalized and memorable experience. This can generate greater interest and respect for cultural heritage, as well as higher satisfaction and recommendations for the destination.

However, it is important to consider that free tours also pose challenges and aspects to be considered. For example, the tipping model can create pressure on participants to leave a gratuity,

which can affect the perception of "freeness" and the overall experience. Additionally, the popularity of free tours can result in large groups of participants, which can affect the quality of the experience and the ability to interact individually with the guide.

The collaborative economy is an economic model based on collaboration and the sharing of goods, services, and resources among individuals or businesses through digital platforms. It is characterized by the elimination of traditional intermediaries, sharing and collaboration, the use of digital platforms, a focus on access rather than ownership, and trust and reputation as key factors.

In this regard free tours, can be considered part of the collaborative economy due to several similarities with this economic model. Free tours involve sharing knowledge and experiences, eliminating intermediaries, using digital platforms, valuing reputation, and providing inclusive access. However, there are also significant differences, such as the gratuity or low cost of services, and the main focus on storytelling and cultural experience.

In terms of legal considerations, the regulation of free tours can vary depending on the country and jurisdiction. In some places, specific requirements for tour guides may exist, such as licenses and tax obligations.

The impact of free tours on the management of cultural heritage is significant and presents various positive implications. Here are some of the most relevant influences:

1. **Promotion and dissemination of heritage:** Free tours provide an opportunity to promote and disseminate the cultural heritage of a city in an accessible and free manner. By allowing visitors to explore and learn about historical and cultural sites, there is increased interest in heritage, attracting more tourists. Additionally, free tours may include visits to lesser-known or off-the-beaten-path sites, contributing to diversifying destinations and valuing a broader heritage.
2. **Awareness and consciousness:** Free tour guides often provide detailed information about historical sites and monuments, increasing awareness and understanding of the cultural value and historical importance of heritage. This increased awareness can generate greater respect and care for heritage, both from tourists and the local community.
3. **Community participation:** Free tours conducted by local guides provide an opportunity to involve the community in heritage management. Since guides, are familiar with the city's history and culture, they can become ambassadors for their own heritage, sharing direct knowledge and experiences with visitors. This strengthens the community's sense of ownership towards their heritage and promotes participation in its preservation and promotion.

4. Sustainable use of heritage: Free tours can contribute to a more sustainable use of heritage by reducing pressure on the most popular tourist sites and avoiding overcrowding. By offering free visits, the flow of tourists can be distributed towards lesser-known places, benefiting both the visited sites and the quality of the tourist experience. Free tour guides also often highlight the importance of respecting and preserving heritage, promoting responsible tourism practices.
5. Generation of complementary income: Although free tours are free, they can generate complementary income for heritage management. For example, guides may receive tips or recommend additional services such as museum visits or the purchase of local products. This income can be used for the conservation, maintenance, and improvement of heritage, as well as the implementation of related projects and activities.
6. Feedback and continuous improvement: Free tours allow for obtaining direct feedback and opinions from visitors regarding heritage and the tourist experience. This feedback is valuable for heritage management as it provides information about visitor expectations, strengths, and areas for improvement. This information can be used to plan future actions, optimize heritage management, and improve the quality of the tourist experience.

The impact of tourism in France at the national and regional levels is significant. At the national level, tourism has been an important economic driver for the country. France is one of the most popular tourist destinations in the world and has received a large number of international tourists. Before the pandemic, in 2019, France welcomed approximately 90 million international tourist arrivals, making it the most visited country in the world.

Tourism accounts for around 7% of France's Gross Domestic Product (GDP) and generates employment in sectors such as hospitality, transportation, and culture. These figures have remained consistent over the years.

At the regional level, Paris is one of the most touristic cities in France. Tourism is one of the main economic activities in the city and has a significant impact on the local economy. Paris is known for its iconic monuments, museums, restaurants, and shops, attracting tourists from around the world. The city also offers a wide range of accommodation options, allowing visitors to choose the type of lodging that best suits their budget.

In Paris, tour guides play an important role in the tourism industry. Although many tour guides work as small businesses or self-employed individuals, they contribute to the tourism sector by generating income through the services they provide.

In the SWOT analysis conducted for free tour companies, both weaknesses and strengths, as well as opportunities and threats, were revealed:

Weaknesses:

- Dependency on tips.
- Capacity limitation: Free tour companies may sometimes struggle to manage large groups of tourists.
- Dependence on guides: Free tour companies often rely on a limited number of tour guides.
- Potential undesired consequences: Due to having less control over guides' actions and comments, free tour companies may face situations where guides engage in inappropriate behavior.

Strengths:

- Economic accessibility.
- Authentic experience: Free tours offer the opportunity for a different and authentic visit.
- Market differentiation: Free tour companies can stand out in the market by offering unique and attractive experiences.
- Easy in-person contact or digital platforms: Free tour companies are easily accessible to tourists.

Threats:

- Strict legal regulations.
- High competition: Competition in the tour market can be high, potentially reducing companies' profit margins.
- Crises or unforeseen events: Temporary crises, natural events, health situations, or other unforeseen events can have a negative impact.
- Negative customer reviews: Poor reviews and opinions from tourists can have a negative impact.

Opportunities:

- Sector growth: As positive reviews increase,
- Collaboration with other tourism sectors: Free tour companies can seek strategic partnerships with hotels, restaurants, etc.

In Paris, some of the main free tour companies share common features, such as:

- The organization is based on hiring independent tour guides who offer the tours and receive tips from tourists at the end of the tour.

- Companies provide training, support materials, and a tour booking system for tour guides.
- They operate under the "freemium" business model, offering free tours and premium tours for an additional cost.
- They often offer different types of tours covering different areas of the city.
- Competition among these companies is strong, so they focus on offering a high-quality and unique experience to stand out.
- They must comply with regulations and legal requirements to offer tourist services in Paris.
- They have relatively low cost structures as they don't have to pay for advertising or office rent.
- They have a team of hired and trained independent tour guides, as well as a marketing and promotion team responsible for advertising tours and attracting tourists.

Regarding official tour guide companies in Paris, here are some differences:

- Official tour guides are certified by the French government.
- These companies offer a wide variety of guided tours.
- The economic model varies depending on the type of service they offer.
- They have highly trained official guides.
- The organizational structure includes a team of tour guides who work autonomously under the supervision of a director or manager.
- They must comply with the necessary permits and certifications to operate.
- Financial management and quality control are crucial for maintaining the viability of the company.

Free tour companies focus on offering free tours with independent guides, while official tour guide companies focus on providing high-quality and personalized services with certified guides. Both types of companies have different economic models and organizational structures to meet the needs of tourists in Paris.

Since 1992 legislative framework in Paris requires a professional card to access and work during interior visits to museums, monuments, and castles. Foreign language-qualified guides, such as historians or art historians, can request access to groups inside these places. Conference guides must obtain a unique professional card issued by departmental and regional prefects, accrediting at least a bachelor's degree level of education.

The legislation also requires tour operators to use qualified individuals with a professional card to conduct guided tours in museums and historical monuments.

On the other hand Free tour guides, known as independent tour guides, are not subject to the same requirements as conference guides but must register as traders and professionals, have civil liability insurance, and comply with safety and conduct standards during tours.

To this end surveys were conducted with tourists and free tour guides in Paris yielding, a quantitative analysis of aspects such as tourist demand, tourist profile, tourist interests, economic and cultural impact, tourist offerings, and sustainability is sought. These surveys provide valuable information about the impact of free tours in Paris for the city, tourists, guides, and tourism and cultural sector companies.

The study sample consisted of 75 people who had visited Paris in the last year. The surveys were conducted online through a QR code, and the responses were collected during the month of April.

This report presents the results of a study on free tours in Paris. The study includes data collected through an online form and interviews with free tour guides.

Regarding the results of the form, it was found that the majority of participants in free tours in Paris had already experienced this type of activity before, suggesting they have had a positive experience and trust this form of tourism. Additionally, it was identified that travelers choose free tours primarily for saving money and time, as well as the guarantee of visiting quality places in the city.

In terms of participant profiles, it was observed that the majority are young adults between 20 and 35 years old, and the ratio of men and women is nearly equal. Furthermore, it was highlighted that participants are mostly Europeans from countries near France.

In relation to languages, significant linguistic diversity was found due to the diversity of nationalities among participants.

During the interviews with free tour guides, there were divided opinions obtained regarding the influence of free tours on the tourism industry and official guides. Some consider it positive that anyone can conduct free tours, while others see risks in terms of quality and working conditions. However, all agree that free tours democratize access to culture and are a popular option for all types of tourist profiles.

Analysis of the interviews reveals interesting data:

Academic background The analysis of the interviews reveals that the interviewed tour guides have different academic backgrounds, with the majority of them having degrees in history.

Languages both Spanish and French are common languages among the interviewed guides.

Official status and employment situation, three of the interviewees are official tour guides, meaning they have certification or a license that qualifies them as authorized guides. The other three

interviewees are not official guides, but they are all registered as self-employed workers and have fulfilled the legal requirements to work as tour guides.

Work experience, most tour guides have 6 to 8 years of experience in the field of tour guiding. They have worked in both free tours and other contexts, providing them with a broad perspective and relevant knowledge in their profession.

When questioned about opinions of free tours, there was variation among the interviewed guides. Some defend free tours as an opportunity for competition and quality in tourism services, while others express concerns about lack of accreditation and the risk of lower service quality. However, all guides recognize that free tours democratize access to culture and heritage, allowing people from different profiles and economic conditions to enjoy these experiences.

In summary, the study demonstrates the significant impact of free tours in Paris from an economic, touristic, and cultural perspective. Free tours have contributed to economic growth by attracting more tourists and stimulating spending in the city. Additionally, they have democratized access to tourist information, allowing a diverse audience to explore Paris's attractions in an affordable way. From a cultural standpoint, free tours enrich visitors' experience by providing authentic information and fostering cultural exchange. Both tourists and guides value the opportunity to explore the city in an accessible manner, the quality of tour guides, and the authenticity of the tours. However, it is important to consider aspects such as sustainability and proper regulation to ensure a balance between tourism and the preservation of Paris's cultural identity.

Referencias

- Acosta, T. (2021). Las competencias de la Unión Europea en materia de turismo colaborativo. En especial, la influencia del Derecho de la Unión Europea en la Configuración del Régimen Jurídico aplicable al modelo "free tour". En H. Gosálbez Pequeño (Ed.), *Tratado jurídico ibérico e iberoamericano del turismo colaborativo* (pp. 59-86). Universidad de Córdoba.
- Acosta, T. (2022). El modelo free tour, ¿economía colaborativa o fraude de ley? En L. de la Torre Martínez & E. Carbonell Porras (Ed.), *Gobiernos locales y economía colaborativa* (pp. 369-378). Universidad de Córdoba.
- Atencia, M.C., Martínez, R.R., & Nuñez, W.N. (2023). Revisión sistemática del flujo turístico: DAFO de territorio Coloso. *GADE: Revista Científica*, 3(3), 24-44.

- Barra-Hernández, P. & Navalón-García, R. (2021). Turismo idiomático: conceptualización y valor estratégico en destinos consolidados. *Cuadernos de turismo*, (48), 153-181.
- Briones, L. (2022). Los indicadores marcan el rumbo del turismo global. El turismo internacional mejoró un 51% en 2021, según el Top 100 City Destinations Index. *Ipsos: información y publicidad*, (889), 52-53.
- Campillo, E.M., & Malinovsky, R. (2015). Análisis del Fenómeno Free Tour en el Sector Turístico. [Trabajo de Fin de Grado, Zaragoza]. Repositorio institucional de la Universidad de Zaragoza. <http://zaguan.unizar.es/record/36905/files/TAZ-TFG-2015-4494.pdf?version=1>
- Carceller, D. (2017). *Free tours: present and future of a new model of business*. Doubleday.
- City Free Tour (2023). *City Free Tour*. <https://cityfreetour.com/>
- Civitatis (2023). *Free tour por Montmartre*. <https://www.civitatis.com/es/paris/free-tour-montmartre/>
- Code du tourisme français (2006). *Ley nº 2006-437* del 14 de abril 2006.
- Cró, S., & Martins, A.M. (2020). Foreign Direct Investment in the tourism sector: The case of France. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100-114.
- Cultival (2023). *Cultival*. https://cultival.fr/en_GB/
- De Lille, L. C. (2015). Patrimonio y territorio metropolitano: el caso de la región de París/Île-de-France. *Ciudad y Territorio Estudios Territoriales*, 237-254.
- Del Pilar, M., & Medina, F.X. (2017). Free walking tour enterprises in Europe: An evolutionary economic approach. *Collaborative economy and tourism: Perspectives, politics, policies and prospects*, 129-151.
- Dimitrios, B. (2023), Tour guides' self-efficacy and resilience capability building through sharing economy platforms. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 3(8), 23-25.
- Fernández, C. (2021). Coronavirus: conmoción sin precedentes para el turismo. El caso de París. [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Cantabria]. Repositorio institucional de la Universidad de Cantabria. <https://repositorio.unican.es/xmlui/handle/10902/22036>
- Fontal, O., & Juanola, R. (2015). La educación patrimonial: una disciplina útil y rentable en el ámbito de la gestión del patrimonio cultural. *Torrosas, Online Digital Newspaper*, (1), 9-25.
- García, M.M. (2020) El Turismo que Transforma. [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de las Islas Baleares]. Repositorio institucional de la Universidad de las Islas Baleares. <https://dspace.uib.es/xmlui/handle/11201/153014>
- García, J.R., & Ruiz, R.P. (2022). Free Walking Tours. In *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing* (pp. 340-343). Edward Elgar Publishing.
- Gavinelli, D. & Romero, F. (2018). Intérpretes culturales del siglo XIX: los guías de turismo no reconocidos. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 30(2), 302-305.
- Genin, J. (2022). *Aprender lengua y cultura a través del free tour*. [Trabajo de Fin de Máster, UNIR]. Repositorio institucional de la UNIR. <http://reunir.unir.net/handle/123456789/14001>
- Gyimóthy, S., Pérez, S.M., Meged, J.W., & Wilson, J. (2020). Contested spaces in the sharing economy. *Scandinavian journal of hospitality and tourism*, 20(3), 205-211.
- Gutiérrez-Duarte, M., & Roldán-Martínez, A. (2020). Economía Sumergida e Intrusismo al Amparo del Turismo Colaborativo. El Caso de los Free Tours. *Indret*, 2, 139-170.
- Hiernaux, D. (2020). Nuevas encrucijadas para el turismo. *Estudios y perspectivas en turismo*, 29(3), 996-1011.
- Icomos Internacional (2017). Declaración de París sobre el patrimonio como motor del desarrollo. *Patrimonio: economía cultural y educación para la paz*, 2(12), 100-118.
- Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos de Francia (2023). *Estudios y estadísticas: Economía del país*. <https://www.insee.fr/en/statistiques?theme=27>
- Jackson, J. (2018). *A certain idea of France*. Allen Lane.
- Localers (2023). *Localers*. <https://www.localers.com/>
- Maniatis, A. (2022). *La inversión del papel del guía en los free tours*. University of Nicosia.
- Meeting the French (2023). *Meeting the French*. <https://www.meetingthefrench.com/>
- Mendez, L. (2010). Del Cicerone a la profesión de guía turístico. Patrimonio y turismo.
- Muñoz, P. J. (2020). *Economía colaborativa y plataformas digitales*. Editorial Reus.
- Navalón-García, R. & Mínguez, C. (2016) *El desarrollo del fenómeno de los tours gratuitos (free tours) en los destinos culturales. El caso de la ciudad de Madrid: colaboración o negocio*. Societat d'Història Natural de les Balears.
- Navalón-García, R., & Mínguez, C. (2021). Tourist guides and free tours: A controversial relationship. *Tourist Studies*, 21(3), 486-506.
- Nebot-Gómez de Salazar, N., Morales-Soler, E., & Rosa-Jiménez, C. (2020). Metodologías participativas y patrimonio cultural inmaterial en los barrios. *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, (33), 83-102.
- Oficina de Turismo de Francia (2023). *Bienvenido a París*. <https://es.parisinfo.com/>
- Organización Mundial del Turismo. (2022). *Informe Anual 2022*. <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>

- Paris City Vision (2023). *Paris City Vision*. <https://www.pariscityvision.com/es>
- Pauchant, M. (2022). París: metrópolis turística. *Estudios turísticos*, 63, 63-78.
- RATP (2023). *Next Stop Paris: transports à Paris et en Ile-de-France: bus, métro, tramway*. RATP. <https://www.ratp.fr/en/visite-paris/espagnol/next-stopparis>
- Retter, S. (2019). *Paris: Free Things to Do: The Freebies and Discounts Travel Guide to Paris*. CreateSpace.
- Ricolfi, F., Manuela, B., Massiera, B., & Giordano, Y. (2022). Strategy of social tourism in France, a loss of humanist vocation in front of material contingency? *Ideas*, 3(2), 52-69.
- Romero, D. (2017). *Saberes y comportamientos culturales A1-A2*. Edinum.
- Sánchez, R.A. (2016). Economía colaborativa: un nuevo mercado para la economía social. *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, (88), 230-258.
- Sandemans new Europe (2023). *Free tours*. <https://www.neweuropetours.eu/free-tours/>
- Santos, A. & Queiros, A. (2019). El papel del guía turístico en el contexto de la conservación y valoración del patrimonio tangible e intangible. *Journal of Tourism and Heritage Research* 2(4) 308-326.
- Strawberry Tours (2023). *Free Tours París*. <https://strawberrytours.com/es/paris>
- Summers, S. (s.f.). *About free tours*. <https://www.freetour.com/concept/about-free-tours>
- Weiner, J.K. & Moroz, S. (2018). *Paris in Stride: An Insider's Walking Guide*. Rizzoli.
- White Umbrella Tours (2023). *Los mejores free tours en las ciudades más bellas de Europa*. <https://whiteumbrellatours.com/>
- Yagüe, J. & Guillén, N.A. (2015). *Free Tours: estudio del sector de guías turísticos, legislación y análisis de la problemática actual*. [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Zaragoza]. Repositorio institucional de la Universidad de Zaragoza. <http://zagan.unizar.es/record/106556>
- Zalvide, A. (2020). La propina en el marco de las relaciones de trabajo. *Revista Internacional y Comparada de Relaciones Laborales y Derecho del Empleo*, 8(3), 137-150.

