

Serie novedades y mejores prácticas para el sector profesional

Los nómadas digitales como un nuevo modelo de turismo para Andalucía

CC: Cátedra de Gestión Turística, Empleo y Desarrollo (Universidad de Granada).

Autores:

Francisco Peco Torres, Dolores M. Frías Jamilena, Ana I. Polo-Peña

Citar como:

Peco-Torres, F., Frías-Jamilena, D.M., Polo-Peña, A.I. (2024). Los nómadas digitales como un nuevo modelo de turismo para Andalucía. Cátedra de Gestión Turística, Empleo y Desarrollo (Universidad de Granada). Disponible en: <https://catedraturismo.ugr.es/>



UNIVERSIDAD
DE GRANADA



CÁTEDRA
Andalucía
GESTIÓN TURÍSTICA, EMPLEO Y DESARROLLO
— Granada —

Los nómadas digitales como un nuevo modelo de turismo para Andalucía

Contexto

El término “nómada digital”, introducido por Makimoto y Manners (1997), describe una categoría de profesionales móviles que **realizan su trabajo de forma remota desde cualquier parte del mundo, utilizando tecnologías digitales y, simultáneamente, realizan numerosos viajes de ocio**, mientras que nomadismo digital se refiere al estilo de vida que desarrollan estos profesionales independientes de ubicación y altamente móviles (Hannonen et al., 2023).

Aunque el fenómeno del nomadismo digital es difícil de medir, se estima que hay unos **35 millones de nómadas digitales** en el mundo, que permanecen de 1 a 3 meses en los destinos que visitan y que visitan entre 5 y 10 países al año.

La literatura distingue dos tipos básicos de nómadas digitales (Bassyouny y Wilkesmann, 2023):

- **Nómadas digitales *per se***, que siempre están en movimiento porque viajar es su estilo de vida.
- **Workationers**, que combinan de forma limitada en el tiempo ocio y trabajo en el mismo destino. Este tipo de nómada digital tiene su lugar principal de residencia en su país de origen y no está continuamente viajando. En algunos casos viaja con su familia.

Los nómadas digitales proceden mayoritariamente de países altamente desarrollados, son personas de clase media/media alta, hombres (aunque cada vez hay más mujeres) y con formación universitaria. Generalmente se dedican a trabajos muy cualificados, bien pagados y prestigiosos. Se estima que **el 83% de los nómadas digitales son autónomos** y entre las áreas a las que se dedican destaca el diseño web, el marketing digital, el desarrollo de *software*, los servicios *online* y la docencia *online*. Gran parte de ellos pertenecen a la generación *millennial* (son nacidos entre 1980 y finales de los 90).

Entre los **motivos que empujan a una persona a convertirse en nómada digital** destacan mejorar su calidad de vida, conseguir el equilibrio entre trabajo y vida personal, escapar de la rutina y sentirse libre, escapar del mal clima del país de origen, conocer culturas locales, hacer *networking* y hacer amistades. Estos motivos dan lugar a tres perfiles de nómadas digitales claramente diferenciados (Chevtaeva y Denizci-Guillet, 2021):

- Los **prácticos**, que buscan los beneficios prácticos del *networking* en la comunidad, como conseguir clientes, contratar, buscar colaboraciones...
- Los **sociables**, que buscan amistades y conocer personas con visiones compartidas de la vida. Priorizan las actividades sociales.
- Los **exploradores**, que buscan una conexión con la cultura local, el idioma y la comida. Priorizan las experiencias auténticas.

Beneficios de los nómadas digitales para los destinos

La literatura reconoce que los nómadas digitales tienen una serie de beneficios para los destinos:

- Suponen una **oportunidad para todo tipo de destinos**, tanto para los más maduros, para desestacionalizar el turismo, como para los destinos despoblados de áreas rurales, como solución ante la progresiva pérdida de población y como oportunidad para la creación de infraestructuras.
- Suponen una **oportunidad para las empresas locales** (hoteles, inmobiliarias, restaurantes, etc.).
- Suponen una **oportunidad para mejorar los negocios locales**, puesto que los nómadas digitales hacen más uso de ellos y pueden ayudar a las empresas locales a mejorar la calidad de sus productos y servicios.
- Suponen una **oportunidad para nuevos emprendedores**, al favorecer el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio, como *coworkings* y *colivings*.
- Son unos turistas de **alta calidad, que suelen estar comprometidos con la conservación del medio ambiente**.
- Ayudan a gestionar los flujos turísticos de forma **más sostenible**
- Pueden minimizar las **influencias negativas** de otros tipos de turismo.
- Pueden contribuir al **enriquecimiento económico, local y cultural** de la sociedad si se integran con los residentes.

Aspectos que busca un nómada digital en un destino

Tras la revisión de la literatura realizada, así como de distintas comunidades y páginas webs para nómadas digitales, se puede concluir que, a la hora de elegir un destino, los nómadas digitales buscan que el destino cumpla con los siguientes aspectos:

- **Cultura e historia.** El nómada digital busca que en el destino haya sitios históricos (barrios, plazas, etc.), monumentos y museos. Además, busca que haya una rica vida cultural en el destino con teatros, espectáculos y conciertos, así como una adecuada oferta de gastronomía local. Finalmente, también busca experimentar la cultura y tradiciones del destino.
- **Naturaleza y clima.** El nómada digital busca que haya un buen clima en el destino, recursos naturales, parques y zonas verdes, así como que exista la posibilidad de realizar actividades al aire libre.
- **Infraestructuras.** El nómada digital busca que en el destino haya un transporte local adecuado, un grado de urbanización avanzado, que el destino sea fácilmente accesible desde el lugar de origen y que exista la posibilidad de desplazarse a pie en el mismo.
- **Facilidades para trabajar.** El nómada digital busca que en el destino existan *coworkings* y *colivings*, que haya lugares públicos para trabajar (bibliotecas y

Los nómadas digitales como un nuevo modelo de turismo para Andalucía

cafeterías), que la velocidad del wifi sea adecuada, que haya wifi en sitios públicos y que haya un entorno emprendedor en el destino (*start-ups*).

- **Servicios.** El nómada digital busca que en el destino haya oferta de alojamientos, de restaurantes, vida nocturna, servicios educativos y sanitarios, así como infraestructuras para hacer deporte.
- **Aspectos económico-financieros.** El nómada digital busca que el coste de vida, de los alojamientos, de los servicios y del ocio sea asequible en el destino.
- **Aspectos socio/políticos.** El nómada digital busca destinos estables política y socialmente, en los que su seguridad personal esté garantizada. También buscará visitar destinos para los que sea fácil obtener el visado (o no sea necesario), en los que exista una comunidad de nómadas digitales, pero en los que también pueda experimentar la cultura local e interactuar con los residentes. También busca destinos inclusivos y en los que la población local le reciba con los brazos abiertos para orientarse, tratar con las instituciones, normas y regulaciones locales y para superar sus problemas de comunicación por el lenguaje.

El estudio llevado a cabo

Desde la **Cátedra de Gestión Turística, Empleo y Desarrollo de la Universidad de Granada** se está llevando a cabo un estudio para conocer la percepción que tiene Andalucía como destino orientado a nómadas digitales, así como la influencia de esta percepción en su comportamiento hacia Andalucía. Este estudio se ha dirigido a una muestra de 372 ciudadanos británicos interesados en ser nómadas digitales y que visitaron Andalucía en el año anterior.

Conclusión y recomendaciones

La revisión de trabajos y publicaciones sobre nómadas digitales, así como los resultados preliminares de la investigación llevada a cabo nos permite concluir que los nómadas digitales constituyen un segmento que contribuye de forma favorable a la sostenibilidad de los destinos en sus tres dimensiones:

- **Económica**, puesto que generan oportunidades de negocio para las empresas locales, así como para nuevos emprendedores.
- **Social**, puesto que favorecen el desarrollo de infraestructuras en el destino y contribuyen al enriquecimiento social y cultural del destino.
- **Medioambiental**, puesto que contribuyen a gestionar los flujos turísticos de forma más sostenible, minimizan las influencias negativas de otros tipos de turismo y llevan a cabo comportamientos que contribuyen a la conservación del medioambiente del destino.

Por lo tanto, con base en lo anterior, se plantea que los destinos pueden llevar a cabo una serie de prácticas para atraer a este perfil de visitante y gestionar este tipo de turismo, entre las que se destacan:

Los nómadas digitales como un nuevo modelo de turismo para Andalucía

- Mejorar la **infraestructura tecnológica** del destino, aumentando la velocidad de conexión y promoviendo que haya internet en sitios públicos.
- Favorecer la **implementación de espacios de *coworking* y *coliving*** y la **transformación de espacios existentes** en hoteles y restaurantes.
- Favorecer la **creación de comunidades** de nómadas digitales, tanto virtuales como físicas, colaborando con las plataformas de nómadas digitales existentes.
- Desarrollar **campañas de comunicación** en las que se transmita la **propuesta de valor** del destino para los nómadas digitales.
- Llevar a cabo actos, eventos y acciones para **integrar a los nómadas digitales en el destino**, favoreciendo actividades en las que los nómadas digitales se puedan conocer y puedan conocer a los residentes, así como sus costumbres, cultura y tradiciones.
- Llevar a cabo eventos en los que **se transmitan los beneficios que los nómadas digitales** tienen para la comunidad local.
- Planificar el crecimiento del segmento de forma **sostenible** y de tal modo que favorezca el **beneficio mutuo** para la población local y los visitantes.

Referencias bibliográficas

Bassyouny, M., & Wilkesmann, M. (2023). Going on workation–Is tourism research ready to take off? Exploring an emerging phenomenon of hybrid tourism. *Tourism Management Perspectives*, 46, 101096.

Chevtava, E., & Denizci-Guillet, B. (2021). Digital nomads' lifestyles and coworkation. *Journal of Destination Marketing & Management*, 21.

Hannonen, O., Quintana, T. A., & Lehto, X. Y. (2023). A supplier side view of digital nomadism: The case of destination Gran Canaria. *Tourism Management*, 97, 104744.

Makimoto, T., & Manners, D. (1997). *Digital nomad*. John Wiley & Sons.