



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

**TÍTULO:
COUCHSURFING**

**AUTOR (A):
Sandoval Vargas Verónica Lorena**

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de
INGENIERO (A) EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**TUTOR:
Murillo Paladines Fabiola Alexandra**

**Guayaquil, Ecuador
2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Verónica Lorena Sandoval Vargas**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero (a) en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTOR (A)

Fabiola Alexandra Murillo Paladines

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 30 del mes de Agosto del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Verónica Lorena Sandoval Vargas**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **CouchSurfing** previa a la obtención del Título **de Ingeniero (a) en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras** ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 30 del mes de Agosto del año 2014

EL AUTOR (A)

Verónica Lorena Sandoval Vargas



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Verónica Lorena Sandoval Vargas**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **COUCHSURFING**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 30 del mes de Agosto del año 2014

EL (LA) AUTOR(A):

Verónica Lorena Sandoval Vargas

AGRADECIMIENTO

Agradezco antes que nada a Dios, por haberme guiado a lo largo de esta etapa, por haberme dado la fuerza para siempre seguir adelante y poder culminar con éxitos.

A mi mami por haberme inculcado los valores y darme su apoyo incondicional. A todas las personas que fueron parte de esta etapa importante. A Otto por alentarme a culminar este proyecto.

Les agradezco por su apoyo, confianza, dedicación y paciencia a Alexandra y José, sin ustedes hubiera sido muy complicado.

VERONICA LORENA SANDOVAL VARGAS

DEDICATORIA

A mi mama, pilar fundamental en mi vida, por haberme apoyado en cada momento, por sus consejos, por su ejemplo de perseverancia y constancia, por sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, por ser la persona que me enseñó a ser quien soy, pero más que nada, por su amor incondicional.

VERONICA LORENA SANDOVAL VARGAS



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

CALIFICACIÓN

Apellidos y Nombres	Nota final del Tutor

**FABIOLA ALEXANDRA MURILLO PALADINES
TUTOR**

ÍNDICE GENERAL

Capítulo I Introdutorio

1.1 Antecedentes	3
1.2 Justificación	5
1.3 Planteamiento del Problema	7
1.4 Objetivos de la Propuesta	9
1.5 Contribución o Aporte de la Propuesta	10

Capítulo 2 Marco Contextual

2.1 Marco Teórico	11
2.2 Marco Conceptual	12
2.3 Marco Referencial	18
2.4 Marco Legal	20
2.4.1 La sociedad del Buen Vivir	23

Capítulo 3. Marco Metodológico

3.1 Diseño de la Investigación	25
3.2 Población y Muestra	26
3.3 Técnicas de recolección de datos	27
Cualitativos	28
Cuantitativos	29

Capítulo 4. Diagnóstico

4.1 Análisis de resultados de la encuesta	30
RESULTADOS DE ENCUESTA	31
4.2 Análisis final de datos	41

Capítulo 5. Análisis del Mercado

5.1 Estudio del Mercado	44
5.2 Análisis de la Situación	44
5.3 Oferta de Mercado	46
5.4 Demanda de Mercado	46
5.5 Diagnóstico del Mercado en base a la investigación realizada	47

Capítulo 6. Planeación Estratégica

6.1 Mercado Objetivo	48
6.2 Cobertura	48
6.3 Recursos	49
6.4 Importancia de la Propuesta	49
6.5 Descripción de la Propuesta	49
6.6 Objetivos de la Propuesta	56
6.7 Logros Esperados	56
6.8 Beneficiarios	57

Capítulo 7. Impactos

7.1 Impacto Social	57
7.2 Impacto Turístico	58
7.3 Impacto Cultural	

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones	59
Recomendaciones	60
BIBLIOGRAFÍA	61
ANEXOS	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1.-

- ¿Hace cuánto tiempo utilizó CouchSurfing? 51

Tabla N° 2.-

- ¿Cuántas veces has viajado haciendo contactos a través del CouchSurfing? 52

Tabla N° 3.-

- ¿Qué ventajas encontraste al utilizar el CouchSurfing como estrategia de viaje? 53

Tabla N° 4.-

- ¿Qué motivo considera importante para suscribirse a CouchSurfing? 54

Tabla N° 5.-

- ¿Cómo consideras al CouchSurfing? 55

Tabla N° 6.-

- ¿Consideras que el CouchSurfing promueve el turismo informal? 56

Tabla Nº 7.-

- ¿Consideras que el CouchSurfing promueve el intercambio cultural? 57

Tabla Nº 8.-

- ¿Piensas que el CouchSurfing genera un proceso multicultural? 58

Tabla Nº 9.-

- ¿Crees que el CouchSurfing es una forma de entretenimiento propio de esta época tecnológica? 59

Tabla Nº 10.-

- ¿Qué requerimientos se debe implementar en plataforma del CouchSurfing? 60

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfica N° 1

- Hace cuánto tiempo utilizó CouchSurfing 44

Gráfica N° 2

- Cuántas veces ha usado CouchSurfing45

Gráfica N° 3

- Ventajas de utilizar CouchSurfing 46

Gráfica N° 4

- Motivo para suscribirse a CouchSurfing47

Gráfica N° 5

- Cómo consideras al CouchSurfing 48

Gráfica N° 6

- CouchSurfing promueve el turismo informal 49

Gráfica N° 7

- CouchSurfing promueve intercambio cultural 50

Gráfica N° 8

- CouchSurfing genera proceso multicultural 51

Gráfica N° 9

- CouchSurfing como forma de entretenimiento52

Gráfica N° 10

- Requerimientos a implementar en la plataforma de CouchSurfing53

RESUMEN

El término CouchSurfing significa "surfear o navegar en sofá". Esta palabra da la idea de viajar alojándose en casas particulares, durmiendo en un sofá, en una habitación libre o en cualquier lugar de un hogar. Actualmente, la industria del hospedaje es compleja y diversa. El CouchSurfing es mucho más que un alojamiento gratuito en una casa. Es una manera de vivir experiencias que no viviría un turista convencional, con la opción de conocer diversidad de personas, culturas y experiencias. El objetivo de la investigación es analizar las características del CouchSurfing, para establecer su importancia en el campo del turismo y la hospitalidad en el Ecuador. El Marco Conceptual define conceptos importantes, como Acogida, Alojamiento, Anfitrión, Embajador, Hospitalidad, Turismo, entre otros. El Marco Referencial analiza algunas consideraciones respecto al tema, comparándolo con el WWOOF que a decir de LÓPEZ, Pilar tiene una vocación más ecologista que viajera. El Marco Legal presenta algunos aspectos de la Ley de Turismo y del Buen Vivir. El Marco Metodológico hace referencia al Método de Investigación Descriptiva empleado en este Proyecto; además, describe la población y muestra empleada para la recolección de datos, información que luego dio lugar al Diagnóstico, pues fue analizada e interpretada, para posteriormente presentar un Análisis del Mercado del CouchSurfing en Ecuador. Sobre la base de este diagnóstico, se presenta una Planeación Estratégica, teniendo en cuenta el mercado objetivo y la cobertura del servicio, así como la importancia de la Propuesta descrita. Entre los objetivos de la Propuesta está facilitar la conexión entre personas de diferentes sitios del mundo, para que puedan organizar viajes y así conocer la mayor parte de lugares existentes. Se espera que esta propuesta constituya una exploración fácil y accesible, donde se puedan superar obstáculos que inhiban a la gente y ayudándoles a sentirse libres para explorar.

PALABRAS CLAVES

Surfear	Sofá	Hospitalidad	Personas	Culturas	Experiencias
---------	------	--------------	----------	----------	--------------

ABSTRACT

The term CouchSurfing means "couch surf or sail." This word gives the idea of traveling by staying in private homes, sleeping on a couch in a spare room or anywhere in a home. Currently, the hosting industry is complex and diverse. The CouchSurfing is much more than a free accommodation in a house. It is a way of life experiences would not live a conventional tourist, with the option to meet diversity of people, cultures and experiences. The aim of the research is to analyze the characteristics of CouchSurfing, to establish its importance in the field of tourism and hospitality in Ecuador. The Framework defines important concepts such as Reception, Accommodation, Host, Ambassador, Hospitality, Tourism, among others. The Reference Framework discusses some considerations on the issue, comparing it to say that WWOOF LOPEZ, Pilar has a vocation greener traveler. The Legal Framework presents some aspects of the Law on Tourism and the Good Life. The methodological framework refers to the method used in this Descriptive Research Project; also describes the population and sample used for data collection, information which then led to the diagnosis, as it was analyzed and interpreted, and later submit a Market Analysis CouchSurfing in Ecuador. Based on this analysis, we present a Strategic Plan, taking into account the purpose and coverage of the service market, and the importance of the proposal described. Among the objectives of the proposal is to facilitate the connection between people from different parts of the world, so that they can organize trips and get to know most of existing sites. It is expected that this proposal constitutes an easy and affordable exploration, where they can overcome obstacles that inhibit people and helping them to feel free to explore.

KEY WORDS

Couch	Surfing	Experience	Cultures	Hospitality	People
-------	---------	------------	----------	-------------	--------

INTRODUCCIÓN

El CouchSurfing, traducido literalmente como 'surfear sobre sofás' constituye un sistema de intercambio cultural entre personas que, a través de un viaje concertado previamente por las redes sociales, deseen conocer lugares en diferentes partes del mundo o sencillamente practicarlo como una forma de entretenimiento.

En general, puede decirse que la plataforma del CouchSurfing es una oportunidad para abrirse al mundo, disminuyendo la barrera del elevado gasto económico en los viajes tradicionales, por el ahorro de estadía y guía de turismo. Se registran también solicitudes referentes al intercambio cultural y promoción local de nuevos destinos de viaje.

También, estimula la metacomunicación, porque los usuarios son a la vez perceptores e interlocutores, organizadores de actividades que fomentan el intercambio cultural ya sea por el lenguaje, la gastronomía, el arte, las costumbres, etc. De esta manera, se promueve el respeto, la solidaridad, los lazos de amistad, la confianza, la comprensión, entre otros valores que permiten la convivencia humana.

Este trabajo de investigación constituye una experiencia sobre el CouchSurfing. El Objetivo General de la investigación es analizar las características del CouchSurfing, a través de una investigación bibliográfica, para establecer su importancia en el campo del turismo y la hospitalidad en el Ecuador.

En el desarrollo de la investigación, se conceptualizan algunos términos relacionados con el CouchSurfing, para facilitar la comprensión de su operatividad. Además, se establece la importancia del CouchSurfing en el

turismo y la economía de un país. Y finalmente, se sistematizan experiencias personales, para estructurar una propuesta de fortalecimiento y difusión del CouchSurfing en el Ecuador.

El trabajo consta de cinco capítulos bien diferenciados:

El primer capítulo es Introdutorio y presenta antecedentes, justificación, el planteamiento del problema, objetivos de la propuesta, así como su aporte o contribución.

El segundo capítulo corresponde al Marco Contextual y expone Marco teórico, Marco Conceptual, Marco Referencial y Marco legal, que incluye aspectos sobre la Sociedad del Buen Vivir. Además, se incorpora una definición de términos conceptuales.

El tercer capítulo describe el Marco metodológico y presenta Diseño de la Investigación, Población y Muestra, Técnicas de recolección de datos, estableciendo una diferencia entre datos cualitativos y Cuantitativos .

El cuarto capítulo presenta el diagnóstico, sobre la base de los resultados obtenidos en la encuesta, efectuando un análisis profundo de esta información.

El quinto capítulo se refiere a la Propuesta en la que se incluyen antecedentes, importancia, objetivos, descripción, estrategias de seguridad, normas de la comunidad, beneficiarios y logros esperados.

Finalmente, el trabajo concluye con la exposición de Conclusiones y Recomendaciones, obtenidas sobre la base de la investigación bibliográfica y de campo efectuada durante todo el proceso de indagación respecto a este importante tema del CouchSurfing, que tantos beneficios ofrece a la comunidad que participa en dicho sistema.

Capítulo I Introductorio

1.1 Antecedentes

Luego de los grandes descubrimientos del siglo XVI, se produjo una reactivación de la economía, que trajo consigo el progresivo aumento de la demanda; esto provocó un creciente interés por parte de la iniciativa privada. Surgieron ventas y posadas en las rutas más concurridas, que fueron también las que recibieron las primeras atenciones para mejorarlas por parte de los gobernantes.

Las industrias actuales de hospedaje y restaurantes son el resultado de la evolución social y cultural de muchos siglos. El hospedaje cómodo, higiénico se consideró alguna vez el privilegio exclusivo de los ricos, pero se hizo accesible al ciudadano común. El progreso en la transportación permitió a más gente viajar distancias más largas a un costo más bajo, y el turismo se desarrolló en todo el globo. De sus humildes inicios, la hospitalidad y el turismo crecieron hasta convertirse en las dos industrias más grandes de todo el mundo.

Actualmente, la industria del hospedaje es compleja y diversa. Desde las posadas de los tiempos bíblicos hasta los complejos resorts modernos, la evolución del establecimiento para hospedaje ha influido en, y a su vez ha sido influida por, los cambios sociales, culturales, económicos y políticos de la sociedad.

El proceso del Turismo comienza desde la decisión de realizar un viaje hasta que el turista regresa a su residencia habitual, en este proceso se ven involucradas un grupo de entidades que van a proveer al visitante de todos los servicios que requiere. Es importante tomar en consideración que a pesar de que el origen del término ubica la hospitalidad solo en las entidades de

alojamiento y restauración, la hospitalidad no puede ponerse de manifiesto en entidades vinculadas solo al proceso de restauración y alojamiento.

Las redes sociales han permitido tener una información suplementaria para establecer contactos. Gracias a ello, el turismo alternativo se ha extendido en un mundo global. Estas prácticas no son nuevas, pero se expanden gracias a las tecnologías que están dando un fuerte empuje a un "turismo social colaborativo".

En esta perspectiva, surge el CouchSurfing, que es una página de internet, donde se puede buscar opciones de anfitriones, quienes pueden elegirse en base a su experiencia, en los comentarios expuestos por las personas que se hospedaron con ellos, en la disponibilidad de tiempo, así como algunos filtros dependiendo de lo que se busque. Una vez que se encuentren algunas opciones de anfitriones, se les escribe y se espera contestación de ellos. Y ahí es donde comienza la aventura.

La tendencia de "surfear un sillón" comenzó hace cinco años en los Estados Unidos y hoy es una de las formas más populares de recorrer el globo. Más de un millón y medio de usuarios, en su mayoría de Estados Unidos, Alemania, Francia, Canadá y el Reino Unido se hospedan gratis, conocen diferentes culturas y hacen amigos a través de esta red.

"Participa creando un mundo mejor, un sofá a la vez" es la premisa para todo el que se anote en esta experiencia. Dar alojamiento, buen trato y encargarse de que el visitante pase una estadía agradable son los mandamientos del anfitrión de CouchSurfing. Cobrar la estadía y cualquier tipo de intercambio monetario se encuentra terminantemente prohibido.

Aunque el principio de CouchSurfing es relativamente conocido en la actualidad, se sabe poco que es un sistema que coloca a la seguridad en el centro de su organización. Dormir en el sofá de un desconocido sí, pero con la seguridad de que es alguien en quien se puede confiar.

Esta nueva forma de turismo, económica y amistosa es practicada por más de 3 millones de usuarios en el mundo. Basta con inscribirse en el sitio de CouchSurfing y de este modo se podrá encontrar un alojamiento gratuito en casa de un residente local que se ha inscrito también en esta red social. El anfitrión precisa en su perfil lo que ofrece a los CouchSearchers.

Las ciudades más visitadas a través de esta modalidad son París, Londres, Berlín, Montreal y Estambul. CouchSurfing posee presencia tanto en América como en Europa y Buenos Aires se alza como uno de los destinos más concurridos de América latina. La edad de los viajeros va de los 18 a los 50 años, aunque la mayoría tiene entre 20 y 28.

1.2 Justificación

El CouchSurfing es mucho más que un alojamiento gratuito en una casa. Es una manera de descubrir un destino turístico de la mano de un local, de vivir experiencias que no viviría un turista convencional, integrándose de manera absoluta y directa en el entorno local.

Los costos de viajar para conocer nuevos puntos del planeta transforman al turismo en un lujo que no todos pueden darse. Pero gracias a la red social CouchSurfing, para reducir gastos solo hace falta estar dispuesto a compartir un sofá y convivir con los residentes locales.

Esta modalidad, que existe desde hace más de cinco años, permite conseguir hospedaje económico y obtener una experiencia completamente diferente a la del turista tradicional.

Una de las principales características del viajero de CS son las ganas de conocer distintos tipos de personas, culturas y experiencias. Son personas de mentalidad abierta y no tienen ganas de hacer el típico viaje de turista. No les gusta tener ningún paquete turístico armado, y por lo general en plan de los CS realmente no existe plan.

Gracias al CouchSurfing pueden sucederle a un turista cosas tan únicas como disfrutar de la vista de Beijing desde la azotea de un edificio con una cerveza en la mano, compartir una paella a las 3 de la mañana en una tienda de reparación de ordenadores, grabar un Harlem Shake en una barbacoa llena de gente que 10 horas antes esa persona no conocía, ayudar a vender bebidas a un grupo de adolescentes para recaudar fondos en Indonesia, impartirle clase de inglés a niños chinos de 10 años, asistir a un festival de cine independiente en Yangón... ¡La lista es interminable!

Compartiendo vidas se aprende a quitarse los zapatos antes de entrar en casa, a ducharse “a cubazos”, o a aparcar la moto en el salón por las noches. Se aprenderá a ver un país a través de los ojos de las personas que viven en él. Y lo mejor de todo: se tendrá un hogar.

En la vida de los viajeros de CouchSurfing entrarán personas que conseguirán que prueben ese plato local que “no tenía muy buena pinta”, y el viajero, les podrá dar las gracias preparándoles algo típico de su país o ciudad.

En la actualidad, muchas personas optan por este beneficio de practicar esto del “surfing de tierra” y vivir en casa de alguien para algo más que ahorrarse el alojamiento; muchos han empezado por abrirles las puertas de su hogar a otros viajeros. Una forma de conocer otros mundos sin salir de casa o incluso de hacer turismo en su propia ciudad. De esta manera, son muchas las comunidades que podrán beneficiarse con la aplicación de esta actividad en diversas partes del mundo.

1.3 Planteamiento del Problema

El término CouchSurfing significa "surfear o navegar en sofá". Con esta palabra se ha pretendido darle nombre a la idea que tienen muchas personas de viajar alojándose en casas particulares, durmiendo en un sofá, en una habitación libre, acampado en el jardín... y siempre sin ánimo de lucro por parte la persona que brinda el alojamiento. A cambio de esto, la persona beneficiada debe también ofrecer alojamiento a otros viajeros en su propia casa.

Esta idea, aparentemente extraña, demuestra que no toda la humanidad es egoísta y que la gente sigue siendo confiable y generosa. Sin embargo, las personas que hagan uso de este tipo de alojamiento, deben acceder previamente a ciertos parámetros de seguridad respecto de las personas que les acogerán.

Es por ello que en Ecuador quizá no se haya difundido mayormente esta actividad, pues algunas personas pueden experimentar cierto ‘temor’ o inseguridad ante el hecho de ofrecer alojamiento a personas que no son conocidas. En este aspecto influye también la falta de difusión de la actividad, sus múltiples beneficios, lo grato de la experiencia y lo sencillo que puede

resultar verificar las referencias de las personas a quien potencialmente se pueda brindar hospedaje.

Esta red social se maneja con diversos sistemas de seguridad con el fin de conocer ciertos datos del posible anfitrión antes del encuentro. Existe un sistema de verificación y referencias. A decir de Martin Levi (del grupo que impulsó CouchSurfing en Buenos Aires), "La verificación consiste en pagar una contribución al sitio de aproximadamente U\$S20. Esto permite hacer un trámite con tarjeta de crédito por el cual se corrobora el nombre y dirección, lo cual no es obligatorio, pues esto puede o no hacerse.

Las referencias son el descargo realizado por las partes luego de la estadía y pueden ser tanto positivas como negativas. De esta manera, los usuarios califican a la persona con la que se compartió la experiencia y señalan si es de confianza para que las posibilidades de vivir una experiencia desagradable sean casi nulas.

Sin embargo, la certeza no es absoluta y los riesgos existen. De cualquier forma, el embajador de CS aclara que "hay muy pocos casos de gente que ha tenido problemas teniendo en cuenta el tamaño del sitio."

Otra de las dificultades que puede tener un viajero es que en ocasiones solamente dispone de una moto para trasladarse. Para cualquier viajero este sistema es una forma mucho más económica de viajar, pero para los que lo hacen en moto existen complicaciones que otros no tienen.

Una de los problemas es dónde guardar la moto. En las grandes ciudades existen lugares donde no se puede aparcar sin más en la calle, mientras en otras, si se lo hace, se quedará a merced de los que pasen junto a ella.

(Normalmente estas grandes motos para viajes largos van muy equipadas, con accesorios que no siempre se pueden desmontar para guardar mientras su dueño duerme). Todo esto se debe tenerlo en cuenta y hablarlo con la persona que ofrece el alojamiento.

La otra dificultad es la cantidad de equipaje y equipamiento que se traslada. Si se visita una casa en el campo no es problema dejar la moto cargada, pero si va a dormir en la calle de una ciudad, eso es demasiado arriesgado y se deberá subir todas las maletas y el equipo a la casa con el viajero. Otra cosa que conviene hablar con el futuro anfitrión es el espacio disponible, porque si se dispone de poco espacio o el acceso es complicado, puede ser un handicap.

1.4 Objetivos de la Propuesta

Objetivo General

- Analizar las características del CouchSurfing, a través de una investigación bibliográfica, para establecer su importancia en el campo del turismo y la hospitalidad en el Ecuador.

Objetivos Específicos

- Conceptualizar algunos términos relacionados con el CouchSurfing, para facilitar la comprensión de su operatividad.
- Establecer la importancia del CouchSurfing en el turismo y la economía de un país.

- Sistematizar experiencias personales, para estructurar una propuesta de fortalecimiento y difusión del CouchSurfing en el Ecuador.

1.5 Contribución o Aporte de la Propuesta.

Para los responsables del sitio, ser CouchSurfer es tener una mentalidad que consiste en abrirse a otros y abrir su casa. Pero el éxito de este sitio no sería lo que es sin las numerosas garantías que impone una inscripción.

El CouchSurfing tiene dos ventajas enormes a la hora de viajar, una es que resulta mucho más económico que cualquier otra opción de alojamiento y eso, en mi situación actual (y, por desgracia, la de muchos), ya es una razón de peso para elegirlo. La otra, aun mas importante, es que convierte un viaje "sencillo" en una experiencia mucho más enriquecedora, en la que el viajero vivirá cada lugar por el que pase de una forma mucho más personal, más cercana y mucho más intensa.

A los kilómetros recorridos y los paisajes o ciudades visitados se le suman las personas, sus costumbres, el vivir desde dentro, al menos por unas horas o uno o dos días, lo que, de otro modo, sólo habría visto como mero espectador de paso.

Capítulo 2 Marco Contextual

2.1 Marco Teórico

Sobre el turismo, STRADNER, Joseph señala:

“El alojamiento y la comida juega en el turismo un importante papel. Así como la población de cada Land vive en él porque tiene dónde hospedarse, del mismo modo los forasteros cuentan en su patria con idénticos servicios y tendrán pocos motivos para quejarse (...)

Con respecto a la provisión de alojamiento hotelero es bueno darse cuenta de que en absoluto existe un criterio estándar con el que los hoteles puedan adaptarse a todos los países, mientras que la demanda de los turistas varía por una serie de circunstancias de un lugar a otro, aunque existen estándares mínimos a los que los hoteles y restaurantes para turistas deben adaptarse, como confort, limpieza y buena cocina.

En lo que concierne al nivel del hotel en relación con el turismo, CASTILLO SAAVEDRA, Efrén (2006) cita la opinión del Conde Max Wickenburg de Austria, quien escribe lo siguiente:

“Cuando los forasteros tienen que solicitar un alojamiento reservado debe ante todo exigir, y lo mismo da que se trate de un hotel o de una casa de veraneo, que sea limpio y de precio ajustado. El lujo en las instalaciones es innecesario como también lo es en los locales, y en habitaciones que, en efecto, pueden estar equipados con espejos dorados y muebles tallados y tapizados de terciopelo, y, sin embargo, tener camas cortas y estrechas, como para razas de

poca talla, razón por la cual de ningún modo cumplen sus objetivos”. (Ver Stradner, 1917).

De acuerdo con lo señalado en la cita anterior, lo que un viajero espera no son lujos sino necesarias comodidades para su estadía en el sitio elegido. De tal manera que quien ofrece un alojamiento no debe preocuparse tanto por una sofisticada infraestructura o demasiados accesorios, sino por cubrir las elementales necesidades de la persona a quien hospeda, sobre todo, en cuestiones de seguridad, comodidad y respeto.

La actividad hotelera puede compararse con cualquier otra actividad productiva que necesite una inversión relativamente grande y que, además, el ajuste de la capacidad de producción a las variaciones descendentes o contracciones de la demanda sea económicamente imposible. Esta actividad difiere de la mayoría de las actividades productivas tanto en la rigidez de la oferta como en el hecho de que por ser un servicio ha de ser consumida en el lugar de producción.

El hotelero no puede seguir a los consumidores con su mercancía como hacen otros productores sino que tiene que esperar pacientemente a los consumidores. Este es el problema central de la industria hotelera, es decir, la incapacidad para ajustar la capacidad de producción a las variaciones de la demanda y, en segundo lugar, la incapacidad para seguir al consumidor con sus productos de un lugar a otro, trasladándose a otro lugar que tenga una demanda más conveniente por estar de moda en el turismo.

2.2 Marco Conceptual

Es importante considerar el concepto de hospitalidad, como la cualidad de acoger y agasajar con amabilidad y generosidad a los invitados o a los

extraños. Existen algunas palabras con raíces latinas que están estrechamente relacionadas como hospital, hospicio y hostal. En cada una de estas palabras, el significado principal se centra en un anfitrión que da la bienvenida y responde a las necesidades de las personas que se encuentran temporalmente ausentes de sus hogares.

La hospitalidad, vista en esta perspectiva, es un mecanismo por el cual el hombre intenta controlar la incertidumbre que le genera el medio. La industria del turismo hoy representa un subtipo de hospitalidad reglada y comercializada que mantiene ciertas características con la hospitalidad antigua.

Por otra parte, el concepto del CouchSurfing es simple: el viajero se une a la página, busca a miembros que vivan en su lugar de destino y les pregunta si se puede alojar con ellos por unos días. Si la respuesta es sí, ya tiene alojamiento gratuito.

En la red de CouchSurfing (literalmente 'surfeo de sofá') los amigos no son virtuales, sino de carne y hueso. No es un sitio de citas, sino una plataforma para que los viajeros tengan hospedaje gratuito al tiempo que conocen una cultura desde dentro, alojándose con un lugareño.

Se trata, por tanto, de una organización sin ánimo de lucro -que acepta donaciones-, cuya filosofía es crear *“experiencias inspiradoras [...] divertidas, emocionantes y accesibles que estimulan a la gente a aprender y crecer”*. O como dice LÓPEZ, Pilar (2011): *“experiencias de este tipo estimulan a la gente a explorar y conectarse con personas y lugares que son diferentes a los que estamos acostumbrados”*.

VIALFA, Carlos (2014) expresa: “El CouchSurfing es una red global de viajeros a nivel mundial que buscan experiencias auténticas con la gente que conocen y los lugares que visitan”.

De acuerdo con lo anteriormente expuesto, esta red constituye un servicio de hospitalidad en línea, que reúne a viajeros con residentes locales con intereses similares. Esta red social ha logrado crear una red de confianza entre perfectos extraños provenientes de diversas partes del mundo.

Se pueden encontrar CouchSurfers (así se llaman sus usuarios) prácticamente en cualquier lugar. La red tiene más de dos millones de miembros, y hay tantos CouchSurfers como tipos de personas. Algunos esperan que su invitado les cuente historias sobre su vida y sus viajes, salga con ellos a ver la ciudad y en definitiva pase tiempo con ellos; otros simplemente ofrecen su sofá de manera solidaria y advierten que están ocupados y no pueden dedicarle mucho tiempo. Ninguno espera que los otros usuarios le paguen, aunque siempre agradecen una botella de vino, un souvenir o una receta autóctona del país del invitado.

Cada uno de los miembros tiene una página de perfil en la que habla de sus intereses, dónde están y de lo que tiene que ofrecer a los viajeros y, lo que es más importante, las referencias que les dejan quienes los han conocido a través de este sistema. Eso es lo que hace a CouchSurfing una red muy segura: nadie se une por dinero y, además, todos están sometidos a una continua evaluación.

Para unirse a CouchSurfing sólo hace falta rellenar la solicitud y el perfil en la página. Una ventaja es que ni siquiera se exige que quien busque alojamiento luego tenga que alojar a otros, ni un número mínimo o máximo de usos. Cada cual lo usa según su voluntad.

A la hora de contactar con alguno de los miembros, no sirve de nada hacerlo con dos meses de antelación (poca gente sabe qué estará haciendo en ocho semanas), pero tampoco conviene esperar al último momento. Dependiendo del CouchSurfer, entre siete y veinte días es adecuado, aunque también hay usuarios que ofrecen su sofá para emergencias de última hora.

A continuación algunos términos que debemos tener en consideración:

- **ACOGIDA:** Recibimiento u hospitalidad que ofrece una persona o un lugar. Refugio o lugar donde puede alguien acogerse. Protección o amparo. Persona pobre o desvalida a quien se admite y mantiene en establecimientos de beneficencia.
- **ALOJAMIENTO:** Acción y efecto de alojar o alojarse. Lugar donde una persona o un grupo de personas se alojan, aposenta o acampa, o donde está algo. Hospedaje gratuito que, por carga vecinal, se daba en los pueblos a la tropa.
- **ANFITRIÓN:** Persona o entidad que recibe en su país o en su sede habitual a invitados o visitantes.
- **COOPTACIÓN:** Acción y efecto de cooptar, es decir, de llenar las vacantes que se producen en el seno de una corporación mediante el voto de los integrantes de ella.
- **COSTUMBRE:** Hábito, modo habitual de obrar o proceder establecido por tradición o por la repetición de los mismos actos y que puede llegar a adquirir fuerza de precepto. Aquello que por carácter o propensión se hace más comúnmente.

- **COSTUMBRES:** Conjunto de cualidades o inclinaciones y usos que forman el carácter distintivo de una nación o persona.
- **COUCH:** Traducido 'sofá'. Es el lugar que oferta la persona que hospeda, aunque no necesariamente tiene que ser un sillón: puede ser un cuarto, el piso de una sala, una litera, un colchón inflable. Cualquier espacio es útil.
- **COUCHSURFER:** Nombre que recién todos los usuarios del CouchSurfing. Son las personas que aceptan participar del sistema y son miembros activos.
- **CULTURA:** Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico. Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc. Conjunto de las manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo.
- **DIFUSIÓN:** Acción y efecto de difundir, es decir, de propagar o divulgar conocimientos, noticias, actitudes, costumbres, modas, etc. Extender, esparcir, propagar físicamente.
- **EMBAJADOR:** Persona que promueve el CouchSurfing como una forma de vida, puesto que en base a su amplia experiencia ha obtenido excelentes referencias. Se encarga de crear estrategias para difundir los objetivos del CouchSurfing, saluda a los nuevos miembros, ofrece guías y responde interrogantes de otros viajeros, incluso ayudan con tareas administrativas del sitio.

- FORASTERO: Que es, o viene de fuera del lugar. Dicho de una persona: Que vive o está en un lugar de donde no es vecina y donde no ha nacido.
- HOSPEDAJE: Alojamiento y asistencia que se da a alguien. Cantidad que se paga por estar de huésped.
- HOSPEDERIA: Habitación destinada en las comunidades a recibir huéspedes. Casa destinada al alojamiento de visitantes o viandantes, establecida por personas particulares, institutos o empresas. Acción y efecto de hospedar a alguien.
- HOSPITALIDAD: Cualidad de acoger y agasajar con amabilidad y generosidad a los invitados o a los extraños. Buena acogida y recibimiento que se hace a los extranjeros o visitantes. Virtud que se ejercita con peregrinos, menesterosos y desvalidos, recogéndolos y prestándoles la debida asistencia en sus necesidades.
- HOSTERÍA: Casa donde se da comida y alojamiento mediante pago.
- HOSTS: Es la persona que dispone de espacio en su casa, para recibir a surfers.
- HOTEL: Establecimiento de hostelería capaz de alojar con comodidad a huéspedes o viajeros. Casa más o menos aislada de las colindantes y habitada por una sola familia.
- NAVEGACIÓN: Acción de navegar. Viaje que se hace con la nave. Ciencia y arte de navegar. Viaje que se hace por mar fuera de la vista de la tierra, y en la que se utiliza, para determinar la situación de la nave, la altura de los astros.

- SOFÁ: Asiento cómodo para dos o más personas, que tiene respaldo y brazos. Asiento o respaldo que se puede convertir en cama.
- SURF: Baile propio de la década de 1960.
- SURFEO: Práctica de un deporte náutico consistente en mantenerse en equilibrio encima de una tabla especial que se desplaza sobre la cresta de las olas.
- SURFER: Viajero, quien escoge si toma o no las condiciones de espacio ofrecidas por el host.
- TRAVELING: Estado del usuario, que indica que la persona está de viaje y por lo tanto, no se encuentra disponible.
- TURISMO: Actividad o hecho de viajar por placer. Conjunto de los medios conducentes a facilitar estos viajes. Conjunto de personas que realiza este tipo de viajes.
- TURISTA: Persona que hace turismo.

2.3 Marco Referencial

Dentro de este grupo de redes, también hay diferencias entre ellas. Por ejemplo, WWOOF tiene una vocación más ecologista que viajera, ya que su objetivo es dar la oportunidad a personas que quieren trabajar en granjas orgánicas de hacerlo sin ningún coste. La organización tiene asociaciones nacionales en todo el mundo en países tan diversos como Corea, Rumanía, Estados Unidos o Filipinas. Sólo hay que unirse a la asociación del país que se

visite y, tras el pago de la cuota, se puede acceder a la base de datos y ponerse en contacto con los granjeros que buscan voluntarios.

Al respecto, LÓPEZ, Pilar (2011) señala:

Usar WWOOF para un viaje puede ser una experiencia enriquecedora si se disfruta de la vida en el campo, se está dispuesto a trabajar duro y a compartir la vida con la familia de la granja, que normalmente también se encargan de preparar la comida a los WWOOFers (nombre comúnmente usado por sus usuarios). Es un concepto nacido en 1971 en el Reino Unido, por lo que cuenta con una organización muy consolidada.

Para los que la idea de reducir un viaje a estancias en granjas orgánicas no sea demasiado atractiva, otras redes como Helpx ofrecen un abanico más amplio de posibilidades. En su base de datos, con establecimientos en todo el mundo pero sobre todo en Australia y Nueva Zelanda, hay granjas (orgánicas y no orgánicas), pero también hoteles, hostales, bed&breakfast, hostels, ranchos y hogares privados que buscan ayuda con las tareas domésticas. Algunos buscan voluntarios para un trabajo puntual, como una reforma, mientras que otros alojan a voluntarios durante todo el año.

Normalmente ofrecen alojamiento gratuito a cambio de entre dos y seis horas diarias de trabajo. En muchos lugares es posible acumular horas para luego disfrutar de días libres para explorar los alrededores y, lo más importante, no suele haber una estancia mínima requerida. Se pueden ver los perfiles (y referencias dejadas por otros viajeros) de manera gratuita, pero para contactar con los miembros hay que pagar una membresía de 20 euros que sirve para usar sus servicios durante dos años.

Así, bien alojándose con otros viajeros, trabajando a cambio del hospedaje o combinando ambas posibilidades, es posible hacer un viaje muy barato y, lo

más importante, vivir experiencias muy difíciles de encontrar en los viajes tradicionales. Una de las muchas ventajas de Internet: el mundo se ha vuelto mucho más accesible, para todos los bolsillos.

2.4 Marco Legal

Desde el punto de vista legal, el Proyecto sobre CouchSurfing se fundamenta en la Constitución de la República y en la Ley de Turismo. Uno de los principios importantes que orienta el desarrollo de esta investigación es el concepto de Buen Vivir, que subyace en la atención y hospitalidad que un anfitrión ofrece a quienes deciden esta opción para conocer nuevos países y nuevas culturas.

La LEY DE TURISMO, vigente desde el 27 de diciembre de 2002 y con una última modificación en mayo 6 de 2008, en el CAPITULO I, relacionado con las GENERALIDADES, determina lo siguiente:

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

En el CAPITULO II, sobre LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN, se expresa lo siguiente:

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

a. Alojamiento;

b. Servicio de alimentos y bebidas;

c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;

d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,

f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes

Más adelante, en el CAPITULO VI, respecto de las ÁREAS TURISTICAS PROTEGIDAS, se menciona lo siguiente:

Art. 24.- La operación turística en las áreas naturales del Estado, zonas de reserva acuáticas y terrestres parques nacionales y parques marinos estará reservada para armadores y operadores nacionales, pudiendo extenderse a los

extranjeros que obtengan la correspondiente autorización con sujeción a lo dispuesto en el artículo 50 de la Ley de Seguridad Nacional. Si fueran personas jurídicas deberán ser de nacionalidad ecuatoriana o sucursales de empresas extranjeras legalmente domiciliadas en el país.

Por otra parte, además de la Constitución y de la LEY DE TURISMO, este proyecto se fundamenta también en el principio del Buen Vivir.

Título VII: Régimen del buen vivir

Habla de la convivencia social, inclusión y la equidad, biodiversidad y recursos naturales, salud, educación, cultura, etc.

Se indican dos campos principales de acción en un mismo nivel de jerarquía: por un lado el “régimen del Buen Vivir”, y por el otro, el “régimen de Desarrollo”.

Este último es definido como “el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan la realización del Buen Vivir, del *sumak kawsay*” (art. 275). Se postula una directa vinculación entre las estrategias de desarrollo a seguir y todos los derechos.

En concreto, el “Buen Vivir requerirá que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades gocen efectivamente de sus derechos, y ejerzan responsabilidades en el marco de la interculturalidad, del respeto a sus diversidades, y de la convivencia armónica con la Naturaleza” (Art. 275).

Este régimen de desarrollo debe darse con una planificación participativa, y se expresa en las áreas del trabajo, tanto como de la soberanía alimentaria, económica y energética. En paralelo, el régimen del Buen Vivir incluye las cuestiones de inclusión y equidad (por ejemplo, educación, salud, vivienda, cultura, etc.) y biodiversidad y recursos naturales.

Los elementos del Buen Vivir se plasmaron en 99 artículos específicos de la Constitución ecuatoriana que abordan expresamente dicha cuestión.

En el resto del texto constitucional aparece en repetidas ocasiones el Buen Vivir conceptualizando la sociedad que se quiere construir.

El Buen Vivir se presenta como una oportunidad para construir colectivamente una nueva forma de vida, constituye un paso cualitativo importante al pasar del tradicional concepto del progreso y del desarrollo y sus múltiples sinónimos, a una visión diferente, mucho más rica en contenidos y, por cierto, más compleja.

El Buen Vivir es calidad de vida, donde midamos la riqueza de su población por servicios básicos atendidos, y no como en las políticas neoliberales un estilo de vida que se mide a la pobreza por cuánto dinero tienes, el Sumak Kawsay es el desarrollo más humano en el cual el hombre y la mujer son su eje de inicio y fin en todo el sistema integral de los medios y modos de producción.

2.4.1 La sociedad del Buen Vivir

La construcción de otra forma de sociedad, la del Buen Vivir de todas y todos los ciudadanos, está en el centro del debate en Ecuador, América Latina.

SENPLADES (2010) se menciona: No hay un modelo único, ni esquemas predefinidos, hay procesos sociales que deben ser autónomos y soberanos, pero profundamente comprometidos con la transformación de la justicia social,

equidad y desarrollo que pone al centro el ser humano sobre todas las cosas. Cada sociedad define sus prioridades y también las formas bajo las cuales se construye los procesos de cambio.

Sin embargo de lo expresado en líneas anteriores, hay algunos pilares que es preciso construir para que se defina el modelo de desarrollo progresista. Una democracia real participativa en la que se logre un empoderamiento a través de la participación de la ciudadanía en todos los ámbitos políticos - públicos, rendición de cuentas y control social. Un modelo económico solidario, no en un modelo de economía de mercado en lo que prevalece es la oferta y la demanda, en la cual no existe ningún tipo de regulación, la propuesta nace que lo primordial es el trabajo y no el capital.

Una forma de sociedad incluyente, no discriminatoria, no racista, que se respete la individualidad del cada ciudadano con la posibilidad de generar y entender todas las cosmovisiones con el propósito de interactuar y convivir entre toda esta maravillosa diversidad. Un proceso de relacionamiento equilibrado entre el entorno y la naturaleza.

El Buen Vivir es entonces vivir a plenitud, integrando todos los actores y factores tanto internos como externos. Se trata de la construcción de un proyecto de ciudadanía en la que primen sus derechos y que estos se han negociables.

Finalmente, cabe indicar que la mayoría de los ecuatorianos apostó por esta «nueva forma de convivencia ciudadana, en diversidad y armonía con la naturaleza», establecida en la Constitución de 2008 para alcanzar el Buen Vivir, el Sumak Kawsay.

Capítulo 3. Marco Metodológico

3.1 Diseño de la Investigación

Para el desarrollo de la investigación sobre el CouchSurfing, se sigue el modelo de la Investigación descriptiva.

Al consultar la Síntesis de "*Estrategia de la investigación descriptiva*" en el Manual de técnica de la investigación educacional, de Deobold B. Van Dalen y William J. Meyer, se encuentran algunas consideraciones importantes acerca de la Investigación descriptiva:

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento. (pág. 1).

De acuerdo con las consideraciones anteriores, el proyecto sobre CouchSurfing, se adapta a las características del modelo Descriptivo, pues procura primero analizar las características del CouchSurfing, a través de una investigación bibliográfica, para luego establecer su importancia en el campo del turismo y la hospitalidad en el Ecuador.

Entre las etapas del Modelo de Investigación Descriptiva, se mencionan las siguientes:

1. Examinan las características del problema escogido.
2. Lo definen y formulan sus hipótesis.
3. Enuncian los supuestos en que se basan las hipótesis y los procesos adoptados.
4. Eligen los temas y las fuentes apropiados.
5. Seleccionan o elaboran técnicas para la recolección de datos.
6. Establecen, a fin de clasificar los datos, categorías precisas, que se adecuen al propósito del estudio y permitan poner de manifiesto las semejanzas, diferencias y relaciones significativas.
7. Verifican la validez de las técnicas empleadas para la recolección de datos.
8. Realizan observaciones objetivas y exactas.
9. Describen, analizan e interpretan los datos obtenidos, en términos claros y precisos.

En este caso, se siguieron los pasos sugeridos por este método. En primer lugar, se examinaron las características del problema de la falta de conocimiento en algunas personas y de confianza en otras, respecto a la página de internet relacionada con la actividad del CouchSurfing; luego, se consultaron los temas y las fuentes apropiados y se seleccionaron las técnicas adecuadas para obtener información importante. Los datos obtenidos fueron analizados e interpretado de manera clara y precisa, lo cual garantiza la objetividad en la investigación.

3.2 Población y Muestra

La población —a veces llamada universo o agregado— constituye siempre una totalidad. Las unidades que la integran pueden ser individuos, hechos o elementos de otra índole. Una vez identificada la población con la que se

trabajaré, entonces se decide si se recogerán datos de la población total o de una muestra representativa de ella. El método elegido, en este caso Descriptivo, depende de la naturaleza del problema y de la finalidad para la que se desee utilizar los datos.

Generalmente no es difícil obtener información acerca de todas las unidades que componen una población reducida, pero los resultados no pueden aplicarse a ningún otro grupo que no sea el estudiado.

En el desarrollo de la presente investigación sobre el CouchSurfing, se utiliza el tipo de muestreo No Probabilístico, cuya característica principal es que no se establece ninguna fórmula para el cálculo de la muestra a ser encuestada sobre los proyectos turísticos.

Por tratarse de una población no tan amplia, la información se recoge a partir de algunas unidades cuidadosamente seleccionadas; de esta manera, se evita que los datos pierdan vigencia antes de concluir el estudio. En vista de que los elementos de la muestra representan las características de la población, las generalizaciones basadas en los datos obtenidos pueden aplicarse a todo el grupo.

3.3 Técnicas de recolección de datos

Para recolectar la información pertinente, se utilizaron varias herramientas importantes, como encuestas y entrevistas.

Encuesta. Por tratarse de un tema cuya naturaleza se relaciona con las redes sociales, que cuenta con usuarios distribuidos alrededor de todo el mundo, es un poco difícil direccionar un instrumento de recolección de información directa.

Sin embargo, se diseñó un instrumento pertinente, que permita alcanzar el objetivo planteado.

Con los datos de opinión obtenidos, se analizará el beneficio de los usuarios de CouchSurfing ante los procesos multiculturales que esta red social ofrece.

Entrevista. Este instrumento se aplica entre personas que administran hosterías, ya que por su conocimiento y amplia experiencia en el tema, con participación activa en el proyecto CouchSurfing, ofrecen una apreciación completa del radio de acción del CouchSurfing y de la influencia en las relaciones interpersonales.

Más adelante se detallan las características de la entrevista, la cual permitirá obtener datos más detallados sobre las vivencias de viajar a través de este sistema y así conocer de qué manera esta posibilidad interviene en el intercambio cultural.

De acuerdo con el modelo de Investigación Descriptiva, en el informe de la investigación se señalan los datos obtenidos y la naturaleza exacta de la población de donde fueron extraídos.

Los datos descriptivos se expresan en términos cualitativos y cuantitativos. Se puede utilizar uno de ellos o ambos a la vez.

Cualitativos (*Mediante símbolos verbales*): Se usan en estudios cuyo objetivo es examinar la naturaleza general de los fenómenos. Los estudios cualitativos proporcionan una gran cantidad de información valiosa, pero poseen un limitado grado de precisión, porque emplean términos cuyo significado varía para las

diferentes personas, épocas y contextos. Los estudios cualitativos contribuyen a identificar los factores importantes que deben ser medidos. (Visión científicista).

Cuantitativos (*por medio de símbolos matemáticos*): Los símbolos numéricos que se utilizan para la exposición de los datos provienen de un cálculo o medición. Se pueden medir las diferentes unidades, elementos o categorías identificables.

Dentro de la investigación Descriptiva, se utiliza la Técnica de la Encuesta. Se efectúan minuciosas descripciones de los fenómenos a estudiar, a fin de justificar las disposiciones y prácticas vigentes o elaborar planes más inteligentes que permitan mejorarlas.

El objetivo de esta técnica no es sólo determinar el estado de los fenómenos o problemas analizados, sino también en comparar la situación existente con las pautas aceptadas. El alcance de estos estudios varía considerablemente; pueden circunscribirse a una nación, región, Estado, sistema escolar de una ciudad o alguna otra unidad. En este caso, se circunscribe a un grupo de personas que a través del internet contactan opciones de alojamiento en diferentes lugares a los cuales desean viajar.

Los datos pueden extraerse a partir de toda la población o de una muestra cuidadosamente seleccionada. La información recogida puede referirse a un gran número de factores relacionados con el fenómeno o sólo a unos pocos aspectos recogidos. Su alcance y profundidad dependen de la naturaleza del problema. En este caso, el problema principal es la falta de conocimiento de las personas respecto de la página en internet que oferta este servicio y la desconfianza que se pueda generar en las personas sobre este tipo de hospedaje.

Capítulo 4. Diagnóstico

4.1 Análisis de resultados de la encuesta

Una vez aplicadas las encuestas entre la muestra seleccionada, en un importante sector turístico de la ciudad, se procesa y analiza la información obtenida, para contar con mejores elementos de juicio respecto a la problemática en estudio, esto es, analizar las características del CouchSurfing, a través de una investigación bibliográfica, para establecer su importancia en el campo del turismo y la hospitalidad en el Ecuador.

La encuesta aplicada indaga sobre los siguientes aspectos:

- ✓ Frecuencia de usos del CouchSurfing.
- ✓ Motivos para utilizar el CouchSurfing.
- ✓ Percepción de los usuarios respecto a la contribución del CouchSurfing (en turismo informal, intercambio cultural, como proceso multicultural).
- ✓ Aporte del CouchSurfing a la necesidad de interrelacionarse de toda la población.
- ✓ Opinión sobre el comportamiento de los viajeros a partir de la creación de este tipo de redes.
- ✓ Criterio sobre los requerimientos a implementar en la plataforma del CouchSurfing.

RESULTADOS DE ENCUESTA

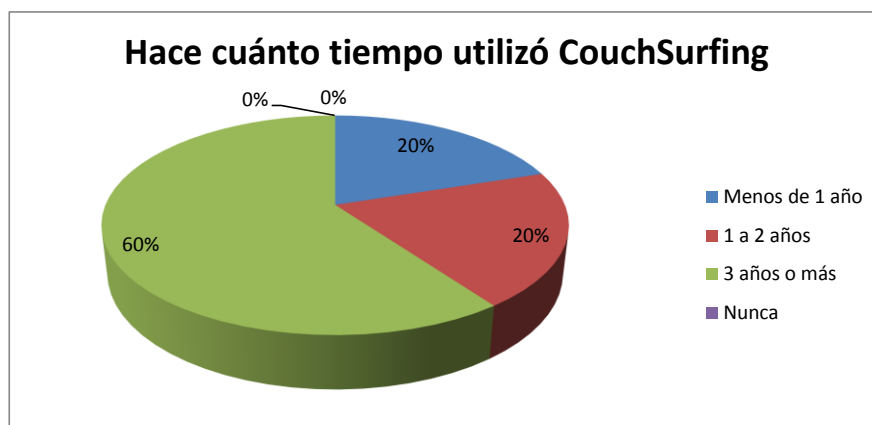
1.- ¿Hace cuánto tiempo utilizó CouchSurfing?

Cuadro Nº 1

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
▪ Menos de 1 año	10	20%
▪ 1 a 2 años	10	20%
▪ 3 años o más	30	60%
▪ Nunca.	0	0%
TOTAL	50	100%

Elaborado por: Verónica Sandoval.

Gráfica Nº 1



Elaborado por: Verónica Sandoval.

Interpretación

El 60% de encuestados son personas que se encuentran suscritas a la comunidad desde hace 3 años o más. En la actualidad, existe un número de usuarios relativamente nuevos que han decidido unirse a la red.

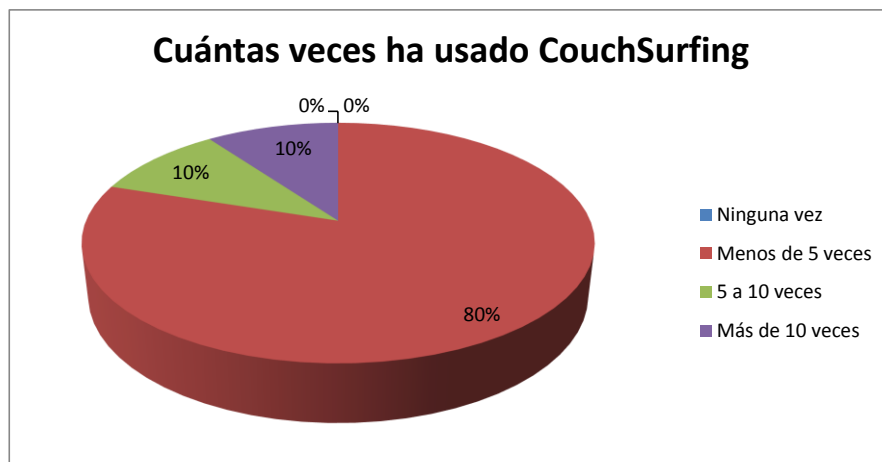
2.- ¿Cuántas veces has viajado haciendo contactos a través del CouchSurfing?

Cuadro N° 2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
▪ Ninguna vez.	0	0%
▪ Menos de 5 veces.	40	80%
▪ 5 a 10 veces.	5	10%
▪ Más de 10 veces.	5	10%
TOTAL	50	100%

Elaborado por: Verónica Sandoval.

Gráfica N° 2



Elaborado por: Verónica Sandoval.

Interpretación

Del total de personas encuestadas, el 80% ha realizado viajes menos de cinco veces por este medio; sin embargo, su principal interés es contar con guías locales, poseer información fidedigna y conocer lugares no tradicionales. Esto confirma el interés sobre la riqueza y el bagaje cultural de una zona.

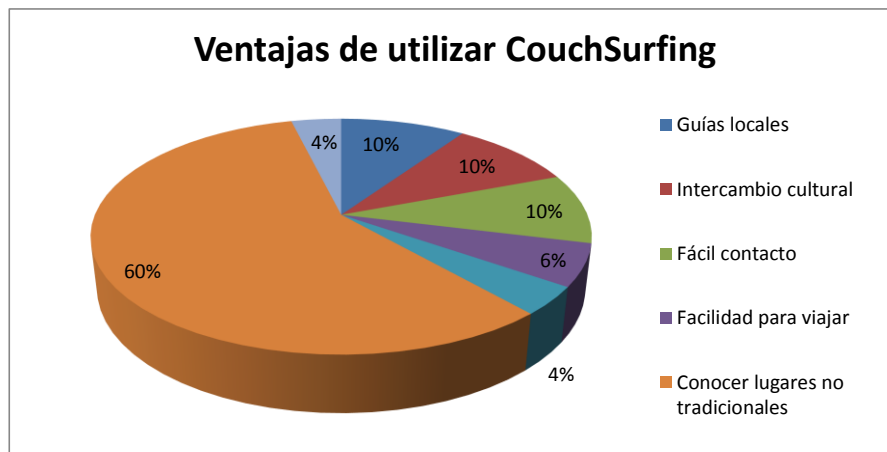
3.- ¿Qué ventajas encontraste al utilizar el CouchSurfing como estrategia de viaje?

Cuadro N° 3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
▪ Guías locales	5	10%
▪ Intercambio cultural.	5	10%
▪ Fácil contacto.	3	6%
▪ Facilidad para viajar.	3	6%
▪ Conocer gente nueva	2	4%
▪ Conocer lugares no tradicionales.	30	60%
▪ Aprendizaje de idiomas.	2	4%
TOTAL	50	100%

Elaborado por: Verónica Sandoval.

Gráfica N° 3



Elaborado por: Verónica Sandoval.

Interpretación

El 60% de las personas encuestadas consideran que este sistema les permite conocer lugares no tradicionales.

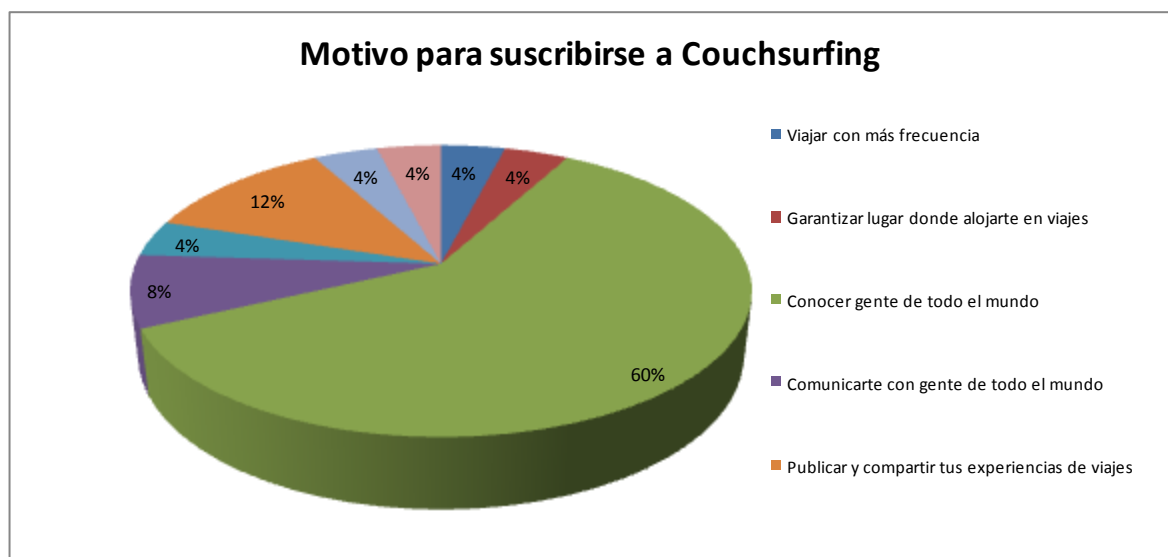
4.- ¿Qué motivo considera importante para suscribirse a CouchSurfing?

Cuadro Nº 4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
▪ Viajar con más frecuencia.	2	4%
▪ Garantizar lugar donde alojarte en viajes	2	4%
▪ Conocer gente de todo el mundo	30	60%
▪ Comunicarte con gente de todo el mundo	4	8%
▪ Mantener comunicación con amigos en otras partes del mundo.	2	4%
▪ Publicar y compartir tus experiencias de viajes.	6	12%
▪ Conformar grupos de personas con los mismos intereses en todo el mundo	2	4%
▪ Conocer costumbres y culturas de otros países/regiones.	2	4%
TOTAL	50	100%

Elaborado por: Verónica Sandoval.

Gráfica Nº 4



Elaborado por: Verónica Sandoval.

Interpretación

El 60% de los encuestados seleccionaron mayoritariamente su interés por conocer gente de todo el mundo y el 12% manifiesta su deseo de compartir experiencias. Esto es un indicador de que los viajes son solo el medio para alcanzar su principal objetivo, el intercambio cultural, el aprender y conocer cómo es la gente de los diferentes lugares.

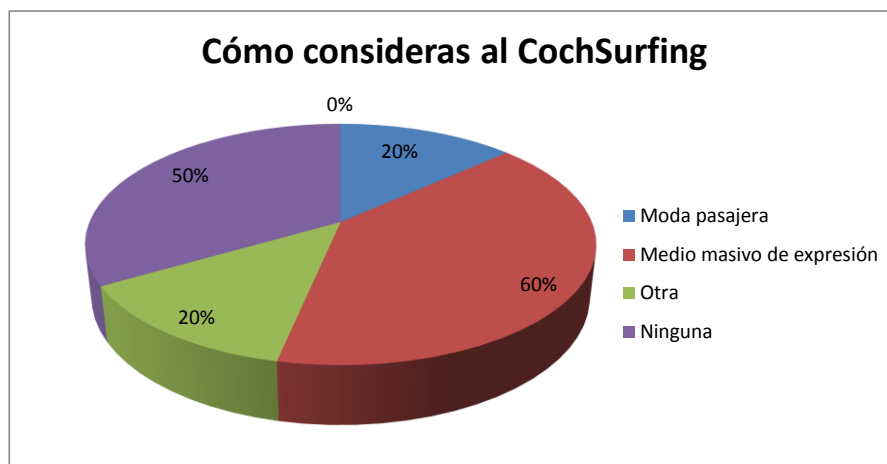
5.- ¿Cómo consideras al CochSurfing?

Cuadro N° 5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
▪ Moda pasajera.	10	20%
▪ Medio masivo de expresión	30	60%
▪ Otra.	10	20%
▪ Ninguna	0	0%
TOTAL	50	100%

Elaborado por: Verónica Sandoval.

Gráfica N° 5



Elaborado por: Verónica Sandoval.

Interpretación

El CouchSurfng tiene acogida a nivel mundial, pues el 60% de encuestados lo considera principalmente un medio masivo de expresión y por ser un apoyo para inetrrelacionarse y conocer otros países.

Esta plataforma es una oportunidad para abrirse al mundo, disminuyendo la barrera del elevado gasto económico en los viajes tradicionales, por el ahorro de estadía y guía de turismo.

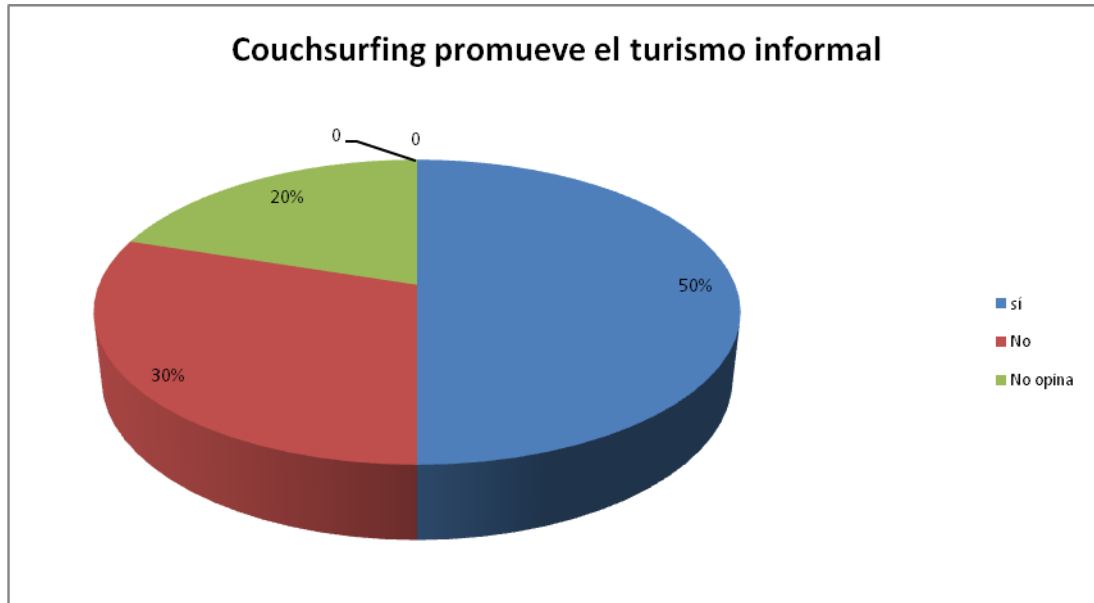
6.- ¿Consideras que el CouchSurfing promueve el turismo informal?

Cuadro N° 6

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
▪ Sí	25	50%
▪ No	15	30%
▪ No opina.	10	20%
TOTAL	50	100%

Elaborado por: Verónica Sandoval.

Gráfica N° 6



Elaborado por: Verónica Sandoval.

Interpretación

El 50% de encuestados indica que el CouchSurfing sí promueve el turismo informal, lo cual indica que conocen el significado de este fenómeno social. El CouchSurfing permite que los mismos anfitriones o hots se ofrezcan como guías propios del lugar de visita; por tanto, alimenta el turismo informal, mostrando a la cultura desde lo alto.

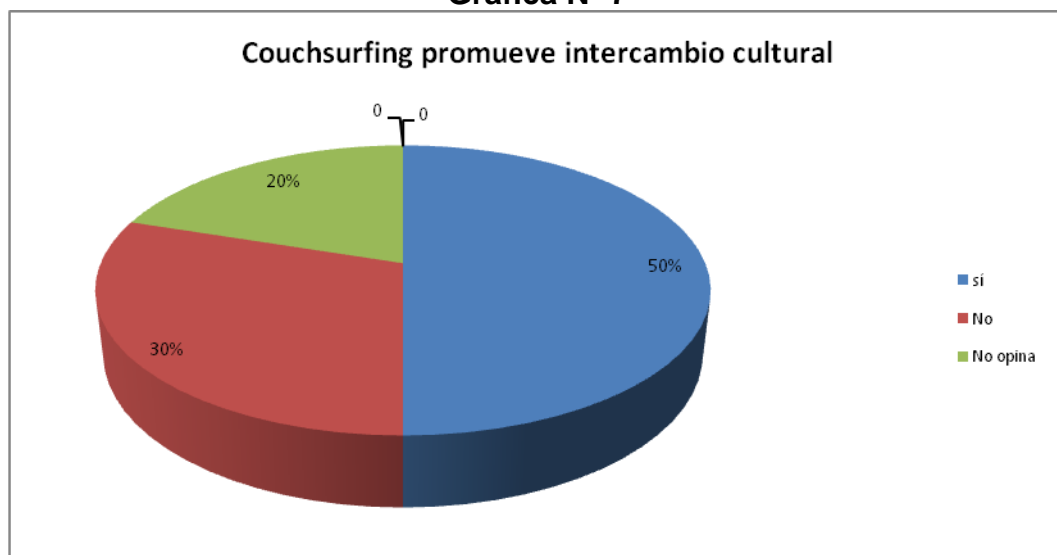
7.- ¿Consideras que el CouchSurfing promueve el intercambio cultural?

Cuadro N° 7

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
▪ Sí	25	50%
▪ No	15	30%
▪ No opina.	10	20%
TOTAL	50	100%

Elaborado por: Verónica Sandoval.

Gráfica N° 7



Elaborado por: Verónica Sandoval.

Interpretación

El 50% de encuestados indica que el CouchSurfing sí promueve el intercambio cultural, lo cual indica que conocen el significado de este fenómeno social.

Esta es una muestra potencial del apoyo que brinda esta red social a la divulgación de las diferentes culturas a nivel mundial.

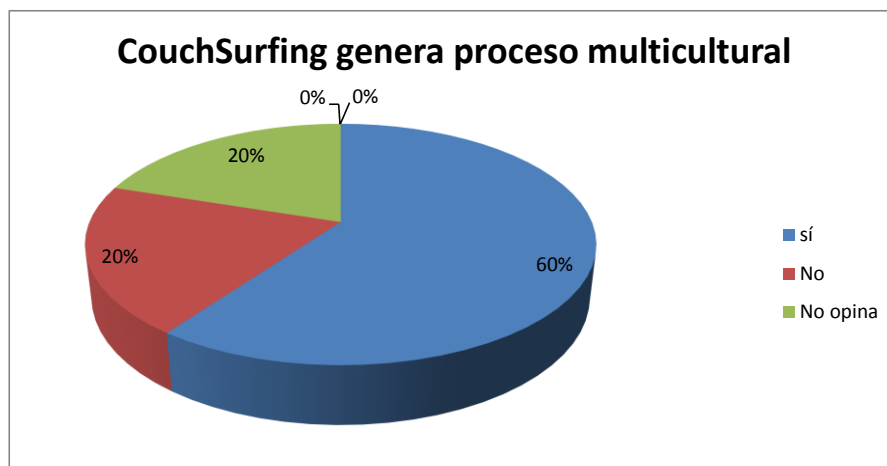
8.- ¿Piensas que el CouchSurfing genera un proceso multicultural?

Cuadro N° 8

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
▪ Sí	30	60%
▪ No	10	20%
▪ No opina.	10	20%
TOTAL	50	100%

Elaborado por: Verónica Sandoval.

Gráfica N° 8



Elaborado por: Verónica Sandoval.

Interpretación

El 60% de encuestados considera que el CouchSurfing sí genera un proceso multicultural en espacios de comunicación positiva. En cierta medida no posibilita que se estimule la aculturización; se respetan los intereses de los viajeros al buscar actividades para acercarse a la realidad directa de una zona; facilita la comunicación en todos sus niveles y es objetiva.

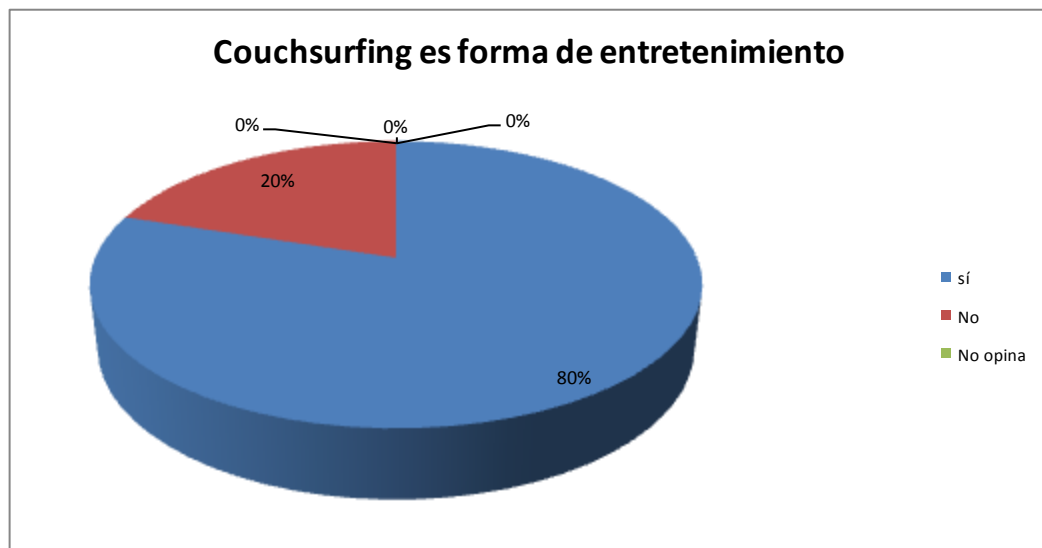
9.- ¿Crees que el CouchSurfing es una forma de entretenimiento propio de esta época tecnológica?

Cuadro N° 9

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
▪ Sí	40	80%
▪ No	10	20%
▪ No opina.	0	0%
TOTAL	50	100%

Elaborado por: Verónica Sandoval.

Gráfica N° 9



Elaborado por: Verónica Sandoval.

Interpretación

Los usuarios consideran al CouchSurfing como un entretenimiento; esto en cierta forma contrasta con el criterio de que sea un medio de expresión masivo, como promoción de la multiculturalidad o el interés para conocer y compartir con personas de todo el mundo. Entonces, puede interpretarse el

entretenimiento no como algo banal, sino como parte intrínseca del turismo, es decir, fuera de las obligaciones.

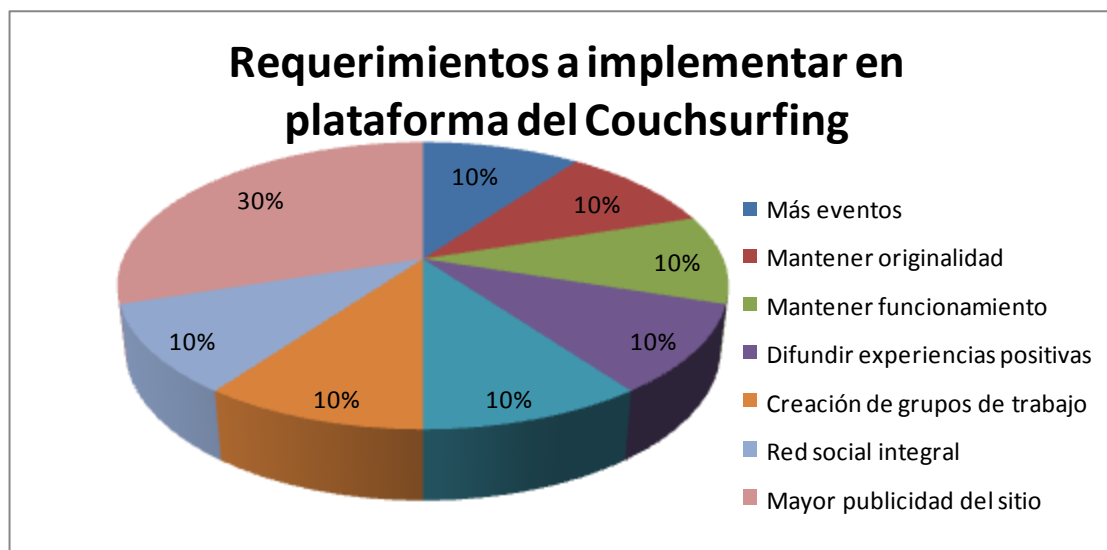
10.- ¿Qué requerimientos se debe implementar en plataforma del CouchSurfing?

Cuadro N° 10

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
▪ Más eventos.	5	10%
▪ Mantener originalidad.	5	10%
▪ Mantener funcionamiento.	5	10%
▪ Difundir experiencias positivas.	5	10%
▪ Mayor intercambio entre culturas.	5	10%
▪ Creación de grupos de trabajo.	5	10%
▪ Red social integral.	5	10%
▪ Mayor publicidad del sitio.	15	30%
TOTAL	50	100%

Elaborado por: Verónica Sandoval.

Gráfica N° 10



Elaborado por: Verónica Sandoval.

Interpretación

El 30% de encuestados opina que se le debe dar Mayor publicidad del sitio. Las expectativas sobre el CouchSurfing se dirigen al interés de que se amplíe el campo de acción a otras actividades que se pueden realizar, como la conformación de grupos más específicos, chat en tiempo real, consolidar la conformación de redes internacionales, entre otras.

4.2 Análisis final de datos

En la pregunta 1, para conocer desde hace qué tiempo se ha usado el CouchSurfing, el 60% de encuestados se encuentran suscritas a la comunidad desde hace 3 años o más.

En la pregunta 2, acerca de cuántas veces se ha utilizado CouchSurfing, el 80% de personas encuestadas ha realizado viajes menos de cinco veces por este medio.

La pregunta 3, sobre las ventajas de utilizar CouchSurfing, el 60% de las personas consideran que este sistema les permite conocer lugares no tradicionales.

En la pregunta 4, respecto a cuál es el motivo que se considera importante para suscribirse a CouchSurfing, el 60% expresan su interés por conocer gente de todo el mundo y el 12% manifiesta su deseo de compartir experiencias. Es decir, los viajes son el medio para alcanzar su principal objetivo, el intercambio cultural, el aprender y conocer cómo es la gente de los diferentes lugares.

La pregunta 5, sobre cómo se considera al CouchSurfing, el 60% de encuestados lo considera principalmente un medio masivo de expresión y un apoyo para interrelacionarse y conocer otros países. Es decir, el Couchsurfing tiene acogida a nivel mundial.

En la pregunta 6, acerca de si se considera que el CouchSurfing promueve el turismo informal, el 50% de encuestados indica que el CouchSurfing sí promueve el turismo informal. El CouchSurfing alimenta el turismo informal, pues permite que los mismos anfitriones o hosts se ofrezcan como guías propios del lugar de visita.

La pregunta 7, respecto a si se considera que el CouchSurfing promueve el intercambio cultural, el 50% señala que el CouchSurfing sí promueve el intercambio cultural, lo cual muestra el potencial apoyo que brinda esta red social a la divulgación de las diferentes culturas a nivel mundial.

En la pregunta 8, sobre si el CouchSurfing genera un proceso multicultural, el 60% de considera que el CouchSurfing sí genera un proceso multicultural en espacios de comunicación positiva. El CouchSurfing evita que se estimule la aculturización; se respetan los intereses de los viajeros al buscar actividades para acercarse a la realidad de una zona; facilita la comunicación en todos sus niveles y es objetiva.

La pregunta 9, acerca de si se cree que el CouchSurfing es una forma de entretenimiento propio de esta época tecnológica, los usuarios sí lo consideran así al CouchSurfing; quizá esto se opone al criterio de la pregunta 5, de que sea un medio de expresión masivo, como promoción de la multiculturalidad o el interés para conocer y compartir con personas de todo el mundo. Pero, se interpreta el entretenimiento como parte intrínseca del turismo, es decir, sin ningún tipo de obligación.

En la pregunta 10, respecto a qué se debe implementar en la plataforma del CouchSurfing, el 30% opina que se debe publicitar más al sitio. Hay expectativas sobre ampliar el campo de acción a otras actividades que se pueden realizar, como conformar grupos más específicos, chat en tiempo real, consolidar la conformación de redes internacionales, entre otras.

En general, puede decirse que la plataforma del CouchSurfing es una oportunidad para abrirse al mundo, disminuyendo la barrera del elevado gasto económico en los viajes tradicionales, por el ahorro de estadía y guía de turismo. Se registran también solicitudes referentes al intercambio cultural y promoción local de nuevos destinos de viaje.

Capítulo 5 Análisis del Mercado

5.1 Estudio del Mercado

El mercado del CouchSurfing ha sido cada vez más explorado durante los últimos años. Son muchas las personas que a la actualidad han hecho y continúan haciendo uso de este importante mecanismo para viajar y conocer nuevas culturas.

Precisamente, el mercado del CouchSurfing lo conforman todas aquellas personas que gustan del intercambio cultural, ya sea mediante la publicación de experiencias en la página, como en el hecho mismo de contactar a una persona en un punto distante de la geografía, para ofrecer o requerir los servicios de hostel sin fines de lucro en un espacio físico dentro del hogar hospitalario.

5.2 Análisis de la Situación

5.2.1 Análisis FODA

FORTALEZAS

- La seguridad de CouchSurfing depende de un factor principal: las Referencias personales, es decir, comentarios que otros usuarios escriben en el perfil explicando su experiencia. Pueden ser positivas, negativas o neutras.
- También se puede especificar el grado de amistad con la persona en cuestión. Si una persona es amiga de otra que ya ha utilizado anteriormente el programa, generará más confianza para ser aceptado como hospitalario de un turista, o ser recibido por el anfitrión.

OPORTUNIDADES

- El CouchSurfing constituye muchas oportunidades para sus usuarios: viajar por el mundo, conocer nuevas personas, intercambiar el conocimiento de costumbres entre regiones totalmente diferentes o sencillamente, entretenerse durante un período de tiempo que depende de la disponibilidad de sus usuarios.
- En general, puede decirse que la plataforma del CouchSurfing es una oportunidad para abrirse al mundo, disminuyendo la barrera del elevado gasto económico en los viajes tradicionales, por el ahorro de estadía y guía de turismo. Se registran también solicitudes referentes al intercambio cultural y promoción local de nuevos destinos de viaje.

DEBILIDADES

- Una de las debilidades quizá sea la escasa promoción del mercado del CouchSurfing. Esta situación hace que muchas personas no conozcan de este servicio, a pesar de ser frecuentes viajeros y amantes del intercambio cultural.
- Hay expectativas sobre ampliar el campo de acción a otras actividades que se pueden realizar, como conformar grupos más específicos, chat en tiempo real, consolidar la conformación de redes internacionales, entre otras.

AMENAZAS

- No existe potencial riesgo para los usuarios del CouchSurfing.
- Quizá una posible amenaza, podría ser la presencia de personas que indaguen referencias personales de potenciales contactos, para utilizarlos en finalidades diferentes a las de turismo, distracción, entretenimiento o el intercambio cultural.

5.3 Oferta de Mercado

A través de su plataforma, el CouchSurfing oferta la posibilidad de intercambiar comentarios y publicar experiencias sobre el servicio de hospedaje sin costo a personas de cualquier parte del mundo.

Además, este mercado ofrece las posibilidades de viajes placenteros, el conocimiento de nuevas culturas o simple entretenimiento en un ambiente de

seguridad y buen trato, por parte de quienes hayan sido acreditados como anfitriones o personas que hospedarán a turistas de varias partes del mundo.

Esta claro que mientras las personas que esten interesadas en conocer este nuevo estilo de viaje, con ganas de conocer una ciudad de una manera no imaginada antes, todos estos aventureros son los posibles surfers en potencia, con un crecimiento notoria a traves del poco tiempo que tiene esta pagina web.

5.4 Demanda de Mercado

CouchSurfing es el nombre que recibe esta red social, conformada por un gran número de personas, que se conectan a través de Internet. En este espacio virtual, sus usuarios interactúan y buscan asociarse por el interés de alojarse en hogares del lugar de destino. De esta forma, logran viajar or el mundo, reduciendo costos de hospedaje y a la vez pueden compartir con personas locales de la ciudad o país de visita.

Esta forma de viaje optimiza al máximo las experiencias de los usuarios y les permite descubrir diferentes sitios no turísticos y adentrarse en otras culturas. La denominación CouchSurfing significa más o menos “surfear de un sofá a otro” o “intercambiar sofás”, lo que implica dormir en los sofás de las personas que les brindan la acogida en los sitios seleccionados.

Al tener a la población entera como refrencia de nuestro mercado, y mientras sigan exisitiendo lugares maravillosos que las personas esten dispuestas y con ganas de conocer la demanada des este servicio segura en crecimiento coo hasta ahora esta sucediendo.

5.5 Diagnóstico del Mercado en base a la investigación realizada

A pesar de que existe escasa difusión acerca del sitio CouchSurfing en las redes sociales, muchas personas están actualmente suscritas a la comunidad del CouchSurfing. Obviamente, este desconocimiento por falta de difusión impide que un mayor número de personas lo conozca y participe de sus beneficios.

Quienes ya han utilizado el servicio, tienen un buen concepto y consideran que este sistema les permite conocer lugares no tradicionales y conocer estos lugares de igual de una manera no tradicional. El motivo principal para suscribirse a CouchSurfing, es el intercambio cultural, el aprender y conocer gente de los diferentes lugares; además, muchos lo consideran un medio masivo de expresión y un apoyo para interrelacionarse y conocer otros países. Es decir, el Couchsurfing tiene acogida a nivel mundial.

El CouchSurfing alimenta o promueve el turismo informal, pues facilita a los anfitriones o hosts ofrecerse como guías propios del lugar que recibe a un viajero. Además, promueve el intercambio cultural, y ofrece potencial apoyo a la divulgación de las diferentes culturas a nivel mundial.

El CouchSurfing evita que se estimule la aculturización; se respetan los intereses de los viajeros al buscar actividades para acercarse a la realidad de una zona; facilita la comunicación en todos sus niveles y es objetiva. Además, promueve la multiculturalidad o el interés para conocer y compartir con personas de todo el mundo.

Capítulo 6 Planeación Estratégica

6.1 Mercado Objetivo

El mercado objetivo del CouchSurfing son todas aquellas personas que se encuentran en busca de un “Couch” o sofá en casa de otra gente. Es decir, todas aquellas personas que deseen pasar la noche o el día en casa de alguna otra persona que sea hospitalario y desee hacer las veces de anfitrión.

Son las personas que tiene ganas o inclusive la necesidad de conocer los lugares tradicionales de una manera no tradicional, también se puede decir que está destinado para viajeros que su único plan, es que no hay plan, solo piensan en viajar, conocer y viajar.

6.2 Cobertura

La cobertura del CouchSurfing incluye ofrecer a sus usuarios de diversas partes del mundo, un intercambio de hospitalidad y servicios de redes sociales.

La cobertura es a nivel global, a través de una computadora, o cualquier dispositivo con internet tienes la posibilidad ilimitada de conocer lo que siempre se ha querido de una manera más que divertida.

6.3 Recursos (humanos y materiales)

- Una computadora.
- Acceso a Internet.
- Personas que deseen viajar o recibir a turistas.

6.4 Importancia de la Propuesta

Couchsurfing intenta promover una interconexión ya no solo a nivel virtual, sino más bien saltar esa barrera para también mantener una relación interpersonal.

En esta propuesta, se visualiza un mundo donde toda persona que desee puede explorar y crear conexiones significativas con las personas y lugares que se encuentran. Esta construcción de conexiones significativas permite responder a las diferencias con curiosidad, pero con aprecio y respeto. Aprender la diversidad fortalece la tolerancia y crea una comunidad global.

Además, se pueden organizar eventos, actividades dentro y fuera de las diferentes ciudades, todo esto siempre con el objetivo de fomentar el intercambio cultural y las relaciones sociales en los niveles virtuales y físicos.

6.5 Descripción de la Propuesta

La propuesta consiste en el fortalecimiento y difusión del CouchSurfing en el Ecuador.

La propuesta se estructura sobre la base de experiencias personales sistematizadas durante un determinado período de tiempo, en el que se pudo analizar las características del CouchSurfing y establecer su importancia en el campo del turismo y la hospitalidad en el Ecuador.

El Couchsurfing es una red social, pues dispone de una plataforma que permite la conformación de grupos, que se ven en la necesidad de ingresar, guardar y obtener información (base de datos al alcance de todos los usuarios). De esta manera, abre la posibilidad de intercambiar ideas, comentarios, opiniones,

publicar experiencias, ofertar objetos, solicitar apoyo, promocionar innovaciones con acceso al blog y revista CouchSurfing.

CouchSurfing Ecuadorian Inc. es una empresa comercial ecuatoriana con sede en Guayaquil, pero con proyección internacional, que ofrece a sus usuarios intercambio de hospitalidad y servicios de redes sociales.

CouchSurfing fue fundada en el año 2005 sin ánimo de lucro y transformada en empresa con ánimo de lucro en el año 2013. El sitio web proporciona una plataforma para que sus miembros "surfeen el sofá" del anfitrión que los aloja en su casa cuando viajan, alojar viajeros u organizar y participar en actividades.

Cada nuevo recién llegado puede dar un donativo de 25 dólares mediante una tarjeta, esto no es obligatorio. Esta contribución financiera participa esencialmente en la vida del sitio. Permite también verificar a partir de los números de la tarjeta bancaria que no es una persona ficticia quien se inscribe. Es lo que se llama la certificación. Se recibe luego una postal del domicilio para certificar su dirección. Esto prueba a otros CouchSurfers que se es la persona que se dice ser.

Este sistema de cooptación permite garantizar a las personas a las que realmente se encontró y decir que se les concede la confianza. El factor principal para la seguridad de CouchSurfing lo constituyen las Referencias personales (comentarios que otros usuarios hayan publicado en el perfil con relación a su experiencia. Además, puede especificarse el grado de amistad con la persona en cuestión.

El registro para ser parte de la comunidad de CouchSurfing es muy sencillo, la finalidad es que todos puedan acceder sin ningún impedimento.

Para ingresar, se debe disponer de una computadora, conexión a Internet y, sobre todo, comprometerse a ser participantes activos de la comunidad, tanto para emprender viajes como para recibir gente desconocida. Además, se debe tener disponibilidad para compartir la cultura, siempre con tolerancia y respeto hacia las demás.

Para afiliarse a CouchSurfing se deben seguir los siguientes pasos:

Digitar: esta dirección conducirá a la página en la cual se deben registrar datos básicos, como nombre, apellido, ciudad, un correo electrónico, personal activo, una clave de usuario, entre otros aspectos.

Prácticamente todo el movimiento CouchSurfing se hace en una sola web: couchsurfing.org. Inscribirse en ella es gratis, ni siquiera se está obligado a ofrecer una casa, y funciona como una red social, con eventos, grupos por zonas, por tendencias, etc.

Al registrar los datos, ya se reconoce al usuario y este puede empezar a completar su perfil y a conocer poco a poco el funcionamiento de la plataforma de CouchSurfing.

Perfil de usuario: En el perfil, el usuario completa una descripción personal, sus experiencias de viaje, intereses, idioma, filosofía, música, películas, libros y cualquier aspecto que describa su forma de ser y de apreciar el mundo. En esta sección también se encuentran todos los comentarios y calificaciones (sean positivas, negativas o neutras) de otros CouchSurfers, con respecto a su experiencia con su host o surfer; esto le da un valor agregado para ser contactado o aceptado en próximas ocasiones.

Grupos: En la pestaña “Grupos”, se encuentran varias opciones de colectivos divididos por intereses, ciudades, continentes, estudios, etc. Esta es una manera de que la gente que vive en una misma localidad, se pueda reunir para emprender actividades y poder conocerse; es decir, el intercambio cultural empieza en la misma zona geográfica.

Actividades: Al clicar en la pestaña “Actividades”, aparecerán varios acontecimientos a realizarse, ya sean culturales, ecológicos, festivos, políticos, etc. Allí se pueden reubicar eventos en un área definida, permitiendo que la gente se involucre y comparta según sus necesidades.

Surfea: Para las personas que van a emprender un viaje, existe una pestaña que indica “Surfea”, en la cual se pueden explorar perfiles disponibles de personas que viven en el lugar que se visitará. Para solicitar alojamiento, se sugiere enviar una presentación alegre y original para que aquel que sea anfitrión, sienta confianza de recibir al solicitante.

Hospedar: Si el host está interesado en invitar a un surfer para alojarlo, puede recurrir a la pestaña “Hospedar”, entonces aparecerá una lista de perfiles de surfers que se encuentran en la ciudad, allí puede escribirles y preguntar si se encuentran en busca de couch.

Una vez que se conocen las funciones más importantes de CouchSurfing, los usuarios contactados empiezan a entablar una conexión para conocerse y percibir si tienen intereses en común. De esta forma, se garantiza que el hospedaje y la visita sean satisfactorios.

Eso sí, para esta actividad es muy importante el dominio del inglés, porque, aunque cada usuario especifica si habla otros idiomas, es prácticamente el idioma universal en la web.

También es importante indicar que, una vez que se formaliza el encuentro, se deben seguir estas pequeñas recomendaciones:

- Ser respetuoso, amable, atento y colaborativo.
- No permanecer más de tres o cuatro días con el host (a menos que éste ofrezca su ayuda).
- Tener sus propios utensilios de aseo.
- Llevar un presente significativo del lugar de origen, para que quede un recuerdo de la visita, cocinar algo en casa, ayudar con la limpieza y muchas opciones para agradecer al “host”.
- Finalmente, se debe recordar que nunca se debe pagar por el servicio de hospedaje.

Estrategias de seguridad

Perfiles: Estos poseen toda la información posible sobre datos personales del CouchSurfer, así cuentan como una carta de presentación válida para los usuarios.

Referencias: Cuando una persona viaja u hospeda, se puede escribir una referencia en los perfiles de sus contactos sobre la experiencia vivida, también

puede comentar sobre la forma de atención, el apoyo brindado, la actitud de otra persona, etc. Con estos datos los Couchsurfers van adquiriendo puntos positivos o negativos y dejando precedente para ser considerados en cuenta.

Verificación: Muestra que la identidad de un miembro, el país y la dirección han sido comprobadas. Para esto, el usuario recibe una marca verde en su perfil. Esta verificación se realiza también luego de una contribución mínima de \$ 11,35 (pago que puede efectuarse a través de Pay Pal o con tarjeta de crédito). De esta manera, se puede ofrecer mayor credibilidad al CouchSurfer. Aún en el caso de que el usuario no desee verificar su perfil lo puede mantener gratuitamente, sin que esto signifique un motivo para desconfiar de la veracidad en contenido del mismo.

Avalado: Este es un símbolo que solamente lo pueden obtener quienes hayan completado su verificación; permite crear un círculo de evaluación, en donde las personas que han sido calificadas más de 3 veces como seguras, también pueden acreditar puntos a otros usuarios.

Normas de la comunidad

Toda comunidad posee sus propias normas observadas por sus integrantes. En el caso del Couchsurfing, se mencionan las siguientes:

- Tener como mínimo, 18 años de edad.
- Crear una cuenta para formar parte de la base de datos.
- Ofrecer información veraz en el perfil.

- Restringir cualquier contenido pornográfico, ofensivo, promoción políticas, violencia, etc.
- No efectuar ningún cobro de hospedaje o de guía de turismo.
- Los anfitriones conocen el lugar que habitan, por tanto, se convierten en guías de turismo sin costo alguno, lo cual también promueve el turismo interno.
- Los anfitriones facilitan el hospedaje en sus propios hogares, ofreciendo diversos lugares para dormir.
- Seguir normas básicas de conducta, al momento de organizar o participar en eventos. Por ejemplo: respeto, tolerancia, colaboración.
- Los visitantes interactúan con el lugar de manera natural, siendo ellos los protagonistas de actividades que realizan, lo cual permite un aprendizaje de cada experiencia.

6.6 Objetivos de la Propuesta

Entre los objetivos principales de esta propuesta, están los siguientes:

- Facilitar la conexión entre personas de diferentes sitios del mundo, para que puedan organizar viajes y así conocer la mayor parte de lugares existentes.

- Potenciar el turismo como una herramienta que permita conocer y aprender sobre lugares, personas y culturas.
- Disminuir costos de viaje.

6.7 Logros Esperados

Se espera que esta propuesta constituya una exploración fácil y accesible, donde se puedan superar obstáculos que inhiban a la gente y ayudándoles a sentirse libres para explorar. Estas preocupaciones incluyen aspectos como seguridad, medios financieros o sencillamente, información disponible.

6.8 Beneficiarios

Con la propuesta se espera beneficiar a una gran cantidad de personas que gustan viajar y conocer otros lugares, personas y culturas, dentro de un ambiente agradable y seguro.

- Desarrollar la creatividad al momento de diseñar actividades e itinerarios con personas de otros lugares del mundo.
- Fortalecer lazos de amistad entre personas que forman parte del CouchSurfing dentro de una misma ciudad o de otros países.

Capítulo 7. Impactos

7.1 Impacto Social

El CouchSurfing indirectamente ocasiona un impacto social. No es su principal objetivo, sin embargo, en muchas ocasiones comunidades se han visto beneficiado a través del CouchSurfing. Muchas veces los CS llegan a comunidades remotas por recomendaciones de algmeta un mejoramiento de la comunidad a mediano o largo plazo en el tiempooun CS de una ciudad grande.

Tendrè que citar un experiencia personal, ya que a una pareja de Estados Unidos pertenecientes a Cuerpo de Paz, los invite a la comunidad San Pablo en la provincia del Chimborazo, ayudaron con la creaci3n de letrinas, lo cual mejoro en gran proporci3n a la comunidad. De igual manera les enseñaron la creaci3n de billeteras con productos reciclados, lo cual sirvi3 para ampliar la gama de porductos que manufacturaban.

De todas maneras en CS podría tener la meta de mejoramiento de la comunidad a mediano o largo plazo en el tiempo.

7.2 Impacto Turístico

Debido a la naturaleza y esencia de CS en este ámbito podemos encontrar algunos tipos de impactos. Sin duda pese a que el concepto de CS es el que no haya costo alguno por hospedaje, este puede proporcionar un impacto económico en pequeña escala, ya que de todas maneras los CS hacen uso de transporte publico interprovincial, comprar souvenirs para familiares y amigos, degustar la amplia gastronomía, etc.

Otro impacto del que hay que tener cuidado es el medioambiente, ya que hay lugares favoritos para ser visitados en forma masiva por los CS, como por ejemplo: Guayaquil y su parque de las Iguanas o las Islas Galápagos, Mindo en Quito, etc, es decir, ponerle cuidado a esos lugares que podrían sufrir algun tipo de impacto negativo, uso del suelo, mal uso del recurso del agua, etc.

7.4 Impacto Cultural

Este es sin duda el impacto del que mas se beneficia al ser CS, el poder pertenecer por unos dias a otra comunidad, a otra familia, es de lo mas grato y no tiene precio.

El intercambio cultural que sucede cuando vistas otro lugar es de otra dimensión, como ya se ha tratado en capítulos anteriores, el poder tener la oportunidad de intercambiar las historias o crear nuevos lazos de amistad con otros CS, el estar en una terraza en Cuba con dos argentinos y un alemán compartiendo mojitos, estar en Gran Bazar en Instambul, sin entender una palabra de turco, o estar tomando clases de buceo en Curacao con un grupo de desconocidos que en ese momento son lo mas cercano que se tiene, es simplemente una experiencia cultural que no se puede definir con palabras.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Es alto el porcentaje de personas que se encuentran suscritas a la comunidad desde hace 3 años o más.
- El sistema del CouchSurfing permite a las personas que lo utilizan, conocer lugares no tradicionales.
- Las personas desean conocer gente de todo el mundo y ese es el motivo que consideran importante para suscribirse a CouchSurfing.
- El CouchSurfing es considerado un medio masivo de expresión y un apoyo para interrelacionarse y conocer otros países.
- El CouchSurfing sí promueve el turismo informal, al posibilitar que los anfitriones o host actúen como guías propios del lugar de visita.
- El CouchSurfing sí promueve el intercambio cultural.
- El CouchSurfing genera un proceso multicultural en espacios de comunicación positiva.
- El CouchSurfing es una forma de entretenimiento propio de esta época tecnológica.
- Existe escasa difusión del sitio CouchSurfing en redes sociales, ello impide que un mayor número de personas lo conozca y participe de sus beneficios.

Recomendaciones

- Se sugiere garantizar la aceptación y permanencia de los surfers.
- Promover el conocimiento de lugares no tradicionales, a través del sistema del CouchSurfing.
- Aprovechar los viajes como el medio para lograr el intercambio cultural, el aprendizaje y la gente de los diferentes lugares.
- Aprovechar la acogida que tiene el Couchsurfing a nivel mundial, como un medio masivo de expresión y un apoyo para las relaciones personales y el conocimiento de diferentes países y culturas.
- Ofrecer capacitación a quienes actúen como anfitriones o hosts, para que brinden un mejor apoyo como guías propios del lugar de visita.
- Aprovechar el potencial apoyo que la red social del CouchSurfing ofrece a la divulgación de las diferentes culturas a nivel mundial.
- Insistir en el respeto a los intereses de los viajeros al buscar actividades para acercarse a la realidad de distintas zonas; y facilitar la comunicación en todos sus niveles.
- Poner de relieve el entretenimiento como parte intrínseca del turismo, es decir, sin ningún tipo de obligación.
- Realizar campañas publicitarias sobre el sitio del CouchSurfing. Se debe procurar que más personas conozcan sobre los beneficios de este sistema, mediante otras actividades que puedan incorporarse, como grupos específicos y redes internacionales, a la vez que ofrecer chat en tiempo real y otras opciones de diversificación del sistema.

BIBLIOGRAFÍA

ACOSTA, Alberto. 2010. El Buen Vivir en el camino del post-desarrollo. Una lectura desde la Constitución de Montecristi. Octubre, 2010.

<http://library.fes.de/pdf-files/bueros/quito/07671.pdf>

BAKER, Vicky (22 January 2011). "How to stay with a local" ¿Cómo quedarse con un local?. *The Guardian*. Retrieved 29 January 2011.

CASEY, Fenton. CouchSurfing. "The perfect storm" (La tormenta perfecta). Retrieved 29 January 2011.

CASTILLO SAAVEDRA, Efrén (2006). Manual del Módulo Autocontenido Específico. Administración del Ocio en la Industria de la Hospitalidad. HOSPITALIDAD TURÍSTICA. BIBLIOTECA MANUAL DE LA HOSPITALIDAD. Educación Capacitación basadas en Competencias Contextualizadas. ECBCC
http://www.conalepslp.edu.mx/biblioteca/manual_05/hospitalidad-tur01.pdf

LEÓN PAREDES, Gabriela (2013). Proyecto CouchSurfing como herramienta comunicacional para el intercambio cultural. Tesis de licenciatura en Comunicación Social. Universidad Politécnica Salesiana. Quito. Ecuador.

LA SOCIEDAD DEL BUEN VIVIR

<http://www.monografias.com/trabajos88/ecuador-y-buen-vivir/ecuador-y-buen-vivir.shtml#ixzz38jJS4GrN>

LEY DE TURISMO.

<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>

LÓPEZ, Pilar (2011). Viajar sin pagar alojamiento con las redes sociales: CouchSurfing y trabajo voluntario

<http://gmtmas100.com/2011/01/16/viajargratis/>

Secretaría Nacional de Planificación (SENPLADES). Memoria LOS NUEOS RETOS DE AMÉRICA LATINA: SOCIALISMO Y SUMAK KAWSAY. Primera Edición. QUITO, ECUADOR. 2010

VAN DALEN, Deobold B. y MEYER, William J. Manual de Técnica de la Investigación Educativa. Síntesis de "*Estrategia de la investigación descriptiva*"

<http://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigacion-descriptiva.php>

VIALFA, Carlos (2014). CouchSurfing: servicio de hospitalidad en línea seguro
<http://es.kioskea.net/faq/11803-couchsurfing-servicio-de-hospitalidad-en-linea-seguro>

WIKIPEDIA. CouchSurfing. <http://en.wikipedia.org/wiki/CouchSurfing>

A n e x o s

Instrumento de encuesta

1.- ¿Alguna vez ha utilizado CouchSurfing?

- Menos de 1 año
- 1 a 2 años
- 3 años o más.
- Nunca.

2.- ¿Cuántas veces has viajado haciendo contactos a través del CouchSurfing?

- Ninguna vez.
- Menos de 5 veces.
- 5 a 10 veces.
- Más de 10 veces.

3.- ¿Qué ventajas encontraste al utilizar el CouchSurfing como estrategia de viaje?

- Guías locales
- Intercambio cultural.
- Fácil contacto.
- Facilidad para viajar.
- Conocer gente nueva.
- Conocer lugares no tradicionales.
- Aprendizaje de idiomas.

4.- ¿Qué motivo considera importante para suscribirse a CouchSurfing?

- Viajar con más frecuencia.
- Garantizar un lugar donde alojarte en tus viajes
- Conocer gente de todo el mundo
- Comunicarte con gente de todo el mundo
- Mantener comunicación con amigos en otras partes del mundo.
- Publicar y compartir tus experiencias de viajes.
- Conformar grupos de personas con los mismos intereses en todo el mundo
- Conocer las costumbres y culturas de otros países o regiones.

5.- ¿Cómo consideras al CouchSurfing?

- Moda pasajera.
- Medio masivo de expresión
- Ninguna.
- Otra.

6.- ¿Consideras que el CouchSurfing promueve el turismo informal?

- Sí
- No
- No opina.

7.- ¿Consideras que el CouchSurfing promueve el intercambio cultural?

- Sí
- No
- No opina.

8.- ¿Piensas que el CouchSurfing genera un proceso multicultural?

- Sí
- No
- No opina.

9.- ¿Crees que el CouchSurfing es una forma de entretenimiento propio de esta época tecnológica?

Sí
No
No opina.

10.- ¿Qué crees que se hace necesario implementar en la plataforma del CouchSurfing?

- Más eventos.
- Mantener originalidad.
- Mantener funcionamiento.
- Difundir experiencias positivas.
- Mayor intercambio entre culturas.
- Creación de grupos de trabajo.
- Red social integral.
- Mayor publicidad del sitio.

ENTREVISTA SOBRE UNA EXPERIENCIA COUCHSURFING

DATOS DEL ENTREVISTADO (A)

- **Edad:** 32.
- **Estado civil:** Casada.
- **Nivel de estudios.** Posgrado.
- **Lugar de trabajo.** Negocio propio.
- **Ciudad en la que vive.** Quito.
- **Contacto.** 099-714-2212 / 023811804.
- **E-mail.** laubami@yahoo.com
- **Entrevista a** Cristina Barba.

Miembro activo CS Ecuador.

1. ¿Qué significa para ti CouchSurfing?

Bueno para mí es un estilo de vida a través del cual ves más allá de tus narices, no centras tu atención solamente en lo que escuchas hablar en los medios de comunicación sobre un país, sino más bien te acercas poco a poco a las realidades de estas personas, conoces sus costumbres, intereses y hasta llegas a hablar de su situación familiar (si es que se da el caso).

El Proyecto CouchSurfing me ha brindado la oportunidad de poder mostrarle al mundo que provengo de un país lleno de cultura y diversidad, en cada país que he visitado siempre dejo esa espinita para que las personas decidan visitar el Ecuador, y si para mí CouchSurfing es parte de mí, de lo que hoy soy y de lo que busco, no solo quiero bajar por conocer otros países o lugares turísticos, viajo porque quiero conocer personas maravillosas de las que puedo aprender un millón de cosas.

2. ¿Cómo conociste sobre el CS?

Para hacerte el cuento corto, tenía una amiga Americana y una vez salimos de paseo por Ibarra –creo que fué a principios del 2010- entonces fuimos a la casa de un chico (muy buena gente por cierto), yo pensé que eran amigos porque se saludaron con mucho aprecio y obviamente yo lo saludé y todo muy bien. En fin, por la noche nos sentamos a escuchar música y tomar unas cervezas cuando

comenzaron a hablar de CouchSurfing, yo no tenía idea de lo que se trataba y bueno me explicaron, pero recuerdo claramente que los dos me dijeron “Welcome to your first CouchSurfing experience” y nos reímos mucho, así conocí este proyecto.

3. ¿Hace cuanto tiempo utilizas CS?

Soy miembro de CouchSurfing desde del 2010, pero la primera vez que hospedé a mi primer surfer fue en Julio y desde ahí empezó mi adicción al CouchSurfing. He hospedado alrededor de doce personas y he surfeado en Colombia, Perú y Argentina y en Ecuador en algunas ciudades.

4. ¿Cuáles fueron tus razones principales de involucrarte en CS?

Bueno, primero la curiosidad de ver que podía pasar, a quién iba a conocer. Después fue más por este asunto del idioma, amo hablar inglés y si no lo practica lo pierdes, así que la mayoría de las veces procuro hospedar personas que hablen inglés. Y la tercera y creo que la mas importante es que me encanta conocer sobre otras culturas y mostrar la miapor supuesto, eso me emociona un montón.

5. ¿Cuál crees que es el objetivo más importante de CouchSurfing?

Yo creo que hay dos, el intercambio entre culturas y el economizar los viajes; siendo obviamente el que se debe rescatar el primero.

6. ¿Ves algunos cambios en los últimos años en CS?

Si, veo que la comunidad a crecido, sobre todo aquí en el Ecuador, no somos muchos miembros activos. Por otra parte, aunque algunas políticas cambiaron creo que vamos por buen camino, lo único que no me gustaría es que se deje de ser un servicio gratuito sin fines de lucro, y que la gente vea este sistema solo como una forma de no gastar en hospedaje sin esencia, pero bueno eso ya se vera con el tiempo.

7. ¿Qué expectativas tienes de CS a futuro?

Como te dije antes que no se convierta en una organización que lucre y que no se pierda la esencia de surfear. Lo que si me gustaría es una menor tecnología de la página (yo digo, una chat en tiempo real o algo así).

