

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

**Tesis previa para la obtención del título de:
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL.**

**TEMA:
“PROYECTO COUCHSURFING COMO HERRAMIENTA COMUNICACIONAL
PARA EL INTERCAMBIO CULTURAL”**

**AUTORA:
GABRIELA FERNANDA LEÓN PAREDES**

**DIRECTOR:
MIGUEL ÁNGEL SOTO SANDOVAL**

Quito, marzo 2013

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El desarrollo de conceptos, análisis, y conclusiones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Quito, marzo 2013

(f) _____
Gabriela Fernanda León Paredes
C.I. 1719057620

DEDICATORIA

A mis abuelas Mamina y Mamá Fabiola, que aunque no estén presentes en este mundo siempre me acompañan en cada paso que doy, fortalecen con su amor mi corazón y mi mente.

A mis hermanos Navira y Martín quienes son mi motivación y empuje para ser la hermana mayor que se merecen, los amo mucho.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	
LA COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES.....	4
1.1. Características de la comunicación a partir del auge tecnológico.....	5
1.2. Las tecnologías de la información y la comunicación	7
1.3. Uso de las TICs en el mundo y el Ecuador	8
1.3.1. TICs en el mundo.....	8
1.3.2. TICs en el Ecuador	10
1.4. Redes sociales	13
1.5. Usos de las redes sociales en el mundo y el Ecuador	15
1.5.1. Uso de las redes sociales a nivel mundial	15
1.5.2. Uso de las redes sociales en el Ecuador	16
CAPÍTULO 2	
COUCHSURFING INTERNATIONAL INC	18
2.1. Antecedentes	18
2.2. Definición	20
2.3. Evolución de CouchSurfing	21
2.4. Misión del CouchSurfing	22
2.5. Terminología CS	23
2.6. Funcionamiento	25
2.7. Estrategias de seguridad	29
2.8. Normas de la comunidad	31
2.9. Estadísticas de CouchSurfing a nivel mundial	32
2.10. Estadísticas en el Ecuador	35
CAPÍTULO 3	
APORTE DE COUCHSURFING EN EL TURISMO A NIVEL MUNDIAL Y EN EL ECUADOR	37
3.1. Definición turismo	37
3.2. Tipología del turismo	38
3.2.1. Turismo masivo	38

3.2.2. Turismo de exploradores	38
3.2.3. Turismo de masa incipiente	38
3.2.4. Turismo chárter	39
3.2.5. Turismo chárter	39
3.3. Características del turismo informal	39
3.4. Movimiento turístico en el mundo	41
3.5. Movimiento turístico en el Ecuador	42
3.6. Evolución del turismo en el Ecuador.	43
3.7. Movimiento turístico a través de la Corporación CouchSurfing.	45
3.7.1. A nivel mundial	45
3.7.2. En Ecuador	45
CAPÍTULO 4	
COUCHSURFING COMO PROCESO MULTICULTURAL.....	47
4.1. Multiculturalidad	47
4.2. CouchSurfing y multiculturalidad	49
CAPÍTULO 5	
ESTUDIO DE CASO, EL COUCHSURFING COMO HERRAMIENTA	
COMUNICACIONAL PARA EL INTERCAMBIO CULTURAL	52
5.1. Técnicas aplicadas	52
5.2. Población	53
5.3. Tipo de muestra.....	54
5.4. Cálculo de la muestra.	54
5.5. Encuesta.	55
5.5.1. Objetivo de la encuesta	56
5.5.2. Estructura	56
5.5.3. Instrumento	56
5.6. Interpretación de resultados de las encuestas a nivel mundial.	56
5.7. Interpretación de resultados encuesta Ecuador	76
5.8. Análisis general de resultados	95
5.9. CouchSurfing y los nuevos escenarios culturales	96

CONCLUSIONES.....	97
RECOMENDACIONES.....	99
BIBLIOGRAFÍA	101
ANEXOS	105

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Logotipo CouchSurfing.....	20
Ilustración 2 CouchSurfing - Misión	22
Ilustración 3 Información General CouchSurfing.....	25
Ilustración 4 Como registrarse en CouchSurfing	26
Ilustración 5 Seguridad CS.....	29
Ilustración 6 Ejemplo de referencia	30
Ilustración 7 Ubicación del Usuario.....	30
Ilustración 8 Símbolo de aval.....	31
Ilustración 9 Distribución mundial de los usuarios.....	33
Ilustración 10 Estadísticas CouchSurfing	34

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Hogares que poseen computadoras	9
Tabla 2 Países con mayor porcentaje de computadores.....	9
Tabla 3 Número de habitantes del Ecuador que poseen acceso a Internet.....	10
Tabla 4 Número de habitantes del Ecuador que usan red de Internet.....	11
Tabla 5 Número de habitantes del Ecuador que usan computadoras.....	11
Tabla 6 Número de habitantes del Ecuador que tiene computadoras	12
Tabla 7 Equipamiento tecnológico del hogar.....	12
Tabla 8 Uso del teléfono celular inteligente	13
Tabla 9 Uso de las redes sociales de acuerdo a su población por continentes.....	15
Tabla 10 Países con mayor porcentaje de su población que utilizan redes sociales	15
Tabla 11 Antecedentes	18
Tabla 12 Evolución del CouchSurfing.....	21
Tabla 13 Análisis estadístico del número de usuarios de CouchSurfing.	32
Tabla 14 Análisis estadístico del uso de CouchSurfing en Ecuador.....	35
Tabla 15 Ejemplo de viaje desde Quito – Ecuador hacia Buenos Aire - Argentina	40
Tabla 16 Ubicación del turismo / ingresos turismo	43
Tabla 17 Movimiento llegadas de extranjeros.	43
Tabla 18 Ranking del país de origen de los turistas que ingresan al Ecuador	44
Tabla 19 Movimiento turístico a nivel mundial.....	45
Tabla 20 Porcentaje de CouchSurfers que visitaron el Ecuador	45
Tabla 21 Relación CS/Multiculturalidad	49
Tabla 22 Pregunta 1 Selecciona tu género.	57
Tabla 23 Pregunta 2 Selecciona tu rango de edad.....	57
Tabla 24 Pregunta 3 Nivel de estudios.....	58
Tabla 25 Pregunta 4 Trabaja	59
Tabla 26 Pregunta 5 ¿En qué país vives?.....	60
Tabla 27 Pregunta 6 ¿Cuál es tu estado civil?.....	61
Tabla 28 Pregunta 7 ¿Hace cuánto usas CS?	62
Tabla 29 Pregunta 8 ¿Por qué te registraste en CS?.....	63
Tabla 30 Pregunta 9 ¿Crees que CouchSurfing es una moda pasajera o un medio de expresión masivo?.....	64
Tabla 31 Pregunta 10 ¿Crees que CS promueve el intercambio cultural?.....	66
Tabla 32 Pregunta 11 ¿Crees que CS es una forma de entretenimiento propio de esta época tecnológica?	66
Tabla 33 Pregunta 12 ¿Qué expectativas tienes de CS más adelante?.....	68
Tabla 34 Pregunta 13 ¿Cuántas veces has viajado haciendo contactos a través del CS?	69

Tabla 35 Pregunta 14 ¿Qué ventajas encontraste al utilizar el CS como estrategia de viaje?	70
Tabla 36 Pregunta 15 ¿Crees que CS estimula el turismo informal?.....	71
Tabla 37 Pregunta 16 ¿Cuándo viajaste, las personas que te hospedaron te sirvieron de guías de turismo?.....	71
Tabla 38 Pregunta 17 ¿Cuántos nuevos amigos tienes gracias al CS dentro y fuera de tu ciudad?	72
Tabla 39 Pregunta 18 ¿Tienes contacto cara a cara con estos nuevos amigos?.....	73
Tabla 40 Pregunta 19 ¿Con qué frecuencia asistes a las reuniones de CS?.....	74
Tabla 41 Pregunta 20 ¿Te has comunicado con tus amigos del CS por otro medio?	75
Tabla 42 Pregunta 1. Selecciona tu género.	76
Tabla 43 Pregunta 2. Selecciona tu rango de edad.....	77
Tabla 44 Pregunta 3 Nivel de estudios.....	77
Tabla 45 Pregunta 4. Trabaja	78
Tabla 46 Pregunta 5 ¿En qué ciudad del Ecuador vives?	79
Tabla 47 Pregunta 6 ¿Cuál es tu estado civil?.....	80
Tabla 48 Pregunta 7 ¿Hace cuánto usas CS?	81
Tabla 49 Pregunta 8 ¿Por qué te registraste en CS?.....	82
Tabla 50 Pregunta 9 ¿Crees que CouchSurfing es una moda pasajera o un medio de expresión masivo?.....	84
Tabla 51 Pregunta 10 ¿Crees que CS promueve el intercambio cultural?.....	84
Tabla 52 Pregunta 11 ¿Crees que CS es una forma de entretenimiento propio de esta época tecnológica?	85
Tabla 53 Pregunta 12 ¿Qué expectativas tienes de CS más adelante?.....	87
Tabla 54 Pregunta 13 ¿Cuántas veces has viajado haciendo contactos a través del CS?	88
Tabla 55 Pregunta 14 ¿Qué ventajas encontraste al utilizar el CS como estrategia de viaje?	89
Tabla 56 Pregunta 15 ¿Crees que CS estimula el turismo informal?.....	90
Tabla 57 Pregunta 16 ¿Cuándo viajaste las personas que te hospedaron te sirvieron de guías de turismo?.....	91
Tabla 58 Pregunta 17 ¿Cuántos nuevos amigos tienes gracias al CS dentro y fuera de tu ciudad?	92
Tabla 59 Pregunta 18 ¿Tienes contacto cara a cara con estos nuevos amigos?.....	93
Tabla 60 Pregunta 19 ¿Con qué frecuencia asistes a las reuniones de CS?.....	94
Tabla 61 Pregunta 20 ¿Te has comunicado con tus amigos del CS por otro medio?	94

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1 Uso de CouchSurfing a nivel mundial	32
Gráfica 2 Usuarios CouchSurfing Ecuador.....	35
Gráfica 3 Multiculturalidad.....	48
Gráfica 4 Pregunta 1 Porcentaje de género de los encuestados	57
Gráfica 5 Pregunta 2.Porcentajes por rango de edad	58
Gráfica 6 Pregunta 3 Porcentaje de encuestado según el nivel de estudios	58
Gráfica 7 Pregunta 4 Porcentaje de encuestados según trabaja o no	59
Gráfica 8 Pregunta 6 Porcentajes de personas de acuerdo a su estado civil	61
Gráfica 9 Pregunta 7 Porcentaje de personas por rango de tiempo como usuarios de CouchSurfing	62
Gráfica 10 Pregunta 8 Porcentajes de personas según interés que les atrajo ingresar al CS	64
Gráfica 11 Pregunta 9 Porcentaje de personas de acuerdo al fin del CS	65
Gráfica 12 Pregunta 10 Porcentajes de personas que están de acuerdo o no con que el CS promueve el intercambio cultural.	66
Gráfica 13 Pregunta 11 Porcentajes de personas según consideran al CS como entretenimiento propio del a época	67
Gráfica 14 Pregunta 13 Porcentajes de personas de acuerdo al número de viajes realizado.....	69
Gráfica 15 Pregunta 15 Porcentajes de personas según consideran al CS como estimulante del turismo	71
Gráfica 16 Pregunta 16 Porcentajes de personas de acuerdo a la relación que tuvieron con sus anfitriones en cada viaje.....	72
Gráfica 17 Pregunta 17 Porcentajes de personas de acuerdo al número de amigos creados a través del CS.....	73
Gráfica 18 Pregunta 18 Porcentajes de personas que han realizado contactos con otras personas cara a cara	73
Gráfica 19 Pregunta 19 Porcentajes de personas que asisten a las actividades organizadas por el CS en su país.....	74
Gráfica 20 Pregunta 20 Porcentajes de personas que utilizan otros medios de comunicación con otros usuarios del CS	75
Gráfica 21 Pregunta 1 Porcentaje de género de los encuestados	76
Gráfica 22 Pregunta 2 Porcentajes por rango de edad	77
Gráfica 23 Pregunta 3 Porcentaje de encuestado según el nivel de estudios	78
Gráfica 24 Pregunta 4 Porcentaje de encuestados según trabaja o no	78
Gráfica 25 Pregunta 5 Porcentajes de personas de acuerdo a la ciudad en que viven	80
Gráfica 26 Pregunta 6 Porcentajes de personas de acuerdo a su estado civil	81

Gráfica 27 Pregunta 7 Porcentaje de personas por rango de tiempo como usuarios de CouchSurfing	82
Gráfica 28 Pregunta 8 Porcentajes de personas de acuerdo a su interés por ingresar al CS.....	83
Gráfica 29 Pregunta 9 Porcentaje de personas de acuerdo al fin del CS	84
Gráfica 30 Porcentajes de personas que está de acuerdo o no con que el CS promueve el intercambio cultural.....	85
Gráfica 31 Pregunta 11 Porcentajes de personas según consideran al CS como entretenimiento propio del a época.....	86
Gráfica 32 Pregunta 12 Porcentajes de personas de acuerdo a su expectativa en el CS	87
Gráfica 33 Pregunta 13 Porcentajes de personas de acuerdo al número de viajes realizado	88
Gráfica 34 Pregunta 14 Porcentajes de personas de acuerdo a las ventajas encontradas para viajar gracias al CS.....	90
Gráfica 35 Pregunta 15 Porcentajes de personas según consideran al CS como estimulante del turismo	91
Gráfica 36 Pregunta 16 Porcentajes de personas de acuerdo a la relación que tuvieron con sus anfitriones en cada viaje.....	91
Gráfica 37 Pregunta 17 Porcentajes de personas de acuerdo al número de amigos creados a través del CS	92
Gráfica 38 Pregunta 18 Porcentajes de personas que han realizado contactos con otras personas cara a cada	93
Gráfica 39 Pregunta 19 Porcentajes de personas que asisten a las actividades organizadas por el CS en su país.....	94
Gráfica 40 Pregunta 20 Porcentajes de personas que utilizan otros medios de comunicación con otros usuarios del CS	95

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 ENCUESTA CASTELLANO.....	105
ANEXO 2 ENCUESTA EN INGLÉS	110
ANEXO 3 DESARROLLO Y ANÁLISIS DE ENTREVISTA	114
ANEXO 4 OBSERVACIONES COMPARATIVAS ENCUESTA/ENTREVISTA	119

RESUMEN

En esta era digital en la que vivimos, se evidencia cómo el ser humano se ve involucrado en procesos de transformación tanto a nivel comunicacional como de interacción con los demás. Estas transformaciones, están determinadas por las conexiones entre lo digital y lo humano, es decir, se da mucha importancia a los aspectos digitales que también promulgan las relaciones sociales.

Por tanto, este trabajo muestra cómo las tecnologías de la comunicación y la información (TICs) bien utilizadas, influyen de manera positiva en la participación, el intercambio cultura, la cooperación y solidaridad entre personas de distintos países, culturas, posiciones socio-económicas, étnicas, religiosas, etc.; es decir, promueven cambios socioculturales y comunicacionales a nivel mundial, especialmente, a través del uso de las redes sociales conformadas en Internet.

Esta investigación se enfoca en una social web relativamente nueva, el CouchSurfing, la cual funciona como una herramienta de interacción social que pretende cruzar fronteras y sobrepasar los esquemas netamente virtuales, promoviendo el turismo y el intercambio cultural, con un encuentro interpersonal, en más de 200 países.

Las estadísticas descritas posteriormente, fueron el resultado de 149 encuestas realizadas a usuarios de CouchSurfing tanto ecuatorianos como extranjeros de varias partes del mundo a través de Internet; tomando en cuenta la percepción de la misma comunidad sobre la funcionalidad y lo que representa la experiencia de participación en este proyecto multicultural.

Palabras clave: Internet, red social, conexiones, cultura, intercambio, sociedad, participación, internauta, usuario, tecnología, cooperación, contacto interpersonal, mundo virtual, turismo, digital, comunicación multicultural.

INTRODUCCIÓN

La comunicación que hoy en día mantenemos a través de las tecnologías de la información y la comunicación (TICs), está totalmente globalizada, tiene su propio lenguaje y jerga basado principalmente en iconografías e imágenes que nos forjan como seres de lecturas rápidas y que además nos vinculan con otros seres humanos acortando la brecha temporal y de distancia, entonces, las TICs no se están limitado a una comunicación virtual y unidireccional, sino que además son conductoras activas para las relaciones interpersonales, convirtiendo a nuestro “...mundo en un pañuelo”; es decir, que el planeta es cada vez más pequeño respecto a cercanía comunicativa.

Las nuevas tecnologías han cambiado espectacularmente el mundo en que vivimos, eliminando las barreras, permitiendo que la gente pueda compartir información y trabajar en cooperación por alcanzar una meta u objetivo común. Esta “era digital” ha permitido que las transformaciones de las comunidades dependan de las conexiones entre lo digital y lo humano, es decir, se da mucha importancia a los aspectos digitales que también promulgan las relaciones sociales.

Es necesario también mencionar la importancia de las redes comunicativas a nivel mundial, demostrando que Internet es en la actualidad no sólo un medio masivo de comunicación, sino una herramienta de aprendizaje constante que fomenta el intercambio cultural, experiencias, opiniones y criterios, generando de esta manera procesos de cooperación y solidaridad entre personas de diferentes países; a través de la multicultural los procesos de comunicación se ven afectados en forma positiva ya que abren nuevas alternativas de participación e intercambio de percepciones individuales y grupales.

Para este análisis hemos tomado como referencia a la red social CouchSurfing (CS) que funciona a nivel mundial, pero poco difundida en comparación a otras redes como Facebook, Twitter, Flickr, entre otras. CS nos permite contar con una fuente que reúne una amplia población para investigar, que nos dan una mejor perspectiva sobre diversos

temas que apuntan al intercambio cultural y los cambios que se están dando en nuestras sociedades valoradas por el conocimiento y reconocidas por la velocidad de la información y la comunicación.

El presente estudio se enmarcó dentro de la investigación descriptiva que se circunscribe a la recolección de datos sobre la base de una teoría y ha permitido detallar la funcionalidad de CouchSurfing, por otra parte, los resultados se exponen de manera sistemática y se interpretan objetivamente. La investigación de campo se desarrolló directamente con otros usuarios de CouchSurfing, se mantuvo una participación directa con las fuentes de información tanto a nivel general como individual; también en este ambiente se aplicaron encuestas y entrevistas a usuarios activos desarrollando así el método deductivo-inductivo estableciendo un sustento teórico. Y por último la investigación bibliográfica se sustentó sobre la base teórica a través de consultas a: fuentes bibliográficas, textos, revistas, apuntes, documentos varios, así como también fuentes informáticas de Internet.

El trabajo se ha dividido en cinco capítulos, que abordan de forma teórica e investigativa el fenómeno de esta red social y sus efectos tanto a nivel nacional como mundial; tomando en cuenta los mismos factores para el análisis externo e interno.

En el primer capítulo, se enfoca a la comunicación a través de las redes sociales, el acceso masivo, sus usos frecuentes y determinantes, considerando intereses, necesidades de diversas regiones del mundo; sobre esta base pasamos a analizar los cambios comunicacionales causados por la eliminación de las distancias y la relación de la inmediatez.

En el segundo capítulo se describe detalladamente el uso y función de la red social de CouchSurfing, tomando en cuenta que su objetivo principal está centrado en el intercambio cultural, la hospitalidad y solidaridad entre sus usuarios alrededor del mundo. Además se brinda una detallada y breve retrospectiva sobre el origen y la existencia de este tipo de servicios que persiguieron o persiguen el mismo fin.

Para el tercer capítulo aportaremos con un análisis estadístico sobre el turismo; y la posibilidad de promoverlo a través de las redes sociales. También investigaremos el fenómeno del turismo informal, sus ventajas y desventajas socioeconómicas y culturales a través de la utilización de CouchSurfing.

En el cuarto capítulo a más de ser informativo, ya presenta una propuesta de relación entre el CouchSurfing y los procesos de intercambio cultural, como producto de la serie de actividades que realizan los usuarios, durante sus viajes y las actividades internas con usuarios de diferentes países.

La investigación de campo y estudio de caso se desarrollan a través del quinto capítulo, en el que se cuenta con la información directa de los usuarios a nivel nacional y mundial; los resultados son una guía para conocer el impacto de esta red social en los procesos de multiculturalidad e indagar en las expectativas que tienen los usuarios por su permanencia.

En general el aporte de este recorrido, busca generar expectativa sobre la influencia de las nuevas tendencias tecnológicas en la conducta del ser humano y de qué manera se modifican las relaciones y los procesos comunicativos, sin querer insinuar un procesos negativo, más lo contrario, proponer la necesidad de aceptar las nuevas relaciones interpersonales, y comunicativas como inicio de un cambio cultural mundial.

CAPÍTULO 1

LA COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES

A través del tiempo, se han desarrollado una variedad de conceptos en torno al término comunicación, pero es esencial primero, determinar cuáles son los principales elementos que la conforman según Gerhard Maletzke (1976).

- El emisor (¿quién comunica?).
- El mensaje (¿qué se comunica?).
- El canal (¿a través de qué medio?).
- El perceptor¹ (¿a quién?).

Estos componentes básicos son los que nos permiten “llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes” (Fonseca. Socorro 2000), en otras palabras, está en la acción de establecer una comunidad de interpretación, compartir información, intercambiar conocimientos y emociones con el otro, a través de los diferentes canales de interacción.

Por otra parte, debemos tomar en cuenta el creciente desarrollo y masificación de las tecnologías; la dinámica de comunicación está cambiando hacia un modelo multidireccional, es decir, se busca un feedback o respuesta frente al mensaje y es en este caso, que tanto el emisor como el perceptor cambian sus papeles produciéndose así un intercambio comunicativo.

¹ En el proceso de comunicación, es el individuo que recibe el mensaje, descodifica, organiza e interpreta la información. Inicialmente se denominaba al “perceptor” como “receptor”, ya que se limitaba a solo recibir y captar la información, retenerla para sí. Pero en la actualidad, evidenciamos que el perceptor es también un emisor, ya que capta el mensaje, lo interpreta y da respuesta al mismo. (Maletzke, 1976).

A continuación se profundizará en el tema de la comunicación a través de las nuevas tecnologías.

1.1. Características de la comunicación a partir del auge tecnológico

La tecnología ha modificado los aspectos económicos, políticos, religiosos y culturales de las sociedades; esto se puede reconocer en el tiempo de construcción y desarrollo de actividades masivas, en las relaciones interpersonales, en la necesidad de obtener información rápidamente, en las nuevas formas de vida (creencias, posiciones ideológicas, valores, saberes, acciones frente a otros, etc.).

En este sentido, Manuel Castells propone que “la tecnología da forma a través de la comunicación a las culturas e identidades, las tecnosubjetividades, las tecnocolectividades². A la final, el asunto es qué comunicar, qué visibilizar, qué representar en los nuevos dispositivos tecnológicos y con qué estrategias narrativas y estéticas.” (Castells, 1999). Entonces, la comunicación, como una forma de transmitir ideas y una necesidad, se ha transformado; y es aquí donde la tecnología se convierte en un mediador de la comunicación; no como un instrumento, si no como parte de su propia estructura.

Esta nueva relación está determinada principalmente por el avance de los equipos tecnológicos (Smartphones, tablets, laptops, etc.) cada vez más complejo y principalmente por nuevos lenguajes, códigos, símbolos, tiempos, emociones, por el uso de material audiovisual y por la forma de presentar los conocimientos de las distintas culturas.

A finales del siglo XX³ ya se cuestionaba la influencia de la tecnología en la comunicación y las estrategias que se debían considerar para que ésta sea efectiva,

² Se contextualiza como tecnosubjetividad y tecnocolectividad a la comunicación fuera de un territorio, donde se presenta difusa o diseminada, y sin embargo existe y forma una colectividad sin límites de agrupación, esto según el español Sociólogo y autor de innumerables estudios sobre la comunicación, (Manuel Castells, 1999).

³ La UNESCO como resultado de varios estudios sobre la comunicación y libertad de expresión, ha venido señalando desde hace más de 10 años, de la influencia de los medios tecnológicos como parte determinante del desarrollo de la comunicación.

cumpliendo con el objetivo de interacción. Hoy, la comunicación multidireccional⁴ ocupa un lugar privilegiado en las relaciones sociales, forma parte del proceso globalizador en el que la distancia y el tiempo no son un factor que detenga su desarrollo; en otros términos, las sociedades satisfacen su evolución a través de la misma comunicación y su vínculo con las nuevas tecnologías.

Para Omar Rincón, la comunicación a través de la tecnología se caracteriza principalmente porque:

- No se agota en los medios masivos sino abarca todas las formas compartidas de significación que se realizan en la sociedad.
- Tiene sentido desde las audiencias, en este caso dependen del uso de medios masivos.
- Funciona como matriz y metáfora cultural.
- Se ha convertido en dispositivo catalizador de la política, el intercambio cultural, y mercado. (Omar, 2003)

En este contexto, la comunicación se transforma frente a la tecnología, la cual pasa a ser una pieza clave que permite las conexiones sociales, fortaleciendo con su accionar los diferentes procesos de información, economía, política, ciencia, conocimientos e innovaciones; las relaciones interpersonales, la socialización para alcanzar acuerdos, negociar y mediar conflictos; la comprensión de la cultura e identidad de las personas; y finalmente vincular a las sociedades a través del mercado mundial.

⁴ Es aquella en la que intervienen varios interlocutores. Se trata, de un diálogo en el que los distintos participantes tienen papeles tanto de emisores como de receptores. (Valero, 2010)

Entonces, podemos concluir que junto con la tecnología, la comunicación produce experiencias en un encuentro virtual a través del “www”⁵, globalizando de esta manera las relaciones y los encuentros sociales ya no solo a un nivel local, sino también trascendiendo los límites físicos y temporarios.

1.2. Las tecnologías de la información y la comunicación

De acuerdo a Ramírez y Vieira las tecnologías de la información y la comunicación (TICs) son “el conjunto amplio de medios y dispositivos, basados en circuitos integrados, satélites de comunicación, redes de telecomunicación, computadoras, software, frecuencias, entre otras, susceptibles de procesos de innovación y modificación constantes.” (Ramírez, Socorro & Vieira, 2006).

Desde este concepto, podemos evidenciar que las TICs evolucionan diariamente, ampliando de igual forma su campo de acción en los procesos de información y comunicación (Mezzarda, 2010); esta evolución no solo es a nivel científico o económico, sino también cultural; es decir, que induce a una participación multidireccional, despertando interés por conocer su desarrollo, y así facilitar la comunicación entre las personas de diferentes países.

Es importante entonces, reconocer que la implementación de las TICs en las actividades diarias del ser humano, generan un estudio profundo por investigadores sociales, educadores, psicólogos, sociólogos, entre otros⁶. Se trata de explicar cuál es el impacto que generan en la conducta y actividades de las personas, las oportunidades que brindan y que pueden ser optimizadas al atraer a un gran segmento de la población mundial, sin considerar edad, sexo o lugar de origen. Por ello, es necesario garantizar que el uso de las TICs esté al servicio de la comunicación bajo principios de solidaridad y proximidad, valores morales y de respeto; manteniendo siempre ese lado humano que nos caracteriza como sociedades civilizadas.

⁵ World wide web. En español “red mundial de información”, Tim Berners-Lee desarrolló las ideas fundamentales que estructuran la web en Suiza, 1989. Aunque fue publicado en 1992.

⁶ Para formar parte de la sociedad y no estar excluido, implica cada vez con mayor fuerza poder participar activamente a través de las nuevas tecnologías, hoy en día su acceso es muestra de una sociedad justa y democrática. (Mezzarda, 2010)

1.3. Uso de las TICs en el mundo y el Ecuador

1.3.1. TICs en el mundo

A nivel mundial, se han realizado varios estudios sobre la utilización de las TICs, nosotros tomaremos como referencias la investigación de la Online Business School (OBS)⁷, denominada “Estudio del uso de equipamiento de las nuevas tecnologías en los hogares 2012”, en la que se conoce que:

- El acceso a Internet de los hogares en Europa ha aumentado un 14,16% entre 2009 y 2011.
- Los países con mayor penetración a Internet son Suecia, Dinamarca, Luxemburgo, Noruega, Islandia y Holanda con más del 90%.
- El 33% de los europeos que no tienen acceso a Internet aseguran que no necesitan estar conectados y un 24% alega desconocimiento del medio.
- Las viviendas de Madrid, Cataluña y Baleares son las más conectadas a Internet.
- El 100% de los niños residentes en Cantabria y Ceuta utiliza el ordenador. En Cantabria, Navarra y País Vasco también se sitúan los niños que más se conectan a Internet con porcentajes del 96,2%, 95,6% y 95,4% respectivamente.
- El porcentaje de los niños que utilizan Internet ha crecido un 13,41% en el último año.
- Los habitantes de Estados Unidos y Canadá son los que más utilizan actualmente las redes sociales.
- En Europa, el 5,51% de los habitantes las utiliza de manera habitual, en Latinoamérica el porcentaje es del 5,19%.
- Taiwán es el país con mayor número de líneas telefónicas en el mundo por habitante, el 63,2% de sus habitantes posee una.
- Chile, Nicaragua, Bulgaria, Chipre o Emiratos Árabes son algunos de los países con cobertura total. (Online Business School, 2012)

⁷ La Online Business School, es reconocida por las investigaciones y publicaciones que aportan al estudio de mercado, se encuentra asociada con universidad de España para el aporte de investigaciones serias y útiles para estudiosos del mercado y los negocios

Con el mismo estudio de OBS, a continuación se presentan las siguientes tablas, que nos brindan datos estadísticos a nivel mundial sobre la utilización de tecnología.

Tabla 1 Hogares que poseen computadoras

Porcentajes de hogares que poseen computador, según continente	
Indicadores	Resultados
Oceanía	79,0%
América del Norte	77,5%
Europa	62,0%
Asia	34,8%
Latinoamérica	24,9%
África	9,6%

Fuente: OBS Oline Business School.

Elaborado por: Gabriela León

Tabla 2 Países con mayor porcentaje de computadores

Porcentaje de países con más hogares que posee computadora	
Indicadores	Resultados
Islandia	92,0%
Holanda	90,8%
Berlín	87,0%

Fuente: OBS Oline Business School.

Elaborado por: Gabriela León

De estos datos, se concluye que la evolución de la tecnología es diaria y son varios los países que se consideran desarrollados o de primer mundo; aquellos que han alcanzado el uso masificado de estas herramientas, demostrando que la población está permanentemente actualizada y conectada con los cambios mundiales; en otras palabras, la población universal ha incorporado a sus actividades rutinarias el uso de la tecnología como un medio de aprendizaje, de trabajo y de ampliar los niveles de comunicación en masa y tiempo.

1.3.2. TICs en el Ecuador

Las investigaciones a nivel nacional sobre el uso de las tecnologías son recientes, a partir de los datos estadísticos que se presentan a continuación sobre el acceso de la población del Ecuador a las tecnologías de la comunicación e información, es necesario analizar el desarrollo y aprovechamiento de la utilización de la tecnología, y de esto depende el poder afirmar si en el país estos medios impactan en la conducta comunicacional de la población.

Tabla 3 Número de habitantes del Ecuador que poseen acceso a Internet

Ciencia y tecnología		
Acceso a Internet		
Año	# de personas	Indicador
2008	242816,25	Con acceso
2008	3.203.467,00	Sin acceso
2009	268.557,00	Con acceso
2009	3.240.404,00	Sin acceso
2010	425.671,00	Con acceso
2010	3.195.797,00	Sin acceso
2011	653.232,87	Con acceso
2011	3.221.050,14	Sin acceso

Fuente: INEC. Ecuador en cifras 2011.

Elaborado por: Gabriela León

Tabla 4 Número de habitantes del Ecuador que usan Red de Internet

Ciencia y tecnología		
Uso de Internet		
Año	# de personas	Indicador
2008	4.561.482,00	No utilizó
2008	1.655.105,00	Utilizó
2009	4.738.906,00	No utilizó
2009	1.609.668,00	Utilizó
2010	1.934.260,00	Utilizó
2010	4.538.763,00	No utilizó
2011	4.423.910,65	No utilizó
2011	2.079.216,54	Utilizó

Fuente: INEC, Ecuador en cifras 2011.

Elaborado por: Gabriela León

Tabla 5 Número de habitantes del Ecuador que usan computadoras

Ciencia y tecnología		
Uso de computador (valores absolutos)		
Año	# de personas	Indicador
2008	3.586.290,00	No utilizó
2008	2.630.297,00	Utilizó
2009	2.183.944,00	Utilizó
2009	4.164.630,00	No utilizó
2010	2.494.714,00	Utilizó
2010	3.978.309,00	No utilizó
2011	2.401.319,40	Utilizó
2011	4.101.807,78	No utilizó

Fuente: INEC, Ecuador en cifras 2011.

Elaborado por: Gabriela León

Tabla 6 Número de habitantes del Ecuador que tiene computadoras

Ciencia y tecnología		
Tenencia de computador		
Año	# de personas	Indicador
2007	691.054,00	Tiene
2007	2.583.734,00	No tiene
2008	787.406,00	No tiene
2008	2.659.686,00	Tiene
2009	820.090,00	Tiene
2009	2.689.574,00	No tiene
2010	2.751.828,00	No tiene
2010	869.640,00	Tiene
2011	957.284,71	Tiene
2011	2.916.998,30	No tiene

Fuente: INEC, Ecuador en cifras 2011.

Elaborado por: Gabriela León

Tabla 7 Equipamiento Tecnológico del hogar

Equipamiento Tecnológico del hogar Ecuador	
Indicadores	Resultados
Televisión a color	86,4%
Equipo de sonido	44,4%
DVD –VHS	50,3%
Computadora de escritorio	24,7%
Computadora portátil	9,8%
Teléfono fijo	39,9%
Teléfono Celular	78,8%
Número de hogares según el censo 2010: 3.815.246	

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo. Nacional Total 2011

Elaborado por: Gabriela León

Tabla 8 Uso del teléfono celular inteligente

Smartphones	
Indicadores	Resultados
Personas que utilizan Smartphones	8,4% de las personas poseen un Smartphone.
Utilizan el teléfono para comunicarse a través de redes sociales	69,9% de las personas que tienen Smartphone.

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo Nacional Total 2011.
Elaborado por: Gabriela León

Los resultados indican que existe un crecimiento en el uso de las TICs, año tras año, entonces podemos deducir que la población se muestra cada vez más interesada en acceder a la tecnología, ya que se ha convertido en una necesidad para:

- Tareas de investigación, aprendizaje, educación con un 40%,
- Buscar información sobre cualquier tema con 31.1% y
- Para comunicarse con otras personas el 32.6%.

Según los datos, también se conoce que las personas que más utilizan la tecnología son personas de entre los 5 y 34 años de edad, siendo el porcentaje más alto las personas de 16 a 24 años con el 59.4%, una población bastante joven, desde lo cual se evidencia que en el Ecuador la comunicación si se ve modificada por el uso de estas herramientas y se pronostica que esta transformación seguirá creciendo con los avances tecnológicos.

1.4. Redes sociales

De entre las distintas formas que el humano ha encontrado para asociarse y compartir con personas afines a sus intereses, capacidades, actividades y hasta curiosidad, se encuentran el uso de las redes sociales a través de Internet.

Partiendo de un concepto brindado por Danah M. Boyd y Nicole B. Ellison de la Escuela de Información de California-Berkeley, tras su estudio en el cual definen a las redes

sociales como: “Servicios basados en la web que permiten a los individuos construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con quienes se comparte una conexión, ver y recorrer su lista de conexiones y aquellas hechas por otros usuarios dentro del sistema. La naturaleza y nomenclatura de esas conexiones puede variar de sitio a sitio” (Boyd M. Danah, 2007); es decir, es una forma masiva de interrelacionarse sin tomar en cuenta la distancia, el tiempo y la empatía con las personas, factores que eran determinantes al momento de asociarnos.

Así pues, las redes sociales nos brindan varias posibilidades para la comunicación y entre ellas señalaremos las siguientes:

- Apertura en la expresión de todas las ideas, válidas o no con rigor científico o no, es potestad de los miembros de la red social aceptarlas, negarlas, criticarlas o corregirlas.
- Intercambio cultural a gran escala, fomentando la tolerancia a las tendencias religiosas, etnia, posición política e ideológica, etc.
- Procesos de comunicación sin tomar en cuenta la distancia, con un amplio número de interlocutores e incluso venciendo la barrera de tiempo.
- Encontrar permanentemente personas con quien interactuar.
- Difundir y persuadir masivamente sobre diferentes acciones o comportamientos.

Las redes sociales se convierten entonces, en el canal idóneo y el espacio de encuentro entre personas con intereses comunes, en busca de aceptación más allá de las relaciones interpersonales; y es entonces, cuando se acuña el término comunidad virtual⁸, esta expresión es la más usada para denominar a las personas que se integran en un aparente espacio irreal, pero que les permite interactuar, desarrollar un tópico en común y sobre

⁸ Según Howard Rheingold en su libro “The Virtual Community: Homesteading in the Electronic Frontier” (La Comunidad Virtual) dice que las comunidades virtuales son “agregados sociales que emergen en la Red [Internet] cuando suficientes personas llevan a cabo discusiones públicas por suficiente tiempo y con suficiente sentimiento humano, para formar nexos de relaciones personales en el ciberespacio”.

todo ser partícipes de actividades que los identifique entre sí (foros, chat en tiempo real, juegos en línea, posts⁹, etc.).

1.5. Usos de las redes sociales en el mundo y el Ecuador

1.5.1. Uso de las redes sociales a nivel mundial

En las siguientes tablas encontraremos resultados a nivel mundial, obtenidos de OBS, en cuanto al uso de redes sociales.

Tabla 9 Uso de las redes sociales de acuerdo a su población por continentes

Porcentajes de uso de las redes sociales de acuerdo a la población por continentes	
Indicadores	Resultados
Norteamérica	88,2%
Oceanía	86,9%
Europa	78,8%
Latinoamérica	74,2%
Asia	70,2%
África	60,2%

Fuente: OBS Oline Business School.

Elaborado por: Gabriela León

Tabla 10 Países con mayor porcentaje de su población que utilizan redes sociales

Países con mayor porcentaje de su población que utilizan redes sociales	
Indicadores	Resultados
Islandia	97,1%
Suecia	92,6%
Reino Unido	91,7%
Noruega	90,6%

Fuente: OBS Oline Business School

Elaborado por: Gabriela León

⁹ Se traduce al español como un “comentario” o “entrada”, aunque se suele utilizar con la terminología inglesa en las publicaciones realizadas en las redes sociales, blogs, etc.

Al igual que el uso de las “TICs”, la población mundial, utiliza redes sociales cada vez con mayor frecuencia, conformando comunidades más grandes y que día a día crecen con la inclusión de nuevos usuarios.

Es inevitable la inserción de las “TICs” en todos los aspectos de la vida del ser humano y del conglomerado social, además es evidente que se ha modificado el lenguaje con el uso de nuevos términos que van acoplándose como parte de las culturas y son aceptados por las diferentes academias de la lengua.

Por otra parte, hay mayor demanda dentro de las necesidades materiales y la inversión frecuente de recursos económicos para la adquisición de tecnología, que permiten la organización de actividades basadas en la inmediatez; es decir, hay una demanda de respuestas rápidas y actualizaciones ágiles del conocimiento. Por tanto es importante estudiar de qué maneras estas redes aportan al desarrollo del ser humano.

1.5.2. Uso de las redes sociales en el Ecuador

En el Ecuador la utilización de redes sociales se acrecentó cada año, y ello lo podemos constatar de acuerdo al último censo poblacional realizado por el INEC¹⁰ en diciembre de 2011, en el que se describe que de 14' 478 129 habitantes, 365.427 utilizan el Internet para acceder a redes sociales; es decir el 2.5%, cifra en crecimiento continuo. (INEC, 2012).

Los ecuatorianos encuentran en las redes sociales una forma de comunicación más sencilla y rápida tal y como ocurre en otros países del mundo, no hemos esquivado a las nuevas tecnologías y de hecho estamos también inmersos en el consumo de las mismas. Cada vez podemos observar que somos cientos de usuarios en redes sociales como Facebook o Twitter, y a ello le sumamos el consumo de tecnología como los Smartphones más modernos, con nuevas aplicaciones, tablets que nos permiten contactarnos con nuestras comunidades (de juegos, amistad, intereses, etc.). El hecho de

¹⁰ La página del INEC presenta la actualización del crecimiento poblacional diario, por lo que este dato es en base a los resultados exactos del último Censo.

ser un país pequeño no nos ha excluido de ser parte de esta aldea global¹¹ y, somos parte de un gran crecimiento social virtual en la Internet.

Tras describir a las redes sociales y su función dentro del desarrollo humano, daremos paso al capítulo siguiente; en el cual se describirá la red social de CouchSurfing ¿cómo funciona?, ¿cuáles son las ventajas y los accionares que tiene su comunidad al utilizarla?, tomando en cuenta que su objetivo principal es el intercambio cultural y la hospitalidad de sus usuarios frente a otros.

¹¹ A finales de los años 60 y principios de los 70, McLuhan acuñó el término aldea global describiendo las consecuencias socioculturales de la comunicación local y mundial generada por los medios masivos de comunicación.

CAPÍTULO 2 COUCHSURFING INTERNATIONAL INC

Para introducirnos en este capítulo y obtener una figura más amplia de lo que significa CouchSurfing, debemos tener una retrospectiva de ciertos “grupos o comunidades” que en su momento realizaron actividades similares; es decir hospedar de forma gratuita a viajeros de todo el mundo.

2.1. Antecedentes

Dentro de las experiencias antes de la creación del CouchSurfing, tenemos:

En Julio de 1949 nace en Dinamarca, la primera idea de crear un sistema que brinde facilidades de hospedaje a los viajeros que buscan conocer el mundo. Así se fundó Servas Open Doors. “Una institución que incita a la paz y la tolerancia, y que creó un directorio (aún vigente) que reúne la información de anfitriones y viajeros alrededor del planeta” (Servas Open Doors, 2012). Se trata de una práctica de intercambio por la paz y la solidaridad.

A raíz de esta experiencia se crean muchas otras, que se resumen en la siguiente tabla:

Tabla 11 Antecedentes

Organización	Inicio de funciones	Características	Número de miembros/países
Servas Open Doors	1949	Bob Luitweiler fundó este servicio con el fin de promover la paz a través de servir y apoyar abriendo las puertas de sus hogares.	125 países 16 000 usuarios
Traveler's Directory.	1965	John Wilcock creó Traveler's Directory.	//
Luego se llamaría Hospex	1988	Como un directorio en donde varios amigos prestarían alojamiento; luego Joy Lili consiguió más interesados para que el servicio no desapareciera.	

WWOF	1971	Nace en Inglaterra con el fin de difundir estrategias de cultivo ecológico, y valorar la vida rural. Trabajando los fines de semana en granjas ecológicas	43 países
Friendship Force International	1977	El objetivo es el intercambio cultural y hospedaje, funciona a través de la organización de itinerarios culturales para un grupo de personas, para conocer el mundo y reforzar la amistad por eso el nombre de grupo de amigos.	54 países con 372 clubes
Hospitality Club	1992	Con la aparición del Internet, Hospex crea una plataforma con su base de datos y pasa a llamarse Hospitality Club, nace en Polonia	//
Tripping	---	Estimula el intercambio cultural y brindar hospedaje entre amigos, además oferta lugares de alquiler.	175 países con más de 30 000 usuarios.
Homeshare International	1999	Sistema de intercambio de vivienda con el lema "reconoce que dos personas tienen necesidades y algo que dar". Inicia funciones en Reino Unido.	8 países 100 000 usuarios
BeWelcome	2007	Intercambiar hospitalidad a través de conexiones Online.	24 000 usuarios

Fuente: Varios

Elaborado por: Gabriela León

Con estos antecedentes, ahora podemos conocer en un sentido más amplio para qué sirve CouchSurfing, su función, evolución, objetivos, misión y el impacto que este proyecto ha tenido a nivel mundial.

2.2. Definición

Ilustración 1 Logotipo CouchSurfing



Fuente: couchsurfing.org

CouchSurfing es el nombre que recibe esta relativamente nueva 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 principalmente por el interés de obtener alojamiento en hogares del lugar de destino; de esta manera pueden viajar alrededor del mundo, reduciendo costos de hospedaje y a la vez pueden compartir con personas locales de la ciudad o país de visita.

Este sistema de viaje optimiza al máximo las experiencias de sus usuarios permitiéndoles descubrir diferentes sitios no turísticos y adentrarse en otras culturas.

El nombre CouchSurfing proviene de palabras en inglés, sin embargo es el nombre que se utiliza a nivel mundial y se lo traduce como “surfear de un sofá a otro” o “intercambiar sofás”, lo que implica dormir en los sofás de las personas que los acogen en los sitios escogidos.

2.3. Evolución de CouchSurfing

CouchSurfing desde su origen ha sufrido modificaciones, tanto en su aspecto de imagen como en sus normas. En la siguiente tabla encontraremos cronológicamente explicados estos cambios:

Tabla 12 Evolución del CouchSurfing

Año	Características
1999	Casey Fenton, después de tener una experiencia agradable en uno de sus viajes, en el que muchas personas le ofrecieron hospedaje, crea con el mismo principio el sitio web CouchSurfing, sin fines de lucro, en Estados Unidos. A este proyecto se sumaron varios amigos entre ellos: Dan Hoffer, Sebastián Le Tuan y Leonardo Silveira.
2004	La plataforma del CS se convirtió en un sitio Web público.
2005	El crecimiento en el número de usuarios se aceleró notablemente de 6 000 a 40 000 personas.
2006	La base de datos del CS, sufre la pérdida de información por no optimizar los recursos de la plataforma, hecho que desmotivó a sus accionistas, quienes pensaron que el proyecto había terminado. Sin embargo por pedido de sus usuarios, la plataforma se relanzó con el apoyo de inscripción de muchos de sus seguidores. Se crea así el CouchSurfing 2.0
2009	Se presenta una mala experiencia, en el que un visitante hace daño a quien le brinda hospedaje, afortunadamente el agresor fue detenido y sentenciado.
2011	En agosto de 2011, pasa a ser CouchSurfing International Inc. Corporación sin fines de lucro, con la inversión de diferentes accionistas, pero se mantiene operando con los ingresos del servicio de verificación de identidad voluntaria.
2012	Cuenta con residentes en 270 países, la organización está dirigida actualmente por Dan Hoffer como presidente ejecutivo, se encuentran planeando más actividades que promueven el intercambio cultural.

Fuente: couchSurfing.org
Elaborado por: Gabriela León

2.4. Misión del CouchSurfing

Ilustración 2 CouchSurfing - Misión

Our Mission

At Couchsurfing, we envision a world where everyone can explore and create meaningful connections with the people and places they encounter. Building meaningful connections across cultures enables us to respond to differences with curiosity, appreciation and respect. The appreciation of diversity spreads tolerance and creates a global community.



Fuente: couchsurfing.org

Our mission is simple: To create inspiring experiences.

Couchsurfing experiences are fueled by our members' imaginations, enthusiasm and desire to connect with one other in order to explore, learn and grow. This raw energy is funneled into each aspect of the Couchsurfing system, from surfing and hosting to activities and peer-to-peer sharing.

We believe that it's our job to make exploration as easy and accessible as possible.

A number of obstacles can inhibit people from feeling free to explore. These barriers include safety concerns, financial means, or simply a lack of information. Couchsurfing addresses and removes such barriers to exploration by providing tools and guidance for the explorer. Our online and mobile platforms connect people to one another, affordably, safely and easily.

“En CouchSurfing, visualizamos un mundo donde todos pueden explorar y crear conexiones significativas con las personas y lugares que se encuentran. La construcción de conexiones significativas entre las culturas nos permite responder a las diferencias con curiosidad, aprecio y respeto. La apreciación de la diversidad se extiende a la tolerancia y crea una comunidad global.

Creemos que nuestro trabajo es que la exploración sea lo más fácil y accesible posible. Se vengán una serie de obstáculos que pueden inhibir que la gente se sienta libre para explorar. Estas barreras incluyen las preocupaciones de seguridad, medios financieros, o simplemente por falta de información. CouchSurfing cuenta con direcciones y elimina las barreras a la exploración, proporcionando herramientas y orientación para el

explorador. Nuestras plataformas en línea y móviles conecta a las personas entre sí, de manera asequible, segura y sencilla.” (CouchSurfing, 2012)

De la lectura y el análisis sobre la misión de CouchSurfing, podemos obtener los siguientes objetivos principales que benefician a esta comunidad:

- Facilitar la conexión entre personas para poder organizar viajes y así conocer la mayor cantidad de lugares del mundo.
- Hacer del turismo una herramienta para conocer y aprender, no solo lugares sino personas y por tanto su cultura.
- Disminuir costos de viaje.
- Despertar la creatividad al momento de diseñar actividades e itinerarios con personas de otros lugares del mundo.
- Fortalecer lazos de amistad entre los grupos de personas que forman parte del CouchSurfing dentro de una misma ciudad o con personas de otros países.

Con estos puntos básicos es evidente que CouchSurfing intenta promover una interconexión ya no solo a nivel virtual, sino más bien saltar esa barrera para también mantener una relación interpersonal.

Por otro lado, al estar involucrado en esta red social, se hace necesario conocer ciertos términos que nos permitan interactuar en CouchSurfing.

2.5. Terminología CS

CouchSurfing ha desarrollado su propia terminología con el fin de identificar las condiciones, tanto para quienes solicitan estadía como para quienes la brindan; a continuación una pequeña descripción de las expresiones utilizadas en CS:

CouchSurfer: Nombre que reciben todos los usuarios de CouchSurfing. Son las personas que aceptan participar del sistema y son miembros activos.

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 la sala, una litera, un colchón inflable, cualquier espacio es útil.

Surfer: Son los viajeros, quienes escogen si toman o no las condiciones de espacio ofrecidas por el host.

Hosts: Es la persona que dispone de espacio en su casa para recibir surfers.

Embajador: Son las personas que promueven el CouchSurfing como una forma de vida, puesto que en base a su amplia experiencia han obtenido excelente referencias. Se encargan de crear estrategias para difundir los objetivos del CouchSurfing, saludan a los nuevos miembros, dan guías y contestan interrogantes de otros viajeros e incluso apoyan con algunas tareas administrativas del sitio.

Coffee or drink: Estado del CouchSurfer; estos son usuarios que de manera voluntaria sirven de guías turísticos locales, brindar indicaciones de seguridad dentro de su ciudad; además suelen pactar encuentros para tomar un café o beber algo en algún bar. (No cuentan con el espacio para recibir surfers).

Traveling: Es un estado del usuario que significa que la persona está de viaje y por lo tanto no se encuentra disponible.

Ahora, que tenemos una idea más amplia de los términos utilizados en la página de CouchSurfing, debemos conocer su funcionamiento y cómo está estructurada la plataforma.

2.6. Funcionamiento

Ilustración 3 Información General CouchSurfing

The screenshot shows the CouchSurfing profile of Dileep Shivagangappa. At the top, there are navigation links for 'Surfea', 'Hospeda', 'Actividades', and 'Grupos'. The user's name 'Dileep Shivagangappa' is prominently displayed, along with a mission statement: 'Misión actual: Now is the eternal truth. Past and future don't exist now. Live here, live now!'. Below this, there are sections for 'Menciones personales', 'Menciones de la comunidad', and 'Información general'. The 'Información general' section includes details such as 'Dileep Shivagangappa is a Traveling CS Ambassador!', 'MIEMBRO VERIFICADO', and various statistics like 'último login', 'miembro desde', 'visitas al perfil', 'edad', 'cumpleaños', 'género', 'nombre de usuario', 'ocupación', 'educación', 'se crió en', and 'grupo étnico'. A photo of the user holding a beer is shown, with the caption 'Oktober Fest :)'. The 'Descripción personal' section contains a paragraph about the user's personality and interests.

Información general

Dileep Shivagangappa is a Traveling CS Ambassador!
Dileep Shivagangappa ha sido avalado por

MIEMBRO VERIFICADO Identificación verificada, Localidad verificada. (3) más información

Ha enviado Dileep Shivagangappa 1 mensaje(s)
Dileep Shivagangappa te envió 1 solicitud de sofá (s)

Sofá disponible No

Peticiones de Couchsurfing a las que has respondido 100%

último login hace 2 semanas
Bangalore, Karnataka, India ...

miembro desde enero 15th, 2008

Visitas al perfil 6,543

edad 30

Cumpleaños 6 septiembre
Todo el mundo puede ver esto

género Male

nombre de usuario sdileep

ocupación Building n fixing software that crash!

educación Bachelor of Engineering in Computer Science

se crió en Tumkur, Karnataka, India

grupo étnico East Indian

Dileep Shivagangappa's couch is not available

Enviar Mensaje | Add to Contact List | Print Profile

Oktober Fest :)
Ver todas las 45 fotos

Descripción personal

I'm laid back, out going, open-minded, very welcoming, curious, generous, adventure enthusiast, jovial, indiscriminant, optimist, smart n a free spirit.

I love to meet people, discover their culture, talk about anything we have in common or not.

Fuente: couchsurfing.org

CouchSurfing es reconocido como una red social, pues cuenta con 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), abriendo la posibilidad de intercambiar ideas, comentarios, opiniones, publicar experiencias, ofertar objetos, solicitar apoyo, promocionar innovaciones con el acceso a blogs y a la revista CS; también se pueden organizar eventos, actividades dentro y fuera de las distintas ciudades, todo esto siempre con el objetivo de fomentar el intercambio cultural y las relaciones sociales en los niveles virtuales y físicos.

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

Para ingresar, basta tener un computador, conexión a Internet y sobre todo, es necesario comprometerse a ser participantes activos de la comunidad, tanto para emprender viajes para recibir gente desconocida; además estar dispuestos a compartir parte de nuestra cultura, siempre con tolerancia y respeto hacia las otras.

Para afiliarse a CouchSurfing se deben seguir los siguientes pasos:

Primero, digitar www.couchsurfing.org, esta dirección conducirá a la página en la cual se deben registrar los datos básicos como: nombre, apellido, ciudad, un correo electrónico personal (activo), una clave, etc.

Ilustración 4 Como registrase en CouchSurfing



The screenshot shows the CouchSurfing registration page. On the left, there is a video player with the text "Travel the world and stay with friends you haven't yet met." and a video thumbnail showing people walking with umbrellas. On the right, there is a registration form with the following fields: First Name, Last Name, Email, Confirm Email, Password, I am (Select Sex), Birthday (January, 1, 1984), and City. A "Sign Up" button is at the bottom. A small dialog box asks "¿Te gustaría navegar Couchsurfing en Español?" with a "Si" button. The page also has a "Login" button and a language selector set to "English".

Fuente: couchsurfing.org

Al escribir estos 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 del Usuario: En el perfil, el usuario debe completar una descripción personal, sus experiencias de viaje, intereses, idioma, filosofía, música, películas, libros, todo aquello que detalle su forma de ser y de ver el mundo. En esta sección también se encuentran todos los comentarios y calificaciones (sean positivas, negativas o neutrales) de otros CouchSurfers con respecto a su experiencia con su host o surfer, esto le da un valor agregado para ser contactado o aceptados en próximas ocasiones.

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

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

Surfea: Para las personas que están por emprender un viaje, existe una pestaña que dice “surfea”, allí se pueden explorar perfiles disponibles de personas que viven en el lugar que se visitará. Para solicitar alojamiento, se recomienda enviar una presentación alegre y original para que aquel que será el anfitrión sienta confianza de recibir al solicitante.

Hospeda: 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 su ciudad, allí él puede escribirles y preguntar si están en busca de couch.

Una vez que se conocen las funciones más importantes de CouchSurfing, resta decir, que los usuarios contactados empiezan a entablar una conexión para conocerse y percibir si tienen intereses en común, lo que de cierta manera garantizaría que el hospedaje y la visita sean satisfactorios.

También es importante recalcar, 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, así, hay un sin fin de opciones para agradecer al “host”.
- Recordar que nunca se debe pagar por el servicio de hospedaje.

Ahora bien, la gente suele preguntarse si este sistema es seguro tanto para el host” como para el “surfer”, por eso a continuación conoceremos los niveles de seguridad que ofrece CS.

2.7. Estrategias de seguridad

Al momento de conocer este tipo de redes sociales, la primera reacción de la gente es preguntar, ¿qué sucedería si te topas con personas deshonestas o peligrosas?, por ello, Couchsurfing ha creado estrategias de seguridad que aunque no garantizan al 100% la satisfacción de los usuarios sirven de soporte. Así tenemos los siguientes recursos:

Ilustración 5 Seguridad CS

Estamos contratando! Español - Ayuda y Acerca de - Desconectar

couchsurfing Gabriela ▾ **Surfea** Viaja **Hospeda** Invita viajeros **Actividades** Conoce gente **Grupos** Charla Online

La Seguridad y Tu

Características
Juntos, nuestros elementos de seguridad te darán una gran variedad de información sobre una persona.
Un perfil detallado de una persona y sus fotos te mostrarán como ellos se representan a sí mismos. Sus [referencias](#) te dirán que tipo de experiencias han tenido otros con ellos. Tu puedes buscar los [enlaces de sus amigos](#) para ver que tan cercanos ellos se hicieron en CS.
Si ellos han sido [avalados](#), muestra que hay Couchsurfers que confían fuertemente en ellos. Si han sido [verificados](#), sabrás que hemos comprobado su nombre y ubicación.
Buscando a amigos de amigos minimizas el riesgo mostrando a personas conectadas a tus círculos sociales de Couchsurfing y Facebook.
Finalmente, nuestro equipo de Bienvenida a Nuevos Miembros (NMW) mira todos los perfiles nuevos, haciendo difícil que perfiles no deseados sean creados.

Recomendaciones
Unas pocas y simples acciones pueden ser el camino para tener experiencias positivas cuando se esta alojando, surfeando y conociendo a alguien nuevo.
Aprender que son, para tener un tiempo mejor y seguro en nuestra comunidad.
[Consejos de Seguridad](#)

Preguntas Frecuentes
¿Tienes una pregunta? Nuestro equipo ha reunido una lista de las preguntas mas frecuentes sobre seguridad hechas por nuestros miembros.
[Preguntas Frecuentes](#)

Noticias
Publicamos regularmente actualizaciones sobre seguridad para ayudarte a tomar decisiones más seguras. Puedes leer nuestro archivo para recomendaciones.
[Canales de Noticias](#)

Reportar Abuso
Si observas que alguien esta usando Couchsurfing de manera que este en contra de nuestros Términos de Uso, tu puedes -- y deberías también -- reportarlo. Aprende mas sobre de lo que se considera abuso en nuestro sistema.
[Ayuda sobre Abuso](#)

Evita Estafas
Con los años, hemos reunido información sobre los tipos de estafas que la gente usa cuando están tratando de llegar a nuestra comunidad. Protégete a ti mismo aprendiendo mas sobre de ellas.
[Leer Estafas Conocidas](#)

En una Emergencia
Si sientes que tu seguridad ha sido comprometida o tu bienestar se ha visto afectado después de conocer a alguien a través de Couchsurfing, es importante tomar medidas.
[Que hacer](#)

Contáctenos
Si tienes preguntas, un comentario, o necesitas nuestro apoyo, contáctenos. Queremos ayudar!
[Contáctenos](#)

Fuente: couchsurfing.org

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

Referencias:

Ilustración 6 Ejemplo de referencia



The screenshot shows two references for user Marta Bartloszewska. The first reference is from August 21, 2010, and is a positive review. The second reference is from August 19, 2010, and is also a positive review. Both reviews praise the user's hospitality and personality.

De Marta Bartloszewska
Krakow, Polonia
ago 21, 2010

Positivo/a
my first weeks in Ecuador were great thanks to Gaby and her crazy loving family!!m so thankful I could never expect so much hospitality. Gaby is a beautiful and intelligent person, also she is the best dancer ever!;) anyone would feel like home staying at her house;) te quiero loca!gracias por todo!

Para Marta Bartloszewska
Krakow, Polonia
ago 19, 2010

Positivo/a
well well well... dear marta... u are soo cool i really enjoy ur company... crazy polatina..lol... glad to met u... its nice to have u arround, u are a really good gal, sweet, smart, funny. there is always something to talk about with u..;)... Happy to be ur first CS experience...

Fuente: couchsurfing.org

Cuando una persona viaja u hospeda, 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 la otra persona, etc. Con estos datos los CouchSurfers van ganado puntos positivos o negativos y dejando precedente para ser tomados en cuenta.

Verificación:

Ilustración 7 Ubicación del Usuario



The screenshot shows the profile of user Shrek SG Gollapalle. The user's current mission is 'ducatisti'. The profile indicates that the user's identity has been checked and their location is verified. The user's location is listed as United States, New Jersey, Jersey City. A world map shows the user's location marked with a red dot in the United States.

Shrek SG Gollapalle Informar !

Misión actual: *ducatisti*

United States
New Jersey
Jersey City

Mostrar sofás cercanos

Identity Checked
Ubicación Verificada

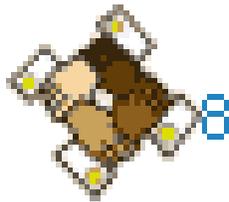
Fuente: couchsurfing.org

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 tras

una donación mínima de \$11,35 (se puede realizar el pago a través de PayPal o con tarjeta de crédito); dando así mayor credibilidad al CouchSurfer. Aún en el caso, de que el usuario no desee verificar su perfil lo puede mantener gratuitamente, sin que esto represente una razón para dudar de la veracidad en contenido del mismo.

Avalado:

Ilustración 8 Símbolo de aval



Fuente: couchsurfing.org

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

2.8. Normas de la comunidad

Toda comunidad tiene sus propias normas a las que sus integrantes están atados, en el caso de CouchSurfing encontramos las siguientes:

- Tener como mínimo 18 años de edad.
- Crear una cuenta para formar parte de la base de datos.
- Dar información veraz en el perfil.
- Restricciones de cualquier contenido pornográfico, ofensivo, promoción política, violencia, etc.
- No se puede realizar ningún cobro de hospedaje o de guías de turismo.
- Al momento de organizar o participar en eventos, se deben seguir normas básicas de conducta (respeto, tolerancia, colaboración, etc.).

Es importante tomar en cuenta, que la corporación CS no se responsabiliza por actos indebidos o que representen posibles demandas legales en los diferentes países.

2.9. Estadísticas de CouchSurfing a nivel mundial

A continuación presentamos una tabla estadística para reconocer el porcentaje de usuarios de CouchSurfing entre todas las personas que utilizan redes sociales en general.

Tabla 13 Análisis estadístico del número de usuarios de CouchSurfing.

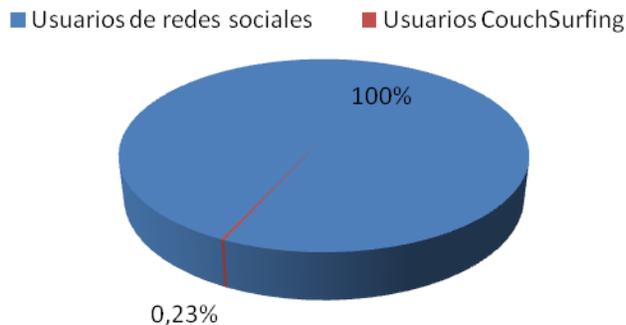
Análisis estadístico. Uso de CS nivel mundial		
Indicador	# de usuarios	Porcentaje
Redes sociales	2400.000.000 ¹²	100%
CouchSurfing	5.500.000	0,23%

Fuente: OBS y couchsurfing.org

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 1 Uso de CouchSurfing a nivel mundial

Redes Sociales / CouchSurfing.



Fuente: INEC

Elaborado por: Gabriela León

Como podemos observar en la gráfica anterior, el porcentaje de usuarios de CouchSurfing es inferior al 1% del universo de internautas que usan redes sociales. A pesar de que la proporción de CouchSurfers no parece significativa, es importante denotar que a diferencia de otras social networks¹³, CouchSurfing proporciona una

¹² Este dato se obtuvo del artículo “Infografía: La actividad en redes sociales en 2012” dentro del Blog TO2media. Agosto 2012.

¹³ Término en inglés que traducido significa redes sociales.

nueva perspectiva, pues no sólo se trata de una conexión virtual entre personas, sino que también promueve en intercambio cultural y el encuentro cara a cara con el otro.

Ahora bien, realizaremos un pequeña extracción de datos estadísticos¹⁴ importantes sobre la comunidad de CouchSurfing.

Como se mencionó anteriormente, CS tiene 5.5 millones de internautas suscritos, los cuales se encuentran repartidos en 97.000 ciudades de 207 países.

Las naciones con mayor cantidad de CouchSurfers son: Estados Unidos – Alemania – Francia – Canadá – Inglaterra – España – Italia – Brasil – Australia - China; en orden de cantidad.

Ilustración 9 Distribución mundial de los usuarios



Fuente: couchsurfing.org

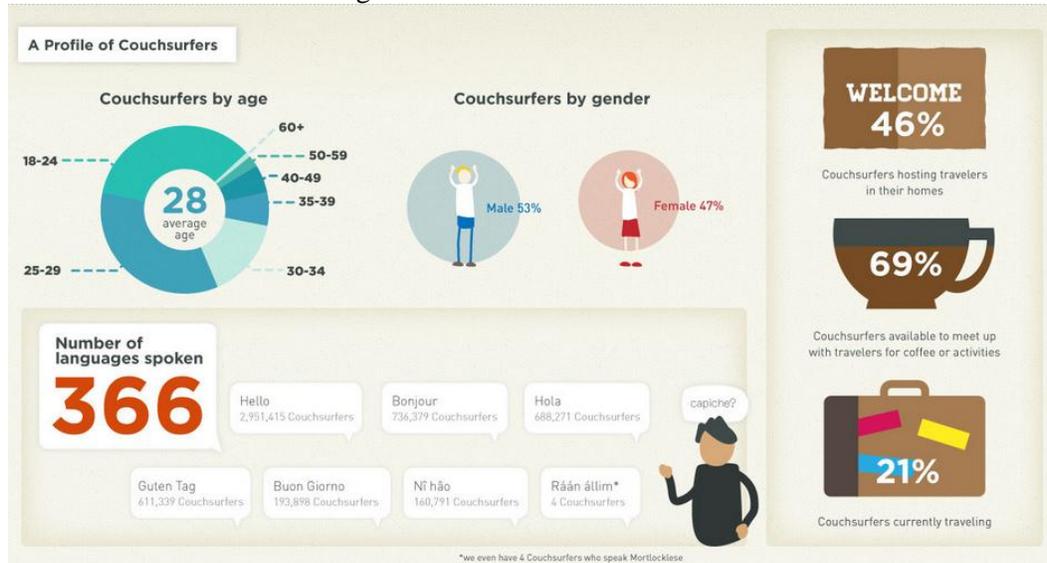
En cuanto a las personas de acuerdo a la edad, existen usuarios de entre 18 y 89 años; la mayor concentración dentro de este rango está entre los 18 y 29 años.

Otro factor importante, son las más de 366 lenguas habladas por los usuarios de la comunidad; entre las más usadas según cifras de individuos están: inglés con 2.951.415,

¹⁴ Estos datos se pueden encontrar en la página web www.couchsurfing.org

francés con 736.379, español con 688.271, alemán con 611.339, italiano con 193.898 y el portugués con 160.791.

Ilustración 10 Estadísticas CouchSurfing



Fuente: couchsurfing.org

El número de amistades que se han creado gracias a CouchSurfing es, aproximadamente de 19.100.000.

Ilustración 11 Número de contactos



Fuente: couchsurfing.org

El aporte de estos datos nos ayudará a realizar la investigación necesaria para conocer la incidencia de CouchSurfing a nivel local, es decir, en el Ecuador.

2.10. Estadísticas en el Ecuador

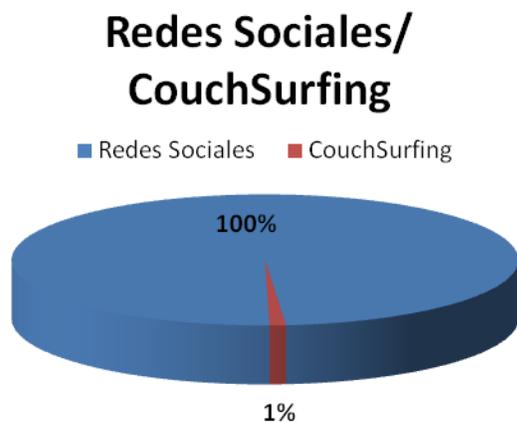
En la siguiente tabla conoceremos el número de usuarios de CS frente al uso de otras redes sociales.

Tabla 14 Análisis estadístico del uso de CouchSurfing en Ecuador.

Análisis estadístico. Uso de CS Ecuador		
Indicador	# de usuarios	Porcentaje
Redes sociales	365427	100%
CouchSurfing	3863	1%

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 2 Usuarios CouchSurfing Ecuador



Fuente: INEC

Elaborado por: Gabriela León

Según la investigación, en el Ecuador el 1% de la población que utiliza redes sociales, es usuario de CouchSurfing. Este porcentaje es bastante prometedor, puesto que la comunidad cuenta 3.863 internautas que residen en el país; de los cuales 1.530 son mujeres, 2.253 son hombres y 80 son parejas o grupos.

Debemos considerar también, que el uso de esta plataforma está tomando fuerza gracias al impulso de los mismo CouchSurfers, quienes promocionan de boca a boca¹⁵ esta red social, y ello se evidencia en las reuniones mensuales a las que se convoca, con una asistencia considerable de personas interesadas en informarse más sobre el tema, para así en algún momento involucrarse directamente como seguidores.

En el capítulo subsiguiente, indagamos sobre el aporte del CouchSurfing al turismo tanto a nivel mundial como en el Ecuador.

¹⁵ Técnica que consiste en pasar información por medios verbales, especialmente recomendaciones, pero también información de carácter general, de una manera informal y personal, basado en la experiencia.

CAPÍTULO 3

APORTE DE COUCHSURFING EN EL TURISMO A NIVEL MUNDIAL Y EN EL ECUADOR

Para este capítulo, es necesario conocer las características, tipología y estadísticas del turismo a nivel mundial y en el Ecuador; para así, analizar el sistema de viaje que promueve el CouchSurfing y validar su efectividad.

3.1. Definición turismo

Según la Organización Mundial del Turismo, organismo dependiente de Naciones Unidas (United Nations World Tourism Organization, 2012), el turismo pasa a ser "...un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.". Es así que, en un sentido general, el turismo es una actividad que involucra viajar y hospedarse en un lugar geográfico no usual al que uno habita, por un tiempo definido, lo que provoca ciertos cambios socioeconómicos en el sector o la zona de visita así como: movimiento económico a través del ingreso de divisas, aumento de las plazas de empleo para la atención a los visitantes, desarrollo cultural y de estrategias publicitarias, optimización de los recursos turísticos y ambientales, etc.

Entonces, es necesario concebir la relevancia que tiene el turismo como una oportunidad que permite a los países, utilizar ciertos recursos naturales o culturales como una fuente importante para su economía; por lo tanto, se deben adoptar medida integrales desde el sector privado y público para brindar facilidades a los turistas a través del mantenimiento de carreteras, transporte, centros de información, buen servicio en agencias de viajes, etc.

3.2. Tipología del turismo

En seguida, se presentan diversas tipologías del turismo; para el análisis de esta investigación se tomará como referencia la tipología de Smith¹⁶, basada en los roles de los viajeros, que toma en cuenta el interés y la interacción del turista frente al lugar de destino.

3.2.1. Turismo masivo

Se define así, al turismo que se realiza a nivel mundial sin tomar en cuenta las características de los viajes o los lugares. Se lo considera estacional porque depende de las temporadas de vacaciones en cada región del mundo, su único objetivo es el entretenimiento o alejamiento de las actividades rutinarias. Son la muestra del desarrollo turístico de un país.

3.2.2. Turismo de exploradores

Los viajeros buscan destinos que les brinden emociones diferentes al simple conocimiento de un lugar novedoso, en el que se busca experimentar experiencias que interactúen directamente con la naturaleza, el entorno social y que se encuentren aislados de las zonas pobladas o comerciales; por lo tanto su exigencia no está en el lugar de alojamiento (siempre que este guarde los mínimos servicios básicos), si no en garantizarse vivencias inesperadas. Este tipo de turismo es ocasional, sin embargo presenta un aumento en sus adeptos.

3.2.3. Turismo de masa incipiente

Se ha convertido, en muchos países en una estrategia protagonizada por comunidades para fomentar su desarrollo local; esta forma de gestión del turismo presenta tres perspectivas fundamentales: una sensibilidad con el entorno natural y las particularidades culturales, la búsqueda de sostenibilidad integral (social y natural) y el control efectivo del turismo.

¹⁶ El estudio del turismo nace con Cohen en 1972, luego de un desarrollo en el estudio del turismo durante los años 70, Smith plantea su tipología, válida hasta hoy.

3.2.4. Turismo chárter

Es la muestra del desarrollo del turismo como un negocio de réditos económicos a gran escala, cuentan con una organización completa; porque las empresas de alojamiento, transporte y lugares turísticos conforman una red para atender a los turistas de manera organizada y sincronizada. Cuentan con personal especializado que guía a los visitantes en todo el trayecto.

3.2.5. Turismo no organizado o informal.

A diferencia del turismo chárter, el turismo informal se desarrolla por grupos sociales interesados en conocer diferentes lugares del mundo, para lo que deben evitar al máximo los gastos, por tanto, evitan la intervención de servicios adicionales, que no sean los estrictamente necesarios para viajar con seguridad. Su interés se basa en el acercamiento a las culturas de los lugares que visitan.

Los usuarios de CouchSurfing pertenecen a este grupo de turistas, por la naturaleza de sus viajes, por sus intereses al momento de llegar a sus destinos y por los servicios que utilizan.

3.3. Características del turismo informal

El propósito de esta investigación exige que se describan cuáles son las características del turismo no organizado, con esta información podremos establecer si CouchSurfing favorece y aporta en los procesos de intercambio cultural.

- El diseño de viaje es organizado particularmente, por tanto no guarda características estandarizadas.
- Los viajeros no cuentan con un itinerario de actividades diario, las actividades se planifican una vez que están en el lugar de interés y según las ofertas que en ese momento encuentran, este tipo de turismo permite realizar los cambios que sean necesario con el objetivo de adentrarse más a la cultura del sector.
- No existe intervención de las agencias de viajes.

- Las formas de alojamiento van desde carpas, hasta hoteles de paso.
- Se prefieren lugares ricos en vegetación, historia, belleza arquitectónica, muestras culturales en cualquier época del año, entre otras.
- Se conforman grupos de viaje, con la intención de interactuar directamente, no solo como compañeros de tour, si no para intercambiar comentarios, experiencias anteriores y hasta para realizar nuevos destinos.

La información de las características del turismo informal, nos servirán como base para conocer los beneficios adicionales que se obtienen al utiliza CouchSurfing:

- Todas las personas que no tienen los recursos necesarios para viajar a través del turismo chárter, pueden suscribirse.
- La red posee contactos alrededor de todo el mundo; en más de 270 países, es decir, abre posibilidades a diferentes intereses y gustos.
- Los recursos se reducen significativamente, como se muestra en el siguiente cuadro:

Tabla 15 Ejemplo de viaje desde Quito – Ecuador hacia Buenos Aire - Argentina

Razón	Lugar	Pasajero	Clase	4 días
Movilización	Quito – Buenos Aires. Sin escala	1 adulto	US\$996.05Económica	\$989
Estadía	Hotel Etoile	1 adulto	US\$115.00 por día hotel 3 estrellas	\$460
Alimentación promedio por día	Restaurantes	1 persona	US\$15.00 Promedio el plato fuerte	\$180
Total				\$1,629

Realizado por: Gabriela León

Si la persona viaja un promedio de 4 días (como recomienda el CouchSurfing, para evitar molestias a los anfitriones), el turista, regularmente gastaría en promedio **US\$1,629** (sin tomar en cuenta gastos acceso a lugares turísticos, movilización interna y otros). Al evitar un egreso por estadía, el coste sería de **US\$1,169**, es decir se ahorraría el **28.23%** del rubro base del viaje.

- Los anfitriones, conocen el lugar que habitan, por tanto se convierten en guías de turismo, sin costo alguno, lo que también promueve el turismo interno.
- Los anfitriones facilitan el hospedaje en sus propios hogares, ofertando diversos lugares para dormir.
- Los visitantes interactúan con el lugar de forma natural, siendo ellos los protagonistas de las actividades que realizan, lo que permite aprender conscientemente de cada vivencia.

Para profundiza la investigación, en el siguientes puntos, conoceremos el movimiento turístico en el mundo y el Ecuador, para conocer después el porcentaje de viajeros que han utilizado al CouchSurfing como su sistema de viajes.

3.4. Movimiento turístico en el mundo

En el estudio se presentan las siguientes cifras claves sobre el turismo a nivel global.

- El aporte del turismo a la actividad económica mundial se estima alrededor del 5%. Su contribución al empleo tiende a ser ligeramente superior en términos relativos y se estima entre el 6% y el 7% del número total de empleos en todo el mundo (directos e indirectos frente al turismo).
- Entre 1950 y 2011, las llegadas de turistas internacionales crecieron a un ritmo anual del 6,2% y así pasó de 25 millones a 980 millones alrededor del mundo.

- Los ingresos generados por estas llegadas aumentaron a un ritmo aún más rápido, con aproximadamente US\$919.000 millones de dólares en 2011.
- Mientras que en 1950 los 15 destinos principales absorbían el 88% de las llegadas internacionales; en 2010, el 47% de llegadas de turistas internacionales refleja la aparición de nuevos destinos turísticos, muchos de ellos en países subdesarrollados.
- En 2011, las llegadas de turistas internacionales alcanzaron los 990 millones (datos revisados). Con un crecimiento esperado del 3% al 4% en el 2012, esta cifra alcanzará los mil millones por primera vez en diciembre de 2012. En 2011, los ingresos por turismo internacional, incluido el transporte internacional de pasajeros, (exportaciones por turismo) fue de EE.UU. \$ 1,2 billón, o cerca del 6% de las exportaciones mundiales de bienes y servicios.
- Con un récord de **467 millones de turistas** que viajan en el primer semestre de 2012, el turismo internacional sigue firmemente en camino de alcanzar los mil millones de turistas a finales de año. (Organización Mundial del Turismo OMT, 2012)¹⁷

Conociendo estos datos generales del turismo en el mundo, centraremos entonces, la investigación de este movimiento en el Ecuador.

3.5. Movimiento turístico en el Ecuador

El Ecuador tiene grandes fuentes de atracción turística, no solo por sus lugares naturales, sino también por su riqueza cultural e histórica, el Ministerio de Turismo¹⁸ presenta cifras que indican como el turismo se ubica en la cuarta posición en comparación con otros productos que dejan divisas al país, las cifras son las siguientes:

¹⁷ La Organización Mundial de Turismo OMT, emite informes anuales basados en los datos que cada país ingresa, el Ecuador forma parte de esta organización desde el año 2000.

¹⁸ Las estadísticas presentadas por el Ministerio de Turismo se basan en los datos entregados por la Dirección Nacional de Migración, El INEC y el Sistema Nacional de Información del Estado.

Tabla 16 Ubicación del Turismo / ingresos Turismo

AÑOS/TRIM	* TURISMO	PETROLEO	BANANO Y PLATANO	CAMARON	DERIVADOS PETROLEO	OTROS ELAB./PROD. MAR	MANUFACT. DE METALES	FLORES NATURALES	TOTAL EXPORTACIONES (Productos Primarios e Industrializados)
2011	200.8	2,851.0	627.9	265.0	253.0	173.8	130.7	202.7	5,344.0
UBICACION	6	1	2	3	4	7	8	5	
2012	250.3	3,529.9	579.1	300.4	272.3	247.5	147.8	225.9	6,195.7
UBICACION	5	1	2	3	4	6	8	7	

Fuente: Dirección Nacional de Migración

Elaborado por: Ministerio de Turismo

3.6. Evolución del turismo en el Ecuador

A continuación, se presentan datos sobre las llegadas de extranjeros y el crecimiento del turismo en el país desde el 2008 al 2012.

Tabla 17 Movimiento llegadas de extranjeros.

MES	2008	2009	2010	2011	2012	VAR% 2012/2011
ENE	92,378	86,544	96,109	105,548	127,119	20.44
FEB	74,174	72,742	89,924	86,421	99,551	15.19
MAR	77,946	72,226	82,452	87,495	96,975	10.83
ABR	67,557	72,910	70,540	87,507	92,627	5.85
MAY	74,667	70,277	77,618	82,870	92,646	11.80
JUN	89,262	89,889	91,602	99,949	118,293	18.35
JUL	109,250	102,571	110,545	117,966	130,783	10.86
AGO	96,336	87,221	95,219	98,962	106,368	7.48
SEP	73,757	68,124	71,776	80,090	85,986	7.36
OCT	79,814	77,960	83,701	88,357	99,145	12.21
SUB-TOTAL	835,141	800,464	869,486	935,165	1,049,493	12.23
NOV	83,458	76,965	81,253	92,573		
DIC	86,698	91,070	96,359	113,299		
TOTAL	1,005,297	968,499	1,047,098	1,141,037		

Fuente: Dirección Nacional de Migración

Elaborado por: Centro de investigaciones del Ministerio de Turismo

Como se observa, hasta Octubre de 2012 se evidenciaron **1,049,493** llegadas de extranjeros al Ecuador, tomando en cuenta que los meses de noviembre y diciembre

atraen un número significativo de turistas al país (según referencia de datos de años anteriores), se estima que la cifra alcance los **1,242,066**.

Dentro de las estadísticas mencionadas, también encontramos el ranking de nacionalidades de los turistas.

Tabla 18 Ranking del país de origen de los turistas que ingresan al Ecuador

RK	PAIS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	Acumulado Ene-Ago	%
1	COLOMBIA	40.066	21.704	24.916	29.036	23.148	36.540	37.555	25.471	238.436	27,59
2	EEUU	19.486	18.505	20.579	15.932	20.094	29.909	30.900	22.483	177.888	20,58
3	PERU	14.569	12.303	9.722	9.638	9.834	9.063	12.801	12.639	90.569	10,48
4	ESPAÑA	5.195	5.246	4.475	4.076	4.485	7.773	5.839	7.274	44.363	5,13
5	ARGENTINA	10.725	4.543	4.019	3.407	2.835	2.684	3.519	2.694	34.426	3,98
6	VENEZUELA	2.952	3.389	2.616	2.485	2.592	2.746	3.561	4.019	24.360	2,82
7	CHILE	5.233	7.069	3.180	2.500	2.506	2.492	3.370	2.625	28.975	3,35
8	ALEMANIA	2.559	2.985	2.631	1.770	1.736	1.845	2.965	3.501	19.992	2,31
9	CUBA	2.166	1.733	1.636	2.094	1.690	1.793	1.634	1.581	14.327	1,66
10	CANADA	2.562	2.617	2.703	1.936	2.318	1.834	2.386	2.040	18.396	2,13
11	GRAN BRETAGIA	1.617	1.482	1.675	1.808	1.873	1.691	2.689	1.668	14.503	1,68

Fuente: Dirección Nacional de Migración

Elaborado por: Centro de investigaciones del Ministerio de Turismo

Según esta tabla, los turistas que más visitan el país provienen de nuestro vecino Colombia, en segundo lugar se encuentran personas de Estados Unidos, con apenas un 7% de diferencia.

Estos datos, demuestra que hoy en día el Ecuador se ha convertido en una excelente zona turística, a la cual cientos de personas deciden visitar por placer.

Vinculando este tema con la investigación de CouchSurfing explicaremos ahora, como este movimiento actúa en el mundo y el Ecuador.

3.7. Movimiento Turístico a través de CouchSurfing

3.7.1. A nivel mundial

Alrededor del mundo existen más de 20 millones de experiencias de viaje realizadas a través de CouchSurfing; es decir un promedio de 3 viajes por usuarios, considerando que hay usuarios que no han viajado y otros que han realizado más de 100 viajes; constan también, personas que han recorrido todos los continentes.

En referencia al movimiento turística a nivel mundial las cifras dejan el siguiente resultado:

Tabla 19 Movimiento turístico a nivel mundial

General	CouchSurfing	Porcentaje
980'000.000 personas	20'000.000 personas	2.04%

Elaborado por. Gabriela León

Fuente: CouchSurfing.org y OMT.

Aquí percibimos que de todos los turistas que anualmente viajan a un país distinto al suyo el 2.04% lo hace utilizando CouchSurfing; es decir 20.000.000 personas.

3.7.2. En el Ecuador

Dentro de las estadísticas mencionadas anteriormente, los datos referentes a la movilidad hacia el Ecuador utilizando CouchSurfing son:

Tabla 20 Porcentaje de CouchSurfers que visitaron el Ecuador

General	CouchSurfing	Porcentaje
864.362 personas	1.134 personas	0.13%

Fuente: CouchSurfing.org y Dirección Nacional de Migración

Elaborado por: Gabriela León

De los **1,134** “surfers” que estuvieron el Ecuador, (datos hasta octubre de 2012), se determinó que, las ciudades con más solicitudes de “couch” fueron Quito, Galápagos, Cuenca y Guayaquil; siendo las zonas más visitadas: Galápagos, Quito, Manta, Cuenca,

Guayaquil, Montañita, Esmeraldas, Loja, Ibarra, Quevedo, Otavalo, Baños, Cuyabeno, Arenillas, Puerto Quito, Tena.

Sentados estos datos, incluiremos que CouchSurfing se mantiene como una alternativa para contribuir y facilitar la organización de los viajes que realizan sus usuarios permitiendo que se contacten entre sí, para solicitar hospedaje y ahorrar ese gasto; además de brindar mayor oportunidad de conocer las zonas desde lo local y viviendo grande experiencias socioculturales, gracias a sus anfitriones.

En el siguiente capítulo encontraremos como CouchSurfing permite procesos multiculturales y de intercambio cultural a nivel mundial.

CAPÍTULO 4

COUCHSURFING COMO PROCESO MULTICULTURAL.

Para desarrollar este capítulo y la incidencia que tienes CouchSurfing como procesos de Multiculturalidad, mostraremos ciertos conceptos importantes sobre cultura. Centrándose en que “cultura es el conjunto de actividades y productos materiales y espirituales que distinguen una sociedad determinada de otra” (Stavenhagen 1984, citado en Guerrero, 1997), entonces, es un “sistema de creencias, valores, costumbres, conductas y artefactos compartidos, que los miembros de una sociedad usan en interacción entre ellos mismos y con su mundo, y que son transmitidos de generación en generación a través del aprendizaje” (Plog, 1990).

Partiendo de estas nociones, se puede evidenciar que al hablar de cultura nos estamos refiriendo a un proceso de aprendizaje bidireccional: aprender y transmitir conocimientos. La cultura está inmersa en todas las manifestaciones humano-sociales como la religión, el arte, la literatura, contacto con otros saberes, etc., por tanto, la cultura expresa sentimientos, emociones, ideas, conocimientos, tradiciones y además tiene estrecha relación en la interacción con el otro, y es aquí donde aparece la noción de multiculturalidad, refiriéndose a esta integración que favorece la convivencia respetuosa e igualitaria entre los diferentes.

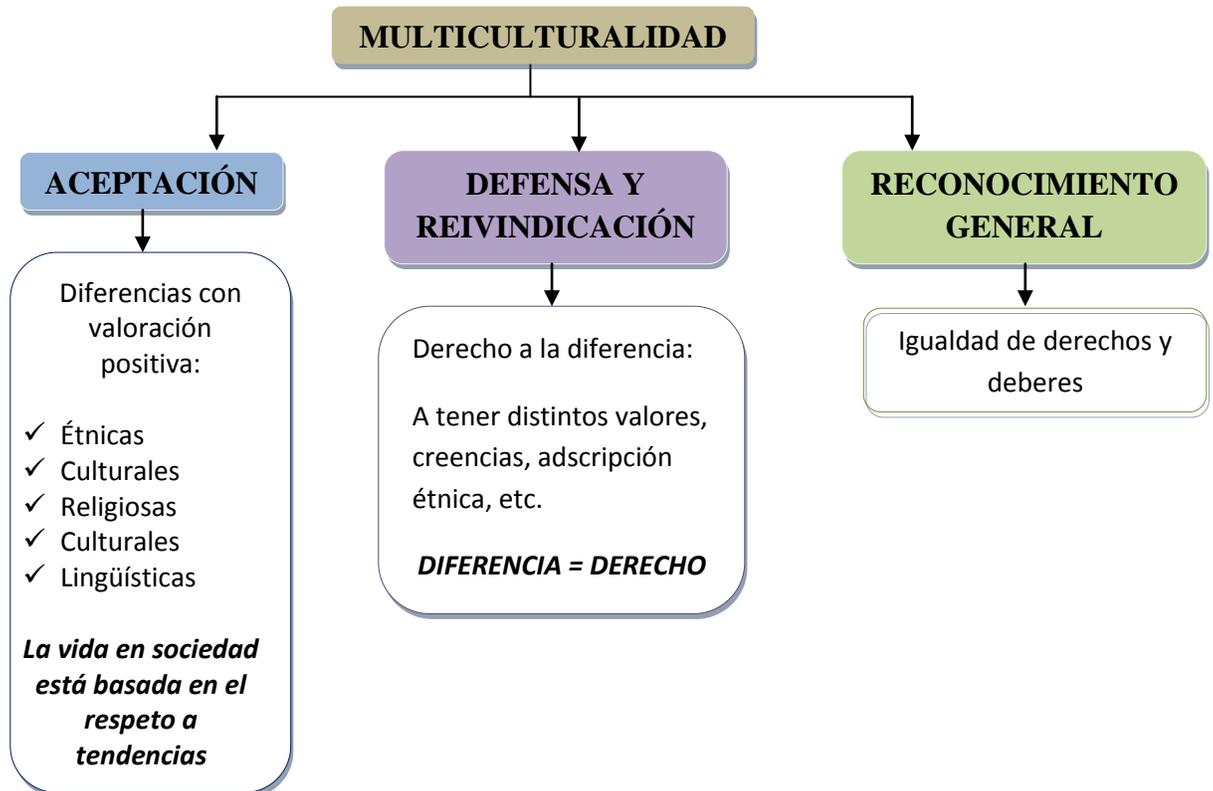
4.1. Multiculturalidad

Ahora bien, tomando el concepto de Jorge Luis Rodríguez (2003) en el que expresa que multiculturalidad es una “significación positiva y trascendente de la integración de los múltiples conocimientos que el agente ha logrado acumular sobre campos diversos, desde distintas culturas funcionales-instrumentales, ramas del conocimiento, métodos y enfoques, propiciando vías de complementación y armonización entre esos conocimientos e informaciones, siempre que sea posible, y considerándolos parte del patrimonio personal e intelectual del individuo y guía cognitivo-afectiva para su acción en busca de transformaciones en pro de una perspectiva global solidaria”, por tanto, “se refiere a la coexistencia en un mismo espacio socio-territorial de individuos y grupos de

individuos pertenecientes a distintas etnias, culturas y nacionalidades” (Cortina, 2005); consecuentemente, la multiculturalidad se encuentra relacionada estrechamente con el reconocimiento de las distintas culturas dentro de cualquier lugar de convivencia y estas sean capaces de fomentar el respeto.

En la siguiente gráfica se encuentran descritos los principales fundamentos de la multiculturalidad desde la educación según Granados Martínez y García Castaño (1999) ofrecen el siguiente modelo:

Gráfica 3 Multiculturalidad



Elaborado por: Gabriela León

Estos tres elementos facilitan en cierto punto la convivencia en una sociedad multicultural, por lo tanto, se van generando espacios de mutuo reconocimiento y no un contacto para extraer un beneficio personal; entonces, implica una toma de conciencia

sobre la cultura propia y el descubrimiento de otra sobre pasando ideas racistas¹⁹ y xenofóbicas.

Al acercarnos a este concepto podemos observar su desarrollo a través de la comunicación; basándose en el intercambio de mensajes y saberes por canales verbales, escritos, simbólicos o tecnológicos, con la finalidad de entregar información, expresar ideas, demostrar rasgos conductuales; y sobre todo permitir una retroalimentación por la cual, todos los miembros de uno o varios grupos sociales se vean beneficiados. En este sentido, la comunicación aparece como una herramienta positiva y práctica generadora de aprendizaje para el intercambio cultural.

Ahora bien, es en este nivel que enlazaremos a la multiculturalidad con la experiencia que CouchSurfing brinda.

4.2. CouchSurfing y multiculturalidad

En la siguiente tabla se establece si CouchSurfing cumple con los requisitos básicos necesarios para favorecer un proceso de multicultural.

Tabla 21 Relación CS/Multiculturalidad

Elementos de relación	CouchSurfing (SI, NO)	Observaciones
Lenguaje común	<p>Sí cumple</p> <ul style="list-style-type: none"> • La plataforma CS clasifica a las personas de acuerdo su idioma. • Lo mismo sucede con las edades promedio de las personas, se considera que personas de la misma edad comparten un lenguaje común. 	Se puede comprobar que hay un lenguaje común que permite la comunicación.

¹⁹ “teoría fundamentada en el prejuicio según el cual hay razas humanas que presentan diferencias biológicas que justifican relaciones de dominio entre ellas, así como comportamientos rechazo o agresión. El término “racismo” se aplicó tanto a esta doctrina como al comportamiento inspirado en ella y se relaciona frecuentemente con xenofobia y la segregación social, que son sus manifestaciones más evidentes.” (Kofi 2012)

<p>No confundir multiculturalidad con aculturización.</p>	<p>No cumple en su totalidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • La plataforma no permite que personas con intereses diferentes al de viajar, expongan temas que posibiliten buscar adeptos a determinadas posiciones. 	<p>CouchSurfing, no puede garantizar que personas utilicen su nombre para otros fines que no sea el turismo.</p>
<p>El conocimiento de la cultura ajena</p>	<p>Sí cumple</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las personas interesadas en viajar u hospedar, se aseguran de conocer a su interlocutor, ya sea consultando con la persona misma o preguntando a otros usuarios que ya han compartido antes; esto permite conocer sobre el origen y cultura del otro. 	<p>CouchSurfing, fomenta el turismo informal, como se analizó en el capítulo anterior, en esta medida el principal interés de los viajeros es conocer la cultura del lugar.</p>
<p>Reconocimiento de la cultura propia</p>	<p>Sí cumple</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los usuarios, tienen la posibilidad de formar grupos en sus ciudades, para compartir actividades, estimulando el turismo y el intercambio cultural interno. 	<p>CS Ecuador, ofrece actividades en lugares de riqueza natural, histórica. (caminatas, deportes y diversión nocturna)</p>
<p>Eliminación de prejuicios</p>	<p>Sí cumple</p> <ul style="list-style-type: none"> • Normalmente se crean estereotipos las personas de otros países; solo por ciertas referencias que se han escuchado; pero CS rompe esta barrera y se garantiza un interaprendizaje entre las cultura. 	<p>Dentro de las estadísticas, todos los países del mundo ya han sido visitados a través de CS; por tanto, hay segregación de ningún tipo.</p>
<p>Relación equilibrada</p>	<p>No cumple</p> <ul style="list-style-type: none"> • No se puede garantizar que las personas que forman parte de los usuarios sean personas emocionalmente estables. 	

Ser capaz de empatizar	No cumple en su totalidad <ul style="list-style-type: none"> • Los viajeros mantienen una relación por algún tiempo antes de viajar. 	Existen comentarios en la página WEB sobre de viajes que no fueron lo esperado, por las diferencias de intereses entre las personas.
------------------------	---	--

Elaborado por: Gabriela León

Desde esta perspectiva, podemos legitimar que CouchSurfing sí genera un proceso multicultural en espacios de comunicación positiva. En cierta medida no posibilita que se estimule la aculturización²⁰; 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; también estimula la metacomunicación²¹, 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., promoviendo el respeto, la solidaridad, la responsabilidad, los lazos de amistad, la confianza, la comprensión, entre otros valores que permiten la convivencia humana.

²⁰ Para Duncan Mitchell (1983) “es un proceso en que un *individuo o grupo adquiere las características culturales* de otro individuo o grupo mediante el contacto directo a la interacción”. Por tanto, los diferentes procesos de aculturación se generan por la necesidad de las sociedades de incorporarse principalmente al mercado mundial, que le permita alcanzar el “desarrollo occidental” (ciencia, tecnología, economía) y así subsistir dentro del mundo globalizado; entonces, la aculturación queda anulada totalmente dentro de los procesos multiculturales.

²¹ La metacomunicación básicamente se refiere al feedback que se da entre dos o más personas. Esa retroalimentación se usa para hacer referencia expresa de la comunicación que se está dando en el momento.(Watzlawick 1985)

CAPÍTULO 5

ESTUDIO DE CASO, EL COUCHSURFING COMO HERRAMIENTA COMUNICACIONAL PARA EL INTERCAMBIO CULTURAL

El presente capítulo presenta el análisis comparativo entre la investigación primaria documental y la investigación de campo; con el fin de relacionar los elementos teórico-referenciales, con la razón de la existencia misma de la red social CouchSurfing.

- Los elementos teóricos son: la comunicación, el intercambio cultural y la descripción de la red social CouchSurfing.
- Dentro de la investigación de campo se cuenta con la opinión de los usuarios de esta red, tanto ecuatorianos como de otras nacionalidades.

5.1. Técnicas aplicadas

Encuesta: Por la naturaleza de las redes sociales, que cuentan con miles de usuarios, distribuidos alrededor de todo el mundo, es difícil direccionar un instrumento de recolección de información directa; sin embargo las nuevas tecnologías a través de sus herramientas informáticas permiten vencer estas barreras²² de tiempo y espacio para alcanzar el objetivo planteado.

Para este caso, se diseñó una encuesta publicada en www.encuestasfluidas.es, facilitando de sobremanera la obtención de datos requeridos. La importancia de este elemento Web, recae en la variedad de información y opiniones recolectadas de personas pertenecientes a diferentes países y culturas.

Con estos datos de opinión, analizaremos si se puede afirmar, que los usuarios de CouchSurfing, se sienten beneficiados por los procesos multiculturales que esta red social ofrece.

²² En el Capítulo 1 se indicó que las redes sociales por Internet, son una forma masiva de interrelacionarse sin tomar en cuenta la distancia, el tiempo y la empatía con las personas.

Entrevista: Para poder tener una apreciación completa del radio de acción del CouchSurfing y de la influencia en las relaciones interpersonales, es necesario contar con el testimonio de una persona que tenga amplia experiencia y participe activamente del proyecto CouchSurfing, para adquirir esta información se realizará una entrevista a un usuario que viva en el Ecuador; para esto se enviará a través de la misma plataforma una invitación a participar en el proceso.

Más adelante, se detallan las características de la entrevista, la misma que permitirá arrojar datos más detallados sobre las vivencias de viajar a través de este sistema y así podremos indagar como interviene en el intercambio cultural.

5.2. Población

Si la población de cualquier investigación es el número máximo de personas que cumplen ciertas características y que cuentan con la información objeto del estudio; para la presente investigación consideraremos población a todos los usuarios que forman parte de la base de datos de CouchSurfing a nivel internacional. En el capítulo 3 se encuentran detalladas las características generales de esta población, en cuanto a nacionalidad, edad, ocupación, idiomas, género, entre otras.

Para cumplir con el objetivo de la investigación, se desea llegar a toda la población de usuarios del CouchSurfing sin tomar en cuenta la nacionalidad, género o edad. No se puede considerar la opinión de personas ajenas a esta red social, ya que es solamente necesaria la apreciación de las personas que han vivido la experiencia.

La población de usuarios del CouchSurfing a nivel mundial es de 5.5 millones de los cuales 3.863 se encuentran en Ecuador.

5.3. Tipo de Muestra

Frente a la imposibilidad de contar con la información de todos los internautas de esta red social, se extraerá una muestra representativa de la población total de CouchSurfers, siempre que cumplan con las rasgos y características esenciales de la población general, necesarias para la investigación.

La muestra debe lograr una representación adecuada, por esta razón se tomará un grupo de personas a nivel mundial y otro a nivel nacional. Esto permitirá realizar un análisis comparativo de la información teórica y de la interpretación de los resultados de la encuesta y la entrevista.

El muestreo que se aplicará es el “No Probabilístico Sistemático”, por la falta de contacto con la población y la cantidad de la misma. Será sistemático por la aplicación de datos puntuales como: número de la población, tamaño de la muestra, constantes de probabilidad de ocurrencia y margen de error.

5.4. Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra aplicaremos la fórmula para universo finito²³:

$$n = \frac{z^2 \times p \times q \times N}{e^2(N - 1) + z^2 \times p \times q}$$

Como se indicará más adelante se realizó una prueba piloto con 10 personas de las cuales 5 indicaron que si están interesadas en aportar con información sobre la incidencia del CouchSurfing en procesos interculturales, 4 no están interesados y 1 no respondió.

Por lo tanto el nivel de confianza es del 95% con una probabilidad de ocurrencia del 0.9 y una probabilidad de no ocurrencia del 0.1.

²³ Fórmula aplicada universalmente, para este estudio se tomó de: PONCE CÁCERES, Vicente; Guía para el diseño de proyectos educativos; Editorial Universidad de Guayaquil, 2009; Capítulo III; pág. 133

Consiguientemente, tenemos los siguientes datos para el cálculo de la muestra a nivel mundial:

n = Tamaño de la muestra	?
z = Nivel de confianza	0.95 equivalente a la constante 1.96
N = Tamaño del Universo	5.5 millones usuarios de CouchSurfing
p = Probabilidad de ocurrencia	0.5
q = Probabilidad de no ocurrencia	0.5
e = Margen de error	0.05

Tamaño de la muestra = 126 personas

Para calcular la muestra en el Ecuador, los datos son los siguientes:

n = Tamaño de la muestra	?
z = Nivel de confianza	0.95 equivalente a la constante 1.96
N = Tamaño del Universo	3 863 usuarios de CouchSurfing
p = Probabilidad de ocurrencia	0.5
q = Probabilidad de no ocurrencia	0.5
e = Margen de error	0.05

Tamaño de la muestra = 25 personas

5.5. Encuesta

Se diseñó una encuesta dirigida a usuarios de CouchSurfing tanto extranjeros como ecuatorianos, de todas las edades y género. La publicación se realizó desde 3 de octubre de 2012 y fueron receptadas hasta el 16 de octubre de 2012.

5.5.1. Objetivo de la encuesta

Contar con la opinión y experiencias de usuarios de esta red social, para comprobar o negar su aporte a la multiculturalidad.

5.5.2. Estructura

La encuesta indaga sobre:

- La percepción de los usuarios frente a la contribución de CS.
- Aporte del CouchSurfing a la necesidad de interrelacionarse de toda la población.
- Solicita la opinión sobre el comportamiento de los viajeros a partir de la creación de este tipo de redes.
- Busca conocer las expectativas a futuro de los usuarios de la red CouchSurfing.

5.5.3. Instrumento

El instrumento está compuesto de 20 preguntas de las cuales 17 son preguntas cerradas y 3 son abiertas, empieza con preguntas sobre datos personales hasta preguntas que indagan sobre el tema de interés. Se redactó en dos idiomas: español e inglés, ya que va dirigida a ecuatorianos y extranjeros de diferentes países que hablan varios idiomas, sin embargo según las estadísticas del CouchSurfing, el inglés es uno de los idiomas que dominan casi todos los usuarios. (**Anexo 1/ Anexo 2**)

A continuación, tenemos las gráficas y resultados adquiridos tras la investigación de campo.

5.6. Interpretación de resultados de las encuestas a nivel mundial.

Como se explica al inicio de este capítulo la encuesta se aplicó a nivel nacional e internacional, persiguiendo los mismos objetivos, la diferencia solo radica en el número de encuestados por el tamaño de la muestra.

Preguntas 1, 2, 3 y 4 (Nivel mundial)

Datos personales de género, edad, nivel educativo y ocupación de los usuarios de CouchSurfing a nivel mundial.

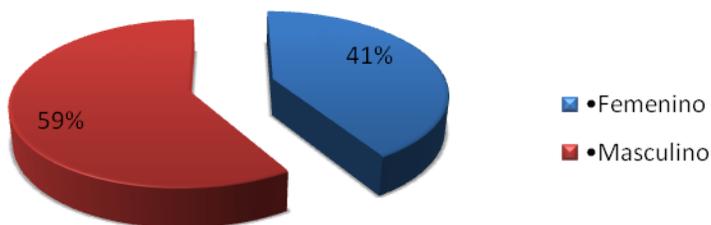
Tabla 22 Pregunta 1. Selecciona tu género.

Género	
•Femenino	52
•Masculino	74
Total	126

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 4 Pregunta 1 Porcentaje de género de los encuestados

Género



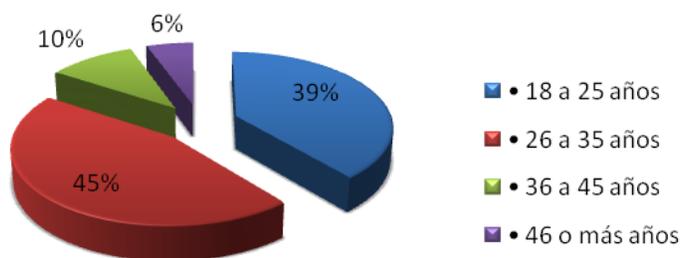
Elaborado por: Gabriela León

Tabla 23 Pregunta 2. Selecciona tu rango de edad

Edad	
• 18 a 25 años	49
• 26 a 35 años	57
• 36 a 45 años	13
• 46 o más años	7
Total	126

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 5 Pregunta 2. Porcentajes por rango de edad



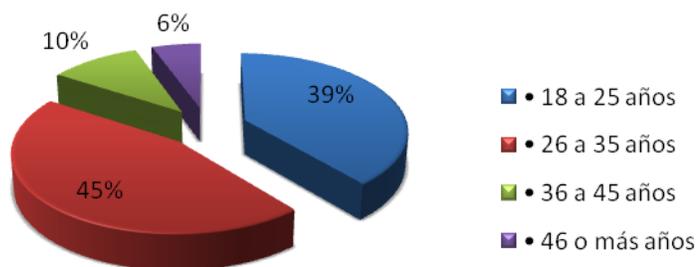
Elaborado por: Gabriela León

Tabla 24 Pregunta 3 Nivel de Estudios

Nivel de estudios	
• Primario	1
• Secundario	10
• Universitario	94
• Posgrado	21
Total	126

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 6 Pregunta 3 Porcentaje de encuestado según el nivel de estudios



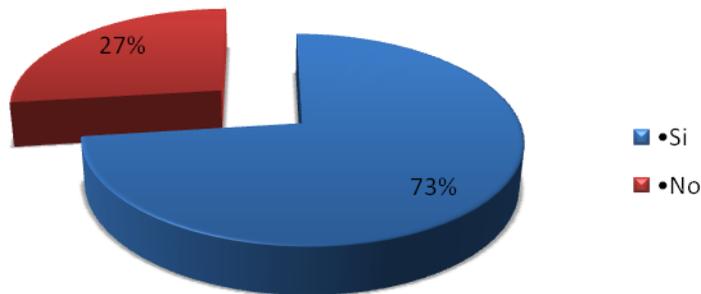
Elaborado por: Gabriela León

Tabla 25 Pregunta 4. Trabaja

Trabaja	
•Si	92
•No	34
Total	126

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 7 Pregunta 4. Porcentaje de encuestados según trabaja o no



Elaborado por: Gabriela León

Interpretación

Se evidencia que a nivel mundial la población que utiliza CS es mayoritariamente masculina; la concentración según rango de edad está entre los 26 y 35 años. En cuanto a la educación, son personas que han alcanzado un nivel universitario y se encuentran trabajando. En consecuencia, podemos describir a esta población como, usuarios jóvenes, profesionales y que mantienen una actividad laboral.

Pregunta 5 (Nivel mundial)

Se busca conocer, en qué parte del mundo se concentra la una cantidad significativa de usuarios de CouchSurfing.

Tabla 26 Pregunta 5 ¿En qué país vives?

Cuidad	Cant.	Cuidad	Cant.
Cuba	1	Dinamarca	1
Bélgica	4	Nueva Zelanda	1
Argentina	19	República Checa	1
Venezuela	21	Uruguay	14
EEUU	7	México	4
España	7	Chile	5
Emiratos A. Unidos	1	Honduras	1
Colombia	3	Bolivia	3
India	1	Canadá	2
Reino Unido	2	Nicaragua	2
Perú	1	El Salvador	1
Alemania	4	Suecia	1
Indonesia	4	Australia	1
Polonia	4	Francia	2
Israel	1	Filipinas	1
Hungría	2	Túnez	1
Grecia	2	Kenia	1
Total	126		

Elaborado por: Gabriela León

Interpretación

Esta tabla, comprueba la información señalada en capítulos anteriores, sobre el gran alcance que tiene esta red a nivel mundial. Podemos afirmar, que CS es incluyente, ya que permite el acceso de todos los grupos humano, sin importar, religión, política, etnia, etc.

Pregunta 6 (Nivel mundial)

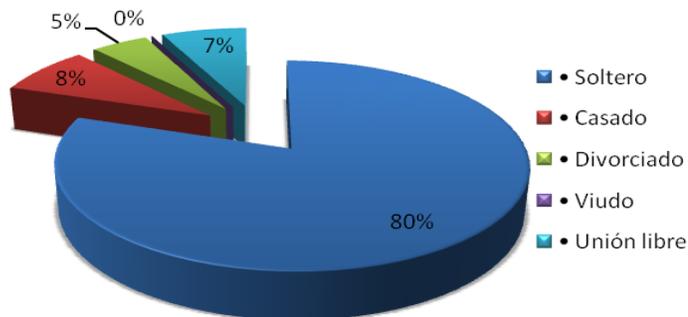
El estado civil de las personas nos orienta sobre la posibilidad que tienen los hosts para disponer de su tiempo sin la responsabilidad de un hogar.

Tabla 27 Pregunta 6 ¿Cuál es tu estado civil?

Estado civil	
• Soltero	101
• Casado	10
• Divorciado	6
• Viudo	0
• Unión libre	9
Total	126

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 8 Pregunta 6 Porcentajes de personas de acuerdo a su estado civil



Elaborado por: Gabriela León

Interpretación

El dato que arroja esta pregunta es, con un amplio margen de diferencia siendo la mayoría solteros con el 80%, esto es un indicador que demuestra que las actividades que esta plataforma promueve son para personas sin dependencia familiar.

Preguntas 7 (Nivel mundial)

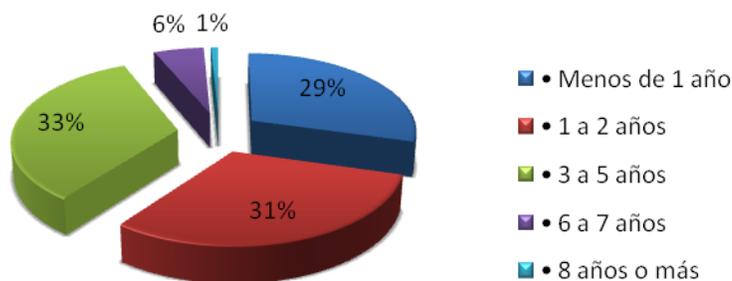
Es importante estar al tanto del grado de fidelidad de los usuarios y conocer el tiempo que tienen integrando esta red.

Tabla 28 Pregunta 7 ¿Hace cuánto usas CS?

¿Hace cuánto usas CS?	
• Menos de 1 año	37
• 1 a 2 años	39
• 3 a 5 años	42
• 6 a 7 años	7
• 8 años o más	1
Total	126

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 9 Pregunta 7 Porcentaje de personas por rango de tiempo como usuarios de CouchSurfing



Elaborado por: Gabriela León

Interpretación

A nivel mundial por difusión del proyecto, este tiene mayor influencia, por eso encontramos personas suscritas a la comunidad desde hace 10 años o más. También, se puede apreciar que hoy en día, existe un gran número de usuarios relativamente nuevos que han decidido unirse a la red.

Preguntas 8 y 9 (Nivel mundial)

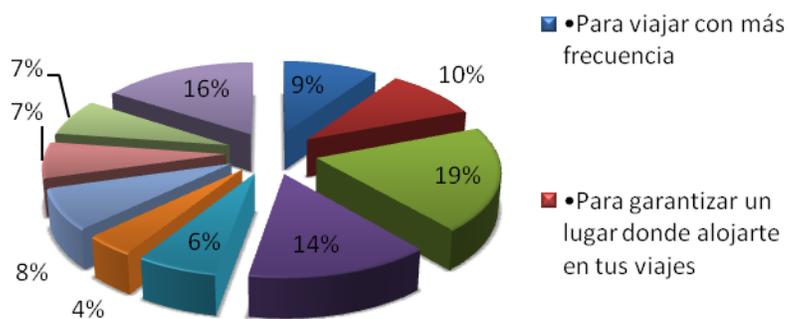
(8) Permiten expresar a los usuarios cuales fueron las opciones que esta plataforma les ofreció para interesarse. (9) Se podrá conocer el cómo catalogan en términos generales a CouchSurfing.

Tabla 29 Pregunta 8 ¿Por qué te registraste en CS?

¿Por qué te registraste en CS?	
•Para viajar con más frecuencia	54
•Para garantizar un lugar donde alojarte en tus viajes	54
•Para conocer gente de todo el mundo	110
•Para comunicarte con gente de todo el mundo	80
•Para mantener comunicación con amigos en otras partes del mundo	35
•Para publicar y compartir tus experiencias de viajes	22
•Para conformar grupos de personas con los mismos intereses en todo el mundo.	43
•Para sugerir realizar actividades con otras personas	38
•Para invitar a otras personas a realizar viajes en conjunto	39
•Para conocer las costumbres y culturas de otros países o regiones	89
Total	564

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 10 Pregunta 8 Porcentajes de personas según interés que les atrajo ingresar al CS



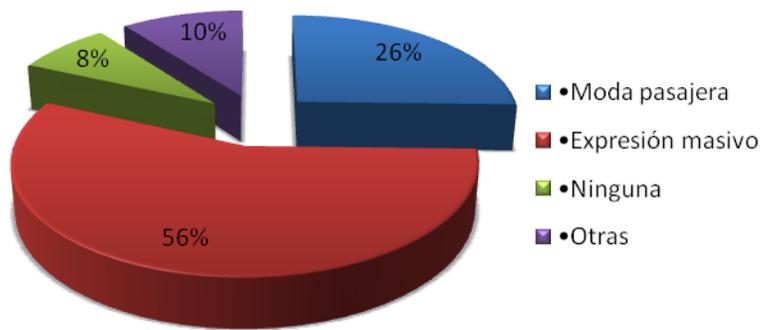
Elaborado por: Gabriela León

Tabla 30 Pregunta 9 ¿Crees que CouchSurfing es una moda pasajera o un medio de expresión masivo?

¿Crees que CouchSurfing es una moda pasajera o un medio de expresión masivo?	
•Moda pasajera	32
•Expresión masivo	71
•Ninguna	10
•Otras	13
Total	126
aún no es masivo (1)	las dos (2)
comunidad solidaria (2)	estilo de vida (2)
clientela específica (1)	comunidad duradera (1)
red de viajeros (1)	tendencia (1)
experiencia distinta (1)	red social excelente (1)

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 11 Pregunta 9 Porcentaje de personas de acuerdo al fin del CS



Elaborado por: Gabriela León

Interpretación

Los datos indican que CouchSurfing tiene acogida a nivel mundial principalmente por ser un medio masivo de expresión y por ser un apoyo para interrelacionarse y conocer otros países.

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

Cuando los encuestados seleccionan mayoritariamente su interés por conocer gente de todo el mundo y compartir, tenemos un indicador para afirmar 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 deferentes lugares.

Preguntas 10 y 11 (Nivel mundial)

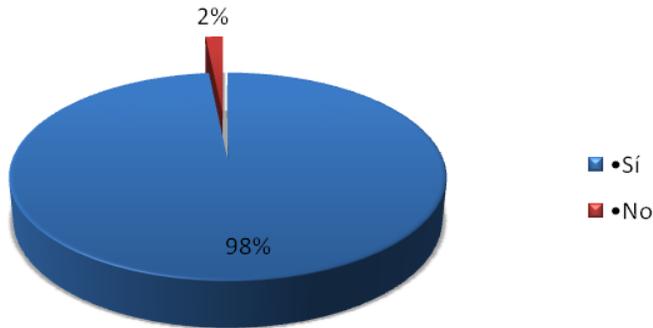
Preguntas eje de la investigación, buscan la opinión de los usuarios, para saber si existe intercambio cultural y a la vez permite contrastar con la idea de simple que este sistema es sólo un entretenimiento propio de la época tecnológica.

Tabla 31 Pregunta 10 ¿Crees que CS promueve el intercambio cultural?

¿Crees que CS promueve el intercambio cultural?	
•Sí	124
•No	2
Total	126

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 12 Pregunta 10 Porcentajes de personas que están de acuerdo o no con que el CS promueve el intercambio cultural.



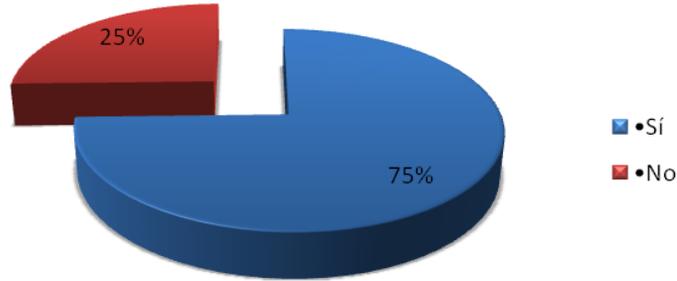
Elaborado por: Gabriela León

Tabla 32 Pregunta 11 ¿Crees que CS es una forma de entretenimiento propio de esta época tecnológica?

¿Crees que CS es una forma de entretenimiento propio de esta época tecnológica?	
•Sí	94
•No	32
Total	126

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 13 Pregunta 11 Porcentajes de personas según consideran al CS como entretenimiento propio del a época



Elaborado por: Gabriela León

Interpretación

Los usuarios a nivel mundial indican que CouchSurfing, sí promueve el intercambio cultural; debemos tomar en cuenta que la mayoría de usuarios tienen instrucción superior, por tanto, podemos afirmar que conocen o por lo menos entienden el significado de este fenómeno social. Entonces esta es una muestra potencial del apoyo que brinda esta red social a la divulgación de las diferentes culturas a nivel mundial.

Los usuarios a nivel mundial, consideran al CouchSurfing, como un entretenimiento, a esta expresión debemos contrastar con las respuestas anteriores en las que señalan que es un medio de expresión masivo, promueve la multiculturalidad y les interesa para poder conocer y compartir con gente de todo el mundo; entonces podemos interpretar al entretenimiento no como algo superficial o banal, sino como parte intrínseca del turismo, es decir fuera de las obligaciones.

Pregunta 12

Conocer qué es necesario implementar en la plataforma; esta pregunta nos orienta a evaluar si CS es concebido como medio de interacción para fomentar viajes o solo como medio para hacer amistades.

Tabla 33 Pregunta 12 ¿Qué expectativas tienes de CS más adelante?

¿Qué expectativas tienes de CS más adelante?			
Más eventos	4	Buena administración de foros	8
Mantener originalidad	9	Impulsa el turismo diferente más local	4
Mantener funcionamiento	15	Mayor información a la comunidad cs	9
Crecer	17	Consolidar como comunidad internacional	10
No expectativas	9	Mejorar la seguridad	6
Difundir experiencias positivas	8	Mantenerse como una organización sin fines de lucro	6
Mayor intercambio entre culturas	17	Apoyar a otras organizaciones	9
Creación de grupos de trabajo	7	Mejorar página web interacción tiempo real	7
Red social integral	8	Mayor aceptación para surfers	4
Mayor publicidad del sitio	5	Impulsar una sociedad unida	6
Total	168		

Elaborado por: Gabriela León

Interpretación

A nivel mundial las expectativas sobre el CouchSurfing se dirigen al interés de que se amplíe el campo de acción a otras actividades que se pueden realizar así como la conformación de grupos más específicos, chat en tiempo real, consolidar la conformación de redes internacionales, entre otras. Se registran también, solicitudes referentes al intercambio cultural y promoción local de nuevos destinos de viaje. Se sugiere por otro lado, garantizar la aceptación y permanencia de los surfers.

Preguntas 13 y 14 (Nivel internacional)

(13) Con estas preguntas se puede conocer el número de viajes que los usuarios encuestados han realizado.

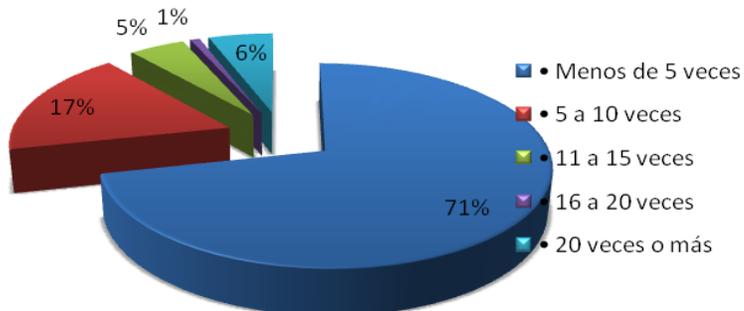
(14) Los CouchSurfers pueden exponer que ventajas que encontrado para optimizar sus viajes.

Tabla 34 Pregunta 13 ¿Cuántas veces has viajado haciendo contactos a través del CS?

¿Cuántas veces has viajado haciendo contactos a través del CS?	
• Menos de 5 veces	90
• 5 a 10 veces	22
• 11 a 15 veces	6
• 16 a 20 veces	1
• 20 veces o más	7
Total	126

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 14 Pregunta 13 porcentajes de personas de acuerdo al número de viajes realizado



Elaborado por: Gabriela León

Tabla 35 Pregunta 14 ¿Qué ventajas encontraste al utilizar el CS como estrategia de viaje?

¿Qué ventajas encontraste al utilizar el CS como estrategia de viaje?			
Guías locales	48	Comodidad	2
Intercambio cultural	32	Sólo hospedaje	4
Económico	21	Encontrar compañeros de viaje	4
Información local para viajeros	36	Ser surfer y host	9
Fácil contacto	10	Relaciones de amistad	28
Facilidad para viajar	5	Permite seguir viajando	5
Conocer gente nueva	16	Independencia y libertad	10
Conocer lugares no tradicionales	20	Conocer gente en la localidad	16
Seguridad	8	Conocer gente de otro país	26
Ayuda y solidaridad	12	Aprendizaje de idiomas	12
Escoger couch según intereses	9		
Total	333		

Elaborado por: Gabriela León

Interpretación

Mayoritariamente, las personas han realizado viajes menos de cinco veces por este medio; sin embargo en general todos ha viajado. Su interés principal es contar con guías locales, tener información fidedigna y conocer lugares no tradicionales, esto confirma el interés sobre la riqueza y bagaje cultural de una zona.

Los encuestados, consideran además que este sistema les permite divertirse de una forma alternativa y más barata.

Preguntas 15 y 16 (Nivel mundial)

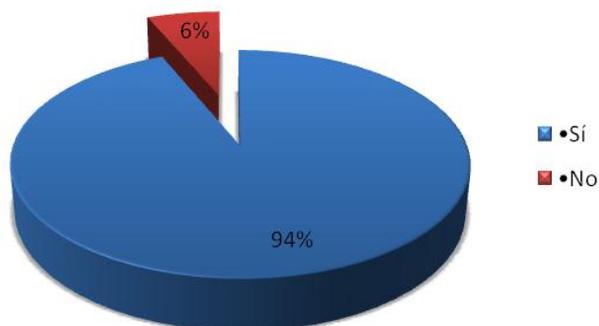
Parte importante de la presente investigación es conocer el apoyo que CouchSurfing brinda al turismo informal, estas preguntas permiten inquirir respecto del tema.

Tabla 36 Pregunta 15 ¿Crees que CS estimula el turismo informal?

¿Crees que CS estimula el turismo informal?	
•Sí	118
•No	8
Total	126

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 15 Pregunta 15 porcentajes de personas según consideran al CS como estimulante del turismo



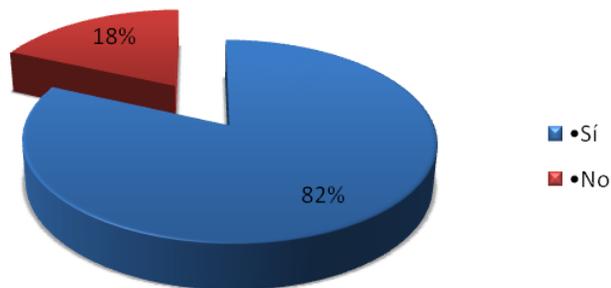
Elaborado por: Gabriela León

Tabla 37 Pregunta 16 ¿Cuándo viajaste, las personas que te hospedaron te sirvieron de guías de turismo?

¿Cuándo viajaste las personas que te hospedaron te sirvieron de guías de turismo?	
•Sí	103
•No	23
Total	126

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 16 Pregunta 16 porcentajes de personas de acuerdo a la relación que tuvieron con sus anfitriones en cada viaje



Elaborado por: Gabriela León

Interpretación

CouchSurfing, permite que los mismos anfitriones o hosts se ofrezcan como guías propios del lugar de visita, por tanto alimenta el turismo informal, mostrando desde lo local a la cultura.

Preguntas 17 y 18 (Nivel mundial)

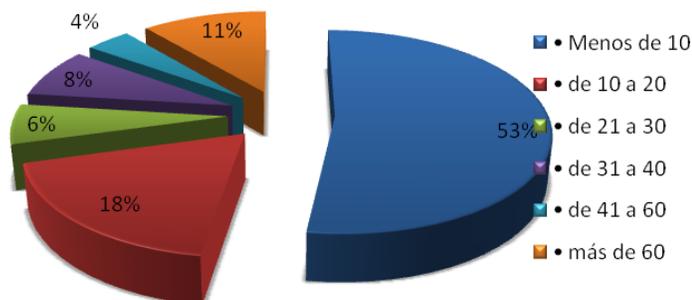
Para hablar de interacción social, debemos conocer la red de amistad que se ha conformado a través de este sistema.

Tabla 38 Pregunta 17 ¿Cuántos nuevos amigos tienes gracias al CS dentro y fuera de tu ciudad?

¿Cuántos nuevos amigos tienes gracias al CS dentro y fuera de tu ciudad?	
• Menos de 10	66
• de 10 a 20	23
• de 21 a 30	8
• de 31 a 40	10
• de 41 a 60	5
• más de 60	14
Total	126

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 17 Pregunta 17 porcentajes de personas de acuerdo al número de amigos creados a través del CS



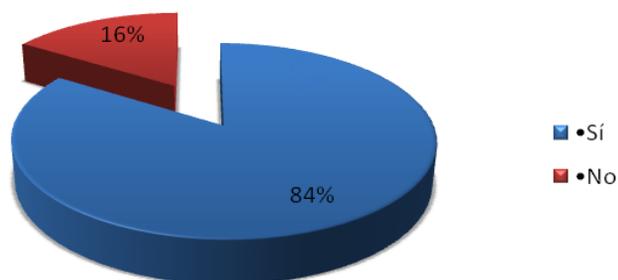
Elaborado por: Gabriela León

Tabla 39 Pregunta 18 ¿Tienes contacto cara a cara con estos nuevos amigos?

¿Tienes contacto cara a cara con estos nuevos amigos?	
•Sí	106
•No	20
Total	126

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 18 Pregunta 18 porcentajes de personas que han realizado contactos con otras personas cara a cara



Elaborado por: Gabriela León

Interpretación

Todos los usuarios activos, permanentemente incrementan su círculo de amistad a través de este medio, el 47% tienen más de 10 nuevos amigos. Es interesante, también conocer que el 84% de estas relaciones han tenido la oportunidad de contactarse cara a cara gracias a los viajes realizados.

Preguntas 19 y 20 (Nivel mundial)

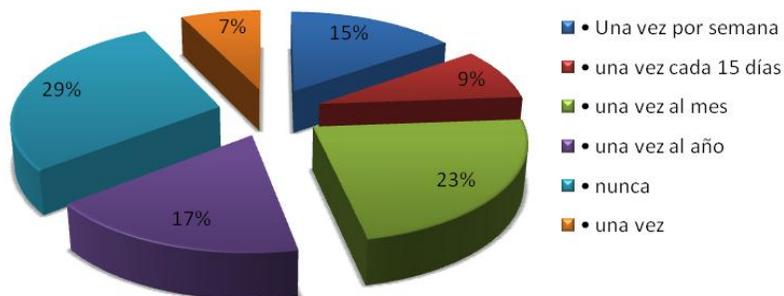
Las preguntas 19 y 20 se relacionan al uso del CouchSurfing para el desarrollo de otras actividades de interacción, tanto a nivel local como con personas de otros países, ya sea a través de reuniones o por otras redes sociales.

Tabla 40 Pregunta 19 ¿Con qué frecuencia asistes a las reuniones de CS?

¿Con qué frecuencia asistes a las reuniones de CS?	
• Una vez por semana	19
• una vez cada 15 días	11
• una vez al mes	29
• una vez al año	22
• nunca	36
• una vez	9
Total	126

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 19 Pregunta 19 porcentajes de personas que asisten a las actividades organizadas por el CS en su país.



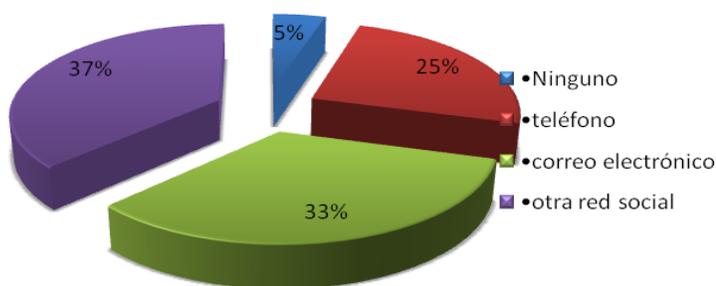
Elaborado por: Gabriela León

Tabla 41 Pregunta 20 ¿Te has comunicado con tus amigos del CS por otro medio?

¿Te has comunicado con tus amigos del CS por otro medio?	
•Ninguno	11
•teléfono	57
•correo electrónico	77
•otra red social	86
Total	231

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 20 Pregunta 20 porcentajes de personas que utilizan otros medios de comunicación con otros usuarios del CS



Elaborado por: Gabriela León

Interpretación

A nivel mundial, el 29% de los usuarios no realizan las actividades organizadas dentro de su área geográfica; el 48% acuden regularmente (esto indica que las actividades tienen acogida), fomentando el turismo interno, muy importante para el reconocimiento de la cultura local.

De acuerdo a la última pregunta, a nivel mundial el 70% de encuestados mantiene contacto con otros usuarios. Es interesante conocer que las personas que interactúan a través de CouchSurfing también se comunican a través de otras redes sociales o vía correo electrónico; esto demuestra que el desarrollo de las relaciones interpersonales están enmarcadas por la influencia de la tecnología informática.

Ahora, se realizará el análisis de la información recogida a nivel del Ecuador, lo que nos expondrá cuál es la incidencia de CouchSurfing entre los usuarios nacionales; y así, más tarde mostrar en un marco general los resultados de la investigación.

5.7. Interpretación de resultados encuesta Ecuador

Al igual que en la interpretación anterior, se tabularán y elaborarán gráficas según datos obtenidos. Se desglosarán los resultados pregunta por pregunta con excepción de las cuatro primeras, ya que estas indican las características generales de la población.

En el caso de la muestra de los usuarios del CouchSurfing en el Ecuador, los datos obtenidos son los siguientes:

Preguntas 1, 2, 3 y 4 (Ecuador)

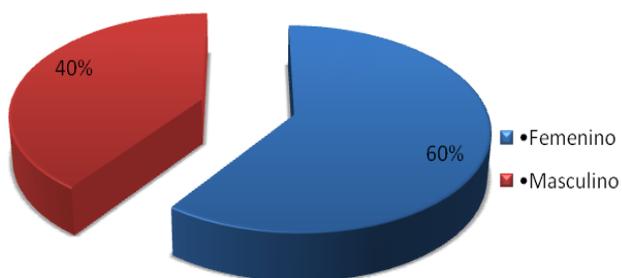
Las cuatro primeras preguntas hacen referencia a datos personales de los encuestados, indagan sobre: género, edad, nivel de instrucción y ocupación.

Tabla 42 Pregunta 1. Selecciona tu género.

Género	
•Femenino	15
•Masculino	10
Total	25

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 21 Pregunta 1 Porcentaje de género de los encuestados



Elaborado por: Gabriela León

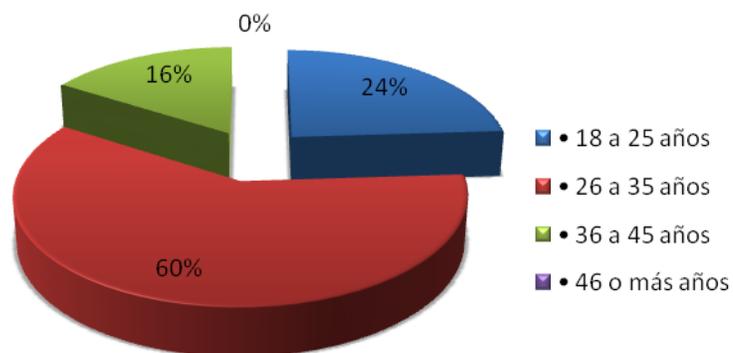
Tabla 43 Pregunta 2. Selecciona tu rango de edad

Edad	
• 18 a 25 años	6
• 26 a 35 años	15
• 36 a 45 años	4
• 46 o más años	0
Total	25

Elaborado por: Gabriela León

Nivel de estudios

Gráfica 22 Pregunta 2 Porcentajes por rango de edad



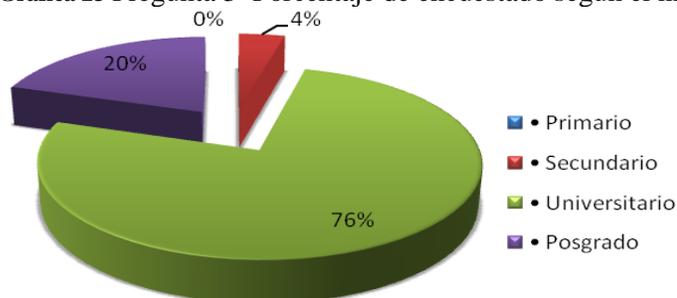
Elaborado por: Gabriela León

Tabla 44 Pregunta 3 Nivel de Estudios

Nivel de estudios	
• Primario	0
• Secundario	1
• Universitario	19
• Posgrado	5
Total	25

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 23 Pregunta 3 Porcentaje de encuestado según el nivel de estudios



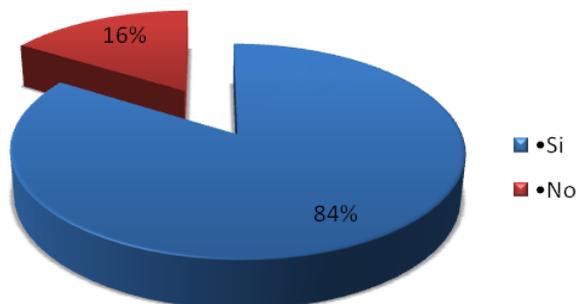
Elaborado por: Gabriela León

Tabla 45 Pregunta 4. Trabaja

Trabaja	
•Si	21
•No	4
Total	25

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 24 Pregunta 4. Porcentaje de encuestados según trabaja o no



Elaborado por: Gabriela León

Interpretación:

De las 4 primeras preguntas de la encuesta se deduce que la población de usuarios de CouchSurfing en el Ecuador, la mayoría son mujeres con un margen mínimo de diferencia en relación a los hombres, la diferencia es del 20%; los usuarios corresponden a una población joven, el 60% es de entre 26 y 35 años de edad; con respecto al área laboral el 84% se encuentra trabajando; y el 76% ha alcanzado el nivel de educación superior.

Podemos afirmar entonces que las personas que gustan de CouchSurfing son profesionales y con expectativas de futuro, por la organización personal que tienen, estos indicadores nos demuestran que este tipo de redes no son atracción por simple curiosidad. Se supone que las personas con un nivel educativo superior y “joven adulto”²⁴, demuestran mayor reflexión al momento de tomar decisiones, las que se enfocan a objetivos claros y prácticos.

Pregunta 5 (Ecuador)

Existen CouchSurfers distribuidos en todo el Ecuador, para nuestra investigación es importante conocer en que ciudades vive estos usuarios según las zonas turísticas que posee el país y que pueden ser promocionadas.

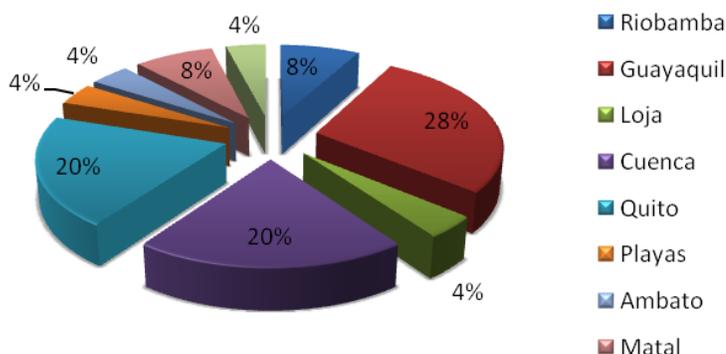
Tabla 46 Pregunta 5 ¿En qué ciudad del Ecuador vives?

Ciudad	
Riobamba	2
Guayaquil	7
Loja	1
Cuenca	5
Quito	5
Playas	1
Ambato	1
Matal	2
Ibarra	1
Total	25

Elaborado por: Gabriela León

²⁴ Según la perspectiva Humanista de la Psicología, se considera joven adulto a las personas que tienen de 20 a 40 años de edad.

Gráfica 25 Pregunta 5 porcentajes de personas de acuerdo a la ciudad en que viven



Elaborado por: Gabriela León

Interpretación.

Considerando que el Ecuador posee 4 regiones, se observa que la mayoría se concentra en la Costa. En cuanto a los CouchSurfers por ciudades se encuentran en: Guayaquil con el 28% mientras que Cuenca y Quito se llevan el 20% cada una; esto demuestra que en la ciudades grandes existe mayor posibilidad para surfear y para hospedar.

Pregunta 6 (Ecuador)

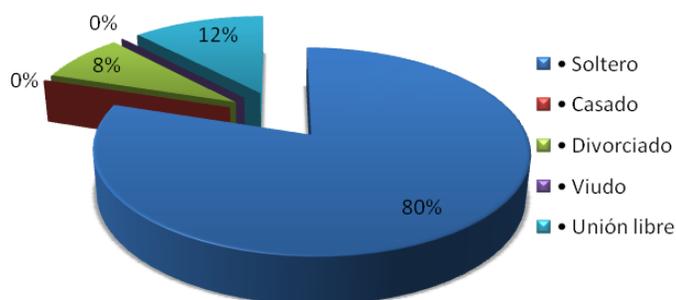
Estar al tanto este antecedente es importante para conocer la disponibilidad de CouchSurfer tanto para viajar como para hospedar.

Tabla 47 Pregunta 6 ¿Cuál es tu estado civil?

Estado civil	
• Soltero	20
• Casado	0
• Divorciado	2
• Viudo	0
• Unión libre	3
Total	25

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 26 Pregunta 6 Porcentajes de personas de acuerdo a su estado civil



Elaborado por: Gabriela León

Interpretación

Por la característica del CouchSurfing, al ser una estrategia de viaje, para personas con espíritu aventurero y disposición total de tiempo; se ratifica con 80% que los usuarios son solteros.

Preguntas 7 y 8 (Ecuador)

(7) De acuerdo a la historia de CouchSurfing, tiene una trayectoria de 12 años, a través de esta pregunta podemos determinar si los usuarios son fieles o no al proyecto.

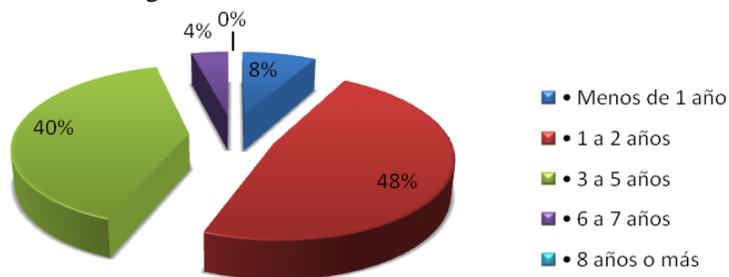
(8) Se pretende extraer las razones por las que los usuarios se unieron a CouchSurfing; y para contrastar el aporte que brinda esta red para el intercambio cultural.

Tabla 48 Pregunta 7 ¿Hace cuánto usas CS?

¿Hace cuánto usas CS?	
• Menos de 1 año	2
• 1 a 2 años	12
• 3 a 5 años	10
• 6 a 7 años	1
• 8 años o más	0
Total	25

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 27 Pregunta 7 Porcentaje de personas por rango de tiempo como usuarios de CouchSurfing



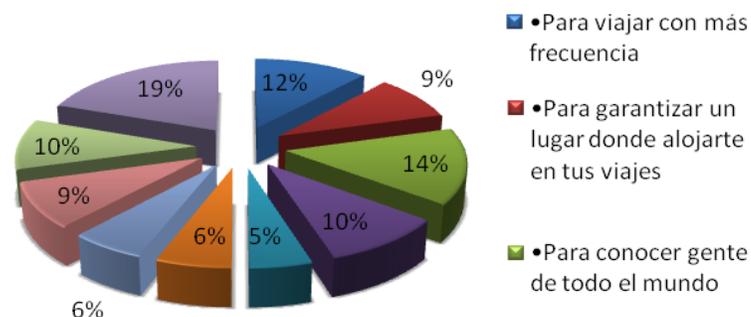
Elaborado por: Gabriela León

Tabla 49 Pregunta 8 ¿Por qué te registraste en CS?

¿Por qué te registraste en CS?	
•Para viajar con más frecuencia	12
•Para garantizar un lugar donde alojarte en tus viajes	9
•Para conocer gente de todo el mundo	15
•Para comunicarte con gente de todo el mundo	10
•Para mantener comunicación con amigos en otras partes del mundo	5
•Para publicar y compartir tus experiencias de viajes	6
•Para conformar grupos de personas con los mismos intereses en todo el mundo.	6
•Para sugerir realizar actividades con otras personas	9
•Para invitar a otras personas a realizar viajes en conjunto	10
•Para conocer las costumbres y culturas de otros países o regiones	20
Total	102

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 28 Pregunta 8 Porcentajes de personas de acuerdo a su interés por ingresar al CS.



Elaborado por: Gabriela León

Interpretación

El CouchSurfing, tiene una existencia ya organizada y en el Ecuador se registran usuarios desde hace 10 años, lo que significa que desde su creación ha despertado interés y participación. Estas experiencias son las que han permitido que no sea un sistema tan desconocido.

El 14% revela que les atrajo esta red social, porque es una posibilidad para viajar; y al 20% le atrae porque se abren posibilidades para conocer gente de todo el mundo y realizar diferentes actividades; esto indica que el principal interés es el abrir un espacio para socialización sin tomar en cuenta distancias. El 19% de la muestra dice que este medio permite conocer otras culturas, sin necesidad de viajar, gracias al contacto permanente a través de otros medios.

Preguntas 9 y 10 (Ecuador)

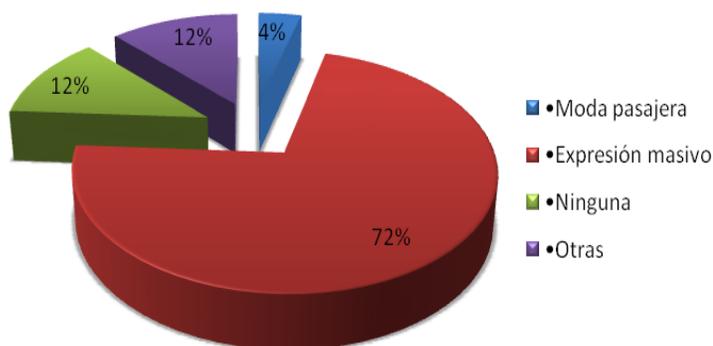
Estas preguntas aportarán con información sobre las funciones del CouchSurfing y permitirá corroborar los resultados de la pregunta 8.

Tabla 50 Pregunta 9 ¿Crees que CouchSurfing es una moda pasajera o un medio de expresión masivo?

¿Crees que CouchSurfing es una moda pasajera o un medio de expresión masivo?	
•Moda pasajera	1
•Expresión masivo	18
•Ninguna	3
•Otras	3
Total	25

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 29 Pregunta 9 Porcentaje de personas de acuerdo al fin del CS



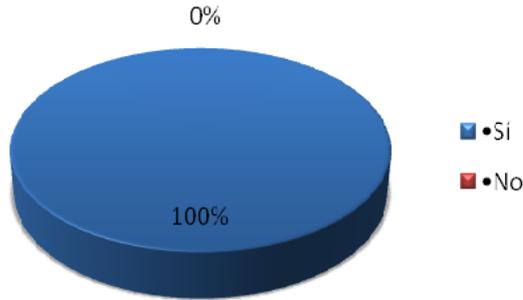
Elaborado por: Gabriela León

Tabla 51 Pregunta 10 ¿Crees que CS promueve el intercambio cultural?

¿Crees que CS promueve el intercambio cultural?	
•Sí	25
•No	0
Total	25

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 30 Porcentajes de personas que está de acuerdo o no con que el CS promueve el intercambio cultural.



Elaborado por: Gabriela León

Interpretación

El 79% de las personas encuestadas dicen que esta red es un medio de expresión masivo, esta opinión se ratifica y queda respaldada porque el 100% de los encuestados señalan que también promueve el intercambio cultural.

Cuando viajamos buscamos conocer la realidad del lugar que visitaremos; por lo tanto indagamos sobre rasgos sociales, y buscamos conocer gente que a través de la comunicación nos muestren un panorama más amplio de la cultural de la zona.

Pregunta 11 (Ecuador)

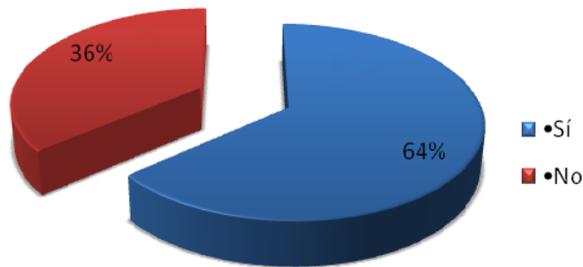
Es necesario conocer si la función que cumple el CouchSurfing, está considerada por sus usuarios como algo superficial, producto de la ola tecnológica o un entretenimiento actual que busca romper barreras a todo nivel.

Tabla 52 Pregunta 11 ¿Crees que CS es una forma de entretenimiento propio de esta época tecnológica?

¿Crees que CS es una forma de entretenimiento propio de esta época tecnológica?	
•Si	16
•No	9
Total	25

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 31 Pregunta 11 Porcentajes de personas según consideran al CS como entretenimiento propio del a época



Elaborado por: Gabriela León

Interpretación

El CouchSurfing es reconocido mayoritariamente con un 64% como una forma de entretenimiento, gracias a los medios tecnológicos. El 36% indica que no lo es. Contrastando con la pregunta 8, en la que la mayoría indica que este medio permite viajar, socializar y conocer otras culturas, podemos indicar que las personas ven a estas actividades, como una forma de entretenimiento. En esta medida, CouchSurfing se transforma en una manera agradable de conocer el mundo y entablar intercambio cultural.

Pregunta 12 (Ecuador)

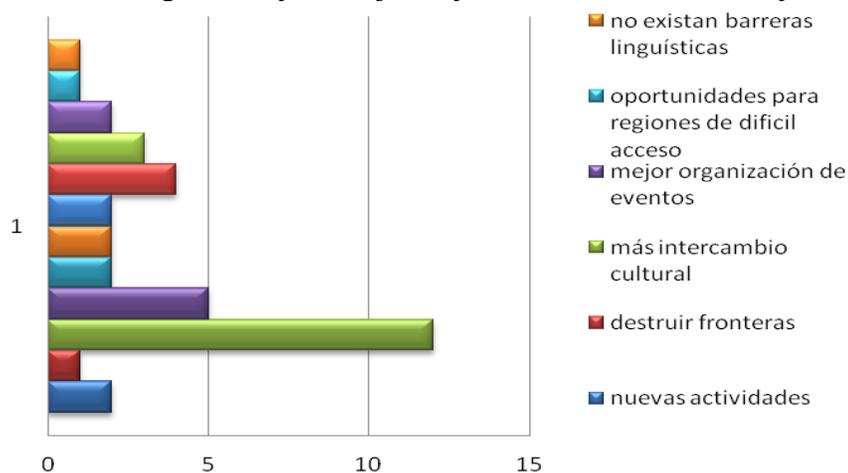
En conjunto con la pregunta anterior esta pregunta abierta, dará la oportunidad a los usuarios de expresar que esperan en un futuro de CS; y así conoceremos el grado de importancia que se ha ganado.

Tabla 53 Pregunta 12 ¿Qué expectativas tienes de CS más adelante?

¿Qué expectativas tienes de CS más adelante?	
continuar igual	2
mejorar	1
mayor participación y crecimiento	12
viajar más	5
encontrar mucha gente	2
ayuda	2
nuevas actividades	2
destruir fronteras	4
más intercambio cultural	3
mejor organización de eventos	2
oportunidades para regiones de difícil acceso	1
no existan barreras lingüísticas	1
Total	37

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 32 Pregunta 12 porcentajes de personas de acuerdo a su expectativa en el CS



Elaborado por: Gabriela León

Interpretación

La serie de beneficios que ofrece CS, invita a los usuarios a querer mayor participación y expansión de personas en todo el mundo. En el tercer capítulo, analizamos los procesos de culturización no como pérdida de identidad, sino como encuentro entre diferentes culturas, en esta pregunta se evidencia esta necesidad de interacción pues, se busca eliminar fronteras, compartir y viajar más.

Pregunta 13 (Ecuador)

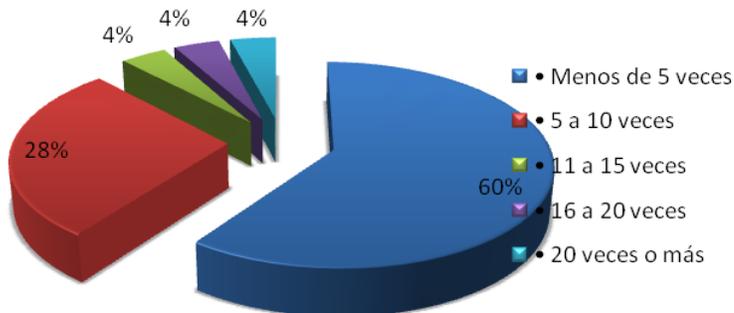
La siguiente pregunta responde a las estrategias de viaje que se utilizan, ¿Cuántas veces has viajado? Será el indicador de la efectividad de su función para promover el intercambio a gran escala.

Tabla 54 Pregunta 13 ¿Cuántas veces has viajado haciendo contactos a través del CS?

¿Cuántas veces has viajado haciendo contactos a través del CS?	
• Menos de 5 veces	15
• 5 a 10 veces	7
• 11 a 15 veces	1
• 16 a 20 veces	1
• 20 veces o más	1
Total	25

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 33 Pregunta 13 porcentajes de personas de acuerdo al número de viajes realizado



Elaborado por: Gabriela León

Interpretación

En estas cifras observamos que el 60% de las personas de CS Ecuador han viajado utilizando este medio menos de 5 veces; pero debemos tomar en cuenta también que la mayoría de usuarios participan desde hace menos de 3 años. Por otro lado, el 28% ha realizado viajes más de 5, lo cual nos lleva a la conclusión de que con el tiempo y la difusión de este sistema estos porcentajes seguirán creciendo.

Pregunta 14 (Ecuador)

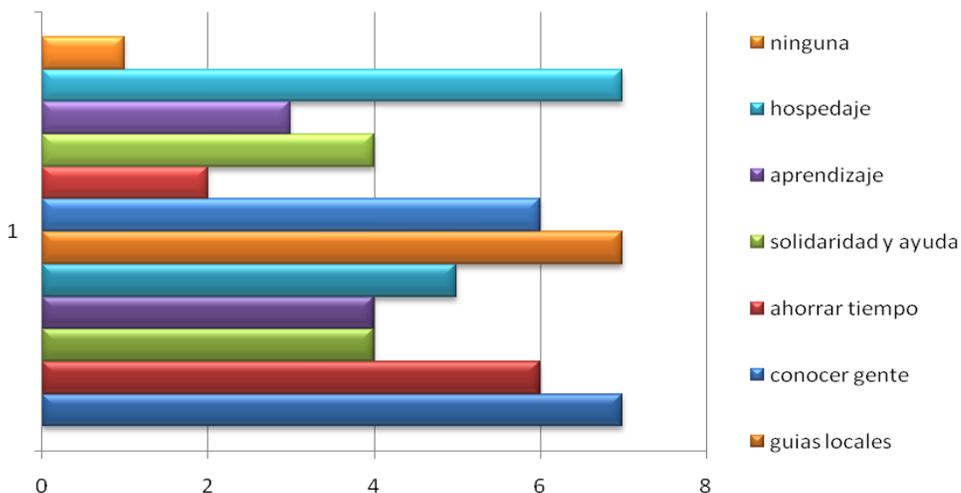
La pregunta 14 es de naturaleza abierta, permite que los usuarios, expresen desde sus experiencias, las ventajas ganadas al emprender viajes.

Tabla 55 Pregunta 14 ¿Qué ventajas encontraste al utilizar el CS como estrategia de viaje?

¿Qué ventajas encontraste al utilizar el CS como estrategia de viaje?	
conocer lugares no convencionales	7
confiabilidad y seguridad	6
obtener información local	4
intercambio cultural	4
ahorrar dinero	5
guías locales	7
conocer gente	6
ahorrar tiempo	2
solidaridad y ayuda	4
aprendizaje	3
hospedaje	7
ninguna	1
Total	56

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 34 Pregunta 14 porcentajes de personas de acuerdo a las ventajas encontradas para viajar gracias al CS



Elaborado por: Gabriela León

Interpretación

Las personas que han viajado utilizando CouchSurfing, encuentran como principal ventaja de viaje, el contar con hospedaje, guías locales y conocer lugares que no son visitados dentro de un tour convencional. Esto nos indica, que el turismo informal desde CS, siempre impulsa el aprendizaje y exploración de nuevas culturas.

Preguntas 15 y 16 (Ecuador)

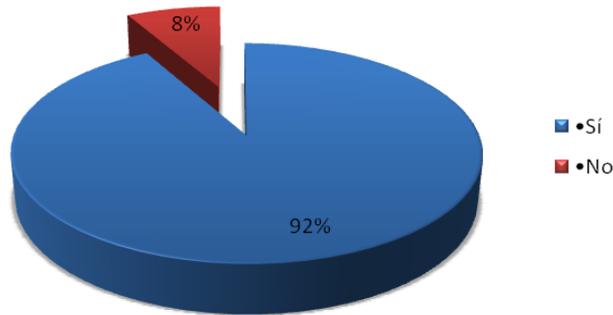
Con estas dos preguntas podremos, medir desde la opinión de los usuarios, el desarrollo de un turismo informal y el hecho de que sean las personas originarias de los diferentes destinos los que fomenten el turismo de sus países.

Tabla 56 Pregunta 15 ¿Crees que CS estimula el turismo informal?

¿Crees que CS estimula el turismo informal?	
•Sí	23
•No	2
Total	25

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 35 Pregunta 15 porcentajes de personas según consideran al CS como estimulante del turismo



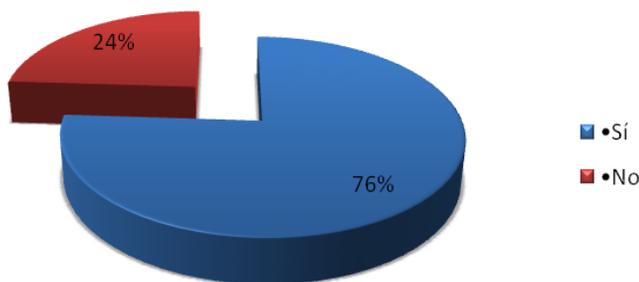
Elaborado por: Gabriela León

Tabla 57 Pregunta 16 ¿Cuándo viajaste las personas que te hospedaron te sirvieron de guías de turismo?

¿Cuándo viajaste las personas que te hospedaron te sirvieron de guías de turismo?	
•Sí	19
•No	6
Total	25

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 36 Pregunta 16 porcentajes de personas de acuerdo a la relación que tuvieron con sus anfitriones en cada viaje



Elaborado por: Gabriela León

Interpretación

El 92% de personas encuestadas indican que el CouchSurfing estimula el turismo interno, y el 76% respondió que las personas anfitrionas, distribuyen su tiempo de tal manera que pueden salir a pasear mientras dan una explicación completa sobre el lugar visitado.

Con el alto porcentaje de respuestas positivas a estas dos preguntas, podemos afirmar que el turismo se ve beneficiado notablemente.

Preguntas 17 y 18 (Ecuador)

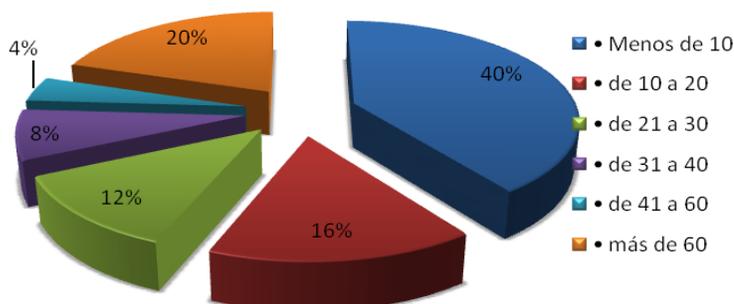
Las relaciones de amistad iniciadas a través de CS, son de interés para esta investigación, esto demostrará si existe o no la capacidad de intercambio y buena comunicación entre los usuarios. Con estas 2 preguntas, podremos conocer la cantidad de amigos y el interés por interrelacionarse a través de otros medios que se ha desarrollado entre los usuarios.

Tabla 58 Pregunta 17 ¿Cuántos nuevos amigos tienes gracias al CS dentro y fuera de tu ciudad?

¿Cuántos nuevos amigos tienes gracias al CS dentro y fuera de tu ciudad?	
• Menos de 10	10
• de 10 a 20	4
• de 21 a 30	3
• de 31 a 40	2
• de 41 a 60	1
• más de 60	5
Total	25

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 37 Pregunta 17 porcentajes de personas de acuerdo al número de amigos creados a través del CS



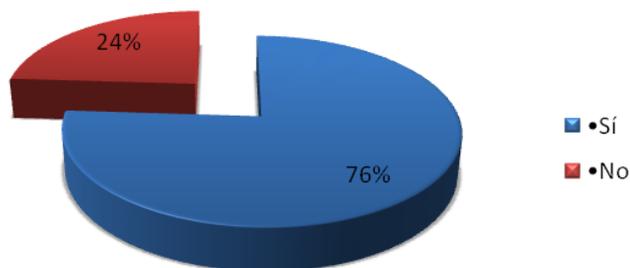
Elaborado por: Gabriela León

Tabla 59 Pregunta 18 ¿Tienes contacto cara a cara con estos nuevos amigos?

¿Tienes contacto cara a cara con estos nuevos amigos?	
•Sí	19
•No	6
Total	25

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 38 Pregunta 18 porcentajes de personas que han realizado contactos con otras personas cara a cada



Elaborado por: Gabriela León

Interpretación

Otro aspecto a analizar es la posibilidad de que entre los usuarios no exista solo una relación utilitaria o de prestación de apoyo, sino más bien de establecer una comunicación al nivel de amistad. Sobre esto, los resultados de la encuesta indican que todos los usuarios en el Ecuador han entablado relaciones de amistad, el 60% con más de 10 amigos; lo que significa que de 25 encuestados se han entablado relaciones de amistad como mínimo de 250 personas.

Pese a ser una red que primero entabla amistad de forma virtual, también logra que las personas desarrollen interés por un contacto directo con otros usuarios; son un 78% de usuarios ecuatorianos que se relacionan cara a cara gracias a este medio.

Preguntas 19 y 20

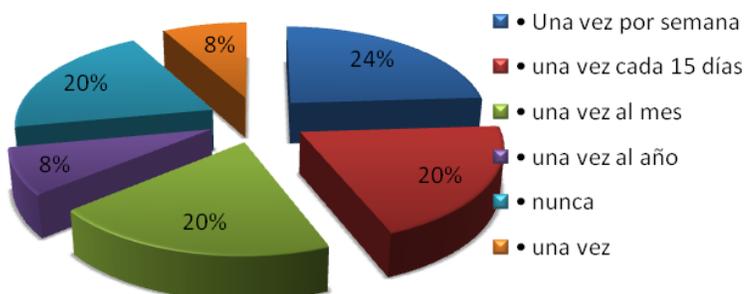
Las preguntas recopilan información sobre el uso de otras actividades que fomenta el CouchSurfing a través de su página www.couchsurfin.org; ésta también fomentan el desarrollo comunicacional, por lo que es necesario indagar en su aprovechamiento.

Tabla 60 Pregunta 19 ¿Con qué frecuencia asistes a las reuniones de CS?

¿Con qué frecuencia asistes a las reuniones de CS?	
• Una vez por semana	6
• una vez cada 15 días	5
• una vez al mes	5
• una vez al año	2
• nunca	5
• una vez	2
Total	25

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 39 Pregunta 19 porcentajes de personas que asisten a las actividades organizadas por el CS en su país.



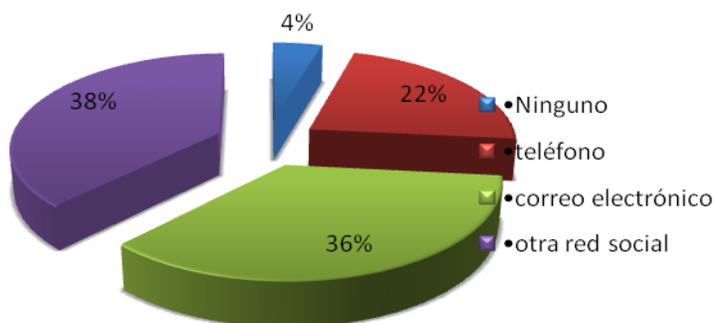
Elaborado por: Gabriela León

Tabla 61 Pregunta 20 ¿Te has comunicado con tus amigos del CS por otro medio?

¿Te has comunicado con tus amigos del CS por otro medio?	
•Ninguno	2
•teléfono	10
•correo electrónico	16
•otra red social	17
Total	45

Elaborado por: Gabriela León

Gráfica 40 Pregunta 20 porcentajes de personas que utilizan otros medios de comunicación con otros usuarios del CS



Elaborado por: Gabriela León

Interpretación

CouchSurfing posibilita que sus usuarios se reúnan en eventos o actividades organizadas por ellos mismos, dependiendo de su cercanía física. El 80% de usuarios ecuatorianos han asistido a estas reuniones al menos una vez; mientras que 20% asiste con una frecuencia quincenal.

Por otra parte, el 38% de los participantes de esta red social, respondieron que mantienen comunicación con sus amigos de CS a través de otras sociales y el 36% de los mismos, se contacta vía correos electrónicos.

5.8. Análisis general de resultados.

Las encuestas demuestran, que los usuarios de CouchSurfing consideran a esta red como un medio de interacción social, y como una estrategia para fomentar el intercambio cultural a través de las experiencias que representan los viajes y sus particulares características.

La mayoría de CouchSurfers a nivel nacional e internacional son jóvenes con un nivel de educación superior, por lo tanto, es pertinente mencionar que tienen conocimientos sobre los conceptos de multiculturalidad, interacción social y turismo informal, además al incluirse en este perfil, son personas que tienen elementos para valorar, apreciar y respetar la cultura de los países a donde viajan, asimismo son trasmisores de sus propias

tradiciones, fomentando así un ambiente social participativo favorable para relacionarse con el otro.

5.9. CouchSurfing y los nuevos escenarios culturales

Desde la perspectiva del CouchSurfing, los nuevos escenarios culturales, girarán alrededor del inicio de una serie de procesos de asimilación y adaptación, se trata de aprender a construir nuevas identidades culturales que permitan la integración de una cultura mundial.

Esta red en particular, se vivencia en todo momento procesos inteligentes de interrelación entre personas de diferentes culturas, pero que al compartir un objetivo en común están dispuestas a aceptar e incluso enriquecerse mutuamente. Este accionar social pronto, va a ser una exigencia si se desea formar parte activa y propositiva de esta época y generación de la sociedad. Además la negativa a aceptar que se avecina una integración cultural puede provocar estados de vacío en las personas que desean aferrarse a modelos sociales de hace apenas 20 años atrás.

Al igual que la velocidad de la información y el conocimiento vence barreras e integra a gran parte de la colectividad mundial, los cambios de la sociedad están adquiriendo velocidades que exigen procesos de adaptación urgentes. Las diferencias seguirán persistiendo pero como parte de la riqueza histórica y cultural, en cambio el idioma, costumbres, música, expresiones artísticas, ideologías, se están compartiendo, analizando, juzgando, valorando, aprobando, a cada segundo.

CONCLUSIONES:

- La investigación se centró en reconocer a la Comunicación, el uso de las TICs, el turismo y a la multiculturalidad, como procesos que poseen íntima relación y dependencia. No se puede hablar de multiculturalidad sin procesos de interacción, el detalle es que hoy en día, esa relación se realiza a través de medios tecnológicos, esto hace que se reduzcan notablemente las distancias y el tiempo, por lo tanto, se abre la posibilidad de interactuar con una gran cantidad de personas alrededor del mundo.
- A través de la investigación de fuentes primarias de información, de las encuestas y la entrevista, determinamos que el CouchSurfing es un medio que integra a la comunicación, multiculturalidad y turismo a lo largo de sus políticas, ideario, propuestas en el uso de la plataforma, medidas de seguridad, entre otras. Y esta integración permite que sus usuarios actúen bajo los mismos intereses.
- El CouchSurfing posee una base de datos extensa, de naturaleza pública y en crecimiento, garantizando que sus usuarios activos, puedan aspirar a conocer lugares poco convencionales, que no son tomadas en cuenta por las empresas turísticas con fines de lucro.
- Al analizar las estadísticas de esta plataforma y las encuestas aplicadas, conocemos que los integrantes de esta red social son personas con buen nivel educativo, que consideran a esta estrategia de comunicación con seriedad y de altas posibilidades para emprender el turismo informal, hecho que atrae a más miembros.
- Al revisar la información pública que posee la página, se evidencia la posibilidad de un proceso integrador, en donde los rasgos culturales no son impedimento para la interacción social, más aun es el interés de los usuarios, poder identificarse con otras culturas.

- Para poder afirmar que el CouchSurfing fomenta el turismo se analizó que existen millones de viajes realizados por los usuarios, y estos viajes cumplen con los requisitos de turismo; es decir, las personas cuando viajan, realizan actividades de visita, cuentan con una persona que dirija esos viajes e inmediatamente retornan a su lugar de origen o emprenden otro viaje.
- Esta red social promueve principalmente el intercambio de personas reduciendo los costos de viaje, sin embargo para las personas que no tienen la posibilidad de viajar inmediatamente o que no se animan a hacerlo bajo estas condiciones; pueden interactuar y conocer costumbres, formas de expresión, resultados de otras experiencias, navegando en esta página.
- Si consideramos a la multiculturalidad como el intercambio de culturas, entonces, nos basamos en el reconocimiento de la diversidad mundial sin perder sus propios rasgos, a través de la interacción entre las personas. Conocemos al turismo como el movimiento de personas fuera de sus lugares de origen, por cortos periodos de tiempo, con el fin de interactuar con las personas de su lugar de destino; y finalmente analizamos las acciones y medidas de seguridad que fomenta CouchSurfing; podemos afirmar que este medio es un herramienta de comunicación que promueve la multiculturalidad.

RECOMENDACIONES:

- La presente investigación, deja la inquietud de la importancia de indagar la vinculación que existe entre la comunicación y el desarrollo de las redes sociales a través de Internet, estas actividades propias del desarrollo tecnológico están modificando las relaciones interpersonales, dejando de lado las fronteras y el tiempo, dando origen a una evolución en la comunicación.
- Para poder incentivar a realizar más intercambios o viajes, se puede abrir un espacio para plantear costos de viajes, movilización, estadía, alimentación, entre otros, en diferentes lugares del mundo; así, las personas no se basarían en supuestos inalcanzables y podrían empezar a planificar sobre datos reales; esto incentiva también a las personas a auspiciar su país y dar valor a sus riqueza turística.
- Es necesario investigar de qué manera las redes sociales como el CouchSurfing están modificando los procesos comunicacionales; como por ejemplo conocer si estas son capaces de alterar los canales, códigos y redes de interacción; a su vez indagar si las culturas a nivel de todo el mundo se benefician o no de este tipo de interacción masiva.
- Es necesario que se de significación a otras redes sociales, que al igual que el CouchSurfing, no solo buscan que las personas mantengan comunicación constante sin importar la distancia; si no aportan con procesos de interacción como estrategia para dar origen a otro tipo de valiosas acciones.
- Los miembros que forman parte de esta comunidad, deben convocar a más personas, para incrementar las posibilidades de turismo interno y la atracción de extranjeros a conocer nuestro país y desarrollar el turismo y la promoción de nuestra riqueza cultural y natural.

- Dentro de la investigación se podría analizar por qué los países pequeños no crean plataformas de redes sociales o estas no son conocidas, si no representan costos y es fácil divulgar.
- Una recomendación más ambiciosa, pero posible, es que se asocien redes sociales con diferentes fines, para constituirse en una plataforma más grande y ser reconocida a nivel mundial.
- De las estadísticas analizadas se observa que los usuarios, en su mayoría, son personas profesionales, con altos intereses para viajar y provienen de lugares poco promocionados, sería recomendable que los organizadores de la red, desarrollen estrategias para que en la página se suban comentarios no solo del hospedaje si no enriquecernos a todos de las vivencias y nuevos aprendizajes de cada viaje, creando un portafolio al servicio de todos. Al ser personas formadas, esta actividad será bien fundamentada.

BIBLIOGRAFÍA

- ALSINA, Miguel Rodrigo. (1999). Comunicación Intercultural. Barcelona: Anthropos.
- AYALA MORA, Enrique. (2011). La interculturalidad: Camino para el Ecuador .
Quito: Ediciones La Tierra.
- BERNERS-LEE, TIM. (2000). Tejiendo la red. Madrid, España: Siglo veintiuno de España editores, sa.
- CASTELLS, Manuel. (1999). La era de la Información (Vol. I). Madrid: SigloXXI.
- CUADRA, Álvaro. (2007). Hiperindustria Cultural. Santiago de Chile: Wyncott.
- FONSECA, Ma. Del Socorro. (2000). Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica. México: Pearson Educación.
- FOUCAULT, Michel. (1997). Un diálogo sobre el poder. Madrid: Alianza.
- GARCÍA CASTAÑO, Francisco. y GRANADOS MARTÍNEZ, Antolin. (1999).
Lecturas para educación intercultural. Madrid: Trotta.
- GUERRERO, Patricio. (1997). Antropología aplicada. Quito: Ediciones UPS.
- GRIMSON, Aleandro. (2001). Interculturalidad y comunicación. Colombia:
Grupo Editorial Norma.
- MALETZKE, Gerhard. (1976). Sicología de la Comunicación. Quito: Editorial Época.
- MALGESINI, Graciela y GIMÉNEZ, Carlos (1997). Guía de conceptos sobre
migraciones racismo e interculturalidad. Madrid: La cueva del oso.
- MEZZADRA, Florencia y BILBAO, Rocío. (2010). Las TICs y la influencia en la
educación, discusión y políticas educativas (1era edición ed.). Buenos Aires:
Fundación CIPPEC.
- PLOG, Fred y BATES, Daniel. (1990). Cultural Anthropology. (C. p. Aguilera, Trad.)
New York: McGraw-Hill Publising Company.
- RHEINGOLD, Howard. (1994). La realidad virtual. Barcelona: Gedisa.
- RHEINGOLD, Howard. (1996). La comunidad virtual. Una sociedad sin fronteras.
ESPAÑA: Gedisa.

RINCÓN, Omar. (1999). Los escenarios para pensar la comunicación: entre estéticas y ciudadanías. Lo político desde la comunicación. Colombia: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

RAMÍREZ, Socorro, VIEIRA, Édgar. (2006). Comunicaciones y conectividad para Colombia, Policy Paper No. 18. Proyecto “La Inserción de Colombia en el Sistema Internacional Cambiante, Grupo de Integración”. FESCOL.

WATZLAWICK, Paul, HELMICK Janet, JACKSON, Don. (1985). Teoría de la comunicación humana. Barcelon: Editorial Herder

REFERENCIAS WEB

- BOYD, Danah y ELLISON, Nichole. (2007). Social network sites: Definition, history, and Scholarship de Journal of Computer-Mediated Communication.
Recuperado el 20 de Noviembre de 2012, de
<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
- CORTINA, Adela. (2005). Europa Intercultural, El País, 22 de noviembre de 2005.
Disponible en www.etnor.org/html/pdf/adela/200502574.pdf
- COUCHSURFING (2012). Recuperado el 15 de septiembre de 2012 de
<http://www.couchsurfing.org/about/mission/>
- DEPARTAMENTO DE ASUNTOS ECONÓMICOS Y SOCIALES DE LAS NACIONES UNIDAS. (2010). Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008. Entender el turismo: glosario básico
Recuperado el 21 de octubre de 2012 de
http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/Seriesm_83rev1s.pdf
- INSITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS INEC. Indicadores sociales.
Recuperado 18 de agosto de 2012 de
http://www.inec.gob.ec/sitio_TICs/presentacion.pdf
- INSTITUTO NACIONAL DE MIGRACIÓN. Estadísticas de migración.
Recuperado 10 de noviembre de 2012 de
<http://www.inm.gob.mx/index.php/page/BoletinesNoviembre2012>
- KOFI, Miguel Ángel. (2012). Conceptos de racismo y xenofobia dentro de la realidad migratoria con el fin de unir sin confundir, distinguir sin separar. Disponible en:
http://segundaslenguaseinmigracion.com/Actas_Congresos/congresalmeria/kofi.
- LÓPEZ, Guillermo. (abril de 2009). Redes y Medios, periodismo, información.
Recuperado el 21 de noviembre de 2012, de
redesymedios.blogspot.com/2009/04/la-sociologia-de-las-redes-sociales.html
- MENA, Juna Carlos. (mayo de 2011). Internet en movimiento: Nuevos movimientos sociales y nuevos medios en la sociedad de la información.
Universidad Complutense de Madrid. Recuperado el 21 de noviembre de 2012, de <http://eprints.ucm.es/12085/1/T32702.pdf>
- MINISTERIO DE TURISMO. Estadísticas. Recuperado el de 19 de agosto de 2012 de <http://www.turismo.gob.ec/?p=2771/informacion-turistica-y-estadisticas>
- ONLINE BUSINESS SCHOOL. (2012). Recuperado el 15 de septiembre de 2012 de <http://www.obs-edu.com/noticias>

SERVAS OPEN DORS INTERNATIONAL. Origen y función y estructura. Recuperado el 12 de octubre de 2012 de http://en.wikipedia.org/wiki/Servas_Open_Doors

RODRIGUEZ, Jorge Luis. (2003) Fundamentos multiculturales y axiológicos de la educación a distancia a través de las tic para la universalización e internacionalización de la educación superior, Revista Iberoamericana de Educación. Cuba. Disponible en: pdf-esmanual.com/books/18404/fundamentos_multiculturales_y_axiol

T2OMEDIA. (2012). Infografía: La actividad en redes sociales en 2012. Recuperado 10 de noviembre de 2012 de www.t2o.es/blog/social-media/estadisticas-social-media-2012/

Anexo 1 ENCUESTA CASTELLANO

COUCHSURFING: COMUNICACION E INTERCAMBIO CULTURAL

Buenos días/tardes, la presente encuesta tiene como objetivo identificar si CouchSurfing funciona como herramienta comunicacional y de intercambio cultural. Tu opinión es muy importante, por favor, lee atentamente cada pregunta, revisa todas las opciones y elije la alternativa que más te identifique. Gracias.

1. Género

- Masculino
- Femenino

2. Edad

- 18 a 25 años
- 26 a 35 años
- 36 a 45 años
- 46 o más años

3. Nivel de estudios

- Primario
- Secundario
- Universitario
- Posgrado

4. Trabaja

- Sí
- No

5. Ciudad y país en el que vives

País:

Ciudad:

6. Estado civil

- Soltero
- Casado
- Divorciado
- Viudo
- Unión libre

7. ¿Hace cuánto usas CouchSurfing?

- Menos de 1 año
- 1 a 2 años
- 3 a 5 años
- 6 a 7 años
- 8 años o más

**8. ¿Por qué te registraste en la red de CouchSurfing?
(una o más respuestas)**

- Para viajar con más frecuencia
- Para garantizar un lugar donde alojarte en tus viajes
- Para conocer gente de todo el mundo
- Para comunicarte con gente de todo el mundo
- Para mantener comunicación con amigos en otras partes del mundo
- Para publicar y compartir tus experiencias de viajes
- Para conformar grupos de personas con los mismos intereses en todo el mundo.
- Para sugerir realizar actividades con otras personas
- Para invitar a otras personas a realizar viajes en conjunto
- Para conocer las costumbres y culturas de otros países o regiones

9. ¿Crees que CouchSurfing es una moda pasajera o un medio de expresión masivo?

- Moda pasajera
- Expresión masivo
- Ninguna
- Otras _____

10. ¿Crees que CS promueve el intercambio cultural?

- Sí
- No

11. ¿Crees que CS es una forma de entretenimiento propio de esta época tecnológica?

- Sí
- No

12. ¿Qué expectativas tienes de CS más adelante?

13. ¿Cuántas veces has viajado haciendo contactos a través del CS?

- Menos de 5 veces
- 5 a 10 veces
- 11 a 15 veces
- 16 a 20 veces
- 20 veces o más

14. ¿Qué ventajas encontraste al utilizar el CS como estrategia de viaje?

15. ¿Crees que CS estimula el turismo informal?

- Sí
- No

16. ¿Cuándo viajaste las personas que te hospedaron te sirvieron de guías de turismo?

- Sí
- No

17. ¿Cuántos nuevos amigos tienes gracias al CS dentro y fuera de tu ciudad?

- Menos de 10
- de 10 a 20
- de 21 a 30
- de 31 a 40
- de 41 a 60
- más de 60

18. ¿Tienes contacto cara a cara con estos nuevos amigos?

- Sí
- No

19. ¿Con qué frecuencia asistes a las reuniones de CS?

- Una vez por semana
- una vez cada 15 días
- una vez al mes
- una vez al año
- nunca
- una vez

20. ¿Te has comunicado con tus amigos del CS por otro medio?

- Ninguno
- teléfono
- correo electrónico
- otra red social

**COUCHSURFING AS COMMUNICATIONAL TOOL AND CULTURAL
EXCHANGE**

Good morning / afternoon, this survey aims to identify if CouchSurfing works as communication tool and cultural exchange. Your opinion is very important, please read each question carefully, review all the options and choose the alternative that identifies you. Thank you.

1. Gender

- Male
- Female

2. Age

- 18 to 25 years
- 26 a 35 years
- 36 a 45 years
- 46 years or more

3. Academic level

- School
- Highschool
- University
- Masters degree

4. Do you work?

- Yes
- No

5. Where do you live?

Country

City

6. Marital status

- Single
- Married
- Divorced
- Widower
- Liberal union

7. Since when do you use CouchSurfing?

- Less than 1 year
- 1 to 2 years
- 3 to 5 years
- 6 to 7 years
- 8 years or more

**8. Why did you register on CouchSurfing? (Check as many as you want).
(Check as many as you want).**

- For traveling more often.
- To ensure a place to stay in your travels.
- To meet people around the world.
- To communicate to people around the world.
- To keep on touch with your friends around the world.
- To public and share your travel experiences
- To form group of people with similar interests worldwide
- To suggest activities with others.
- To invite other people to travel together.
- To learn about the customs and cultures of other countries or regions.

9. Do you think CouchSurfing is a fad or a mass medium of expression?

- mass medium of expression
- Fad
- None
- Others _____

10. Do you think CS promote the intercultural exchange?

- Yes
- No

11. Do you think CS is a form of entertainment in this technological age?

- Yes
- No

12. What expectations do you have of CS later?

13. How many times have you traveled through the contacts by CS?

- Less than 5 times
- 5 to 10 times
- 11 to 15 times
- 16 to 20 times
- 20 or more

14. What advantages found in using the CS as travel strategy?

15. Do you think CS stimulates informal tourism?

- Yes
- No

16. When you travel, the people that you stay with serve you as a tourist guide?

- Yes
- No

17. How many new friends you got now from CS?

- less than 10
- 10 to 20
- 21 to 30
- 31 to 40
- 41 to 60
- more than 60

18. Do you know face to face to these new friends?

- Yes
- No

19. How often do you attend to the CS meetings?

- Once a week
- every 15 days
- once a month
- once a year
- never
- just one time

20. Have you talk to your friends from CS?

- None
- phone
- E-mail
- other social network

Anexo 3 DESARROLLO Y ANÁLISIS DE ENTREVISTA

A través de una solicitud a participar en la entrevista a un usuario del CouchSurfing, se encontraron varios interesados por ayudar, sin embargo por el lugar donde viven se escogió a una persona que reside en la Ciudad de Quito.

Se realizó el contacto y luego de la explicación de la naturaleza y objetivo de la entrevista, se consiguió el apoyo necesario.

Objetivo

Contar con la experiencia de una persona que forma parte de la red social CouchSurfing, como miembro activo en el Ecuador.

Contrastar la información de la persona entrevistada con la obtenida a través de las encuestas.

Estructura

Se han planteado una serie de preguntas relacionadas con la influencia del CouchSurfing, la comunicación y el intercambio cultural. Por esto la entrevista busca indagar:

- Intereses o necesidades que se buscan cubrir al interactuar a través de esta Red Social de Internet.
- Intereses o necesidades satisfechas a través de interactuar a través de esta Red de Internet.
- Beneficios personales sobre multiculturalidad.
- Relaciones establecida a través de esta Red.
- Emociones desarrolladas al participar en esta plataforma.

Con el análisis teórico sobre la incidencia de las redes sociales en la cultura y en los niveles de comunicación, se considera necesario entablar una conversación con un usuario de CouchSurfing. Esta entrevista persigue salir de la teoría y el análisis sociológico para contar con la información de tipo experiencial – vivencial.

EXPERIENCIA COUCHSURFING

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 tu 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 costumbre, intereses y hasta llegas a hablar de su situación familias (si 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 mi CouchSurfing es parte de mi, de lo que hoy soy y de lo que busco, no sólo quiero viajar por conocer otros países o lugares turísticos, viajo porque quiero conocer a 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 para Ibarra -creo que fue a principios de 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 también lo saludé y todo muy bien. En fin, por la noche nos sentamos a escuchar música y tomar unas cervezas cuando empezaron a hablar de CouchSurfing, yo no tenía ni idea de que se trataba y bueno me explicaron, pero recuerdo claramente que los 2 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 Junio desde el 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 lo practica lo pierdes así que la mayoría de veces procuro hospedar personas que hablen inglés. Y la tercera y creo que la más importante es que me encanta conocer sobre otras culturas y mostrar la mía por 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?

Sabes que 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 deje de ser un servicio gratuito sin fines de lucro, y que la gente vea este sistema sólo como una forma de no gastar en hospedaje sin esencia, pero bueno eso ya se verá 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 del surfear. Lo que si me gustaría es una mejoría tecnológica de la página (yo digo, un chat en tiempo real o algo así).

8. ¿Cuántos amigos tienes en CouchSurfing y aún mantienes contacto con ellos?

Tengo alrededor de 15 amigos en mi perfil, pero he conocido a muchos CouchSurfers más durante mis viajes y en las reuniones CS cuando salimos a tomar algo o alguna fiesta, por lo general nos invitamos al Facebook más que en la misma página de CouchSurfing. Si, aún tengo contacto con algunos de ellos, nos escribimos mails para saber con estamos y cosas así o para pedir algún tip de viaje, depende.

9. ¿Algún comentario final?

CouchSurfing es una gran experiencia y una oportunidad para aprender y sobre todo comprender que en este planeta debemos convivir con nuestras diferencias y es eso lo que nos hace ricos. El ser amables, solidarios nos da mucho que decir, se rompen las barreras del lenguaje, las culturas, las “razas” y sólo queda la satisfacción de saber que entregas al mundo lo que el mundo te entrega a ti. ¡Orgullosa de ser una CouchSurfer!

Se pueden leer que las preguntas utilizadas para la entrevista tienen interrelación con las preguntas de la encuesta, pero son de carácter descriptivo, se redactó solo en español, porque va dirigida a una persona que vive en el Ecuador. Se optó por realizar la encuesta cara a cara, para poder realizar un contacto más cordial y poder obtener toda la información necesaria.

Interpretación de los resultados de la entrevista

A través del análisis e interpretación de esta información se obtiene:

Por las respuestas obtenidas en la entrevista se determina que el CouchSurfing, levanta altas expectativas en sus usuarios, esto se refleja en el mensaje positivo de cada respuesta.

La persona entrevistada tiene amplia experiencia recibiendo personas de otros países como solicitando hospedaje, en base a esta experiencia puede dar un criterio sustentado; entonces su concepción de que el CouchSurfing fomenta el intercambio cultural, es válida.

La posición que indica la entrevistada sobre la posibilidad de generar desarrollo de los procesos de multiculturalidad, al interactuar en el CouchSurfing, es totalmente afirmativa, ella ha tenido más de 10 experiencias de este tipo.

Además indican que el idioma no forma obstáculo para la interacción entre participantes de todo el mundo.

Como resultado de la respuesta a la pregunta sobre mantener comunicación entre sus amigos del CouchSurfing, es importante ver, que todos los involucrados indican mantener la comunicación a través de Facebook; esto contrastado con la respuesta a la pregunta sobre qué necesitan mejorar en la página, la entrevistada contestó que tengan chat, tiempo real.

La frecuencia con que se organizan actividades, tanto para viajar como para recibir invitados, es de un promedio de 2 por año. Número alto si se reflexiona que es una actividad costosa.

A más de los beneficios, en economizar el costo de un viaje, la posibilidad de recibir gente de todo el mundo y escuchar de sus propias palabras como es su cultura; la entrevistada, hace mención al despertar de la generosidad, amabilidad, solidaridad y en cuanto a la posibilidad de crear un intercambio cultural, habla de que nunca es necesario averiguar religión y raza. Lo que sí le importa saber si son personas con calidad humana.

Anexo 4 OBSERVACIONES COMPARATIVAS ENCUESTA/ENTREVISTA

A lo largo de este capítulo se describió el proceso que se llevó a cabo para contar con información directa sobre la relación del CouchSurfing con la comunicación y la multiculturalidad.

Los resultados son un insumo valioso, para la propuesta de recomendaciones pues se basa en la opinión de los usuarios, rescatando la importancia de seguir buscando estrategias para implementar el número de participantes activos.

Los encuestados como la entrevistada, reconocen como valioso el poder viajar con más frecuencia y a bajo costo, sin dejar de lado el interés de conocer gente que te dará un mejor panorama de su cultura y país, para comparar con la información publicitaria que se tiene por grandes cantidades.

A través de los dos instrumentos se observa la participación de diferentes países, pero se conoce que también dentro de un mismo país se presenta este intercambio, por consiguiente, esta plataforma fomenta el turismo interno.

Las dos técnicas indagaron sobre la posibilidad de continuar participando y propone acciones para mejorar cada vez más la página. Todos coincidieron que la debilidad, esto indica que la página tiene mucho futura y por tanto las acciones que a través de esta se realizan.