

Redes Sociales y Economía Circular

Análisis del estado actual y estrategia INNOECOTUR

María Ángeles Carabal Montagud

Virginia Santamarina Campos, Miguel Ángel Mas Gil, Gabriela Ribes Giner

Universitat Politècnica de València

resumen

En la actualidad, los términos 'economía circular' y 'sostenibilidad' han cobrado especial importancia en las redes sociales, debido al reto que supone la necesidad global de concienciación, en la línea con la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

En el presente estudio planteamos un vaciado de la información disponible en las redes sociales de ambos conceptos aplicados al turismo, para diseñar un mapa conceptual, atendiendo al enfoque de los diversos perfiles que tratan la materia en las plataformas Instagram®, Facebook®, LinkedIn® y Twitter®.

Comprender, cualitativa y cuantitativamente, el mapa de contenidos existente, nos ayudará a interpretar cuál es la percepción social respecto a la temática planteada para el sector turístico y poder trasladar nuestro enfoque para que sirva de ejemplo a diversos sectores donde la economía circular va a ser determinante.

Asimismo, analizaremos la estrategia de transferencia social a través de las redes, planteada por el proyecto 'Innoecotur, Creación de una Plataforma de Innovación para el Impulso e Implementación de una Estrategia de Economía Circular en el Sector Turístico de la Comunidad Valenciana' de la Agencia Valenciana de Innovación. Esta plataforma servirá de puente para alcanzar los objetivos de desarrollo sostenibles vinculantes en la economía circular.

Se ha analizado el estado actual de los conceptos "economía circular – sostenibilidad – turismo". El análisis es cualitativo y cuantitativo, a través de motores de búsqueda y en las redes, para determinar conceptos que la sociedad une en los hashtags.

#economíacircular

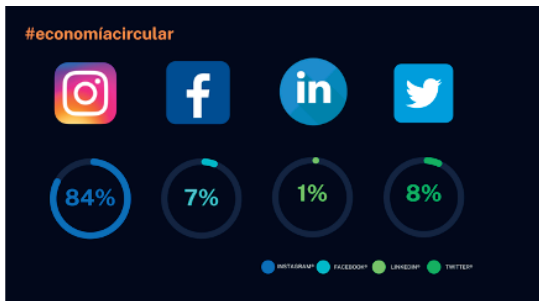


Fig. 1-2. Presencia de #economíacircular en las redes. Mapa de conceptos asociados (Fuentes: redes y Brand24®).

#sostenibilidad



Fig. 3-4. Presencia de #sostenibilidad en las redes. Mapa de conceptos asociados (Fuente: redes y Brand24®).

#turismosostenible

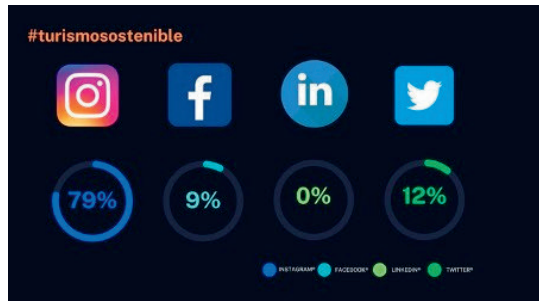
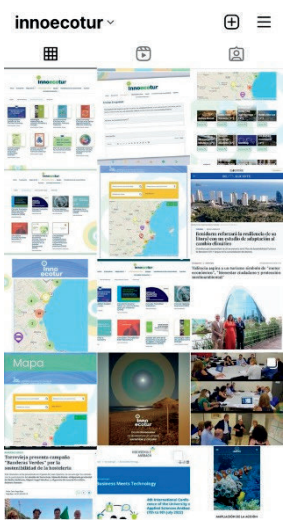


Fig. 5-6. Presencia de #turismosostenible en las redes. Mapa de conceptos asociados (Fuente: redes y Brand24®).

estrategia innoecotur



Las metas buscadas son:

- Difundir la identificación de retos, necesidades, soluciones, sugerencias, etc. relacionado con la transición de la economía circular de las empresas del sector turístico en la Comunitat Valenciana.
- Informar y comunicar para incentivar la economía circular.
- Divulgar la sostenibilidad como principal objetivo de las agendas 2030 y 2050.

El público objetivo al que se dirige Innoecotur en sus redes es:

- Hoteles y restaurantes.
- Profesionales del turismo.
- Público/turista en general para conocer/aprender las pautas que se están elaborando e implantando para el modelo de economía circular.

Fig. 7. Redes Sociales (Innoecotur).

conclusiones

Las redes son un reflejo de los enfoques sociales de los diversos conceptos: los investigadores no debemos obviar lo que ocurre en las redes con nuestros objetos de estudio, ya que nos pueden guiar a la hora de entender lo que espera la sociedad o lo que se entiende con una determinada etiqueta. Si además, vinculamos esos conceptos con etiquetas que lleva asociadas, nos puede ayudar a comprender el paradigma donde se encuentra situado.

Para el éxito de las redes, es necesario realizar un seguimiento de las tendencias de los hashtags, para entender hacia donde se orientan y con qué otros conceptos se vinculan, con el fin de situarse en el sentido que se busque con cada proyecto de investigación y transferencia social. Entender las redes es entender el entorno en el que nos encontramos inmersos.

vaciado redes/procesado