

Couchsurfing como opción de alojamiento turístico

Couchsurfing as option of tourist lodging

Marien Arlandis Mariner (ARLANDIS MARINER, M.)* e Francisca Ramón

Fernández (RAMÓN FERNÁNDEZ, F.)**

RESUMEN - El objetivo principal de este trabajo es realizar un estudio sobre couchsurfing “surfeando sofás”, una página web que a su vez es una red social dónde se ponen en contacto personas de todo el mundo buscando y ofreciendo alojamiento. Se analizará la página web, su funcionamiento, difusión, perfil de usuarios, quién diseñó este proyecto, para que y la finalidad de su creación. Su evolución desde sus inicios, como se financia, y su misión. Se estudiará las repercusiones que tiene para el alojamiento turístico y se establece una comparativa entre las distintas webs que ofrecen este tipo de servicio. Se ha realizado un estudio sobre la opción de alojamiento turístico a través de la red social y web couchsurfing. Se han obtenido datos de distintas encuestas realizadas en la web y los principales resultados obtenidos son la utilización de dicha opción de alojamiento entre distintos tipos de turistas y su incremento en la actualidad.

Palabras clave: Turismo; Couchsurfing; Redes sociales.

ABSTRACT - The main goal of this work is to present a study about *couchsurfing*, a webpage that is a social network where people around the world keep in touch looking for and offering lodging. The idea was analyze the webpage, its operation and diffusion, the users' profile, who designed that project, for what and what was purpose of its creation. Its evolution since the beginning, how it is financed, and its mission. It was studied the repercussions that the tourist lodging had and it was compared with the different webs that offer this kind of service. It has been accomplished a study about the option of tourist lodging through the social network and web *couchsurfing*. The data were obtained from several surveys accomplished in the web and the main results are the utilization of this accommodation option among different kinds of tourists and that there is an increase at present.

Key words: Tourism; Couchsurfing; Social networks.

* Marien Arlandis Mariner. Diplomada en Turismo. Escuela Politécnica Superior de Gandía. Dirección: C/ Paranimf, 1.CEP: 46730. Grau de Gandia (Valencia, España). E-mail: maarma7@epsug.upv.es

** Francisca Ramón Fernández. Doctora en Derecho. Profesora Titular de Universidad de Derecho civil. Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica y del Medio Natural (ETSIAMN). Universidad Politécnica de Valencia. Dirección: Camino de Vera, s/n. CEP: 46022 Valencia (España). Telefono: 646 08 19 67. E-mail: frarafer@urb.upv.es

1 INTRODUCCIÓN

El presente trabajo trata de analizar la existencia de una aplicación web que alberga una red social en la que las personas puedan ofrecer y buscar alojamientos a nivel nacional e internacional, a la vez que conocen otras culturas, y se incrementa también el espectro socializador de la red.

Esta aplicación facilita la publicación, gestión, reserva, búsqueda de alojamientos, aprovechando todas las ventajas que ofrece el servicio de Google Maps, que permite saber la situación geográfica de los alojamientos en un mapa interactivo. La intención es crear una comunidad de intercambio de alojamientos que facilite la estancia cuando se realiza un viaje, sin necesidad de depender de los hoteles y los costes que suponen. Es una alternativa al hospedaje tradicional hotelero, con una serie de ventajas que se explicarán en el presente trabajo.

El estudio se centra en una web determinada que se denomina couchsurfing, que literalmente se traduce como “surfeando sofás”. Se trata de una página web y una red social (BECOÑA, 2010) dónde se ponen en contacto personas de todo el mundo buscando y ofreciendo alojamiento.

Se analizará la página web, su funcionamiento, difusión, perfil de usuarios, quién diseñó este proyecto, para qué y la finalidad de su creación. Su evolución desde sus inicios, cómo se financia, y su misión. Del mismo modo, se estudiarán las repercusiones que puede tener para el alojamiento turístico en general.

2 COUCHSURFING

Uno de los principales problemas con los que se encuentran las personas que quieren realizar un viaje son los costes económicos que puede conllevar el alojamiento hotelero. El turista se enfrenta con un problema que puede ser resuelto acudiendo a un sistema alternativo de alojamiento, que se aleja del tradicional en hostales, hoteles, etc. En algunas fechas, recurrir a un hotel puede resultar muy caro e incluso complicado encontrar alojamiento disponible. El turista pasa a ser un viajero aventurero, que confía en la hospitalidad de otras personas, y éstas abren las puertas de su casa para conocer a

otras personas. En este trabajo se explican, por un lado, en qué consiste la página web y red social Couchsurfing; y por otro, qué procedimiento utiliza para que se pongan en contacto los usuarios de esta red social.

En esta red social las personas ofrece habitación o sofá en su casa para alojar a otras personas que quieran viajar a otros países, e incluso en los últimos tiempos, se está haciendo más común este tipo de alojamiento – alternativo al tradicional –, ya que se tiene la posibilidad de conocer mejor la cultura, establecer amistad con otras personas, practicar idiomas, etc., anulando prácticamente cualquier coste de estancia. Esta red social, cuya definición, finalidad y aspectos turísticos se explican detalladamente en los puntos siguientes, trata de suplir un vacío y ser una alternativa a los sistemas tradicionales de alojamiento, y que parte del principio de que una persona acoja a otra en su casa sin recibir nada a cambio, durante un periodo de tiempo, en principio, sin conocer personalmente al receptor (aunque también puede ser previamente conocido a través de personas del entorno), ya que el contacto se realiza a través de la web.

Esto que, en principio, puede parecer utópico, se está realizando a nivel mundial, e influye en la decisión la confianza que se deposita en las personas que ofrecen su hogar para realizar el alojamiento (se mira al perfil, sus fotos, aficiones, grupos), así como la apertura a nuevas amistades, y la localización de la información.

2.1 DEFINICIÓN

Couchsurfing es una red social internacional sin ánimo de lucro, que une a turistas, viajeros con los residentes de un país, es decir, el residente ofrece su vivienda para que se pueda hospedar el viajero durante unos días y estos contactan a través de la página web, ambos deben estar previamente registrados y tener un perfil con sus datos personales, fotografías, comentarios, aficiones, así poder conocer un poco a la otra persona (BETTISON, 2009).

Couchsurfing tiene usuarios en unos 230 países y territorios por todo el mundo. Desde el año 2004, los miembros de esta red social han ido utilizando esta página web para ponerse en contacto, conocer e intercambiar su cultura, hacer nuevas amistades y tener nuevas experiencias.

Hoy por hoy, hay registradas en la web alrededor de un millón de personas. Estas sin conocerse personalmente han ofrecido su vivienda para acoger a otras personas de culturas completamente distintas y quizás desconocidas para ambas, tanto para la persona que viaja como para el que ofrece alojamiento (AA.VV., 2009).

Este alojamiento es completamente gratuito, nadie está obligado a pagar una cantidad de dinero, pero muchos llevan a sus hospedadores algún regalo o detalle como agradecimiento.

Al igual que el servicio que ofrece la página web no obliga a nadie a abonar una cuantía por estar registrado, pero sí que libremente se pueden hacer donaciones. De esta manera los administradores pueden autenticar al usuario y verificar los datos de este.

Esta red social da la oportunidad de viajar a bajo coste, teniendo en cuenta el ofrecimiento de intercambio que realizan las personas que ofrecen su alojamiento en la red social. De este modo, se potencia el conocimiento de las culturas, y el aspecto legal relativo a la protección de datos, y seguridad está garantizada por el sistema, y los comentarios que escriben los usuarios sobre su experiencia no se pueden borrar, así si a la hora de elegir el contacto para ambas personas, pueden leer lo que dicen las otras personas que ya han estado allí.

2.2 FINALIDAD

Couchsurfing, como red social, busca establecer una red internacional de personas y lugares, establecer intercambios educacionales, fomentar la conciencia colectiva, la tolerancia, y facilitar el entendimiento cultural.

Esta página web trata de hacer que las personas vivan nuevas experiencias, también potencian la emoción de conocer personas y culturas, e, incluso, que se llegue a un conocimiento más profundo de sí mismo. Se trata de abrir fronteras mentales, conectar con otras personas y lugares diferentes al entorno habitual.

Se trata de potenciar la comunicación 2.0, ya que se establece una conexión de personas unas con otras, sin importar las diferencias de las culturas. Lo que importa es la conexión que ayuda a apreciar la diversidad, a construir una comunidad global inspirada en desear equilibrio cuando los conflictos inevitablemente aparecen.

El conocimiento a través de las experiencias supone un aspecto importante en el desarrollo personal de cada persona, se cree que el mejor camino para adquirir y retener conocimiento es a través de las propias experiencias. Éstas dan forma al entendimiento del mundo y se facilitan todas las oportunidades para aprender y desarrollar.

Todo esto significa que el esfuerzo para facilitar diversidad, las experiencias de cada uno de los usuarios de esta red, explican que todo lo que ellos a través de sus experiencias aprenden, se divierten, aumenta el entusiasmo y curiosidad por conocer más culturas. La conexión entre las experiencias de los usuarios de esta red, promueve la divulgación de esta web que a su vez llenos de curiosidad nuevas personas se interesan por ellos ansiosos de empezar y tener experiencias como las que otros usuarios escriben.

2.3 EL INTERCAMBIO DE ALOJAMIENTO: ASPECTOS TURÍSTICOS

Esta página web, presta un servicio para sus usuarios y que ellos a través de la web contactan y acuerdan socialmente la duración de su estancia o aprovechan su tiempo libre para compartirlo (MAQUEIRA, 2009). Por lo tanto estas personas contactan entre ellas, establecen un contacto interactivo a través de la página y acuerdan los días que disponibles para ambos y hacen uso de este servicio. En ningún momento los usuarios están obligados a nada, pero sí que dejan claro sus condiciones y circunstancias para un mejor entendimiento.

La aplicación de couchsurfing ofrece las siguientes características:



- . Gestión de alojamiento: publicar los anuncios donde los usuarios ofrecen alojamiento, además este se puede editar, añadir o quitar fotografías, borrarlo y consultar las solicitudes por parte de otros usuarios, así como confirmar o rechazar las peticiones de alojamiento.
- . Realizar búsquedas personalizadas de todos los alojamientos que hay publicados por los usuarios.
- . Permitir comentar y valorar la acogida y recibimiento por ambas partes para ayudar a otros usuarios a conocer mejor como sería su estancia allí.
- . Permitir realizar búsquedas en las fechas deseadas.
- . Consultar las reservas que se ha solicitado y ver su estado.

- . Consultar la información de un usuario, así como su perfil, su sofá, conocimientos de idiomas, aficiones y disponibilidad.
- . Permitir el intercambio de información entre dos usuarios.
- . Uso del Google Maps tanto en la búsqueda como en el alta de alojamientos para saber en todo momento la ubicación geográfica del lugar donde vive el otro usuario, ofreciendo un interfaz visual más atractiva y útil.
- . Valoración de usuarios.

Se considera establecimiento de alojamiento turístico, aquel que presta al público el servicio de hospedaje en forma temporal, con áreas e instalaciones comunes, que consta de una edificación o conjunto de edificaciones construidas o acondicionadas para tal fin, y operadas en forma conjunta, ocupando la totalidad o parte de dichas edificaciones.

Couchsurfing es una aplicación web que permite crear un banco de alojamientos que se comparten entre usuarios a nivel mundial.

Algunas aplicaciones web de referencia en el mercado para analizar sus ventajas e inconvenientes:

COMPETENCIA	VENTAJAS	INCONVENIENTES
<p>Hospitalityclub: http://hoitalityclub.org</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de Google Maps • Buscador filtrado por intereses comunes • Descarte de personas no afines al perfil • Valoración Usuarios • Fóruns 	<ul style="list-style-type: none"> • No se pueden subir fotos • No permite videos • Carece de un sistema de ordenación
<p>Couchsurfing: http://www.couchsurfing.com</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de Google Maps • Buscador siempre presente • Información de los usuarios • Permite fotos • Sistema de ordenación • Localizador de conexión • Valoración de sus usuarios, del trato, recepción de los mismos. • Grupos y eventos 	<ul style="list-style-type: none"> • No permite videos • No traducida completamente a otros idiomas • Pocos Fóruns


<p>World wild on organic farms: http://wwwoof.org</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de Google Maps • Buscador siempre presente • Información de las granjas y sus propietarios • Permite fotos y videos • Sistema de ordenación • Localizador de conexión 	<ul style="list-style-type: none"> • No es gratuita • Sólo en inglés, no traducida a otros idiomas • Fóruns
---	--	--

TABLA 1. APLICACIONES WEB DE REFERENCIA. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

3 FUNCIONAMIENTO DE LA WEB “COUCHSURFING”

La aplicación está desarrollada con una arquitectura por capas (Capa Presentación, Capa Controlador, Capa Dominio, Capa Persistencia).

La aplicación será multiusuario y se ejecutará online, cuya interfaz estará representada con una página web alojada en un servidor.

Para la realización de couchsurfing se ha seguido las pautas del Proceso Unificado, que consiste en el desarrollo software interactivo e incremental, aprovechando el uso de patrones y permitiendo depurar os requisitos del sistema en cada etapa del desarrollo de la página web.

Para identificar los requisitos funcionales se utilizarán los Casos de Uso, que serán implementados cada uno por un Action, lo que permite identificar los distintos casos.

A la web tiene acceso cualquier internauta, ello permite diferenciar los casos de uso que precisan de descripción más detallada debido a su complejidad o peculiaridad. A continuación están redactados en un formato más extenso que explica paso a paso el escenario y la interacción del Sistema con los actores.

Para esta aplicación se pueden distinguir dos perfiles:

- . Visitante: No está registrado en la web. Limitado a unos casos de uso.
- . Usuario: Está registrado en la web. Puede acceder a todos los casos de uso.

El objetivo de couchsurfing es crear una red social, es decir, incentivar el concepto de comunidad, por lo tanto la aplicación estará enfocada a dar privilegios y ventajas a los usuarios registrados.

Los internautas que estén interesados se registran en la página oficial convirtiéndose así en nuevos Couchsurfers. El registro es muy sencillo, solo se tiene que completar los campos en blanco. Uno puede encontrar las opciones clásicas de una red social: hacer amigos, participar en foros, formar parte de grupos, colgar fotos etc., pero el principal atractivo es el de compartir alojamiento. Una vez registrados, en el momento en que se decida viajar, se tendrá que realizar una búsqueda de usuarios en el destino elegido y contactar con ellos. A partir de ahí todo funciona de la misma forma que cuando se conoce a un amigo en otra ciudad: "oye, que me voy unos días a tu casa". Mucha gente se ofrece incluso para poder enseñar la zona y realizar una guía por los lugares más importantes. O es posible sólo tomar un café. Todo queda a la elección de los usuarios.

4 EL IMPACTO SOCIAL: HOSPITALIDAD DEL SIGLO XXI

Leyendo en la página web los testimonios de muchos usuarios, se describe como una experiencia única, que seguro que repetirán. Lo que más valoran es el intercambio de culturas, la simpatía de todos, y el agradecimiento por la hospitalidad desinteresada.

Otras personas que no conocen este proyecto ni en qué consiste se preguntan mucho por la seguridad, por la confianza, cómo algunos dejan su apartamento incluso les dejan una copia de llaves y se van a trabajar. Todo es parte de la mentalidad, los usuarios de esta red social saben el fin, y están inscritos porque apoyan al proyecto, les gusta vivir estas experiencias, conocer a personas de culturas diferentes y se es libre de aceptar o no a un usuario para hospedarlo. Es libre y siempre se puede decidir, también se valora los consejos o el poder tomar un café o una copa como si fuesen amigos. Todo es muy sencillo y con la comunicación aún más. Aunque no sepas hablar otro idioma se pueden buscar a personas que hablen el idioma propio para tener una mejor comunicación. Estas personas están abiertas a nuevas experiencias, de visitar un país y poder ver cosas increíbles desde el interior de la cultura. Sabiendo esto a quién no le

importaría ser hospitalario y aprovechar los medios de transporte para llegar a cualquier parte del mundo, sabiendo que alguien está esperando para acompañar en la nueva experiencia que se inicia.

4.1 PAÍSES DE ALOJAMIENTO

CouchSurfing es algo más que encontrar alojamiento gratis alrededor del mundo, ya que se trata de establecer conexiones a nivel mundial. Hace del mundo un lugar mejor al abrir puertas, corazones y vidas. Abren las mentes y da la bienvenida al conocimiento que trae consigo el intercambio cultural. Crea profundas conexiones llenas de sentido que cruzan los océanos, continentes y culturas. CouchSurfing quiere cambiar no sólo la forma en que se realiza un viaje, sino también la forma de establecerse las relaciones con el mundo. Son muchos los países en los que se puede encontrar hospedaje a través de esta web, en 238 países y en 71.111 ciudades.

4.2 PERFIL DE USUARIOS DE LA WEB “COUCHSURFING”

CouchSurfing es una comunidad de viajeros que se alojan los unos a los otros sin otra motivación que la hospitalidad (GÓMEZ, 2010). Cualquiera puede formar parte de la red y empezar a viajar prescindiendo del albergue de juventud, el hotel o el guía turístico. Esta red social ha crecido considerablemente, ya que se ha incrementado el número de usuarios. Si bien no aporta mucho a la economía local no se puede negar que es un magnífico modo de adentrarse en la cultura local.

Los usuarios de esta red social son hospitalarios, con una mentalidad abierta, personas agradecidas, extrovertidas, con muchas ganas de viajar y adentrarse en nuevas aventuras con infinitas experiencias.

Algunas estadísticas que son representativas del número de usuarios y de la forma en que se utiliza dicha red social:

1,8 millones de miembros los cuales...

→ El 17,7 hablan español

→ El 70% tiene menos de 30 años

→ El 50,6 % está en Europa

→ El 46% dispuesto a prestar alojamiento

→ Al 20% le gustaría tomar algo con el usuario

Aunque la media de edad es sobre 26 años, hay usuarios de todas las edades. De hecho, hay más de 100 miembros de más de 80 años.

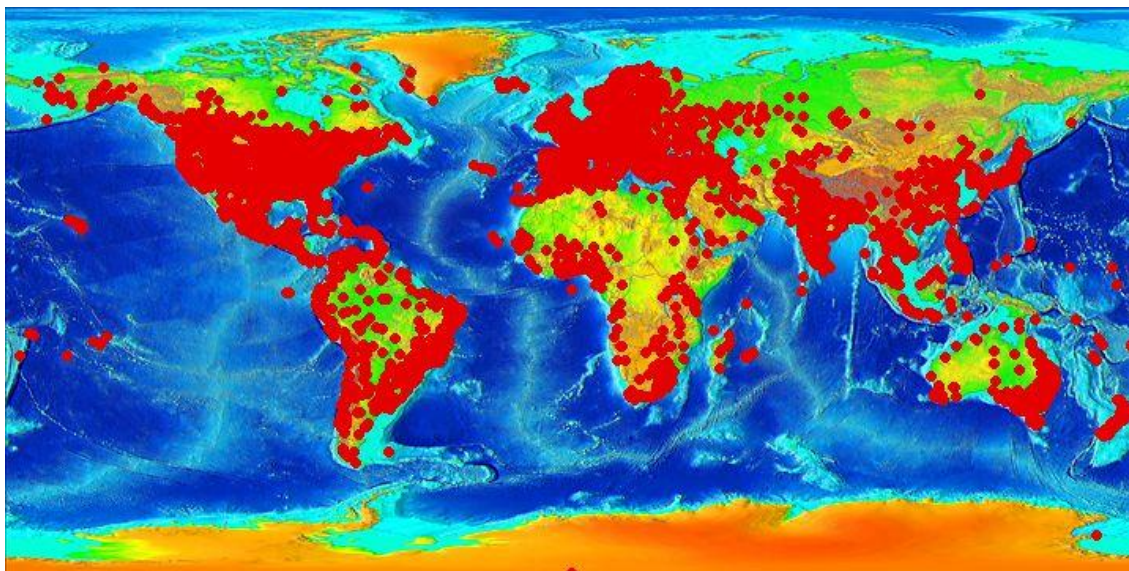


TABLA 2. REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE DÓNDE SE HAN REGISTRADO LOS NUEVOS COUCHSURFENS. EL CRECIMIENTO DE LA RED SE ESTABLECE EN 2546 NUEVOS MIEMBROS AL DÍA. FUENTE: http://www.couchsurfing.org/where_are_they.html. Consultada el 22 de marzo de 2011

4.3 EL TURISTA USUARIO

Son cada vez más las personas que utilizan esta web para viajar a otros países.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1999, consultado en web: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/arroyo_a_1/capitulo2.pdf, el 12 de abril de 2011) define turista como:

Visitante internacional: toda persona que viaja, por un periodo no superior a doce meses, a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.

Visitante interno: persona que reside en un país y que viaja, por una duración no superior a doce meses, a un lugar dentro del país pero distinto de su entorno habitual, y

cuyo motivo principal de la visita no es ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

Visitante que pernocta: visitante que permanece en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado una noche por lo menos.

Visitante de día: visitante que no pernocta en ningún medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado.

El turista previamente contrata unos servicios y tiene seguridad en su viaje que esta ajustado a sus exigencias (MARTOS, 2010). En cambio los couchsurfers se arriesgan a cualquier imprevisto son viajeros que aunque tengan información sobre la persona que les va a alojar o del que va a ser hospedado realmente no se conocen y este usuario pasa a ser un viajero, se arriesga a la aventura sin saber que le espera.

Los usuarios escriben su opinión sobre el proyecto couchsurfing. Además se puede pinchar en “ver mi perfil” y saber más sobre ese miembro, sus aficiones, los idiomas que habla y su nivel.

4.4 POSICIONAMIENTO DEL USUARIO

No todos los miembros de esta web son activos por lo tanto se diferencian entre los usuarios que viajan más y utilizan este servicio de otros más experimentados que se inician en este proyecto o que simplemente no suelen conectarse por tiempo.

Hay que destacar a los miembros embajadores. El miembro embajador tiene que implicarse a un cierto nivel, es decir, tiene que cumplir unos requisitos para ser usuario embajador.

Existen seis tipos diferentes de embajadores: Nómada, Ciudad, Familia, País, Global y Alumno. Todos los embajadores empiezan como Ciudad, Familia o Nómada Embajador. A medida que van adquiriendo más experiencia y participación pueden cambiar a País Embajador. Unos pocos embajadores País pueden llegar a ser embajadores Global. Miles de personas se quedan impactados por las buenas acciones de los embajadores.

La comunidad de embajadores es un gran ejemplo de la organización que ayuda a mejorar el Proyecto Couchsurfing. El embajador Ciudad sirve para los miembros de un área individual. El embajador País ayuda al embajador Ciudad y después el

embajador Global colabora y gestiona la comunidad de embajadores en conjunto. Ellos son ayudados por un grupo específico llamados *Colaboradores equipo de embajadores*. Este está compuesto por varios miembros, uno de ellos ejerce de líder del equipo de trabajo y se encarga de coordinar. Los embajadores están siempre revisando y contralando. Por ser embajador Global o embajador País no se obtiene ningún incremento de beneficios al contrario que el embajador Ciudad. Todo depende de la disponibilidad que se tenga de tiempo, los recursos y los intereses. Quienes poseen buena información, muchas experiencias y ocupan su tiempo a este proyecto Couchsurfing pueden ser los mejores para ayudar a la gran cantidad de miembros.

5. REPERCUSIONES DE ESTA RED EN EL ÁMBITO TURÍSTICO

Se ha producido un desarrollo e incremento de lo que se ha determinado Web 2.0 en Internet sobre todo en el ámbito de la empresa (CELAYA, 2007). El concepto de Web 2.0 es una forma de estimular redes sociales y nació por iniciativa de una empresa editorial norteamericana cuyo propietario es Tim O'Reilly.

Los primeros desarrollos son similares a algunos sitios como MySpace y hoy siguen en esta misma línea Facebook e incluso Youtube en el campo de los videos. Pero ahora el incremento vertiginoso ha llegado al área del turismo, como el Proyecto Couchsurfing, su comunidad global nació hace seis años y consiste en una red de “amigos virtuales” con la finalidad de intercambiarse servicios de hospitalidad y anfitriónaje en sus propias residencias.

Los usuarios de la red que se conectan ofrecen sus casas para ser huésped de sus visitantes e incluso servirles de guía en la ciudad.

La persona que no quiere recibir en su casa a un viajero, le puede ayudar a orientarse y hacerles algunas recomendaciones según su propia experiencia.

Se acepta el antiguo concepto o paradigma de la hospitalidad, es decir, la relación entre el visitante y el visitado: en este caso y según la misión de la ONG encargada del Portal, se busca también el entendimiento intercultural.

No es un concepto nuevo pues su antecedente ya existía en la década de los 60 (antes de Internet) cuando algunos viajeros se inscribían al Club de Intercambio de

Residencias (una iniciativa de la línea aérea PANAM), lo cual consistía en ponerse de acuerdo dos familias, en cualquier lugar del mundo, para intercambiar sus residencias durante la época de vacaciones, de ese modo la familia se ahorraba el alojamiento al igual que con los servicios del Proyecto Couchsurfing.

El negocio hotelero, que recibe turismo masivo, trabaja con paquetes donde se incluye también visitas guiadas e incluso el complemento de pólizas de seguro y de mayor certidumbre. Pero también es verdad que el turismo en casas de labranza o en estancias rurales es mucho más personalizado, pues simula muchas veces la visita temporal a un “segundo hogar”.

Ahora bien, en este caso específico de un alojamiento compartido en la casa de un “amigo desconocido”, pareciera que se apunta al mercado de los “viajeros intrépidos”, es decir: jóvenes osados y audaces que sin medir completamente los riesgos que se aventuran y deciden por esa nueva experiencia lúdica. No obstante, parece también que estos visitantes son en muchos casos diferentes al mochilero hippie que se comprometía con una forma de vida y muchas veces incluso era rechazado.

La única manera de conocer con detalle este mercado de viajeros que nacen con la Web 2.0 sería leer con cuidado en el portal los testimonios y sacar entonces algunas conclusiones generales.

Dependiendo de la clase de turismo y del poder adquisitivo del turismo, la mayoría adultos que solo viajan por estar unos días o semanas cerca de la playa o en una ciudad turística, para relajarse y conocer los lugares más característicos de la ciudad se van a hospedar en un hotel (KANTZ, 2007). También, los viajes organizados por grupos tanto jóvenes, como personas mayores van a alojarse en un hostel, hotel, albergue dependiendo de sus preferencias.

En cambio, este nuevo proyecto ayuda a incentivar el turismo ya que muchas personas que no querían viajar solas o que sus vacaciones no coinciden con sus amigos. Con esta web pueden hacer amigos y viajar divirtiéndose y no sentirse solos, además de conocer bien la cultura a través de los residentes de ese país (GARCÍA, 2010).

En este apartado se muestra que al igual que este Proyecto Couchsurfing hay otros muchos con funciones similares, pero a la vez muchos usuarios eligen esta página web. A continuación hay una lista de otras páginas de internet que tienen un servicio parecido a este proyecto.

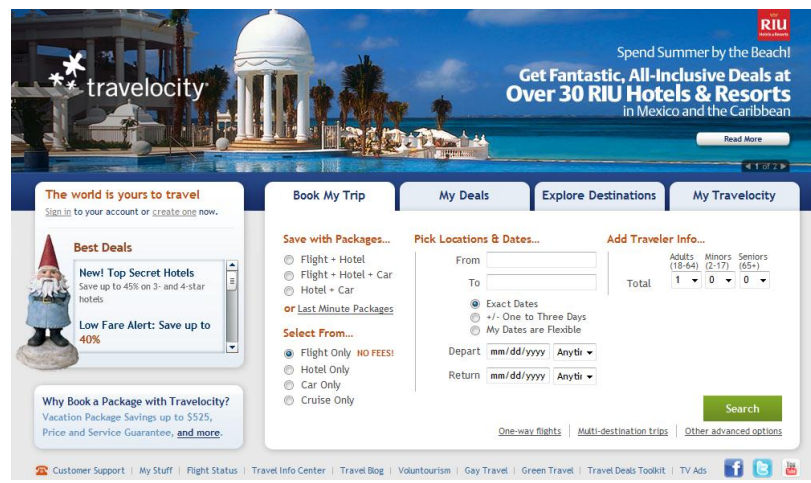
•Couchsurfing:
www.couchsurfing.org





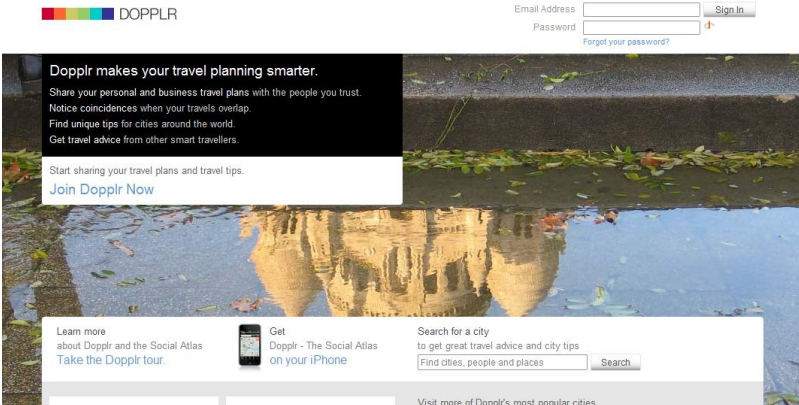
•Tripadvisor:
www.tripadvisor.com



•Travelocity:
www.travelocity.com



<p>•Hospitality Club: www.hospitalityclub.org</p>	
<p>•Viajaris: www.viajaris.com</p>	
<p>• Viajeros: www.viajeros.com</p>	

<p>• Spotted by Locals: www.spottedbylocals.com</p>	
<p>• Our Explorer: www.ourexplorer.com</p>	
<p>• Dopplr: www.dopplr.com</p>	

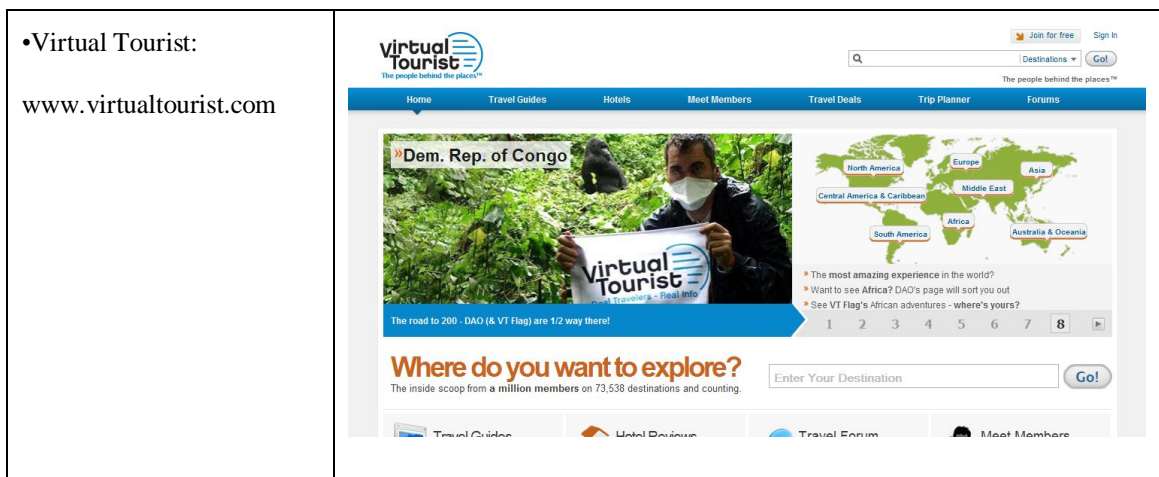


TABLA 3. DISTINTAS WEBS QUE OFRECEN SERVICIOS SIMILARES A LA RED SOCIAL COUCHSURFING. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

6 CONCLUSIONES

Una vez visto con detalle en qué consiste el Proyecto Couchsurfing, cómo se utiliza su página, su finalidad por interactuar diferentes culturas de todo el mundo y que haga un intercambio entre ellas, un mejor entendimiento y que las experiencias que se viven sean únicas e irrepetibles.

Muchas de las personas que no se atrevían a viajar solas por miedo a la soledad ahora han encontrado couchsurfing y no se van a sentir solos, podrán viajar a un lugar y allí les esperan nuevos amigos con los que divertirse y aprender muchas cosas del lugar. Además de conocer mejor la cultura y no observarla sino conocerla e intentar formar parte de ella. Esto es realmente lo que muchas personas buscan ya que no quieren ser el turista que ellos reciben en su ciudad, quieren vivir por unos días allí, involucrarse de pleno y sentirse por un momento parte de otra cultura (FERNÁNDEZ, 2009). Con nuevas tecnologías, poco a poco se están levantando fronteras y adquiriendo valores morales como la hospitalidad, e incrementar la confianza en las personas. Se potencia la facilidad de comunicación y entendimiento con otras personas que hablan otro idioma diferente y se potencia el intercambio de intereses comunes.

Este es un gran proyecto que avanza cada día, que al igual que sus miembros no les interesa el dinero, además su página web es fácil de manejar y siempre se pueden tener dudas pero para salir de ellas lo mejor es contactar con otros usuarios, o con los

usuarios embajadores para una mejor orientación y también leer las experiencias de sus usuarios y luego poder expresar la opinión acerca del servicio.

La hospitalidad del siglo XXI se realiza a través de este sistema opcional de alojamiento, ya que es una forma de viajar sin ataduras, sin presupuestos altos, sin lujos, con confianza, con libertad (CEBRIÁN, 2010).

No solo se dirige a personas jóvenes, como bien dicen las estadísticas, que se pueden consultar en la página web de la red social couchsurfing, hay más de cien personas mayores de 80 años que acceden a la red. Esto también hace que no sólo se intercambien culturas sino que se interactúe con distintas generaciones. Y cada uno elige cómo quiere vivir esta experiencia, sin obligaciones ni compromisos, sólo haciendo uso de la bondad, amabilidad y buen humor.

7 BIBLIOGRAFÍA

AA.VV., *Introducción a las redes sociales*, Techtraining Multiservice, S. L., Zaragoza, 2009.

BECOÑA IGLESIAS, Elisardo, *Redes Sociales*, Nova Galicia Edicións, Pontevedra, 2010.

BETTISON, Tina, *Redes Sociales*, LID Editorial Empresarial, S. L., Madrid, 2009.

CEBRIÁN DIAZ, Alfonso; CODURAS MARTÍNEZ, Óscar y SÁNCHEZ BRÓN, Adolfo, *Análisis de la utilidad de las redes sociales para el posicionamiento de las empresas en los mercados nacionales e internacionales*, Fundación EAE, Barcelona, 2010.

CELAYA BARTUREN, Javier y HERRERA FONTANALS, Pablo, *Comunicación empresarial 2.0: la función de las nuevas tecnologías sociales en la estrategia de la comunicación empresarial*, Bpmo Edigrup, S. L., Barcelona, 2007.

FERNÁNDEZ PÉREZ, Virginia, *Las redes sociales en el mundo empresarial*, Ediciones K&L, Granada, 2009.

KANTZ, James y RICE, Ronald, *Consecuencias sociales del uso de internet*, Editorial UOC, S. L., Barcelona, 2007.

GARCÍA LLORENTE, Luis, *Marketing y redes sociales*, Conzepto Comunicación Creativa, S. L. – Grupo Tadel -, Granada, 2010.

GÓMEZ MORALES, Francesc, *El pequeño libro de las redes sociales*, MediaLive Content, S. L., Barcelona, 2010.

MAQUEIRA MARÍN, Juan Manuel y BRUQUE CÁMARA, Sebastián Juan, *Marketing 2.0: el nuevo marketing en la web de las redes sociales*, Editorial Ra-Ma, Librería y Editorial Microinformática, Madrid, 2009.

MARTOS RUBIO, Ana, *Redes Sociales*, Anaya Multimedia-Anaya Interactiva, Madrid, 2010.

FUENTES EN INTERNET:

Blog: <http://carlinhos.info/?p=428>

Couchsurfing:
<http://www.couchsurfing.com>

Couchsurfing: www.couchsurfing.org

De Viajes Baratos:
<http://deviajesbaratos.com/blog/couchsurfing-servicio-de-alojamiento-gratuito-en-la-web.html>

<http://deviajesbaratos.com/blog/couchsurfing-convierte-tu-casa-en-un-mini-hotel-por-una-semana-y-tendras-acceso-a-millones-de-hogares-que-hacen-lo-mismo.html>

Diario del Viajero:
<http://www.diariodelviajero.com/alojamiento/como-nacio-el-couch-surfing>

<http://www.diariodelviajero.com/recursos/el-proyecto-couch-surfing>

Diario siglo XXI:
<http://www.diariosigloxxi.com/texto-diario/mostrar/30960>

Dopplr:
<http://www.dopplr.com>

Escapadas:
<http://www.lasescapadas.com/2009/05/21/couchsurfing-una-red-que-provee-viajes-baratos-y-alojamiento-gratis/>

Euro aula:
<http://www.euroaula.com/documentos/lectivos/ESTRUCTURA%20Temas%201,2,%203.pdf>

Facebook:
<http://www.facebook.com/couchsurfing>

Hospitalityclub:

<http://www.hospitalityclub.org>

Hosteltur:

http://www.hosteltur.com/noticias/60156_aumenta-demanda-intercambio-casas-vacaciones-debido-crisis.html

La expansión:

<http://www.expansion.com/2009/12/30/economia-politica/1262163084.html>

New York Times:

http://www.nytimes.com/2007/09/20/garden/20couch.html?_r=2&pagewanted=1&oref=slogin

OMT:

http://www.catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/arroyo_a_l/capitulo2.pdf

Our Explorer:

<http://www.ourexplorer.com>

Pasajes:

<http://www.pasajes.com/vuelos/2009/10/08/880/couchsurfing-alojamiento-gratis-en-cualquier-lugar-del-mundo/>

Spotted by Locals:

<http://www.spottedbylocals.com>

Termometro turístico:

<http://termometroturistico.es/stag/clasificacion-de-los-turistas.html>

Travelocity:

<http://www.travelocity.com>

Tripadvisor:

<http://www.tripadvisor.com>

Viajaris:

<http://www.viajaris.com>

Viajeros:

<Http://www.viajeros.com>

Virtual Tourist:

<Hhttp://www.virtualltourist.com>

World wild on organic farms:

<http://www.woof.org>

Youtube, entrevistas:
<http://www.youtube.com>

AGRADECIMIENTOS

Trabajo realizado en el marco del Proyecto de Investigación Fundamental no orientada, VI Plan Nacional, Ministerio de Ciencia e Innovación de España. Subprograma de Proyectos de Investigación Fundamental no orientada. Título: “Las libertades informativas en el contexto de la web 2.0 y las redes sociales: redefinición, garantías y límites”. Referencia: DER2009-14519-C05-01 (SUBPROGRAMA JURI).

Recibido em: 26-12-2010.

Aprovado em: 26-01-2011.