



## TRABAJO FINAL DE MÁSTER

Nómadas digitales temporales: teletrabajo, estilo de vida  
móvil y percepciones sobre la ciudad de Barcelona

Estudiante: Anna Ortiz Moran

Tutora: Anna Baqué Gómez

Agosto de 2021

Máster en Dirección y Planificación de Turismo (Curso 2020-21)

Facultad de Turismo – Universidad de Girona

## SINOPSIS

El objetivo principal de este estudio ha sido profundizar sobre el fenómeno de los nómadas digitales y sus estilos de vida, incidiendo en sus hábitos de trabajo, patrones de viaje y su imagen percibida acerca de la ciudad de Barcelona. La idea es que el estudio sirva de apoyo a la consolidación del destino Barcelona como un *hub* para nómadas digitales ante la creciente tendencia del teletrabajo. Tras realizar una revisión de la literatura, se ha procedido a realizar 14 entrevistas semiestructuradas en profundidad. A continuación se ha procedido a la discusión de los resultados y se han formulado unas conclusiones. Los hallazgos principales del estudio concluyen en que se trata de una tipología de turismo lento –*slow tourism*– y experiencial, protagonizada por un colectivo que trabaja remotamente y comparte inquietudes por la emprendeduría y la innovación y la sostenibilidad. Los nómadas digitales destacan por ser grandes embajadores de los destinos, al estar muy conectados con los entornos digitales, y también por tener un poder adquisitivo alto con respecto a los sueldos presentes en la ciudad de Barcelona. Por todos estos motivos merecen una especial atención por parte de las Organizaciones de Gestión de Destino.

Palabras clave: nómadas digitales, teletrabajo, trabajo en remoto, estilos de vida, viajes, destinos nómadas, workation, Barcelona, OGD, turismo lento.

## AGRADECIMIENTOS

En primer lugar quiero agradecer a los entrevistados que forman parte de la comunidad de nómadas digitales de Barcelona por su tiempo y predisposición a participar en este estudio, el cual no habría sido posible sin su colaboración. En segundo lugar, agradecer a la tutora y profesora de la Universidad de Girona, Anna Baqué, por todo su apoyo y disponibilidad durante el transcurso de todo el trabajo. También quiero mencionar a la Dra. Konstantina Zerva, por haber sido una importante fuente de inspiración y al Dr. Daniel Blasco, por toda la orientación y su acompañamiento a lo largo de este viaje. Por último también quiero dar las gracias a la estudiante y compañera Tamara García, quien ha sido un soporte incondicional durante todo el Máster en Dirección y Planificación de Turismo.

## Índice

1.	Introducción .....	5
1.1.	Tema y relevancia del estudio.....	5
1.2.	Objetivos y preguntas de investigación .....	7
1.3.	Estructura del trabajo .....	7
2.	Metodología .....	9
2.1.	Método de investigación seleccionado.....	9
2.2.	Selección de la muestra y recopilación de datos .....	10
2.3.	Análisis de datos.....	11
2.4.	Limitaciones .....	11
3.	Revisión de la literatura .....	13
3.1.	Trabajo en remoto: conceptos, orígenes.....	13
3.2.	De “nómadas globales” a “nómadas digitales” y sus motivaciones .....	16
3.2.1.	El nómada global: inicios de los estilos de vida móviles y evolución dentro del contexto turístico global .....	16
3.2.2.	Nómada digital: orígenes del concepto, definiciones y teorías .....	19
3.2.3.	Motivaciones del nómada digital .....	28
3.3.	Percepciones o valor percibido como factor clave en la formación de la imagen sobre un destino turístico .....	31
4.	Presentación del caso.....	36
5.	Resultados .....	39
5.1.	Perfil general .....	39
5.2.	Trabajo en remoto .....	40
5.2.1.	Trabajo en remoto por cuenta propia – <i>freelancers</i> -.....	41
5.2.2.	Trabajo en remoto por cuenta ajena –empleados- .....	43
5.3.	Nómadas digitales .....	45

5.3.1.	Motivaciones del nómada digital .....	45
5.3.2.	Comunidad nómada digital .....	47
5.3.3.	Hábitos de viaje .....	51
5.4.	Percepciones e imagen de Barcelona como destino Nómada Digital .....	53
5.4.1.	Factores <i>pull</i> y relación con la ciudad.....	53
5.4.2.	Imagen percibida de la ciudad de Barcelona .....	54
5.4.2.1.	<i>Aspectos de la ciudad valorados positiva y negativamente</i> .....	54
5.4.2.2.	<i>Costo de vida y alojamiento en la ciudad</i> .....	57
5.4.2.3.	<i>Espacios de trabajo y de ocio</i> .....	59
5.4.2.4.	<i>Relación con los residentes locales de Barcelona</i> .....	60
5.4.2.5.	<i>Barcelona, destino para nómadas digitales</i> .....	61
6.	Discusión .....	64
6.1.	Perfil general .....	64
6.2.	Trabajo en remoto .....	65
6.3.	Nómadas digitales .....	66
6.4.	Percepciones e imagen de Barcelona como destino nómada digital .....	69
7.	Conclusiones.....	72
7.1.	Limitaciones y futuras áreas de investigación .....	74
8.	Anexos .....	75
9.	Bibliografía .....	77

## Índice de figuras

Figura 1. La <i>Winnebiko</i> .....	20
Figura 2. Nómadas digitales en la confluencia de cuatro conceptos.....	22
Figura 3. Diagrama.....	24
Figura 4. Digital Nomad Holism.....	29
Figura 5. Why Gran Canaria.....	31
Figura 6. Esquema general de formación de imagen de un destino.....	32
Figura 7. Puntuaciones de Barcelona.....	33
Figura 8. Visit BCN / Workation.....	37
Figura 9. Nomad Entrepreneur Journey.....	68

## Índice de tablas

Tabla 1. Cuadro resumen sobre características del nómada digital .....	27
------------------------------------------------------------------------	----

# 1. Introducción

## 1.1. Tema y relevancia del estudio

Si bien hace años que el fenómeno del teletrabajo se ha ido abriendo paso en nuestra sociedad gracias a los avances en el desarrollo de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), la actual crisis sanitaria causada por el virus SARS-CoV-2 (COVID-19) parece haber acelerado el proceso de su implementación. Las compañías no han tenido otra opción que adaptarse forzosamente a este nuevo modelo de organización de trabajo a distancia con el propósito de frenar los contagios en el transcurso de esta pandemia global.

Como indican Hermann y Paris (2020) durante el periodo de cuarentena surgió la llamada “nueva normalidad” la cual ha naturalizado los procesos de trabajo en remoto con la adopción de tecnologías para facilitar la colaboración virtual, la comunicación y en definitiva, el teletrabajo.

Esto ha abierto las puertas a una nueva realidad; trabajadores, empresas e instituciones y, en resumen, el conjunto de la sociedad, han experimentado el trabajo a distancia y ya conocen algunas de sus ventajas y desventajas. Aun así, todavía quedan muchos interrogantes por resolver acerca de sus efectos a largo plazo. En un contexto lleno de incertidumbres, con la vacunación masiva de la población, la progresiva recuperación de la actividad y la relajación de las numerosas restricciones prohibitivas para paliar los efectos del virus, este estudio nace a partir de la idea de que el trabajo en remoto ha llegado para quedarse ya que como afirma Bloom (2021) en un artículo publicado en la Vanguardia “el teletrabajo será una parte importante de nuestra economía post COVID-19”.

Así pues, partiendo de la premisa de que el teletrabajo proliferará en los próximos años a escala global tras su extendida aceptación e incorporación, parece razonable afirmar que la tendencia del nomadismo digital resurgirá con mayor fuerza. Tal y como indica Wikipedia (2021) el nomadismo digital es “un movimiento y un proceso socioeconómico y laboral del siglo XXI, aún en su fase inicial, que supone una fuerte liberación del profesional respecto a sus barreras geográficas, rutinas y horarios fijos.”

Y es que, tal y como apuntan Hermann y Paris (2020) la pandemia puede haber acelerado la normalización de este fenómeno del nómada digital. Vagena (2021) indica que se prevé un crecimiento enorme: según los expertos en 2035 el número de Nómadas digitales habrán sobrepasado el billón.

Cabe destacar que hablamos de “normalización” porque este concepto –sobre el cual ya entraremos en sus varias definiciones- no es nuevo ya que ha sido objeto de estudio desde hace tiempo y de interés por parte de la comunidad académica en turismo de los últimos años.

Woldoff y Litchfield (2021) en su libro *Digital Nomads: In Search of Freedom, Community, and Meaningful Work in the New Economy*, indican que los nómadas digitales merecen una atención sistemática porque representan la vanguardia de las condiciones impuestas a los trabajadores dentro de la nueva economía. Vagena (2021) posiciona al nómada digital como una nueva audiencia dentro del sector turístico que, con la finalidad de satisfacerla, el mercado debe tomar en cuenta consideraciones como sus características, percepciones y satisfacción. Así pues, esta es la principal finalidad de este estudio, el cual se centrará en el nómada digital que elige Barcelona como destino para llevar a cabo lo que ahora se denomina bajo el neologismo *workation*, un término coloquial que se define como un viaje pagado de trabajo que puede combinarse con vacaciones y que resulta de la unión de las palabras *work* –trabajo- + *vacation* –vacaciones- (Pecsek, 2018).

La capital condal, consolidada a nivel internacional como una de las metrópolis europeas más competitivas a nivel turístico, es también pionera en innovación y tecnología. Según el reporte *Understanding the Challenges and Opportunities of Smart Cities* liderado por *SmartCitiesWorld* y *Philips Lighting*, está posicionada como una de las tres ciudades más inteligentes junto con Londres y Singapur (Zigurat Global Institute of Technology, 2019). A orillas del mar Mediterráneo, cuenta con un clima muy favorable durante todo el año y posee una amplia oferta de actividades de ocio y cultura. El reporte *World Best Cities 2021* posiciona Barcelona en octavo lugar en su ranking de las cien mejores ciudades donde vivir, trabajar, invertir y visitar (Resonance, 2021). Todo esto favorece que sea un destino con mucho potencial para convertirse en un auténtico *hub* del nomadismo digital.

Este estudio se propone investigar cuáles son los estilos de vida y percepciones de los nómadas digitales que se encuentran en Barcelona con el propósito de dibujar un perfil general de este grupo. El objetivo principal es que sirva para identificar ciertos comportamientos, hábitos e intereses comunes que permitan sentar las bases sobre cómo abordar las necesidades de futuro de este segmento en especial, en la ciudad de Barcelona.

## **1.2. Objetivos y preguntas de investigación**

Este estudio presenta dos objetivos, uno principal que es definir un perfil de nómada digital que viaja a Barcelona para vivir y trabajar. Dada la suposición de que este colectivo va a seguir creciendo, surge la necesidad de conocerlo en mayor profundidad. Para ello se nos plantean dos preguntas de investigación:

- 1) ¿Qué estilo de vida tienen los nómadas digitales que vienen a Barcelona? Identificación de sus hábitos de trabajo en remoto, motivaciones personales y patrones de viaje.
- 2) ¿Qué percepciones e imagen tienen sobre Barcelona como ciudad para vivir y trabajar durante un tiempo?

Un objetivo secundario es que, tras extraer una serie de conclusiones, este estudio pueda servir de referencia para la Organización de Gestión de Destino – a partir de ahora OGD- de Turismo de Barcelona, ya que es un segmento con mucho potencial de futuro. Conocerlo en mayor profundidad permitirá el desarrollo de acciones más innovadoras a nivel de marketing para lograr un posicionamiento como ciudad líder para nómadas digitales.

## **1.3. Estructura del trabajo**

Tras haber presentado la temática de este estudio y su relevancia, junto con los objetivos y las preguntas de investigación en este primer capítulo introductorio, a continuación se procede a describir la metodología empleada para su desarrollo. Después sigue todo el marco teórico, partiendo de los orígenes del teletrabajo y el *boom* de los primeros viajes de mochila hasta llegar a la época presente y los conceptos clave existentes en la literatura sobre el fenómeno de los nómadas digitales. También hay un



breve capítulo que aborda el papel que juegan las percepciones en la formación de la imagen de un destino.

Tras la revisión de la literatura siguen los resultados, los cuales se estructuran en el mismo orden, reflejando, en primer lugar, la información más relevante acerca de las opiniones de los entrevistados y el tema del teletrabajo. En segundo lugar, las respuestas acerca del estilo de vida, motivaciones y hábitos de viaje de los nómadas digitales. En tercer y último lugar, se describen los resultados en cuanto a las percepciones de los entrevistados del destino Barcelona, en este caso, como ciudad para vivir y trabajar remotamente durante una temporada.

En el apartado de discusión se establecen los principales puntos de convergencia y divergencia de los resultados con la literatura consultada, seguida de las conclusiones, limitaciones y la sugerencia de futuras áreas de investigación. Por último, la bibliografía se presenta en estilo APA.

## **2. Metodología**

Este apartado resume cuál es el método de investigación llevado a cabo, los criterios de selección de la muestra, la recopilación de datos y posterior análisis de los mismos, junto con las limitaciones encontradas.

### **2.1. Método de investigación seleccionado**

Este estudio ha empleado un método cualitativo basado en la realización de entrevistas semiestructuradas en profundidad. Esta metodología ha permitido llegar a profundizar y conocer las complejidades y matices de las experiencias personales de los entrevistados que forman parte de la comunidad nómada digital de Barcelona. Para ello se han realizado un total de 14 entrevistas semiestructuradas siguiendo un esquema general de temas a tratar, pero dando lugar a la improvisación de preguntas en base a las necesidades o cuestiones surgidas en cada momento. Y es que como Taylor y Bogdan (2008) señalan “las entrevistas en profundidad siguen el modelo de una conversación entre iguales, y no de un intercambio formal de preguntas y respuestas” (p.1).

Las cuestiones planteadas han tenido una primera parte introductoria con preguntas de tipo más personal –edad, nacionalidad, trabajo, tiempo con este estilo de vida- y después se han centrado en torno a tres grandes temas. El primero relacionado con el trabajo en remoto, el segundo con el estilo de vida nómada digital –motivaciones, hábitos de viaje- y el tercero sobre las percepciones e imagen de la ciudad de Barcelona.

El número de entrevistas que han formado parte de este estudio se han determinado en base a los resultados obtenidos. El total de 14 participantes se ha considerado un número adecuado tras identificar varias respuestas repetitivas en la información recopilada en las últimas entrevistas. En este caso, se ha alcanzado el llamado “punto de saturación” el cual ha determinado el tamaño de la muestra, ya que, como señala Navarrete (2000) “a partir de una cantidad determinada los nuevos casos tienden a repetir –saturar- el contenido del conocimiento anterior” (p.171).

Cabe destacar que dada la novedad de la temática abordada, este estudio pretende ser prospectivo, ya que al estar en una fase más inicial, brinda una visión más parcial acerca de la relación entre los nómadas digitales y la ciudad de Barcelona, con el fin de sentar las bases para futuras investigaciones.

## 2.2. Selección de la muestra y recopilación de datos

Para realizar las 14 entrevistas a los nómadas digitales que conforman la muestra de este estudio, se han establecido tres criterios para su selección. El primero ha sido la búsqueda de un número equitativo de hombres y mujeres. Dentro de la misma, se ha incluido a 2 parejas de nómadas digitales. El segundo requisito ha sido que, tras confirmar su auto identificación como nómadas digitales, éstos tuviesen una estancia inferior a 6 meses en Barcelona. Y es que este estudio ha querido establecer una clara delimitación para separar el concepto nómada digital de cualquier migración de tipo residencial y de larga estancia –en este caso lo que conocemos bajo la denominación *expat*, concepto que trataremos en la revisión de la literatura-. El tercero y último requisito es que los entrevistados fueran parte de la comunidad internacional.

Dentro del cumplimiento de estos tres criterios, la selección de los participantes que conforman la muestra se ha hecho por método de conveniencia, es decir, lo que según Navarrete (2000) sería “de forma arbitraria” y “de acuerdo a su fácil disponibilidad” (p.169).

Así pues, esta selección se ha llevado a cabo a través de tres redes sociales distintas: Facebook, Meetup y WhatsApp. Para el grupo de Facebook *Barcelona Digital Nomads* se ha establecido contacto por mensaje privado con los potenciales entrevistados tras haber observado su actividad en el grupo al haber publicado alguna consulta relacionada con su futura estancia en la ciudad como consejos sobre alojamiento o espacios coworking –oficinas de trabajo cooperativo-. Por otra parte, también se ha asistido presencialmente a tres de los encuentros semanales que se organizan cada miércoles para el Meetup *BCN Digital Nomads*, en los cuales participan una media de 25 personas –algunas repetidoras y otras de paso-, entre las que también hay residentes internacionales y locales. Este hecho ha permitido establecer una conexión más directa con la comunidad, facilitando la tarea de ver qué personas podían ser potenciales entrevistados tras constatar que cumplían con los 3 criterios establecidos. Por último, a través de la red social Meetup se ha tenido acceso a un grupo de WhatsApp. Este grupo de comunicación instantánea es, además de un grupo para organizar eventos espontáneos, un lugar de apoyo donde se comparten consejos sobre alojamiento, trabajo y otros temas relevantes a la vida en Barcelona. Tras realizar la unión al grupo,

conformado por unos 150 participantes, se contactó por privado con algunos de los miembros más activos para comprobar su potencial encaje en el estudio y disponibilidad.

Las entrevistas han sido realizadas en distintos puntos de la ciudad de Barcelona, siendo la mayoría cafeterías, bares, terrazas de hotel, y en dos casos excepcionales un espacio de hotel habilitado como coworking -*Motel One*- y la playa de la Barceloneta. Los puntos de encuentro han sido pactados con anterioridad con los entrevistados, a los cuales se les ha propuesto encontrar un lugar de su agrado para pasar un rato distendido en el transcurso de duración de la entrevista.

### **2.3. Análisis de datos**

Todas las entrevistas han sido realizadas en inglés y grabadas con el consentimiento de los participantes. Tras haber transcrito manualmente cada entrevista, estas se han volcado en el software libre EdEt y se ha procedido a la categorización de palabras, para pasar a su posterior interpretación. El método usado ha sido el análisis temático, el cual ha permitido identificar distintos temas dentro de las tres grandes temáticas abordadas, en este caso, el trabajo en remoto, estilos de vida y patrones de viaje y percepciones de la ciudad de Barcelona. Por ejemplo, dentro del tema “trabajo en remoto”, y tras realizar la categorización por subtemas, se han identificado diferencias entre los trabajadores “por cuenta propia” y “por cuenta ajena”, las cuales se han tenido en cuenta al reconocer patrones de conducta distintos a la hora de abordar conceptos como la “planificación de la jornada laboral”, “rutina horaria” o “productividad y autodisciplina”.

### **2.4. Limitaciones**

Las limitaciones se han presentado en el momento de la recopilación de datos. Y es que en un inicio se ha contemplado el hecho de escribir un mensaje público en alguna de estas redes sociales para reclutar entrevistados. Tras detectar ciertas hostilidades por parte de los administradores de estos grupos hacia personas que mostraban algún tipo de interés comercial o con fines de investigación a la comunidad, se ha tomado la determinación de contactar con cada participante individualmente y en privado.

Por otra parte, cabe destacar que no todos los miembros dentro de los grupos de Meetup y Whatsapp entran dentro de los requisitos para participar en la muestra del

estudio ya que al ser de acceso público también hay residentes locales, personas interesadas en este estilo de vida –no necesariamente trabajadores en remoto-, *expats* y otros nómadas que, a pesar de haber abandonado la ciudad, siguen estando en el grupo para mantener un contacto de futuro. También vale la pena mencionar que ha habido personas que, tras proponerles la participación en el estudio, han preferido no compartir su experiencia alegando falta de tiempo y expresando cierta incomodidad.

Por otra parte, otra idea inicial era reclutar algún entrevistado a través de los coworking aprovechando la membresía de uno de los entrevistados. Sin embargo, por motivos relacionados con las medidas de protección de COVID-19 no se ha podido acceder al recinto.

### 3. Revisión de la literatura

#### 3.1. Trabajo en remoto: conceptos, orígenes

No se puede hablar del concepto nomadismo digital sin hacer antes referencia al trabajo en remoto. Como indica Shippside (2002) conceptos como trabajo flexible, trabajo remoto, oficinas virtuales, trabajo a distancia, trabajo desde casa, entorno de trabajo virtual o teletrabajo son términos que describen conductas en las cuales el trabajo se mueve hacia el trabajador y no viceversa. El autor del libro *The Evolution of Flexible and Virtual Working* sitúa los orígenes del término teletrabajo -*telecommute* y *telework* en inglés- al año 1973, el cuál fue acuñado por Jack Nilles, un antiguo científico de la NASA (Shippside, 2002). La alternativa del teletrabajo surgió en el contexto de la crisis del petróleo que se produjo en Estados Unidos en ese mismo año y en su estudio publicado *Telecommunications-Transportation Tradeoff* Nilles (1976) defendía que “si uno de cada siete trabajadores no tuviera que desplazarse a su sitio de trabajo, Estados Unidos no tendría la necesidad de importar petróleo” (Citado por Joric, 2020, §4). Como indica Shippside (2002) el concepto del trabajo en remoto precede a la proliferación de los ordenadores en los hogares; sin embargo sostiene que fue la introducción temprana de ordenadores en los años 70, la aparición del PC de IBM en 1981 y en concreto, el advenimiento de los portátiles a mitades de los 80, lo que popularizó el uso del ordenador en el mundo empresarial. Según Joric (2020) “una década más tarde, con la expansión de Internet y los ordenadores personales, el teletrabajo empezó a considerarse como una alternativa viable al trabajo presencial” (§4).

Así pues, el concepto de teletrabajo precedió a la revolución de Internet y como explica Shippside (2002) el crecimiento en Estados Unidos de 3,4 millones de teletrabajadores en 1990 a 9,1 millones en 1994 está estrechamente relacionado con la incorporación de Internet en la sociedad. Para el trabajo en remoto, Internet es un eficiente medio de conexión entre los empleados y las empresas, con presencia no tan sólo en la mayor parte de ciudades del mundo, sino que también en un número elevado de hogares.

Creando un paralelismo entre el panorama histórico del nacimiento del trabajo en remoto y la situación actual, Joric (2020) afirma que “el teletrabajo nació de otra crisis” (§4). Ozimek (2021) indica que actualmente, con la mitad del mercado laboral trabajando en remoto durante la pandemia de la COVID-19, se hace evidente que la

transición hacia el teletrabajo se va a acelerar a nivel global; prueba de ello son los anuncios de los cambios en las políticas de trabajo remoto que los grandes gigantes tecnológicos están realizando.

En abril de 2021 Twitter anunciaba que daría la opción de teletrabajar de forma permanente a sus trabajadores así como también Spotify, quien se posicionaba de manera flexible dejando elegir a sus empleados entre la presencialidad o el trabajo en remoto. En cambio, otros como Google o Amazon parecían más reticentes a este modelo de organización a distancia y Facebook expresó que decidirían “sobre la marcha” (Clayton, 2021). Como comenta Clayton en su artículo para la BBC, parece que la tendencia en las empresas tecnológicas de Silicon Valley va hacia el trabajo “flexible” o “híbrido”.

Y es que según Díaz, Martín y Carolina (2020) “el teletrabajo se ha definido como una de las modalidades de las formas de trabajo flexible” (p.2). Evans, Kunda y Barley (2004) definen la flexibilidad laboral como el ceder el control a los empleados sobre las propias circunstancias de su trabajo, permitiendo variarlas ante la necesidad de abordar necesidades e incertidumbres de tipo personal o familiar. Shiptside (2002) afirma que el trabajo en remoto y particularmente, desde casa, es especialmente beneficioso por esta idea de flexibilidad y autonomía sin supervisión; el individuo goza de este componente de libertad, el cual está estrechamente ligado con la búsqueda de equilibrio entre la vida profesional y la familiar. Angelici y Profeta (2020) indican que el trabajo flexible es la capacidad de trabajar desde casa bajo las mismas condiciones salariales y control del empleador.

En cuanto al concepto de trabajo “híbrido”, el cual se está popularizando en el contexto actual, Halford (2005) apunta que es aquel que combina trabajar en casa y en un entorno organizacional; por tanto, los individuos que practican este tipo de trabajo llevan a cabo relaciones virtualmente y en estrecha proximidad a la vez.

Shiptside (2002) indica que todavía queda mucho por explorar en cuanto a los beneficios del teletrabajo para las empresas, las economías nacionales y el medio ambiente; apunta que los estudios de productividad sugieren que los empleados en remoto

pueden ser un 25% más productivos, reduciendo el absentismo laboral, disminuyendo los costes fijos inmobiliarios y contribuyendo a una mayor retención del talento.

Ferreira, Pereira, Bianchi & da Silva (2021) comentan que el trabajo en remoto también tiene implicaciones a nivel de gestión; algunas de ellas pueden ser la dificultad para controlar problemas tecnológicos los cuales pueden acarrear vacíos de comunicación, dificultades para la identificación y resolución de conflictos y, en consecuencia, la afectación de la cohesión interna de los equipos. Angelici y Profeta (2020) también describen que el trabajo en remoto puede implicar una reducción en el compromiso de los trabajadores, los cuales pueden afrontar ciertas dificultades para delimitar las tareas domésticas de las puramente laborales lo que aumentaría el número de horas extraordinarias, afectando negativamente los niveles de productividad y acrecentando los niveles de estrés, lo que puede llegar a perjudicar seriamente el equilibrio entre la vida personal y la profesional.

Choudhury, Foroughi, y Larson (2021) hacen una clara distinción entre el trabajo en remoto desde casa -*Work From Home* en inglés (*WFH*)- y el trabajo en remoto desde cualquier lugar -*Work From Anywhere* (*WFA*)- e indican que ambas metodologías se entienden como un incentivo no pecuniario, es decir, no relacionado a un beneficio material o económico pero que incluyen el factor “flexibilidad”. Sin embargo, sostienen que WFA tiene un grado mayor de beneficio ya que el trabajador que realiza el WFH tiene que estar físicamente más próximo y a veces presente -esto formaría parte del formato “híbrido” anteriormente descrito-. El que trabaja desde cualquier lugar WFA, además de elegir el área geográfica donde quiere vivir y alcanzar una “satisfacción residencial”, puede trabajar desde casa o desde un coworking. Los resultados de este estudio concluyeron que hubo un aumento de la productividad del 4.4% entre aquellos trabajadores que habían tenido la opción de trabajar desde cualquier lugar (*WFA*) por encima de los que trabajaban desde casa (*WFH*). Vagena (2021) coincide en que el trabajo a larga distancia está considerado para muchos como un privilegio, sobre todo si puede combinarse con un viaje que incluye “negocio y placer”. Por otra parte, señala que varios estudios realizados concluyen en que 1 de cada 3 empleados preferirían el trabajo a distancia aunque eso supusiera cambiar su trabajo, lo que muestra esta tendencia a la alza del trabajo en remoto.



Así pues, son varios los autores que apuestan por este incremento del teletrabajo ya que trae consigo numerosos beneficios como son el concepto de flexibilidad, autonomía y mayor equilibrio entre vida personal y profesional, lo que parece incrementar los porcentajes de productividad. En el caso del trabajo en remoto de larga distancia factores como el viajar a la vez que trabajar o alcanzar la satisfacción residencial son percibidos cada vez más como “privilegios”, lo que entrevé la progresión hacia estos nuevos modelos organizativos y la proliferación del nomadismo digital.

### **3.2. De “nómadas globales” a “nómadas digitales” y sus motivaciones**

#### **3.2.1. El nómada global: inicios de los estilos de vida móviles y evolución dentro del contexto turístico global**

Según Engebriksen (2017) no existe una definición precisa del concepto nómada, pero generalmente ha sido utilizado para referirse a personas que dependen de la movilidad para subsistir y cambian de residencia de acorde con sus movimientos.

Richards y Wilson (2004) en su libro *The global nomad: Backpacker travel in theory and practice* indican que el turismo es una parte integral del nuevo orden mundial de movilidad de una sociedad moderna cada vez más inquieta y móvil, situando al *backpacker* –mochilero en inglés- como uno de los símbolos centrales de este fenómeno del nomadismo global. Richards (2015) explica los orígenes de la movilidad juvenil como resultado de las mejoras en la calidad de vida, la distensión de estructuras sociales más rígidas como la familia y el auge del transporte aéreo de los años 70. Concretamente, fue entre finales de los años 1960 y a lo largo de 1970 cuando se produjo una explosión del turismo juvenil y de los primeros *hostels*. Así pues, según Cohen (1979) los jóvenes empezaron a buscarse a sí mismos y, en consecuencia, a encontrar significados en otras culturas gracias a la práctica extensa de los viajes de mochila, dando lugar a un perfil de “turista existencial” (Citado por Richards, 2015). Esto según Urry (2000) se trataba de un movimiento de tipo global creciente que daría lugar a una visión de lo que entendía como “movilidades sociales” (Citado por Richards, 2015) donde, según Richards (2015) la metáfora “nómada” tomaría gran relevancia dentro del fenómeno sociológico del turismo juvenil y describiría estilos de viaje muy diversos dentro de un mundo globalizado. El aumento de este turismo juvenil entre los años 1980 y 1990 gracias a la

evolución de las tecnologías, las cuales facilitaron la movilidad física y el crecimiento de la información y comunicación y, en consecuencia, la amplificación de las relaciones sociales, hizo que la industria *backpacker* se consolidase. Por consiguiente se produjo un aumento significativo del número de albergues, hostales, compañías de transporte, bares y restaurantes, afianzando el “nomadismo” como una parte importante del mercado turístico, y a su vez, como una filosofía de vida. Dentro de esta cabrían diversas tipologías de viajero joven mochilero como el turista, el voluntario, el estudiante de intercambio o de idiomas, entre otros.

Cohen, Duncan y Thulemark (2015) hablan de “estilos de vida móviles” –*lifestyle mobilities*- como una conjunción de “turismo, ocio y migraciones” en los que el mochilero contemporáneo que se encuentra en un “año sabático” o de “experiencia en el extranjero” tiene otra identidad y es a su vez un empleado, estudiante, visitante, trabajador temporal, turista o residente semipermanente entre otros.

Richards (2015) afirma que aunque pueda parecer que la etiqueta “nómada” esté relacionada únicamente con la movilidad, esta trasciende mucho más, y sugiere que hay distintas formas y prácticas de movilidad joven. Para ello, identifica tres tipologías distintas de nómada. El primer grupo vendría representado por el “nómada tribal” el cual se concentra en enclaves concretos –como por ejemplo en Ibiza- para compartir el estilo de vida y cultura de la tribu, rechazando sus países de origen y participando de una cultura individualista, donde el ocio, el trabajo y la espiritualidad adquieren una dimensión holística. El segundo grupo serían los “*flashpackers*” los cuales según Paris (2012) son una conjunción de la cultura *backpacker* y la del nómada digital –con la cual están estrechamente relacionados (Richards, 2015)- ya que utilizan las tecnologías móviles permitiéndoles un estilo de vida independiente de trabajar desde cualquier lugar. Este grupo tiene los medios para moverse con soltura alrededor del mundo usando lo que Paris (2012) denomina como la “estructura nómada institucional” formada por una gran variedad de sistemas de transporte, tarjetas de crédito, alojamientos, agentes de viaje, reservas y webs de información. El tercer grupo es el que Richards (2015) identifica como el “nómada global”, el cual representa a individuos que se aventuran a realizar viajes largos durante tres o más años, por distintos países, y el

cual tiene una cierta aversión hacia la sociedad sedentaria, la cual consideran que tiende a imponer limitaciones de movimiento con por ejemplo, los visados para viajar.

Así pues, dentro de estas categorías o sub-grupos “nómadas” vemos que el factor común es la movilidad como “estilo de vida” descrito por Cohen *et al.* (2015), entendido como patrones de comportamiento tangible cotidiano o modos de vida distintivos, los cuales abarcan una serie de valores y actitudes. Para muchos la movilidad física es algo común y cotidiano y la elección de este estilo de vida se extiende a un modo de vivir el cual aporta significado o un cierto sentido de identidad personal.

Larsen, Urry y Axhausen (2007) apuntan que viajar, las visitas y la hospitalidad han llegado a tomar tal relevancia que se han convertido en el epicentro de las vidas de muchas personas, las cuales han adoptado este “estilo de vida móvil” en la búsqueda de trabajo, educación, amor, paz, un hogar o conexiones con otras personas a distancia, por las cuales tienen que viajar para visitarlas y recibir su hospitalidad.

Aun así Cohen *et al.* (2015) va más allá para marcar diferencias entre lo que denomina como “estilo de vida móvil” y la “movilidad temporal”. Se habla de estilo de vida cuando se trata de un proceso continuo y fluido, con una asiduidad diaria a lo largo del tiempo y que tiene un impacto en la identidad individual, anteriormente mencionada. Si bien es cierto que la “movilidad temporal” es cada vez más frecuente en la vida cotidiana, a pequeñas ráfagas breves, ésta se caracteriza por no ser permanente y tener una duración variable. Por lo contrario, el “estilo de vida móvil” definido por Cohen *et al.* se caracteriza por no depender del regreso a “un” hogar si no que a lo largo del tiempo pueden haber múltiples hogares a los que volver. Aun así, el “estilo de vida móvil” no contempla quedarse fijo a un lugar en concreto de vuelta, por mucho que haya existido la necesidad de volver al domicilio o “casa natal” por motivos laborales o sociales.

Este “estilo de vida móvil” o transeúnte definido por Cohen *et al.* es el propio del nómada digital que nos ocupa, sobre el cual entraremos en sus varias definiciones y teorías en el siguiente sub-aparatado.

### 3.2.2. Nómada digital: orígenes del concepto, definiciones y teorías

A pesar de que el concepto “nómada digital” podría considerarse aparentemente novedoso, los diversos autores que han estudiado este tema (Müller 2016; Thompson 2018; Olga 2019; Bozzi 2020; Cook 2020; Hermann y Paris 2020; Mancinelli 2020;) coinciden en situar sus orígenes en el libro *Digital Nomad* escrito en 1997 por Makimoto y Manners. En su manifiesto hablaban de un mundo globalizado en el que los nuevos modelos de organización laboral y empresarial, junto con el dominio de las nuevas tecnologías, transformarían nuestras vidas, eliminando las distinciones entre trabajo, ocio, hogar y viajes (Hermann y Paris 2020). Predijeron la capacidad de comunicación por video link entre dos puntos del planeta donde sería posible ver a otras personas, documentos y fotografías de cualquier lugar, en cualquier circunstancia (Müller, 2016). Esto daría una libertad de movimiento de la que todo el mundo sería libre de viajar alrededor del mundo y mantenerse conectado al trabajo. (Mancinelli, 2020).

Sin embargo, aunque no es frecuente encontrarlo en la literatura sobre nomadismo digital, trece años antes del libro de Makimoto y Manners, hay referencias del primer “tecnómada” o nómada digital en el año 1983. Rodino-Colocino en su artículo *Technomadic Work: From Promotional Vision to WashTech's Opposition* (2008) explica como el periodista independiente Steve Roberts inventó la “Winniebiko” (ver Figura 1), una bicicleta reclinada cargada con artilugios y computadora portátil con la que recorrió los Estados Unidos durante dos años –de 1983 a 1985 (Nomadic Research Labs, 2021)-. Roberts contaba sus aventuras y se declaraba como una persona desarraigada pero conectada con su “hogar electrónico” en Internet, simbolizando la idea de libertad y de rotura de los convencionalismos sociales, desafiando así el trabajo desde la oficina e incluso, desde casa.



Figura 1. La Winnebiko original (1984) con 3.000 millas recorridas en una aventura de 17.000 millas en total. (Fotografía de Katie Peden cerca de Clarwater, Florida). Adaptado de Winnebiko (Nomadic Research Labs, 2021)

¿Pero qué entendemos a día de hoy bajo el concepto “nómada digital”? Según Cook (2020) se trata de jóvenes profesionales que rechazan la rigidez de las estructuras tradicionales de trabajo de oficina como -de 9 a 5- y valoran más su propia autonomía, flexibilidad y tienen la habilidad de viajar y trabajar donde quieren. Vagena (2021) apunta que los nómadas digitales se conocen también como “nómadas globales”; se trata de personas capaces de trabajar de forma independiente desde sus ordenadores, sin ninguna localización específica, lo que quiere decir que pueden hacerlo desde casa o cualquier otro lugar siempre y cuando tengan una buena conexión de Wi-Fi y es por esto que, según Mancinelli (2020), hacen uso de esta libertad para explorar el mundo. Reichenberger (2018) añade que estos jóvenes profesionales que desarrollan un trabajo basado en las TIC, usan el factor remoto como una ventaja para realizar viajes largos, frecuentes e incluso constantes, a la vez que obtienen sus ganancias. Thompson (2018) indica que dentro de este hábito de viajes recurrentes -a nivel doméstico e internacional a la vez- los nómadas digitales tienden a elegir el destino en base a las ofertas de ocio y sus expectativas a nivel de estilo de vida, no de trabajo. Esto coincide con la idea de Müller (2016) que defiende que el destino elegido, la movilidad y la variedad de ofertas

de ocio se antepongan a consideraciones de tipo laboral. Por este motivo, según Thompson (2018), habitualmente eligen lugares cómodos, cálidos y con paisajes escénicos a la vez que asequibles a nivel económico y acogedores para los occidentales. Acerca del tipo de trabajos que los nómadas digitales realizan, apunta que la mayoría están relacionados con el marketing digital, diseño de web, ingeniería software, programación web o enseñanza de idiomas por video llamada. Algunos trabajan por cuenta ajena a través de un empleador y otros están establecidos como trabajadores autónomos, aunque también hay emprendedores e inversores.

Y es que como Thompson (2019) indica, los nómadas digitales tienden a premiar el capitalismo junto con el emprendimiento y la maximización de los recursos financieros y negocios. Este factor, junto con el dominio de la tecnología hace que desde una perspectiva de género, el nomadismo digital esté muy masculinizado. Según un estudio realizado por MBO Partners (2019) se constataba que los hombres representaban la mayoría con un 70% mientras que las mujeres el 30%. El mismo informe realizado en 2020 ya incrementa el número de mujeres a un 41% (MBO Partners, 2021). Por otro lado, Thompson (2019) indica que la alta frecuencia de viajes hace que sea imposible mantener relaciones sentimentales y que, por este motivo, muchos sean usuarios de aplicaciones para citas durante sus viajes.

Según Zumbusch y Lalicicy (2020) los nómadas digitales, a los que se refieren bajo el concepto “neo-tribu” –personas de orígenes distintos que se agrupan por tener rituales, intereses y estilos de vida similares- también sufren de un cierto aislamiento y por ello tienden a agruparse en comunidad. También señalan que los coliving -modelo residencial y de trabajo cooperativo en comunidad-, actualmente en auge, contribuyen al bienestar del nómada digital. Esta necesidad de pertenencia a un colectivo, junto con la selección de destinos con costos de vida muy por debajo de sus posibilidades en los que satisfacer sus placeres hedonísticos, otorgándoles un cierto estatus de “privilegio”, hacen que, según Thompson (2019), el nómada digital tienda a distanciarse de los residentes y de las comunidades locales.

Nash, Jarrahi, Sutherland y Phillips (2018) definen al nómada digital como una conjunción o híbrido de cuatro conceptos: trabajo nómada -*Nomadic work*-, trabajo “gig”, es decir microtrabajos por proyectos -*Gig work*-, trabajo digital -*Digital work*- y viaje de aventura global -*Global adventure travel*- (ver Figura 2).

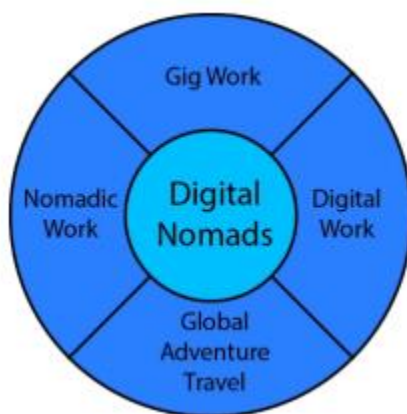


Figura 2. Nómadas digitales en la confluencia de cuatro conceptos. Adaptado de "Digital nomads beyond the buzzword: defining digital nomadic work and use of digital technologies" Nash, C., Jarrahi, M.H., Sutherland, W. y Philips, G (2018). (p.8).

Con tal de mantener su estilo de vida de viajes constantes, los nómadas digitales tienden a desarrollar trabajos que tienen como objetivo producir bienes digitales mediante el uso de herramientas digitales; esta es la esencia del “trabajo digital”. Otra característica común dentro del nomadismo digital es la dependencia en el llamado “*gig work*” o “trabajo por proyectos”, de corta duración y con una estructura contractual según demanda, es decir, por obra y servicio. Esto hace que muchos trabajen sin una estructura de trabajo por horarios ni tengan una nómina fija mensual. El hecho de no recibir el apoyo de una empresa ni recibir ciertos beneficios contractuales como por ejemplo un seguro médico, conducen a aquellos nómadas digitales dependientes del trabajo por proyectos a tener ciertas dificultades y precariedad (Nash *et al.*, 2018).

El aspecto más notable dentro del estilo de vida del nómada digital es su constante movimiento, y no únicamente de un destino a otro, sino también de un espacio de trabajo a otro. Esto es lo que Nash *et al.* (2018) denomina como “trabajo nómada” y destacan que no sólo comporta el cambio de ubicaciones, sino también la movilización de recursos; el uso de tecnologías portables facilitan el trabajo nómada por los distintos espacios y señalan que lo más relevante para éstos es encontrar un lugar de trabajo

cómodo donde realizar su trabajo, priorizando aspectos como espacio, tiempo, privacidad, silencio y otras personas.

Para los nómadas digitales las líneas que separan el trabajo de la vida personal están muy difuminadas dada su elección personal de trabajar y viajar al mismo tiempo ya que mantienen una pasión continua por visitar nuevos lugares. El “viaje de aventura global” que desarrolla el nómada digital viene marcado por la elección de lugares exóticos alrededor del mundo e incluso áreas tropicales donde pueden practicar hobbies como el surf, el senderismo, el esquí o practicar excursionismo de mochila. Nash *et al.* (2018) en su investigación encontraron casos de estilos de viaje estacionales, muy típicos del nomadismo tradicional, como por ejemplo, pasar los inviernos en zonas tropicales y los veranos en el Norte de Europa, así evitando el invierno.

Dave Cook realizó un experimento con la comunidad nómada digital de Chiang Mai (Thailandia) durante la investigación de su estudio publicado en 2020: *The freedom trap: digital nomads and the use of disciplining practices to manage work/leisure boundaries*.

En el mismo, realizaron un diagrama simple (ver Figura 3) donde se mostraban dos escalas de calificación: movilidad alta / baja (*High mobility/ Low mobility*) y centrado en el trabajo / no centrado en el trabajo (*Work focus/Non-work focus*). Esta representación gráfica fue mostrada a los participantes entre los cuales había nómadas digitales - autodenominados así por sí mismos-, expatriados y poblaciones locales. Según Cook estos tenían que situarse dentro del diagrama con el fin de trazar categorías, estereotipos o grupos.



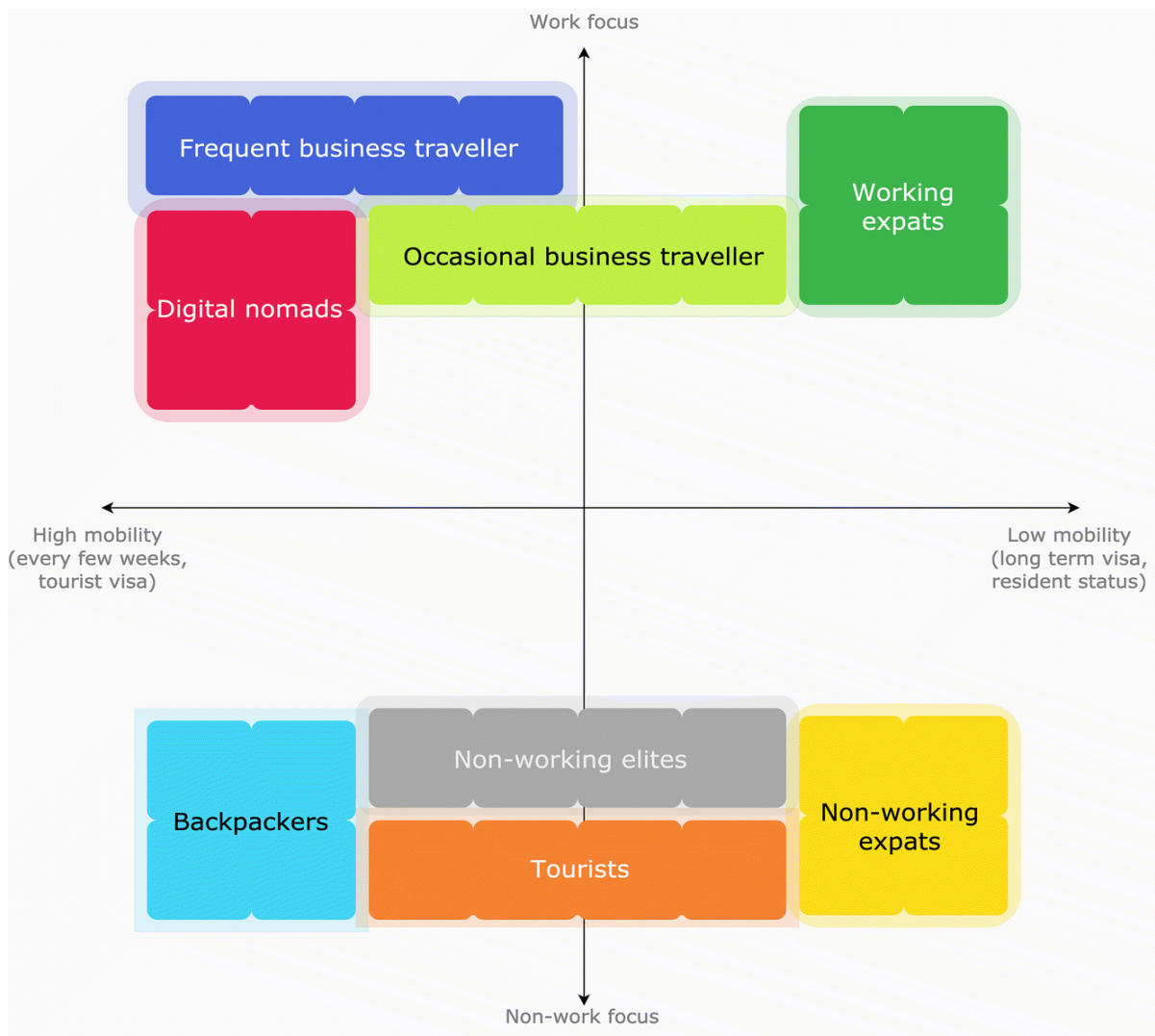


Figura 3. Diagrama. Adaptado de "The freedom trap: digital nomads and the use of disciplining practices to manage work/leisure boundaries Cook, D. y Simonovsk, T. (2020) (p.357)

Uno de los hallazgos más relevantes fue que los nómadas digitales rechazaron la etiqueta de "turista". Esto coincide con la postura Thompson (2019) quien indica que el nómada digital se distancia del turista alegando que sus viajes no están fuera de su rutina habitual, ya que ellos están comprometidos con un estilo de vida móvil.

Siguiendo con el experimento de Cook, los expatriados -comúnmente "expats", sobre los cuales entraremos en definiciones en los siguientes párrafos- se diferenciaron de los nómadas digitales indicando que los consideraban como "transeúntes" a pesar de compartir espacios de trabajo y hábitos. En cuanto a los residentes locales, en este caso, tailandeses, no conocían la denominación nómada digital y usaban el término *farang* que en lengua tailandesa significa "occidental" o "extranjero". Por último, los nómadas digitales se situaron en la franja de "movilidad alta" y "centrado en el trabajo".

Esta última conclusión de la investigación confirma la teoría de Reichenberger (2018) la cual afirma que los nómadas digitales parecen luchar por un enfoque más holístico de la vida donde trabajo y ocio no son considerados dicotómicos –a nivel de espacio y tiempo-, sino que más bien contribuyen a la autorrealización, desarrollo personal y plenitud individuales.

El diagrama de Cook sitúa la diferencia entre lo que es un *expat*-visado de larga estancia, estatus de residente- de lo que es un nómada digital -visado de turista, viajes frecuentes- en base al nivel de movilidad.

Y en este caso, es importante hacer una clara delimitación entre los conceptos *expat* y nómada digital, ya que la línea entre ambos conceptos es bastante fina y puede prestarse a confusiones al tener estilos de vida muy similares, como es el caso del experimento de Cook en los que los coworking de Chiang Mai era frecuente encontrar miembros de los dos grupos.

Actualmente hay pocos estudios que aborden las diferencias entre nómadas digitales y *expats*. Para ello es interesante revisar algunas de las descripciones dadas a este novedoso concepto dentro del campo de las movilidades para después situar los puntos de divergencia con respecto al nómada digital. Bell (2014) introduce el término expatriado o *expat* como un tipo de migración o turismo residencial en el cual los nuevos asentados no son considerados como inmigrantes sino como extranjeros de larga estancia, nuevos residentes, turistas de larga estancia o turistas residenciales. Zummo (2018) indica que cabe hacer una distinción entre los sellos “inmigrante” y “*expat*”. Mientras el *expat* es alguien que vive temporalmente en el extranjero por motivos más neutrales –reubicación laboral, jubilación- el inmigrante se ha trasladado permanentemente, muchas veces por la necesidad de escapar de algún conflicto presente en su país de residencia –de tipo económico, bélico o social entre otros-. Además, Zummo señala que los *expat* son considerados una tipología de turista de calidad porque tienen una posición privilegiada al poder visitar el país de acogida como residentes locales, por este motivo, considera que este grupo tiene prácticas sociales modernas, globales, elitistas y sin límites. Esta última definición es un punto en común con el nómada digital.

Otro punto a tener en cuenta para esta distinción entre nómada digital y *expat* es la duración de la estancia, ya que, dentro del marco de la legalidad española, una persona con una estancia superior a seis meses, ya pasa a ser un residente. Según la Agencia Tributaria (2021) se considera residente cualquier persona física “que permanezca más de 183 días, durante el año natural, en territorio español”. A sí pues, es importante remarcar que este estudio pretende centrarse en el nómada digital que realmente apuesta por una movilidad elevada, situando una franja de seis meses como el máximo tiempo de permanencia.

La tabla incluida en la siguiente página pretende hacer un resumen de los principales conceptos e ideas abordados hasta el momento, los cuales definen las características principales de lo que son los nómadas digitales en base a la literatura turística consultada.

Tras la misma, se inicia el siguiente sub-apartado, el cual pretende adentrarse en los principales factores motivacionales que tienen los nómadas digitales para querer emprender este estilo de vida móvil, a su vez marcado por la presencia de la tecnología como medio para poder trabajar mientras viaja.

## CARACTERÍSTICAS DEL NÓMADA DIGITAL

<b>General</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Enfoque holístico de vida donde confluyen trabajo y ocio (Reichenberegger, 2018)</li><li>• Con una “movilidad alta” y “centrado en el trabajo” (Cook, 2020)</li><li>• Acentuada cultura capitalista –maximización de recursos- y tecnológica, con predominancia masculina (Thompson, 2019)</li><li>• Tendencia a estilos de vida en comunidad “neo-tribu” (Zumbusch y Lalicity, 2020) y estatus de “privilegio” en el destino de acogida (Thompson, 2019)</li></ul>
<b>Trabajo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Basado en las tecnologías TIC (trabajo digital) como por ejemplo: marketing digital, diseño de web, ingeniería software, programación web o enseñanza de idiomas.</li><li>• Trabajo por cuenta propia (<i>freelance</i>) o bien por cuenta ajena (con tendencia a microtrabajos –<i>gig works</i>- o por proyectos). También hay emprendedores e inversores.</li><li>• Flexible – sin estructuras horarias rígidas “de 9 a 5”</li><li>• Trabajo móvil –independiente de acudir a una oficina y cambiante, de un lugar a otro (multiplicidad de co-workings, cafés y co-livings)</li></ul>
<b>Movilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Estilo de vida móvil – proceso continuo y fluido</li><li>• Viajes recurrentes a nivel nacional e internacional</li><li>• Multiplicidad de hogares a los que regresar</li><li>• Por norma general, permanencia inferior a 183 días en un destino (a diferencia de un <i>expat</i>)</li><li>• Relacionados con el concepto <i>flashpacker</i>: tecnología como herramienta para facilitar el trabajo en remoto y poder realizar viajes constantes</li><li>• Selección del destino en base a las ofertas de ocio y en algunas ocasiones, en función de la estacionalidad (lugares cálidos)</li><li>• “Estructura nómada institucional”: variedad sistemas de transporte, tarjetas de crédito, alojamientos, agentes de viaje, reservas y webs de información</li></ul>

Tabla 1. Cuadro resumen sobre características del nómada digital. Elaboración propia.

### 3.2.3. Motivaciones del nómada digital

No podemos iniciar este sub-apartado sin antes hacer una breve introducción de lo que son los factores *push* y *pull*, muy comunes en los discursos sobre motivaciones en la literatura turística.

Baloglu y Uysal (1996) comentan que esta teoría describe el hecho por el cual las personas viajan movidas por fuerzas *–push* (empuje) y *pull* (atracción)- que se relacionan con los factores motivacionales. Por una parte los individuos son empujados *–push-* por motivaciones internas, deseos intangibles e intrínsecos lo que los conduce a tomar la decisión de querer viajar *–necesidad de escapar, descansar, relax, practicar deporte, aventura, prestigio o interacción social-*. Una vez tomada la decisión, éstos son atraídos *–pull-* por el destino en base al atractivo que el viajero percibe de éste. Esto podría incluir recursos tangibles *– por ejemplo playas, zonas históricas o recreativas-* así como también la percepción y expectativas que esto genera en el individuo *–novedad, beneficio o la imagen comercializada del destino-*.

En este apartado nos centraremos en los factores *push* que “empujan” a los individuos a estar motivados para tener un estilo de vida nómada, basándonos en la literatura académica. Por otra parte también veremos cómo los factores *pull* pueden ser potenciados por parte de los destinos a través de sus estrategias de marketing y promoción turística y nos servirán de enlace con el siguiente apartado sobre percepciones y la formación de la imagen de un destino.

Cook (2020) comenta que el factor *push* del nómada digital es el deseo de escapar de las estructuras rígidas y coercitivas de los entornos laborales contemporáneos, y en concreto, de las obligaciones de 9 de la mañana a 5 de la tarde, el control excesivo por parte de los superiores, la presencialidad y el hecho de tener que desplazarse diariamente.

Reichenberger, I. (2018) indica que una de las motivaciones principales de los nómadas digitales es su necesidad de escapar de estructuras tradicionales como las del trabajo presencial, pero además, sitúa la palabra libertad *–freedom* en inglés- como la razón principal para llevar a cabo un estilo de vida nómada a través del teletrabajo. Así pues

Reichenberger centra la palabra libertad como el eje central de los tres aspectos más relevantes para el nómada digital. Según su investigación: la libertad profesional –*professional freedom*–, la libertad espacial –*spatial freedom*– y la libertad personal –*personal freedom*– (ver Figura 4).

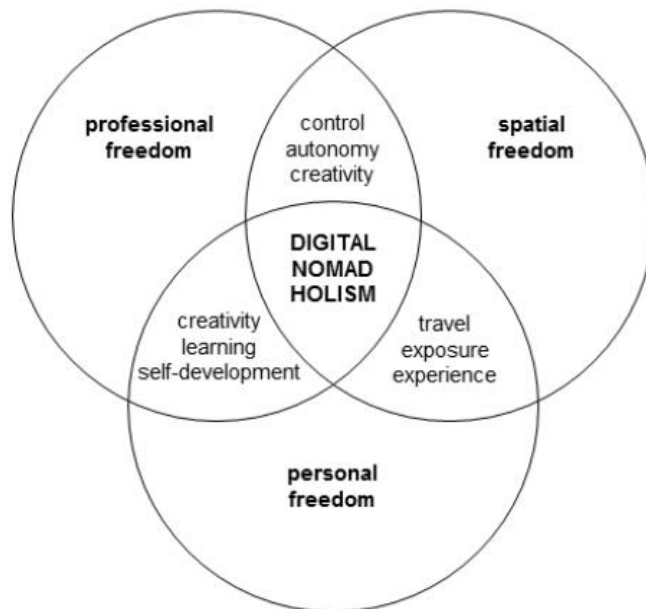


Figura 4. Digital Nomad Holism. Adaptado de “Digital nomads – a quest for holistic freedom in work and leisure” Reichenberger, I. (2018). (p.28)

Acercas de la “libertad profesional”, Reichenberger habla de la motivación de autogestionarse a la hora de seleccionar y estructurar sus tareas laborales, impulsada por el deseo de crear una vida más flexible y personalizada, lejos de las estructuras expuestas a nivel externo como horarios, dependencia geográfica, tiempo libre limitado, etc. El nómada digital prefiere centrarse en proyectos que le gratifiquen a nivel personal, sobre los cuales pueda ejercer un control total y le permita establecer un sentimiento de conexión y propósito. La “libertad espacial” se fundamenta en la motivación de vivir y trabajar en varios lugares, lo que según Reichenberger está conectado con la libertad de aprender y experimentar al exponerse a diversas culturas, valores, formas de vida, normas, idiomas, etc. Por último, la libertad profesional y espacial, resultan en una mayor “libertad personal”, entendida como positiva para la creatividad, productividad y el desarrollo personal. Si todas las motivaciones o “libertades” se ven satisfechas, el nómada digital alcanza el estado holístico que están buscando.

Zumbusch y Lalicic (2020) también hablan de las palabras libertad, flexibilidad y capacidad de decisión propia al referirse a las motivaciones para convertirse en un nómada digital.

Hall, Sigala, Rentschler y Boyle (2019) anotan una serie de observaciones acerca de las motivaciones de los nómadas digitales. Apuntan que la motivación principal para convertirse en un nómada digital es la libertad de trabajar en proyectos divertidos e interesantes, donde, cuando y como quieran –*push*-. A nivel de factores *pull* según Hall *et al.*, habitualmente estarán atraídos por ubicaciones en las que ya tengan algún tipo de conexión –amigos o familia- aunque también elegirán el lugar en base a la oferta de ocio y las oportunidades de negocio. Otra motivación importante para la selección del lugar es que en esta exista una comunidad extensa de nómadas digitales con la que puedan establecer vínculos y acceder a recursos como los coworking. El hecho de que el costo de vida en un determinado destino sea más bajo también es algo significativo para el nómada digital, ya que así logra alargar los recursos existentes.

Los factores *pull* son de gran relevancia para las OGDs como el caso que nos ocupa, Turismo de Barcelona. Y es que como indica Vagena (2021) los impactos de la crisis de la COVID-19 en la movilidad a nivel mundial, ha hecho que muchos destinos hayan decidido atraer nómadas digitales para potenciar el turismo. Vagena explica en su artículo *Digital Nomads and Tourism Industry* como en julio de 2020 Barbados decidió donar visas para atraer trabajadores en remoto y como seguidamente otros países siguieron su ejemplo como Estonia, Georgia, Croacia o Anguilla en el Caribe.

Las islas españolas de Tenerife y Gran Canaria también se han sumado a la estrategia y han desarrollado campañas para atraer nómadas digitales durante el periodo de la crisis sanitaria. La segunda ha llegado a crear una web con contenido especializado con información relevante sobre cómo vivir y trabajar en la isla llamada *Nomad City*. El destino se posiciona como un lugar atractivo para vivir y teletrabajar por su calidad de vida, la conectividad a internet, la variedad de actividades marítimas y playas, el clima, la vida de ciudad y la oferta de restauración, el buen sistema sanitario, la presencia de una comunidad establecida de trabajadores en remoto y la presencia de conexiones aéreas internacionales directas (ver Figura 5).



Figura 5. Why Gran Canaria. Adaptado de la página web Nomad City, 2021. <https://www.nomadcity.org/>

Estos rasgos característicos del destino son un ejemplo de como una OGD puede promocionarlos para potenciar su imagen –en este caso la isla de Gran Canaria-, con el fin de estimular los factores motivacionales *pull* de los nómadas digitales para que la elijan sobre cualquier otro lugar.

### 3.3. Percepciones o valor percibido como factor clave en la formación de la imagen sobre un destino turístico

Una de las preguntas de investigación de este estudio tiene como objetivo descubrir cuáles son las percepciones que los nómadas digitales tienen sobre Barcelona como ciudad para vivir y trabajar durante un periodo de tiempo. Así pues, este apartado pretende desmarcarse de la literatura sobre nomadismo digital y construir una base teórica sobre qué son las percepciones y actitudes del individuo y cuál es su relevancia en la formación de la imagen sobre un destino basado en la literatura turística.

En la línea de lo visto en el apartado anterior, Fernández, Duarte y Mogollón (2011) indican que “la imagen es clave para atraer a los turistas, es un elemento crítico en la elección del proceso de destino.” Beerli y Martin (2004) definen la imagen como el concepto que resulta de la interpretación racional y emocional de dos componentes interrelacionados: primero, las evaluaciones cognitivas sobre un objeto basadas en el sistema de creencias y conocimiento de un individuo (percepciones), y segundo las



valoraciones relacionadas con los sentimientos de un individuo hacia el objeto (componentes afectivos). Baloglu y McCleary (1999) indican que los individuos desarrollan respuestas cognitivas y afectivas y vínculos con lugares y ambientes determinados.

Así pues, según Beerli y Martin (2004) la combinación de estos dos factores (percepciones/evaluaciones cognitivas y los componentes emocionales/afectivos) construyen la imagen relativa a la evaluación positiva o negativa del producto o marca –o destino, en nuestro caso–.

Baloglu y McCleary (1999) proponen un modelo teórico general de factores de formación de imágenes (ver Figura 6) que diferencia entre factores de estímulo (fuentes de información, experiencia previa, y distribución) y factores personales (psicológicos y sociales).

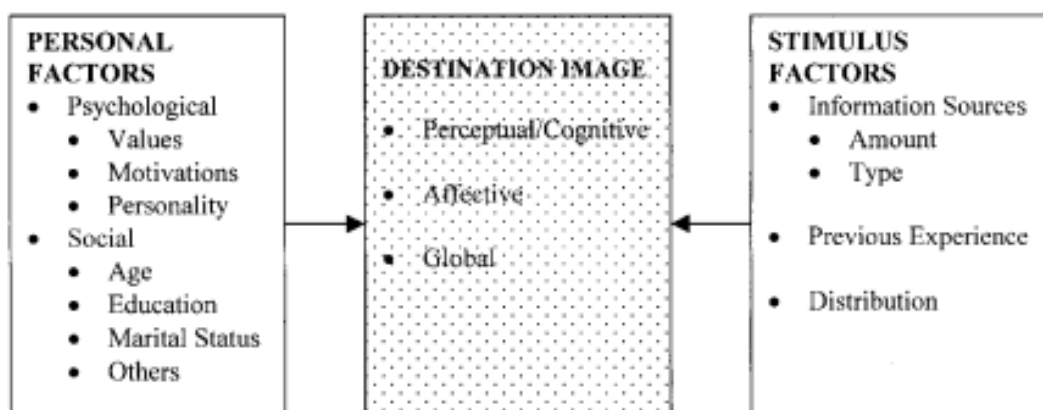


Figura 6. Esquema general de formación de imagen de un destino. Adaptado de "A model of destination image formation." Baloglu y McCleary (1999). (p.870)

Según Beerli y Martin (2004) los factores de estímulo –o fuentes de información– representan todas aquellas fuentes de información a las cuales los individuos están expuestos, incluyendo el origen de estas informaciones como resultado de haber visitado el lugar. Por lo tanto, son todas aquellas fuerzas que influyen en el proceso de formación de las percepciones y evaluaciones. Por otra parte, los factores personales o internos también afectan a la formación de la imagen ya que las creencias acerca de los atributos de un destino se forman una vez los individuos se exponen a los estímulos externos; esta serie de creencias variarán en función de los factores internos de los individuos. Por eso, la percepción de la imagen se formará a través de la imagen que

proyector el destino y, a su vez, de las necesidades, motivaciones, conocimiento previo y otras características personales del individuo. La siguiente imagen (ver Figura 7) muestra una serie de atributos de Barcelona como ciudad para trabajar y vivir en remoto según la clasificación de *NomadList*, una web especializada en realizar un ranking sobre los mejores lugares para nómadas digitales.

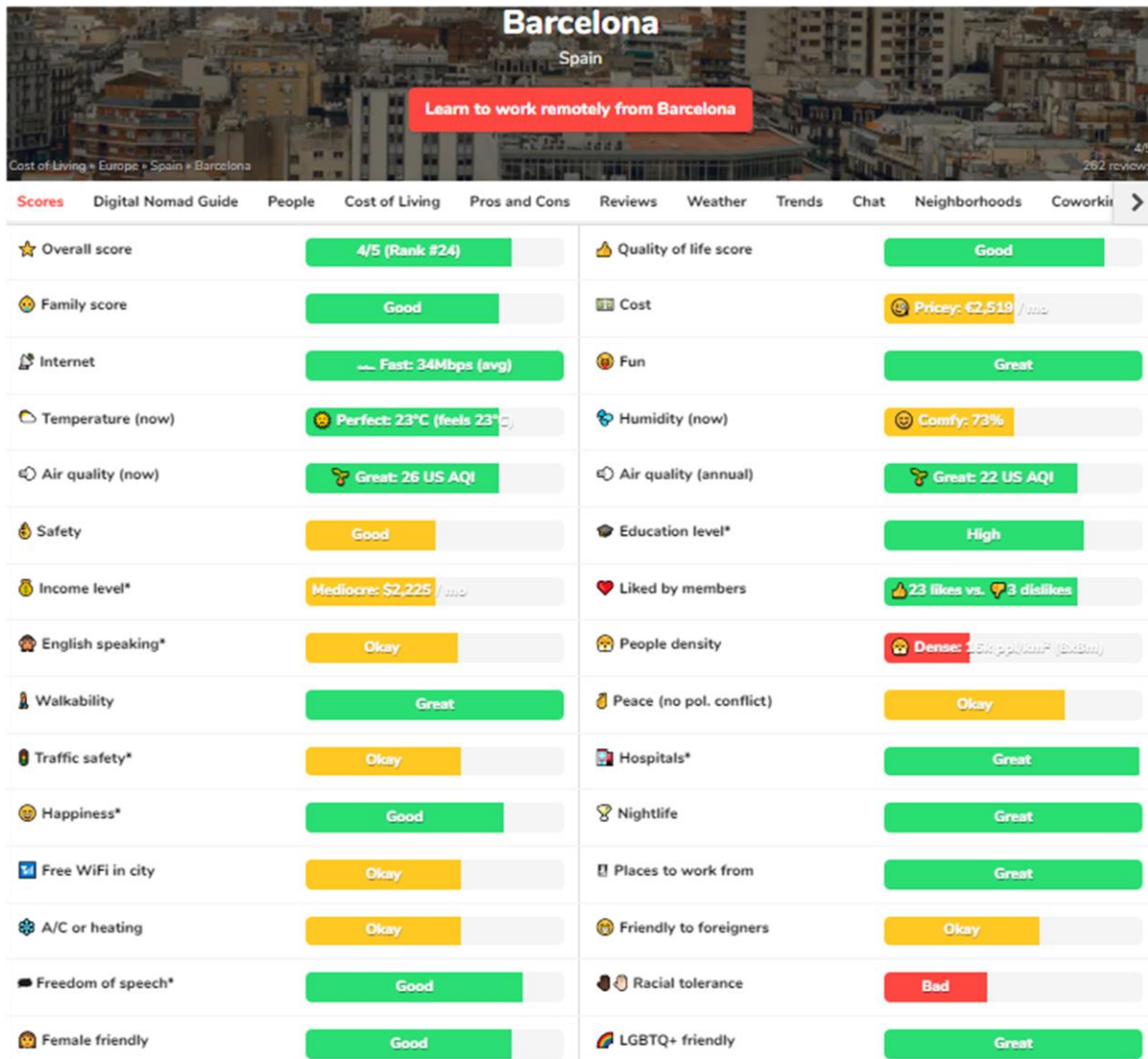


Figura 7. Puntuaciones de Barcelona. Adaptado de la página web Nomad List, 2021. <https://nomadlist.com/barcelona>

Esta clasificación, la cual puntúa la calidad de cada uno de los atributos más valorados por los nómadas digitales en una ciudad, sería un claro ejemplo de fuente de información (factor de estímulo) que contribuye a conformar la imagen del destino, en este caso de Barcelona, como ciudad para vivir y trabajar durante una temporada.

Yang, Liu, Jing, y Li (2014) hablan del valor percibido –*Customer perceived value*- como un factor de alta importancia en el sector turístico que hace que un destino pueda considerarse más atractivo; es por este motivo que las OGDs tienen que saber apreciarlo y gestionarlo adecuadamente. El valor percibido es según Zeithaml (1988) la evaluación general acerca de la utilidad de un producto en base a las percepciones de qué es lo que es recibido y qué es ofrecido (Citado por Yang *et al.*, 2014). Yang *et al.* también hablan de las dos dimensiones dentro del valor percibido. La primera es más cognitiva (funcional) relacionada con la evaluación racional y económica de valor hecha por los turistas como por ejemplo la relación calidad-precio. La segunda está relacionada con la dimensión afectiva (emocional) la cual captura las emociones o sentimientos que el turismo genera en el individuo, como por ejemplo el valor emocional o experimental. También destacan que el valor percibido está relacionado con la satisfacción y la lealtad. De Alba, Prats y Coromina (2017) también hablan de esta relación indicando que los altos niveles de satisfacción traen consigo altos niveles de lealtad, la cual se refleja en la intención del turista “de volver a visitar el destino, repetitividad, y su intención de recomendar”.

Yang *et al.*, (2014) sitúan el valor percibido como una conjunción de cuatro valores: valor de calidad, valor emocional, valor por precio y valor experiencial. El “valor por calidad” es aquel que deriva de la calidad percibida y el desempeño esperado del producto; esta es una evaluación subjetiva, abstracta y global que forma parte de las consideraciones personales del consumidor. La calidad de servicio influye directamente a la satisfacción la cual conduce a la lealtad. El “valor emocional” se define como la capacidad de generar sentimientos o estados afectivos en un turista, habitualmente medido en base a la tipología de emociones asociadas con el destino. El “valor por precio” o valor económico es aquel que deriva de la percepción de los costes reducidos ligados al producto a corto y largo plazo. Yang *et al.* añaden que habitualmente se considera que los turistas perciben el precio de forma subjetiva y que a su vez, el valor económico es una variable

importante que puede influir sus elecciones. Por último, el “valor experiencial” es la utilidad adquirida por el individuo como el resultado de la habilidad que tiene el destino o la actividad consumida para despertar curiosidad, producir novedad o satisfacer un deseo.

Una vez hecha esta revisión sobre cuáles son los principales factores que contribuyen a la formación de la imagen de un destino, damos por concluida la revisión de la literatura para dar paso al siguiente capítulo sobre la presentación del caso del caso de la ciudad de Barcelona, como destino para vivir y trabajar un tiempo.

## 4. Presentación del caso

La ciudad de Barcelona cuenta con una larga experiencia como destino turístico y es que en 2019, año previo a la crisis sanitaria por el virus SARS-CoV-2 (COVID-19), llegó a acoger hasta 12 millones de visitantes. Durante el escenario de la pandemia, con las cuarentenas obligatorias, el cierre de fronteras a nivel internacional y la suspensión de una gran parte de las conexiones aéreas, la ciudad tuvo que replantearse nuevos modos para recuperar una parte del turismo.

Para conocer más detalles acerca de la campaña *Workation* impulsada por el consorcio de Turismo de Barcelona –formado por el Ayuntamiento de Barcelona y la Cámara de Comercio- entrevistamos a Eva Camins, Técnica de Márketing Operativo B2C.

Camins explica que fue a partir de octubre de 2020 cuando se empezó a pensar en un nuevo segmento.

*Fue a raíz de la ola de contagios que se inició en otoño que empezamos a trabajar en un nuevo segmento que entrase dentro de las nuevas tendencias turísticas. Los visitantes son cada vez más afines a experimentar la ciudad no tanto como turistas sino como residentes locales. Así pues, la idea era ofrecer la oportunidad de trabajar y vivir en la ciudad como un local. Vimos que dentro del escenario de pandemia esta tendencia se había incrementado e iba mucho más allá de los nómadas profesionales, ya que también entrarían los trabajadores temporales en remoto.*

Así fue como empezaron a trabajar en el proyecto que denominarían como *Workation* y que resultaría en la campaña de comunicación “*Move your desk, change your life*” impulsada para atraer este nuevo perfil de visitante a la ciudad de Barcelona, así como también en la creación de un nuevo producto.

*Para empezar lanzamos una encuesta entre nuestra base de datos interna compuesta por clientes finales de perfil internacional, de los cuales surgió una muestra aleatoria por 271 respondientes. Los resultados nos mostraron que el 68% trabajaban en remoto debido a las circunstancias de la COVID-19 frente a un 24% de teletrabajadores permanentes. Otro dato clave fue que el 84% de los encuestados estaban dispuestos a realizar un cambio de residencia temporal y disfrutar trabajando en remoto.*

Tal y como explica Camins, dentro de la campaña el destino se posicionó de dos maneras, ofreciendo una experiencia más rural o de costa, - *slow life* - o bien urbana - *city life*-.

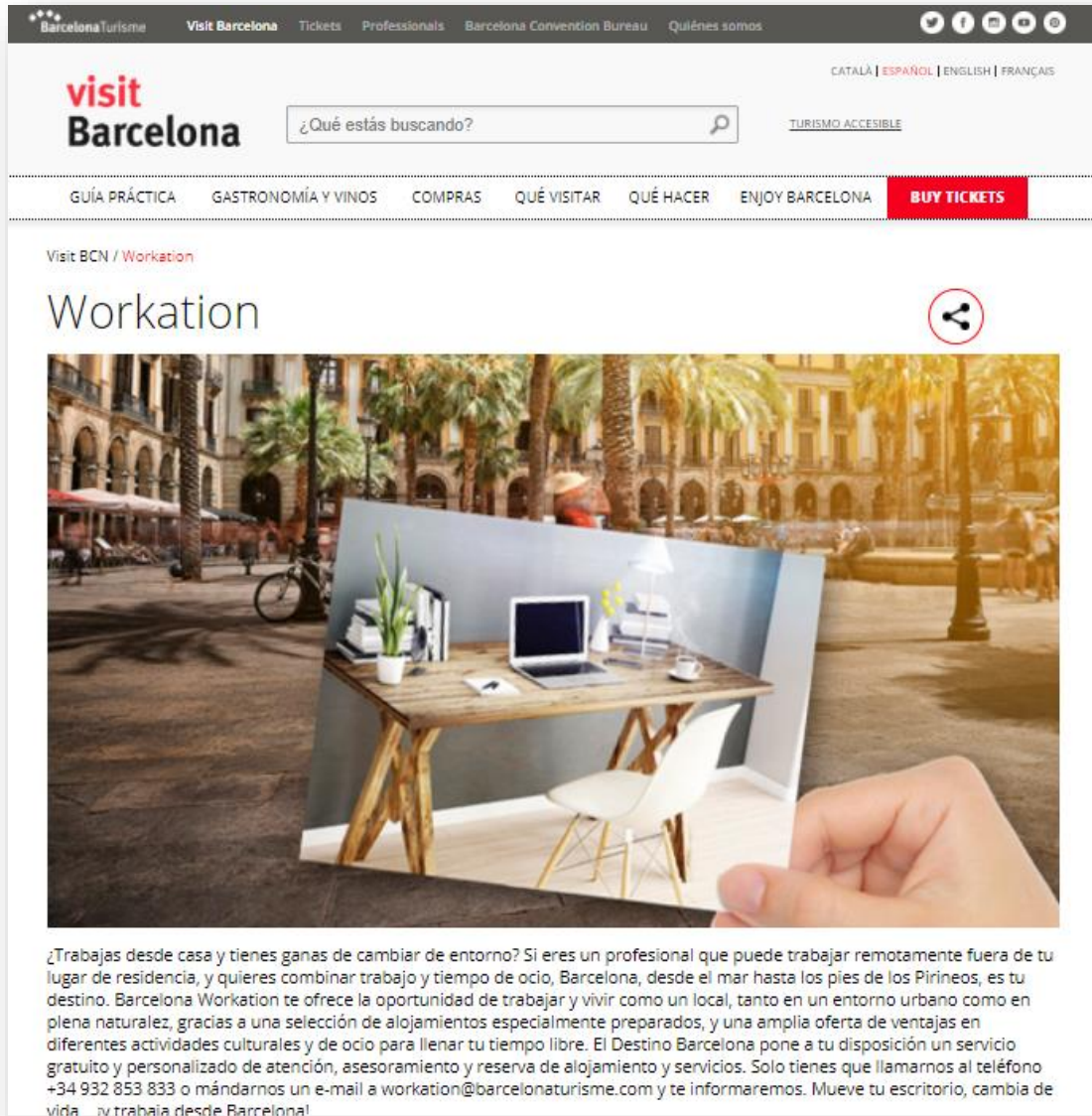


Figura 8. Visit BCN / Workation. Adaptado de la página web *Barcelona Turisme*, 2021 <https://www.barcelonaturisme.com/wv3/es/page/3165/workation.html>

Por otra parte, la nueva línea de producto creada por parte de Turismo de Barcelona ha supuesto la habilitación de un *call center* y correo electrónico de soporte para ayudar a resolver dudas como el alojamiento y otros aspectos relacionados con la planificación de la estancia (ver Figura 8).

Además en la web hay una serie de descuentos en los principales museos y atracciones turísticas de la ciudad, movilidad, centros privados de salud, gimnasios o clubs deportivos válidos durante los seis primeros meses en la ciudad.

Así pues, el principal objetivo de Turismo de Barcelona con la campaña *Workation* es crear un nuevo segmento de mercado a trabajar a lo largo del tiempo y con el fin de posicionar la ciudad como un destino atractivo para nómadas digitales y trabajadores en remoto, ante la previsión de que será una tendencia a la alza. Como destaca Camins, la idea es hacer una pequeña inversión anual y trabajar una segmentación más precisa, de acorde con las tendencias de mercado y centrándose en el público objetivo *Millennial*, el cual es muy representativo dentro de la corriente nómada digital.

Además, uno de los retos más importantes que se plantean y que es de sumo interés para el Consorcio—y su Observatorio de Turismo- es el hecho de hallar fórmulas de cuantificar esta comunidad dentro del gran flujo de visitantes anuales que recibe la ciudad. El artículo de Blanca Gispert publicado en Mayo de 2021 para la Vanguardia, señala que Barcelona cuenta con una comunidad de 1.200 nómadas digitales en base a los números de la página web *NomadList* (La Vanguardia, 2021). Aun así estos datos son meramente orientativos y carecen de mayor precisión.

Tras hacer esta breve introducción del caso de estudio que nos ocupa, es decir, el posicionamiento de la ciudad de Barcelona para atraer al perfil nómada digital, el siguiente apartado tiene como objetivo presentar los resultados del análisis realizado.

## 5. Resultados

En este apartado se resumen los principales resultados obtenidos a través de las 14 entrevistas realizadas a los nómadas digitales que han participado en el estudio. Éstos se estructurarán en cuatro partes diferenciadas: perfil general, trabajo en remoto, nómadas digitales –motivaciones, sentido de comunidad y hábitos de viaje- y percepciones sobre la ciudad de Barcelona.

### 5.1. Perfil general

En cuanto a los entrevistados, en términos de género, tenemos el mismo balance o número de hombres y mujeres, criterio principal establecido para la selección de las personas que conformarían la muestra. Dentro de este perfil han resultado 12 nacionalidades totalmente distintas entre sí –teniendo en cuenta que las dos parejas entrevistadas pertenecen al mismo país-. Los países que forman parte de la muestra –y que han resultado de manera aleatoria- son Alemania, Brasil, Eslovaquia, Estados Unidos, Francia, Italia, Lituania, Países Bajos, Polonia, Rusia, Suecia y Uruguay.

Dentro de los rangos de edades, la edad media está entre los 30 y los 35 años, siendo la persona más joven de 23 años y la más mayor de 47 años.

De los nómadas digitales que viajan en solitario 9 son solteros y 1 con estado civil casado. De las 2 parejas entrevistadas, una está casada y la otra comprometida. En ambos casos se conocieron en sus países de origen y decidieron emprender este estilo de vida conjuntamente.

En cuanto al tiempo como nómadas digitales, la mayor parte de los entrevistados han iniciado este estilo de vida en el último año, coincidiendo así con el periodo de la crisis sanitaria de la COVID-19. Sólo en 4 de los 14 casos estudiados este estilo de vida se inició con anterioridad, situando la media de tiempo entre los cuatro y los siete años. Dentro de este grupo también se encuentra una pareja procedente de Uruguay, la cual emprendió su etapa como nómada digital un mes antes a la proclamación de la COVID-19 como pandemia mundial por parte de la Organización Mundial de la Salud en Marzo de 2020.



De los 14 entrevistados, 6 tienen un trabajo por cuenta ajena y trabajan para una empresa mientras que 7 son autónomos y 1 es emprendedor de su propio negocio. Las profesiones son muy variadas. Dentro del sector más tecnológico destacan profesiones como desarrollador de aplicaciones, analista de datos, consultor en inteligencia artificial e ingeniería de automóviles propulsados por energía hidráulica. Dentro del sector ventas y marketing entrarían profesiones como especialista en relaciones públicas e influencers, creador de contenidos y escritura creativa copywriting, especialista en posicionamiento web, email marketing, *e-commerce* y responsable de desarrollo comercial o ventas. Otras profesiones a destacar serían la arquitectura, trabajos administrativos correspondientes al funcionariado estatal, responsable de proyectos cinematográficos y becario en desarrollo sostenible en Naciones Unidas. Otra tipología de trabajos que algunos nómadas desarrollan de manera secundaria a su trabajo principal serían las clases de idiomas online así como también especialistas profesionales en bolsa que se dedican a la compra-venta de activos en forma de criptomonedas.

## **5.2. Trabajo en remoto**

Acercas del trabajo en remoto, los entrevistados han sido preguntados acerca de su organización diaria o rutinas de trabajo, así como también sobre sus niveles de productividad y autodisciplina. En este caso se ha considerado oportuno agrupar las respuestas en función de si los entrevistados trabajaban por cuenta propia –*freelancers*- o ajena -empleados por una empresa-.

A estos últimos también se les ha preguntado acerca de las previsiones que tiene la empresa de mantener el trabajo en remoto tras la superación de la pandemia, ya que para todos los entrevistados, la crisis de la COVID-19 ha supuesto una oportunidad. Para los que ya tenían este estilo de vida con anterioridad, ha sido una manera de poder escapar de las medidas más restrictivas pudiendo cambiar de país con el fin de evitar largas cuarentenas. Para otros ha significado teletrabajar por primera vez en su vida en las empresas por las cuales ya estaban contratados, viendo normalizado el trabajo en remoto. En otros dos casos muy específicos, la crisis les ha empujado a abandonar sus empresas y hacer el primer salto hacia el trabajo autónomo.

### 5.2.1. Trabajo en remoto por cuenta propia –freelancers–

En la mayoría de casos la rutina de trabajo para un *freelancer* viene marcada por la no necesidad de tener que seguir un horario marcado estricto de 9 a 5 con amplia libertad para decidir los horarios de inicio y fin y las pausas intermedias.

*Digital Nomad 1: I don't have to work every day nor a 9 to 5 job every day... My typical day is waking up without a clock, I don't need it! And it is at half past seven or eight and I have a long and peaceful breakfast. After that I start with my computer and I decide how long I will work, maybe I go out for lunch, coffee or I meet someone... And I stop working usually in the evening around six or seven o'clock. But I am totally free with this, I decide when to finish. Usually I don't make the decision based on the time but on the progress of the project. If I have finished with one point and I leave the "next chapter" for tomorrow.*

A pesar de esa libertad de decisión de horarios, la gran mayoría coincide en la necesidad de establecer ciertas rutinas sobre todo en los casos en los cuales se trabaja en jornada completa de cuarenta horas semanales o más. También indican que es necesario establecer horarios similares a los socialmente aceptados ya que, de lo contrario, pueden aparecer dificultades a la hora de compaginar trabajo y vida personal como el hecho de no coincidir con otras personas del entorno social a la hora de organizar planes.

Por otra parte, el país desde donde se trabaja así como también el tipo de trabajo desarrollado, pueden afectar la rutina de trabajo establecida.

Uno de los entrevistados con más de siete años de experiencia como nómada digital y emprendedor, indica que sus horarios de trabajo pueden verse modificados en función del clima o el estilo de vida presente en el lugar que esté visitando así como también del tipo de viaje que se esté realizando. Por ejemplo, en un entorno rural las conexiones de WIFI pueden alterar el ritmo de trabajo. También si hay pequeños viajes planificados dentro del mismo destino, como en el caso de México o Brasil, donde se estila ir recorriendo varias aldeas y cambiar frecuentemente de base.

La tipología de trabajos también puede llegar a condicionar la rutina de trabajo. Dentro de las comunidades de nómadas digitales es frecuente encontrar expertos en la

compraventa de criptoactivos. En este caso, adaptan los horarios en función de los movimientos bursátiles sin llegar a desconectar del teléfono durante todo el día.

*Digital nomad 7: I set the alarm at 8 o'clock and then I look at the prices. If I see that there is nothing good happening I go back to bed and I sleep until 12. Otherwise, I stay awake and I go to sleep very late. I am always by the computer! I also like to hang out or make plans but I do not follow any schedules.*

Dentro del grupo de los nómadas digitales que trabajan por cuenta propia también se encuentran casos en los cuales están sujetos a las exigencias de un único empleador, los cuales tienen una menor flexibilidad. Es el caso de una de las parejas entrevistadas de origen uruguayo quienes, a pesar de tener un contrato como *freelance* con las empresas de su país de origen, tienen cargos de alta responsabilidad y adaptan su rutina laboral al huso horario estipulado.

*Digital nomad 5&6: In our case that we are 5 hours ahead from Uruguay...We always try to start working at 11am to make it easier to coincide in terms of working schedules with our co-workers who work from there. For example yesterday, we started 11am and finished 9.30pm. In our case our jobs are very demanding because we have a lot of responsibility. We have to be flexible with our companies because we were not offered the jobs when being already in Europe!*

Con respecto a conceptos como productividad y autodisciplina, los trabajadores autónomos coinciden en no tener grandes problemas para mantener una motivación constante, remarcando que lo contraproducente para ellos sería trabajar en una oficina y para un único empleador. Así pues, el hecho de trabajar para uno mismo y saber que la retribución va de acorde con la cantidad de horas o trabajo desarrollado es un factor de suma relevancia para este grupo. Es por este motivo que los entrevistados dentro de este perfil coinciden en señalar que la motivación es inherente a uno mismo y que es importante saber asumir responsabilidades a la vez que estar a gusto con el tipo de profesión escogida.

### 5.2.2. Trabajo en remoto por cuenta ajena –empleados-

Los trabajadores en remoto por cuenta ajena sí tienen un horario de trabajo estipulado por la empresa, aun así, en todos los casos se describe un alto nivel de flexibilidad por parte del empleador y en la mayoría de los casos se percibe como un beneficio que ayuda a mantener una mayor organización a lo largo del día y la semana.

*Digital nomad 2: About the routine I have some stable working hours, from Monday to Friday, which makes me stay sane and grounded, even when I move from city to city. Supposedly we have to be available from 10 am to 4 pm (Central European Time) but I must say that the company is not very strict.*

Pero dentro de este grupo encontramos trabajadores quienes identifican trabajar menos horas estando en remoto así como también otros, más horas de las estipuladas por la empresa. En el primer caso encontramos uno de los entrevistados, Responsable de Ventas para una conocida marca de alimentación, el cual indica que la pandemia ha disminuido considerablemente el volumen de trabajo resultando en una reducción en el número de horas trabajadas en comparación con el trabajo de oficina.

En el segundo caso, encontramos una situación totalmente opuesta y condicionada por la profesión. La entrevistada, la cual trabaja como arquitecta en remoto en una empresa, indica que, a pesar de tener unos horarios estipulados, en ningún momento se siente controlada en cuanto a sus horarios. Aun así indica hacer muchas más horas extras de las definidas por la empresa.

*Digital nomad 9: I work 9 to 5 in theory but I have flexible timings, no one actually is telling me when I have to work, I just need to be available for meetings and calls. So I wake up at home and... I work work work and I finish whenever everything is done. But in architecture you always do a lot of extra hours...so you finish when things get done, because the building has to be designed anyway.*

Dentro de este grupo de trabajadores por cuenta ajena sí que se identifican muchas más dificultades para lidiar con aspectos como la productividad a la hora de afrontar el teletrabajo. A pesar de que defienden que el hecho de viajar los mantiene más felices y motivados, ya que lo perciben como un incentivo, reconocen haber tenido que desarrollar algunas técnicas para concentrarse. Por ejemplo, uno de los entrevistados

que habitualmente elige trabajar desde su alojamiento, reconoce tener la necesidad de vestirse con camisa y corbata cada mañana para establecer la rutina de trabajo. En otro caso, una de las entrevistadas, la cual tiene preferencia por trabajar desde cafeterías, señala la necesidad de marcar una pequeña pausa por cada hora de trabajo sin mirar el móvil o redes sociales. Y es que varios de los entrevistados explican que es muy fácil distraerse e inevitable realizar frecuentes pausas para hacer tareas domésticas o alguna actividad relajante como yoga, alargando las jornadas laborales más de lo habitual. Otro factor que destacan por hacer decrecer su rendimiento, es el hecho de estar viajando y conociendo a otros nómadas digitales, ya que el ritmo de la vida social y número de eventos son muy elevados.

Por otra parte, este grupo ha sido preguntado sobre cuáles son las previsiones de sus empresas para mantener el trabajo en remoto una vez se haya superado la crisis sanitaria, ya que excepto en un único caso, todos los entrevistados han iniciado el teletrabajo dentro del escenario de la pandemia. La mayoría de respondientes señalan que el futuro está marcado por una gran incertidumbre y que desearían que su empresa mantuviese el teletrabajo de modo permanente, percibiéndolo como un incentivo.

*Digital nomad 2: In the case of the company I am working at, it seems they are planning to keep remote working in the future. They have extended our official contract which literally says "you are allowed to work from anywhere you want". I guess that if the company now says that we have to go back to the previous office scenario more of the 50% of the employees will not accept it and will search for another job.*

Aun así encontramos dos casos muy particulares que marcan la diferencia. Una de las entrevistadas trabaja en una empresa que cuenta con un entorno completamente virtual y sin oficina física. En este caso se trata de la participante más joven de 23 años quien, tras finalizar sus estudios, tuvo claro que quería emprender este estilo de vida y buscar un empleo en remoto. Otra entrevistada, de profesión arquitecta, explica haber logrado llegar a un acuerdo especial con su empresa para que pueda trabajar en remoto de forma permanente, como parte de sus incentivos no pecuniarios. Esto la convierte en la primera teletrabajadora de su compañía.

### 5.3. Nómadas digitales

Este apartado tiene como objetivo entender cuáles son las motivaciones principales de los entrevistados para emprender este estilo de vida así como también su percepción acerca de la comunidad nómada digital. A continuación, y tras haber conocido cuáles son sus hábitos de trabajo en el apartado anterior, pasaremos a conocer cuáles son sus comportamientos a la hora de viajar –criterios para seleccionar destinos, frecuencias de cambio, preparación del viaje, etc.-

#### 5.3.1. Motivaciones del nómada digital

A la pregunta sobre “¿qué te motiva ser nómada digital?” la palabra libertad- *freedom* - ha destacado por estar presente en todas las respuestas.

*Digital Nomad 2: I am a digital nomad because freedom has always been one of my core values. Some people value to have a car, others to get a Chanel bag. In my case, ever since I grow up I wanted to have a flat and a stable job but also the flexibility to decide to fly somewhere, for some days, without restrictions. Restrictions and going to an office are not made for me. It has always been my goal to work completely online and working remotely. Now that I feel like it happened, I'm super happy about it. So the main motivation is freedom...freedom to decide!*

La mayoría destaca la necesidad de romper con las estructuras sociales establecidas y elegir en cada momento qué hacer, tanto en aspectos laborales como de movilidad. Así pues los principales factores *push* que han resultado de las distintas respuestas son “la necesidad de escapar de la rutina y una vida monótona”, “escapar del trabajo tradicional de oficina y estructuras horarias rígidas”, “tener la capacidad de viajar y trabajar desde cualquier lugar”, “ser independiente y no atarse a un único lugar por motivos laborales”, “convertirse en el dueño del tiempo de uno mismo”, “salir de la zona de confort”, “experimentar otras culturas”, “tener libre movimiento”, “establecer muchas conexiones sociales”, “enriquecerse al conocer muchas personas de distintas culturas y procedencias”, “enriquecerse del conocimiento compartido con otros nómadas”.

Dentro de estos factores *push* generales, sí que se han observado algunos aspectos más particulares que diferencian las motivaciones de unos entrevistados y otros. Por ejemplo, uno de los entrevistados matiza que junto con su inquietud por recorrer todo

el mundo se añaden dos otros factores como su interés por la “generación de ingresos pasivos” –obtener ganancias sin apenas inversión de tiempo o dinero, pudiendo tener más tiempo para viajar- y el “emprender su propio negocio online”.

*Digital nomad 14: Travelling, being independent and not sticking to a place because of work. I have a digital nomad soul and I want to go anywhere in the world at some point in my life...I would like to be in all the countries...Another motivation is the freedom of passive incomes. I have always been trying to build my own online business. In general people tend to get a job and move somewhere permanently as an expat. And once you have the opportunity to make something online –and realize that you can make any kind of money- you are not attached to any of these places because you can make really different choices.*

Por otra parte, otros entrevistados admiten haber sido mochileros –*backpackers*- durante su juventud, sintiéndose motivados a ser nómadas digitales para mantener ese estilo de vida aun teniendo que asumir la responsabilidad de trabajar.

A la pregunta sobre si este estilo de vida parte de la necesidad de escapar de algo, la respuesta mayoritaria ha sido que no se trata de huir de la realidad de uno mismo sino más bien moverse hacia algo, en este caso el deseo de descubrir, explorar y vivir otro tipo de vida y experiencias fuera de los convencionalismos sociales. Sin embargo, a la hora de profundizar en la pregunta, la mayor parte de los entrevistados, procedentes de países con climas continentales e inviernos muy fríos como Alemania, Rusia, Norte de Italia, Lituania, Suecia, Holanda, Polonia o Eslovaquia coinciden en el hecho de que sí que escapan del mal tiempo de sus países de origen. Señalan que se encuentran en una búsqueda constante de lugares con climas cálidos y favorables ya que afirman que esto contribuye a alcanzar un estado de mayor felicidad.

Por otra parte, existe una clara distinción entre las motivaciones entre los nómadas digitales europeos y los latinoamericanos que forman parte de la muestra. En este segundo caso, sí que admiten estar escapando de algunas realidades presentes en sus países de origen, en este caso, Brasil y Uruguay. La pareja entrevistada procedente de Brasil afirma haber emprendido este estilo de vida por razones de tipo más migratorias como la realidad sociopolítica y el clima de inseguridad en el país. Por otra parte, en el caso de la pareja de entrevistados procedente de Uruguay, afirma tener mayores

dificultades de movilidad en su país dada la gran extensión territorial y las malas comunicaciones, lo que entorpece el hecho de viajar con facilidad y mantener una vida como nómada digital. Sin embargo, el trasladarse a Europa facilita mucho el poder cambiar de destino con vuelos de poca duración y con mayor variedad de paisajes.

A nivel de desarrollo personal, una entrevistada apunta que una de las razones principales que la empuja a mantener un estilo de vida nómada es el hecho de estar en un estado de evolución interna permanente, al afrontar frecuentes cambios. Otra de las entrevistadas comenta haber realizado una terapia psicológica al cuestionarse si esta necesidad constante de viajar era reflejo de algún tipo de carencia o mecanismo evitativo de la propia realidad. Los resultados que obtuvo fueron muy positivos ya que su terapeuta llegó a la conclusión de que tomaba las decisiones de forma consecuente y que estas decisiones, en ningún caso, interrumpían el curso natural de su vida profesional y personal.

#### 5.3.2. Comunidad nómada digital

La mayoría de entrevistados tiende a conocer a otros nómadas digitales a través de redes sociales como Facebook, Meetup o de los espacios coworking. A la pregunta sobre cuáles son los beneficios de conocer otros nómadas digitales, todos coinciden en señalar que son *“likeminded people”*, es decir, personas con inquietudes similares con la misma pasión por los viajes y a su vez tienen un empleo o negocio online. Uno de los entrevistados afirma que es más fácil conectar con personas que han tomado los mismos riesgos de dejar a sus familiares, amigos y la comodidad en sus países de origen para emprender este estilo de vida nómada y que, es por este motivo, que resulta muy enriquecedor intercambiar impresiones, experiencias y encontrar el apoyo en personas en una situación similar. Y es que este sentido de sentirse respaldados es de suma relevancia, ya que algunos entrevistados han expresado haber recibido la desaprobación por parte de sus entornos sociales directos como familiares o amigos, a la hora de emprender este estilo de vida.



*Digital nomad 13: So it is all about exchanging tips and meeting people who share your values and truly understand what you do in life. For example my parents or friends have a really different mindset; they think I don't really work and see me as a lazy person that just wants to enjoy life. Within the digital nomads community we tend to support each other!*

Por otra parte, todos los entrevistados coinciden en que es mucho más fácil realizar planes sociales de manera espontánea con personas que pertenecen a la comunidad al estar más perceptivos y poseer una mentalidad mucho más abierta. Habitualmente hacen uso de las redes sociales, como por ejemplo WhatsApp, para mantener una comunicación instantánea y lanzar planes espontáneos como quedadas para salir a tomar copas, excursiones, eventos musicales o tomar clases de baile. Algunos eventos que los entrevistados destacan por haber sido memorables son un encuentro improvisado con más de un centenar de personas, música electrónica y malabaristas en una playa de Tenerife y otro evento musical clandestino en el desierto de Ciudad del Cabo (Sudáfrica). Además de eventos más organizados que empiezan a tener ediciones anuales como es el caso de la travesía en crucero *Nomad Cruise* –habiendo salido desde Barcelona en una ocasión- con actividades, seminarios y conferencias a bordo durante una semana, y otro viaje, *Nomad Train*, en el tren transiberiano que viaja desde Moscú a Mongolia.

Gran parte de los entrevistados coincide en que el tipo de relaciones que se establecen entre ellos son bastante profundas y de verdadera amistad, al encontrar un apoyo lejos de sus casas, familiares y amigos. Aun así, cabe incidir en que esto es algo frecuente entre los que se encuentran solteros, ya que los que viajan en pareja tienden a relacionarse menos con la comunidad, considerando, contrariamente, que el tipo de vínculos que se establecen son de corta duración.

Otro punto a destacar es que dentro de la comunidad de nómadas digitales es muy frecuente el hecho de compartir conocimientos acerca de negocios, emprendeduría o temas más específicos de tipo tecnológico o compra-venta de criptoactivos.

*Digital Nomad 1: We discuss about business or technological stuff such as "what type of framework or software do you use?" for example. We somehow talk with similar programming language and we share our technical solutions to possible problems.*

Dentro de la comunidad también se da lugar a las relaciones comerciales o de *networking*, algo que puede resultar ser beneficioso para algunas empresas con trabajadores en remoto.

*Digital nomad 4: I had so many inspiring conversations...for example in Tenerife I learned a lot in terms of how to do business. I was also meeting people who was working in my same field so I was asking them for some advice about what could be done for my product. I even met one guy working in the field who ended up advertising our products. My managers are able to see the potentials of remote working and are happy with my networking relationships!*

Uno de los entrevistados explica cómo ha conocido a personas que se iniciaron con un simple trabajo en remoto y, tras realizar un curso online, han llegado a desarrollar su propia plataforma *e-commerce*, llegando así a obtener grandes ganancias y cambiando su estilo de vida al disponer de mayor libertad financiera.

Aun así, la autoconcepción que tienen los nómadas digitales sobre sí mismos es de ser personas con un modo de vida sencillo y de espíritu aventurero, sin ánimos de hacer alarde de su estatus social, incluso en los casos en los que aportan un nivel de ingresos elevado.

*Digital nomad 14: The successful digital nomads are not the typical corporate people. It is common to find people that you would never expect to have such levels of incomes because they are very modest in their dressing, attitude and behavior...not necessarily materialistic people. It filters the people who are seeking to have the typical D&G handbag...they are willing to explore the real travelling and have some adventure...*

En relación a este hecho de “estatus social” otro de los entrevistados hace hincapié en que, desde afuera, las personas que no están dentro de este estilo de vida, pueden percibir el hecho de combinar trabajo en remoto y viajar como algo muy privilegiado. Señala que las redes sociales pueden suscitar ideas erróneas al reflejar un tipo de vida ideal y sin complicaciones muy lejos de la realidad, ya que este estilo de vida también trae consigo momentos de dificultad.

En cuanto al hecho de establecer vínculos de tipo sentimental, los solteros que forman parte de la muestra admiten que es muy complicado mantener una relación al tener

este estilo de vida nómada. Es frecuente que surjan relaciones de tipo esporádico a lo largo de los varios viajes que realizan, ya sea con otros miembros de la comunidad nómada o bien con personas que conocen a través de aplicaciones de citas. En este sentido, algunos reconocen encontrar en este método online la manera de conocer y relacionarse con personas locales del destino.

Dentro de las parejas, en este caso están casadas o con intención de hacerlo, pero sin planes de tener familia por el momento. Aun así, uno de los entrevistados con siete años de experiencia, explica que empieza a ver casos de compañeros que han compatibilizado este estilo de vida con el hecho de tener hijos, compaginando viajes, trabajo y la educación de sus hijos. Este último aspecto supone todo un reto para los niños, teniendo que romper vínculos de amistad dados los constantes cambios de escolarización y país.

En cuanto a su relación con los locales, la mayoría de los entrevistados muestran interés en relacionarse con las personas del lugar al querer experimentar la vida real del destino y no como turistas. Aun así apuntan que la facilidad de relacionarse con los locales varía mucho en función de la cultura del destino de acogida. Además, señalan que a veces resulta complicado establecer vínculos con personas que ya tienen sus círculos sociales formados y con una menor predisposición a la realización de planes con personas que están temporalmente de paso en el lugar, y a este factor, se pueden sumar las barreras lingüísticas o idiomáticas. Una de las entrevistadas afirma que el hecho de compartir piso es una fórmula para relacionarse con las personas del lugar. Aun así se trata de un caso muy aislado, ya que la mayoría de entrevistados viven en un estudio o apartamento individual.

En cuanto a la comunidad nómada digital femenina no describen ningún tipo de discriminación de género dentro de la comunidad y en general, perciben una cantidad bastante equitativa de hombres y mujeres. Lo que sí que consideran es que a menudo afrontan muchos más problemas de seguridad a la hora de viajar en solitario. En ese sentido, señalan que tienen que estar siempre muy alerta a la hora de decidir a qué destinos viajaran solas y a cuáles es preferible viajar acompañadas. Describen temas como el hecho de tener que controlar la vestimenta, tener cuidado a la hora de hacer salidas nocturnas o también los riesgos que puede conllevar el tener un cabello claro en países donde no es tan frecuente encontrarlo.

### 5.3.3. Hábitos de viaje

Todos los entrevistados coinciden que tienen una frecuencia de cambio de destino de cada dos o tres meses de media, aunque este factor puede cambiar según su experiencia en el destino, pudiendo alargar o acortar la estancia en base a su “buena o mala experiencia” en el lugar. Algunos entrevistados explican cómo cambiar con mucha frecuencia puede resultar algo agotador, teniendo intenciones de alargar un poco más sus estancias en un futuro, sin llegar a los seis meses de permanencia en un lugar.

*Digital nomad 10: This past year I was changing every month and a half or two months. But I don't want to do this any longer because it is too exhausting and I am now considering changing every six months. I am not a person that works well while travelling because I like to have my own routine and being somewhere new is never easy, probably is too much for my brain!*

Y es que la mayoría de entrevistados se autoimpone el límite de seis meses como tiempo máximo para permanecer en un país, evitando así problemas de tasación y toda la burocracia que supone el convertirse en residente.

*Digital nomad 9: I really don't know how often will I change destination...but honestly it is going to be up to taxation. To be a tax payer you need to be over six months in one destination. Since this year 2021 I am not planning to stay the six months in Barcelona, I will not be considered a tax payer. Frankly I would like to pay taxes but it is too difficult because of all the paperwork and procedures...*

Las consideraciones generales que han destacado los entrevistados a la hora de elegir un destino para vivir durante un tiempo son el hecho de que haya “buen clima”, “con una vida social activa con variedad de eventos y vida nocturna”, “cercano al mar y con playas”, “cerca de espacios naturales”, “con buena conectividad wifi y variedad de espacios para trabajar”, “con una comunidad activa de nómadas digitales”, “bien comunicada a nivel de transporte aéreo”, “que sea un destino seguro” y en un caso muy particular, en el cual la entrevistada viaja con su mascota, “que sea un destino *dog-friendly*, apto para mascotas”. Dos factores de relevancia que también pueden condicionar la toma de decisiones para la elección del destino es que éste tenga un huso horario compatible con el del país de la empresa para la cual trabajan, así como también, el hecho de que haya una buena conectividad a internet. Por otra parte, y dentro del

contexto actual, muchos dicen haber antepuesto el hecho de que haya unas restricciones más livianas por COVID-19 a cualquier otra consideración.

Las aficiones o hobbies personales que influyen en esta toma de decisiones por parte de los entrevistados son la posibilidad de practicar deportes acuáticos -surf, navegación, buceo-, la visita a edificios culturales y museos de interés, la práctica de senderismo y excursiones a entornos rurales, la posibilidad de asistir a fiestas y eventos musicales y el gozar de una buena cultura gastronómica.

Algunos de los entrevistados coinciden en que basan la elección del destino en base a las recomendaciones hechas por parte de otros nómadas digitales. Por otra parte, otros entrevistados explican que suelen condicionar su elección al hecho de tener algún amigo o conocido en el lugar. Aun así, la mayoría explica no preparar demasiado sus viajes con antelación y dejarse fluir en todo el proceso, tomando muchas de las decisiones “según la marcha”. Para informarse, una gran parte tiende a recurrir a grupos de Facebook del destino para la planificación de su viaje, así como también vídeos de influencers en YouTube y blogs de viaje. En cuanto a la búsqueda de alojamiento, casi todos los entrevistados son usuarios activos de Airbnb al considerar que es una de las maneras más fáciles de encontrar alojamiento, ofreciendo descuentos para estancias superiores a los 28 días.

*Digital nomad 7: To prepare my trip I usually Google some stuff, I look for the accommodation and I check out some Facebook groups to see what's going on. I do not plan a lot actually...I just book the accommodation through Airbnb. And I usually tend to go on YouTube and also watch some videos of travel bloggers about the destination.*

Una práctica muy común entre los entrevistados es el hecho de reservar una habitación de hotel para los primeros días de estancia en el destino para después iniciar la búsqueda de piso en los días posteriores. Por otra parte, suelen informarse con antelación sobre cuál es el nivel de cobertura de red antes de viajar al destino, para ahorrarse problemas de conectividad. Una gran mayoría de los entrevistados destaca necesidad de viajar con equipajes muy ligeros y haber modificado algunos de sus hábitos de consumo, como por ejemplo adquiriendo menos objetos materiales en sus viajes y siendo más minimalistas, con el fin de facilitar sus frecuentes desplazamientos.

#### 5.4. Percepciones e imagen de Barcelona como destino Nómada Digital

Este apartado se divide en dos sub apartados. El primero describe cuáles son los motivos que han llevado a los entrevistados a elegir el destino Barcelona para trabajar y vivir durante una temporada y cuál es su relación con la ciudad—primera visita o repetición-. En el segundo, cuál es la imagen general percibida en base a varios factores que se detallarán a continuación.

##### 5.4.1. Factores *pull* y relación con la ciudad

Ante la pregunta de por qué han elegido Barcelona como destino, los entrevistados destacan que porque se trata de una ciudad *cool* y grande; por la arquitectura y edificios históricos y arte modernista; por ser una ciudad con playa; por tener áreas verdes y parques; por su cultura e identidades Catalana y Española; por la calidad de la gastronomía local; por el idioma español; por el buen carácter de la gente barcelonesa; por ser un destino respetuoso y abierto a la comunidad LGTBI; por su cultura de la terraza y la noche; por la gran variedad de actividades culturales, eventos y ocio; por el entorno y la posibilidad de hacer pequeñas escapadas a otros lugares de interés, ya sean rurales como de costa—Sitges , Montserrat o Costa Brava entre otros-; por ser un *hub* de innovación digital, tecnología y emprendeduría; por tener un costo de vida relativamente bajo; por tener una gran comunidad de nómadas digitales; por tener gran variedad de cafés y coworkings para teletrabajar; por estar bien conectada a nivel aéreo con otras ciudades Europeas.

Del total de los 14 entrevistados, 10 son repetidores de visita mientras que para tan sólo 4 ésta es su primera experiencia en la ciudad. De los repetidores, algunos han estado sólo de paso por la ciudad —un día o dos- mientras que otros dicen haber estado varias veces como turistas durante pocos días, en estancias cortas iguales o inferiores a una semana. En un único caso la repetición se da como nómada digital. Por otra parte, la mayoría de repetidores de visita explican estar teniendo una mejor experiencia dentro del contexto actual de COVID-19, en comparación con visitas anteriores, al haberse encontrado con una ciudad menos masificada a nivel turístico. También por el hecho de contar con más tiempo para poder descubrirla, al tener una estancia más prolongada que la de un turista.

En la mayoría de casos, el destino Barcelona forma parte del recorrido durante unos meses por varias ciudades españolas como las Islas Canarias –siendo las islas de Tenerife y Fuerteventura las más mencionadas-, Madrid o Valencia.

Un entrevistado con siete años de experiencia como nómada digital comenta que pasa una media de seis meses en Barcelona durante la época de primavera-verano para después marcharse durante la época de otoño-invierno a otro destino.

Una parte importante de los entrevistados, incluso repetidores de visita, han decidido venir a Barcelona al haber escuchado buenos comentarios y recibido recomendaciones sobre la ciudad como “destino nómada” por parte de otros miembros de la comunidad. Por otro lado, una minoría reconoce haber tomado la decisión de venir a Barcelona por el hecho de tener amigos viviendo en la ciudad como nómadas digitales o residentes.

*Digital nomad 14: I first came here six summers ago and this is my sixth summer. I made the decision to come to Barcelona because my friend told me that it is a nice place and it just clicked with me. I love spirit of the city and it has a lot of energy, especially in the summer... this is why I come here every year!*

#### 5.4.2. **Imagen percibida de la ciudad de Barcelona**

Este sub-apartado recoge la valoración general de la imagen percibida de la ciudad por parte de los entrevistados a quienes se les ha preguntado una serie de cuestiones relacionadas con los aspectos que valoran positivamente y los que valoran negativamente en la ciudad de Barcelona. Por otra parte, cuestiones relacionadas con el costo de vida en la ciudad y otros aspectos como la relación con los residentes, la variedad de espacios para trabajar, las opciones de ocio y entretenimiento.

##### 5.4.2.1. **Aspectos de la ciudad valorados positiva y negativamente**

Uno de los aspectos más valorados positivamente a la hora de vivir y trabajar durante una temporada, es la buena acogida que han recibido en Barcelona de la cual destacan ser una ciudad viva, abierta al público internacional y a la diversidad. Por ejemplo, resaltan que hay mucho respeto hacia el colectivo LGTBI donde se normaliza el hecho de ver parejas paseando libremente por las calles y la abundancia de eventos y zonas de bares afines.

En el caso de la entrevistada que viaja con su perro, resalta la presencia de muchas zonas habilitadas para pasear con su mascota y la simpatía por parte de los residentes locales hacia los animales.

*Digital nomad 2: About Barcelona, what I value the most is people, they are very dog friendly! I had terrible experiences in Germany and also in Denmark in the past. I have a Husky and people would go against me, shout on me! Whereas in Barcelona people tend to stop me to ask her name and say "bonita, guapa!". I can even go to stores and anyone says nothing to me. I go almost every evening to walk my dog to Barceloneta beach and she attracts people everywhere...I am so positively surprised!*

Aspectos como el hecho de contar con una playa ubicada en la ciudad, el buen tiempo y el carácter alegre de las personas residentes, las cuales tienen gran predisposición a disfrutar de su tiempo libre, hace que la mayoría destaque que se percibe un clima general de relax y distensión en la ciudad, en comparación con sus países de origen.

*Digital nomad 7: I love the general atmosphere...everyone is very chill and relaxed. And probably because I live in Barceloneta neighborhood, my impression is that everyone is on holiday. People with roller-skates, skateboards, chilling at the beach...*

Por otra parte, más de un entrevistado ha comentado que es muy fácil encontrar grupos organizados de personas por intereses. Algunos son aficionados al baile tipo salsa y bachata y comentan que es fácil encontrar grupos y eventos donde poder practicar.

Una de las parejas entrevistadas de origen brasileño, afirma que Barcelona destaca por su autenticidad en todos los aspectos, especialmente por su marcado sentido identitario y cultural, lo que la distingue de otras ciudades Europeas.

*Digital nomad 11&12: What we value the most is the friendliness of the people but especially the fact that Barcelona is very different from any other cities in Europe that are more similar between them. Barcelona is very authentic...because of the architecture, the history and also culturally wise! People seem to be very passionate about the Catalan culture, with all those flags at their balconies.*

Por otra parte señalan que es una ciudad no excesivamente grande en términos de dimensiones, con lo cual, es bastante fácil moverse de un lado a otro, ya sea en bicicleta o transporte público. Otros aspectos muy valorados son la gran variedad de opciones de



ocio, cultura, restaurantes y locales para salir y divertirse, además de los amplios horarios comerciales de las tiendas. Por todos estos motivos mencionados, la totalidad de los entrevistados coinciden en afirmar que hay una muy buena calidad de vida en la ciudad.

Entre los aspectos que los entrevistados han valorado más negativamente, la mayoría están relacionados con la seguridad, algunos aspectos culturales y de sostenibilidad.

Algunos entrevistados han expresado el hecho de haberse sentido inseguros en algún momento durante su estancia, sobre todo en zonas céntricas como el distrito de Ciutat Vella y el barrio de la Barceloneta, donde denuncian varios intentos de hurto incluso en un mismo día. Describen que nunca se sienten relajados en su totalidad cuando caminan por las calles ya que tienen que estar muy pendientes de los movimientos a su alrededor.

Acerca de los aspectos culturales, una entrevistada dice sentirse incómoda al percibir que las distancias sociales son muy cortas entre las personas, en comparación a las de su país, Rusia. También en algunos casos consideran que los horarios de las jornadas son más tardíos, tanto de apertura de los comercios como de los almuerzos y cenas.

El resto de aspectos menos valorados están relacionados con la sostenibilidad como la masificación y gentrificación, la mala calidad del aire y del agua, la contaminación acústica, la limpieza y el reciclaje en Barcelona. Por ejemplo, uno de los entrevistados considera que las playas están demasiado masificadas en proporción a su capacidad. Otra entrevistada apunta que es muy difícil encontrar lugares tranquilos dentro de la ciudad, además siente que hay un ritmo frenético, con contaminación acústica, mucho tráfico de coches y polución en el aire. El tema de los ruidos es algo que destacan otros entrevistados con residencia en el barrio del Born, los cuales describen haber sufrido graves problemas para dormir durante las noches debido a las fiestas espontáneas que se han organizado por las calles a raíz del fin del toque de queda.

Otro punto en el cual varios entrevistados han coincidido es que consideran que el agua potable de Barcelona tiene un fuerte sabor a cloro y cal, y que por tanto, no logran beberla. Por otra parte, hay calles que desprenden mal olor por los alcantarillados y el incivismo de algunas personas que miccionan en los espacios públicos. La presencia de heces de los perros por las calles, es algo que también han percibido algunos de los

entrevistados. En cuanto al reciclaje, cuatro entrevistados los cuales han vivido en Alemania, consideran que hay cierto incivismo a la hora de clasificar los plásticos. Consideran que ni la hostelería ni los ciudadanos hacen un reciclaje adecuado, llegando a mezclar todo tipo de desechos. Creen que un sistema simbólico de remuneración al reciclar latas y botellas en los supermercados como en Alemania mejoraría muchísimo este aspecto.

A pesar de valorar positivamente la presencia de carriles bici y que se fomente cada vez más este tipo de transporte para substituir los coches, sí que hay aspectos que valoran negativamente, como el hecho de que hay muchas zonas no circulables que pueden resultar peligrosas. Por otra parte, muchos se lamentan por no tener el derecho de ser usuarios del servicio de bicicletas público de la ciudad, como en este caso *Bicing*, al ser requisito fundamental estar empadronado.

La mayoría de entrevistados se consideran implicados con sus prácticas sostenibles cuando viajan, y algunos de ellos explican haber participado en proyectos de recogida selectiva de residuos u otros. Un entrevistado explica como compensa el hecho de haber tomado un número elevado de aviones –los cuales aumentan la huella de emisiones por dióxido de carbono- con acciones sostenibles individuales como por ejemplo el uso de la bicicleta. Otra entrevistada, la cual ve oportunidades de mejora en cuanto a las prácticas sostenibles en la ciudad, comenta que le gustaría participar en acciones de este tipo en la ciudad.

*Digital nomad 13: I feel disappointed about some non-sustainable practices in Barcelona. I haven't found many environmental friendly options to use less packaging and organic products. If I make it to stay longer I want to get involved in some local projects for recycling or waste collection.*

#### **5.4.2.2. Costo de vida y alojamiento en la ciudad**

Acerca del costo de vida todos los entrevistados coinciden en que se sienten en una posición bastante privilegiada al considerar que los precios en Barcelona son bastante asequibles en relación con la retribución que reciben en sus países de origen. Aun así, consideran que el costo de vida no es tan barato como esperaban, en comparación con otras ciudades españolas.

*Digital nomad 3: It is not that cheap but compared to the Netherlands, from where I get my salary, the cost of living in Barcelona is much cheaper. Giving a comparison, in terms of housing, it is probably is a thirty per cent less than in the Netherlands. In terms of restaurants I would say that prices are half the price. However, I think that Barcelona has a higher cost of living compared to other countries in Spain such as Andalusia or Canary Islands.*

Por otra parte, consideran que los precios están en la línea de otras grandes ciudades y que, gracias a eso, es posible encontrar opciones de todo tipo, desde restaurantes más económicos a otros más lujosos y de costo elevado.

Todos coinciden que lo más caro es el alquiler del apartamento y reportan dificultades en encontrar disponibilidad por pocos meses si no lo hacen a través de la plataforma Airbnb, aunque algunos han logrado encontrar alojamiento a través de la aplicación Badi o la página web Idealista.

En referencia a requisitos que deben cumplir estos apartamentos, el criterio más importante es que se encuentren en una zona céntrica para estar cerca de los lugares con mayores ofertas de ocio, evitando viajes en transporte público y optimizando su tiempo. En el caso de las parejas es importante que éstos tengan un mínimo de dos habitaciones para poder trabajar sin interrumpirse entre ellos. Por otra parte, una mitad de los entrevistados reporta tener preferencia por alquilar un piso más costoso pero con buenas vistas y espacio. Esto les permite crear un clima favorable a la hora de teletrabajar, ahorrando en gastos de alquiler de espacios coworking así como también aumentando su productividad.

Las zonas preferentes donde buscan sus alojamientos son el distrito de Ciutat Vella –La Barceloneta, el Born, y el Gótico-, el barrio de Gracia y Eixample. Al margen de las dos parejas entrevistadas, la mayoría de casos tienen preferencia por alquilar apartamentos para ellos solos. En los casos que se han reportado pisos compartidos, se trata de los nómadas digitales más jóvenes de 23, 24 y 26 años, con menor experiencia laboral y en consecuencia, poder adquisitivo. Uno de los entrevistados con estancia más prolongada, correspondiente a un total de seis meses, comparte alojamiento con otro nómada digital con el fin de reducir gastos.

En cuanto al gasto de alquiler por un piso entero promedio se encuentra en los 1.500€ mensuales, habiendo algún caso en los que se llega a pagar 2.000€ al mes. En los casos en los cuales se comparte piso, el precio por habitación oscila entre los 500€ y los 800€.

#### **5.4.2.3. Espacios de trabajo y de ocio**

La gran variedad de cafeterías y opciones de espacios coworking en la ciudad de Barcelona es uno de los aspectos más valorados por parte de la comunidad nómada digital. Es algo muy frecuente el combinar el trabajo desde casa con asistir a algunas cafeterías, como por ejemplo *Sandwiches*, u otros espacios ofrecidos por hoteles y bares por en la ciudad que tengan conectividad WiFi y puedan pagar consumiciones a una buena calidad-precio. Aun así la mayoría coincide en el hecho que no les gusta atarse a un único espacio e ir variando de sitio en función del día, incluso poniéndose de acuerdo con otros nómadas a través de los grupos de WhatsApp para coordinar alguna quedada de trabajo en remoto. Los espacios coworking con permanencia tienden a ser percibidos como caros y por este motivo, muchos prefieren buscar en las cafeterías una alternativa.

*Digital nomad 10: Co-working spaces just seem to be expensive! Also I don't like to stay in one place for so long. So for example I can work from home for couple of hours, go to a cafe for couple more and then switch it up again... I have also noticed that there are a lot of Instagram posts and advertisements offering attractive packages and promising "you will be with other digital nomads, a space to work". But then if you know well the place well you realize that it is not worth it paying that much.*

Otro de los entrevistados argumenta que para satisfacer la necesidad de cambio constante es usuario de una aplicación llamada *Croissant* en la cual puede elegir desde qué coworking de Barcelona quiere trabajar, ya que se paga una tarifa de alquiler por hora, realizando el *check-in* y el *check-out* en el mismo día.

De todos los entrevistados, únicamente una de las parejas participantes en el estudio es usuaria de un espacio coworking, comentando que les es necesario para salir de sus apartamentos y ver a otras personas en su día a día. Sin embargo, consideran que tienden a relacionarse poco ya que están ahí con el fin de mantenerse más productivos.

En cuanto a actividades de ocio que más les interesa en Barcelona, y teniendo en cuenta el escenario actual por COVID-19 en el cual las opciones son más reducidas, podemos

decir que la gran mayoría busca experiencias más locales y no tan turísticas. Si bien es cierto que algunos se muestran interesados por visitar edificios más emblemáticos y turísticos como La Sagrada Familia o La Casa Batlló, la gran mayoría apuesta por hacer planes como si fuesen residentes locales en la ciudad.

*Digital nomad 8: As digital nomad you want to have some sort of local experience...of course historical and cultural buildings are important but you want to know where to work from, where the cool places are...if there are parties or any specific events... you want to have a different experience!*

La mayoría de entrevistados reconoce tener contacto con miembros de la comunidad en una frecuencia “diaria”. Algunos ejemplos son reunirse con otros nómadas en los Bunkers del Carmel o practicar algún deporte como el voleibol o el pádel surf en la playa de la Barceloneta. También visitar alguna exhibición local como el museo Cosmo Caixa o acudir a algún bar con música en vivo. Muchos lamentan no haber tenido la oportunidad de asistir a la edición del 2021 de festivales como Primavera Sound, Sónar y Brunch In the Park. También muestran un gran interés en la celebración de fiestas culturales de tipo local como San Juan, las Fiestas de Gracia o La Mercè.

El grupo de Meetup de Nómadas Digitales cuenta con una importante comunidad organizada en Barcelona de alrededor de 150 personas, a pesar de que, como explicado anteriormente, los eventos activos cuentan con la participación de alrededor 20 o 30 personas de media. Estos se reúnen en una frecuencia semanal, siendo cada miércoles el día marcado para organizar un encuentro en la playa, el Parque de la Ciutadella o algún bar de la ciudad. A parte de este meeting semanal, también organizan pequeñas escapadas en grupos reducidos durante el fin de semana a sitios como Montserrat, Tossa de Mar, Sitges o el parque de atracciones de Port Aventura.

#### **5.4.2.4. Relación con los residentes locales de Barcelona**

Como visto en apartados anteriores, la valoración que hacen los nómadas digitales de los barceloneses es en general muy positiva. Todos explican tener un interés genuino por conocer a personas locales y comentan que, si lo hacen, es a través de otros grupos de encuentro de Meetup como de intercambios de idioma, de baile o dentro de la misma comunidad nómada. De todos modos, reconocen que es más difícil establecer vínculos

más profundos con los barceloneses y que, si se dan, es porque éstos muestran algún tipo de interés de aproximación a la comunidad nómada digital. Algunos entrevistados expresan el percibir a los residentes locales como personas que ya tienen su vida más organizada, mostrando una menor predisposición para socializar.

Por otra parte, algunos entrevistados muestran entusiasmo al describir la facilidad para establecer relaciones agradables de asiduidad con las personas que trabajan en los establecimientos a los que acuden diariamente, como la panadería o la cafetería del barrio. Sin embargo, también refieren algunas dificultades al encontrar dependientes sin nociones de habla inglesa en muchos locales de la ciudad. A pesar de ello, a nivel general, valoran muy positivamente los esfuerzos realizados para comunicarse y hablar en inglés por parte de la mayoría de los barceloneses con los que se han relacionado. Con el fin de superar estos impedimentos, algunos de los entrevistados comentan que estarían dispuestos a tomar cursos de español o catalán si dispusieran de mayor tiempo libre.

#### **5.4.2.5. *Barcelona, destino para nómadas digitales***

Cabe destacar que todos los entrevistados coinciden en valorar muy positivamente su experiencia global en la ciudad de Barcelona como destino para vivir y teletrabajar, mostrando un alto nivel de satisfacción.

Asimismo, se les ha preguntado sobre qué destinos consideran que podrían brindarles una experiencia similar o superior. Uno de los respondientes remarcó que un buen destino para nómadas digitales es aquel que satisface las necesidades personales de cada uno, habiendo momentos en los cuales hay una mayor necesidad de estar en una ciudad para tener una vida social más activa, y en otros, la calma de las zonas rurales.

Sin embargo, la mayoría señala la ciudad de Lisboa por tener características muy similares a las de Barcelona debido a su ubicación cercana al mar y con un costo de vida más bajo, la cual está ganando una gran popularidad dentro de la comunidad nómada. Otros destinos que destacan, a pesar de tener características muy distintas a las de la ciudad de Barcelona, son las Islas Canarias, en concreto, Tenerife, Gran Canaria y Lanzarote.

En cambio, otra entrevistada compara su experiencia en Barcelona con la que podría tener grandes ciudades de la talla de Nueva York o Londres -entre otras- al albergar grandes talentos y ser motores mundiales de emprendeduría e innovación.

*Digital nomad 2: To me all the potential destinations to be a digital nomad are big cities since they give the feeling of a country. Populations are super concentrated and therefore, big minds are in big cities. Life is happening in places such as London, San Francisco, New York, Rio de Janeiro, Sao Paulo and Barcelona!... Because big tech companies are always there!*

Por otra parte a la pregunta sobre si han consultado la web de la OGD de Turismo de Barcelona para planificar su estancia, todos los entrevistados han dado una respuesta negativa y reconocen no ser usuarios de este tipo de portales a la hora de planificar sus viajes.

*Digital nomad 3: I think that Barcelona has all the potentials to be the leader for attracting digital nomads. The city should probably advertise more itself as a destination for digital nomads. When I was in Milan everyone was talking about Canary Islands and in the metro you could find some advertisements, and this is why I went there. Whereas from Barcelona I have never seen something similar...*

Acerca de aportaciones que la ciudad podría hacer para facilitar su estancia como nómada digital, las respuestas obtenidas son muy variadas. A la mayoría les gustaría recibir mayor soporte burocrático para ser conocedores de sus derechos y obligaciones sobretodo vinculados con visados e inmigración, pago de tasas e impuestos o trámites relacionados con los alquileres.

En el caso de los entrevistados que no pertenecen a la Unión Europea, indican que les gustaría que el Gobierno Español pusiera a su abasto un visado de un año para vivir y trabajar como nómada digital en Barcelona u otras zonas del país, tal y como han hecho otros destinos como Croacia.

Asimismo, muchos coinciden en el hecho que les gustaría contar con una página web donde poder comunicarse con otros nómadas digitales antes de su llegada, así como disponer de un espacio online en el que encontrar consejos útiles—en formato de artículos o pequeñas cápsulas de vídeo- sobre cómo afrontar la vida en la ciudad de Barcelona. El tipo de información a la cual desearían acceder estaría relacionada con la búsqueda de alojamiento temporal, la descripción de los barrios y principales áreas de la ciudad, espacios de coworking, servicios médicos y propuestas de ocio y entretenimiento entre otros.

Además, como expresado anteriormente, les gustaría contar con algunos derechos similares a los de cualquier residente como por ejemplo poder usar los servicios públicos de bicicleta de la ciudad sin la necesidad de estar empadronados, aun teniendo que asumir costes como el pago de alguna tasa.



## 6. Discusión

Este apartado pretende realizar una discusión reflexiva de los principales resultados obtenidos en la fase de análisis y su comparación con los puntos más relevantes tratados en la revisión de la literatura. El orden de las observaciones respeta el mismo que el de las preguntas de investigación, dando respuesta a la primera pregunta acerca de qué estilo de vida tiene la comunidad nómada digital de Barcelona, y a la segunda, sobre cuáles son sus percepciones sobre la ciudad para vivir y trabajar durante una temporada. Por otra parte, se mantiene la misma estructura que en apartados anteriores, generando la discusión en función de la literatura y resultados como sigue: perfil general, trabajo en remoto, nómadas digitales –motivaciones, sentido de comunidad y hábitos de viaje- y por último, percepciones sobre la ciudad de Barcelona.

### 6.1. Perfil general

En cuanto al perfil general, se ha podido apreciar que el tipo de profesiones de los entrevistados va mucho más allá de los empleos estrictamente basados en las tecnologías TIC - marketing digital, diseño de web, ingeniería software, etc- tal y como indica la literatura revisada. La tipología de trabajos se ha diversificado mucho más; esto puede atribuirse a la adopción del trabajo en remoto a raíz de la pandemia, pudiéndose encontrar casos como el de una arquitecta o una funcionaria del Estado trabajando en remoto, entre otros. Este punto es de extrema relevancia ya que sería un indicio de progreso e indicador de la normalización del teletrabajo en sectores laborales muy diversos.

Otro dato significativo es que dentro de nuestra muestra, en gran parte conformada por personas dentro del perfil *Millennial* –nacidos entre 1981 y 1993, con franjas de edad comprendidas entre los 28 y 40 años-, encontramos a dos entrevistadas de 23 y 24 años que quedan fuera de este rango de edad. Aun encontrándose en una etapa incipiente de sus vidas profesionales, tras haber terminado sus estudios, -siendo en el primer caso una trabajadora para una empresa íntegramente remota y en el segundo una *freelancer*- vemos como en ambos casos se ha priorizado el teletrabajo con el fin de llevar a cabo este estilo de vida móvil. Esto marcaría un cambio generacional convirtiéndose en un indicativo de rápida proliferación del nomadismo digital a nivel social.

El hecho de que existan parejas casadas y casos descritos de personas que deciden tener hijos, aun manteniendo este estilo de vida, también anunciaría la normalización de este fenómeno. En este sentido, cabe prestar especial atención a las numerosas transformaciones que esto podría conllevar, advirtiendo importantes cambios dentro de las estructuras familiares tal y como las entendemos hoy. Esto podría dar paso a nuevos modelos de educación –con escolarización a distancia o por meses- y en consecuencia, a nuevas formas de desarrollo evolutivo de los individuos dentro de una sociedad cada vez más global y avanzada a nivel tecnológico, pero con nuevos retos que afrontar.

## **6.2. Trabajo en remoto**

Con respecto al trabajo en remoto, los principales hallazgos muestran como todos los entrevistados buscan el concepto “libertad” tras el trabajo a distancia, desprendiéndose así de las estructuras horarias rígidas “de 9 a 5” y encontrando una mayor flexibilidad en éste, tal y como indica la literatura revisada. Aun así, cabe destacar que se han observado diferencias entre los que trabajan por cuenta propia de los que trabajan por cuenta ajena en términos de productividad, estos segundos manifestando mayores problemas para gestionar sus niveles de rendimiento. En este caso se identifica uno de los puntos tratados en la literatura en la que se describen casos de aumento de horas extraordinarias por falta de delimitación de las tareas domésticas de las laborales, descritas por Angelici y Profeta (2020).

Contrariamente, otros entrevistados coinciden en señalar que es gracias al teletrabajo que se sienten más motivados y felices, volviéndose así más productivos, como parte de los beneficios del teletrabajo descritos por Shippside (2002). Además, para los trabajadores por cuenta ajena que forman parte de la muestra, el trabajo en remoto es percibido como un incentivo no pecuniario, coincidiendo con la teoría de Choudhury *et al.* (2021) quienes indican que el trabajo en remoto desde cualquier lugar -*Work From Anywhere (WFA)*- es altamente valorado por el empleado debido al valor flexibilidad que este otorga.

### 6.3. Nómadas digitales

En cuanto a la comunidad nómada, destaca el hecho de que el factor “libertad” anteriormente mencionado no se halla únicamente en la dimensión profesional sino que se extiende a casi todas las áreas de sus vidas. Por ejemplo, a la hora de cambiar de destino e incluso de vincularse sentimentalmente –ya que tienden a valorar positivamente su soltería- adquiriendo un enfoque holístico y coincidiendo así con las ideas de Reichenberger (2018) quien distingue tres categorías de libertad: la profesional, la espacial y la personal.

La espontaneidad en la toma de decisiones es un hecho que cobra mucho sentido en el día a día de este colectivo. Prueba de ello ha sido el hecho de identificar que la planificación previa en sus viajes es mínima, decidiendo si acortar o extender sus viajes en función de su experiencia en el destino y apostando por la improvisación de planes conjuntos con otros miembros de la comunidad. Lo mismo sucede a la hora de elegir los espacios de trabajo; este estudio ha constatado la preferencia de los entrevistados por combinar el trabajo desde sus propios apartamentos con el hecho de moverse y cambiar de lugar con frecuencia, acudiendo a múltiples cafés, bares y espacios coworking, determinando así lo que Nash *et al.* (2018) denominan como “trabajo nómada”.

Los resultados del estudio también constatan el hecho de que los múltiples viajes que realizan –tanto a nivel nacional e internacional- forman parte de un proceso fluido y continuo, tal y como se describe en la literatura.

En relación con la elección del destino, se constata la teoría de Müller (2016) en el sentido de que las ofertas de ocio y la movilidad pasan por delante de consideraciones puramente laborales, ya que la decisión no viene determinada cuestiones de trabajo. Por otra parte, el factor clima junto con la presencia del mar devienen factores relevantes que condicionan la toma de decisiones, habiéndose hallado ciertos casos de nómadas digitales estacionales –que buscan el verano durante todo el año-, tal y como describe Nash *et al.* (2018). No obstante se ha identificado un factor condicionante de suma relevancia no presente en la literatura consultada, y es la importancia del huso horario del país empleador con el del destino al cual viajan.

Otro factor relevante concerniente a la elección del destino es la presencia de pocas medidas restrictivas dentro del contexto actual de pandemia, así como también el hecho de que haya una comunidad nómada digital organizada en el lugar de acogida.

Por lo que se refiere al sentido de comunidad, sí que se identifica un sentido de pertenencia al colectivo “nómada digital” al existir una serie de valores, intereses y estilos de vida comunes, reflejando así lo que Zumbusch y Lalicicy (2020) describen bajo el concepto de “neo-tribu”. Por otra parte, los nómadas digitales que forman parte de este estudio no muestran desinterés por conocer e implicarse con los residentes, sobre todo teniendo en cuenta su voluntad por experimentar el destino como locales y no como turistas. A pesar de ello, se detectan algunas contradicciones en su discurso, ya que sí que se identifican ciertos distanciamientos entre ambas partes al existir la preconcepción de que los locales ya tienen sus círculos sociales formados y que, por ende, presentan una menor predisposición para sumarse a las actividades de ocio y desarrollar vínculos de amistad. Esto podría justificar la teoría descrita por Thompson (2019) sobre por qué la comunidad nómada digital tiende a separarse de los residentes locales.

Tras el intercambio de conocimiento, como por ejemplo para crear negocios online o la compra-venta de criptoactivos y los encuentros de *networking* destacados por parte de los entrevistados, se encuentra la cultura capitalista descrita por el mismo Thompson (2019). El objetivo principal es maximizar sus recursos con el fin de hacer posible el estilo de vida nómada, apostando por los ingresos pasivos como forma de libertad financiera y el mínimo esfuerzo laboral.

El siguiente gráfico (ver Figura 9), el cual ilustra esta idea, ha sido recuperado del *Entrepreneur Nomad Summit* celebrado online del 1 al 5 de junio de 2021 en el que hubo participantes de alrededor del mundo y donde se compartieron consejos y las claves principales para poder llevar a cabo este estilo de vida nómada. Como se puede observar el trabajo en remoto para un empleador -*wannabe*- es el nivel inferior en cuanto a ingresos, libertad y status, pasando por *freelancer* y digital CEO hasta alcanzar el rango máximo, que sería el de inversor virtual.

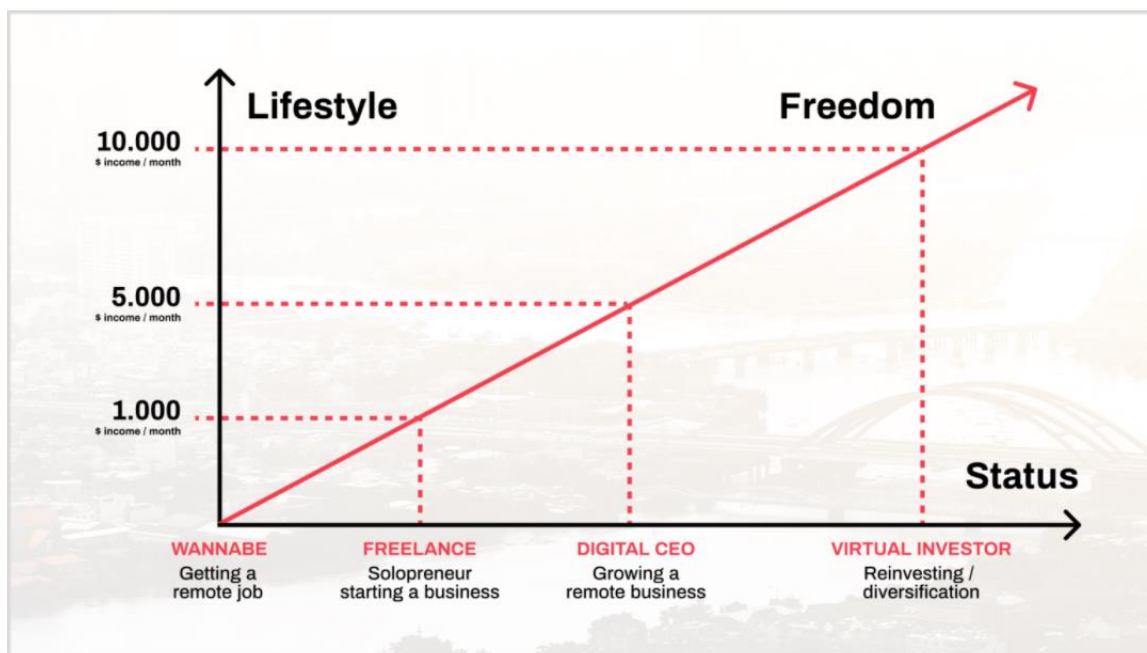


Figura 9. Nomad Entrepreneur Journey. Adaptado de la página web Web Work Travel. <https://www.webworktravel.com/summit/>

Aun así la idea de éxito defendida por la comunidad nómada se aleja de la clásica ambición por el ascenso laboral y este es un matiz importante que no se ve reflejado en la literatura nómada. Y es que, según su discurso, el éxito se alcanza cuando uno es capaz de desarrollar su propio negocio online, para así obtener la máxima rentabilidad a largo plazo y sin esfuerzos. De todos modos se perciben ciertas contradicciones en este raciocinio ya que, por una parte, dicen no alardear de estatus al considerarse ante todo viajeros. Sin embargo, reconocen tener posiciones muy privilegiadas al buscar destinos de acogida con costos de vida bajos en comparación a su poder adquisitivo, con la finalidad de llegar a satisfacer todos sus placeres hedonistas, tal y como indican las observaciones de Thompson (2019).

Por otra parte, los resultados del estudio desmontan la teoría de que el colectivo nómada tiende a estar masculinizado; las entrevistadas no perciben una proporción mayor de hombres que de mujeres. Por lo general tampoco tienden a ver desigualdades, más allá de los riesgos que puede conllevar el viajar solas. Y es que esto podría ser otro indicador de que se ha producido una evolución en la cual la proporción de mujeres nómadas digitales y trabajadoras en remoto se ha llegado a acrecentar hasta llegar a alcanzar niveles similares a los de los hombres.

#### **6.4. Percepciones e imagen de Barcelona como destino nómada digital**

Una de las conclusiones principales de este estudio es que Barcelona cumple con las consideraciones más importantes que tiene que tener un destino para nómadas digitales. A parte de las características propias que configuran la ciudad, como su arquitectura, cercanía al mar o la presencia de áreas verdes y terrazas, lo más valorado tiende a ser el ambiente general de Barcelona y el carácter de sus ciudadanos, siendo percibido como un destino muy abierto a las comunidades internacionales y perfecto para tener una vida social activa, sin olvidarnos tampoco del factor clima. Aquí se han detectado casos de estacionalidad turística en el cual, todos los entrevistados han elegido la ciudad coincidiendo con la época estival, encontrándose un caso en el cual Barcelona era elegida cada año durante los seis meses de primavera y verano en la ciudad.

Por otra parte, la comunidad nómada digital se beneficia de la posición privilegiada anteriormente descrita al ser una ciudad con un costo de vida relativamente bajo en comparación a su nivel de ingresos.

Con el aumento de trabajadores en remoto y personas con este estilo de vida en la ciudad, poco a poco se han ido estableciendo mayor número de grupos de nómadas digitales con el objetivo de satisfacer estos deseos de comunidad.

Otro punto a tener en cuenta es que una parte importante de los entrevistados destaca estar teniendo una experiencia global más positiva en la ciudad de Barcelona dentro del contexto actual que en anteriores visitas. Esto pone de relieve que, a pesar de ser un segmento que valora muy positivamente el ocio, el cual todavía no ha recuperado su actividad debido a la crisis sanitaria, también busca la calidad en su experiencia, valorando negativamente la masificación turística de la ciudad en épocas anteriores.

En cuanto a la ciudad de Barcelona y su relación con el turismo, vemos que cuenta con una larga experiencia y reputación a nivel mundial y que, por tanto, siempre contará con una demanda turística estable. Aun así, el colectivo nómada digital representa una nueva audiencia, sobre la cual aún queda mucho por conocer, con necesidades muy

específicas que merecen una especial atención en cuanto a sus características, percepciones y satisfacción, coincidiendo con el punto de vista de Vagena (2021).

El ente de Turismo de Barcelona ha llevado a cabo con éxito la campaña *Workation* para promocionar la ciudad como destino atractivo para trabajar y vivir durante una temporada; aun así esta estrategia se encuentra en una fase muy inicial la cual requiere una mayor continuidad de futuro. Cabe destacar que el interés por este “nuevo segmento” ha surgido en un momento en el que la ciudad tenía que hallar maneras de superar una crisis sin precedentes, dada su gran dependencia turística a nivel económico. Este hecho anticipa ciertos riesgos de posible abandono del interés hacia este colectivo, una vez se recupere la actividad turística y se vuelva al modelo anterior a la crisis sanitaria de la COVID-19, el cual afrontaba muchos retos a nivel de gestión pública y sostenibilidad.

Por otra parte, nuestros resultados constatan que otro de los destinos españoles favoritos del colectivo nómada digital son las Islas Canarias. Esto pone de manifiesto que la campaña realizada por la empresa pública Promotur Turismo de Canarias, la cual según Hosteltur (2021) realizó una inversión de 500.000€ para captar a 30.000 teletrabajadores en cinco años, incentivando entre empresas internacionales la elección de las islas como lugar para trabajar en remoto para sus empleados, está empezando a generar sus impactos. A esta estrategia, se suman otras como la de Gran Canaria y su página web *Nomad City* –mencionada con anterioridad- la cual tiene contenido de interés específico para nómadas digitales, habiendo sido desarrollada por una empresa privada y financiada por el ente de Turismo de la isla.

Y es que esta sería una de las recomendaciones principales a realizar a las OGD como es el caso de Turismo de Barcelona: generar mayores sinergias otras entidades públicas y con el sector privado para realizar mayores estudios de mercado y desarrollar nuevas estrategias y productos atractivos para el colectivo.

Por último, y no menos relevante, este estudio ha puesto de manifiesto que ninguno de los entrevistados es usuario de la página web oficial del ente de Turismo de Barcelona, y por consiguiente, tampoco de sus servicios. Un acercamiento al público *Millennial* y una mayor renovación a nivel de contenido visual, junto con una presencia más activa en redes sociales, mejoraría notablemente su posicionamiento, lejos de quedar en un sitio web obsoleto a los ojos de esta audiencia.

Por otra parte, la creación de una aplicación o web dedicada íntegramente a la comunidad nómada de Barcelona, con contenidos de su interés, nuevos productos, y espacios para su interacción, también sería altamente recomendable si Barcelona quiere posicionarse como destino pionero dentro del nomadismo digital.



## 7. Conclusiones

Este estudio ha pretendido ser prospectivo, es decir, no concluyente dada la suposición de que el trabajo en remoto proliferará. Esta premisa, desde la cual parte este proyecto de investigación, ha ido encontrando argumentos de apoyo al observar un aumento del teletrabajo motivado por la crisis sanitaria de la COVID-19. Aunque ésta pudiese parecer una tendencia pasajera, la observada diversificación de empleos a distancia, junto con otros indicios como el abandono del puesto de trabajo fijo para iniciarse como *freelancer* o la negociación del trabajo en remoto dentro de sus condiciones contractuales con el empleador, dejan entrever esta propensión a la alza.

Siendo así, esto anunciaría el paso hacia una economía más globalizada, además de grandes transformaciones en el seno de las empresas y de las estructuras sociales, dando paso a nuevos estilos de vida y formas de relaciones.

Por otra parte, y desde el caso que nos ocupa, se ha hecho hincapié en el fenómeno del nomadismo digital desde el desde el punto de vista de la movilidad y el turismo, llegando a la conclusión de que nos hallamos ante un híbrido entre lo que sería un turista y un residente temporal.

De este nuevo segmento –aún minoritario pero con tendencia al alza- cabe destacar su emulación del estilo de vida hedonista y constante búsqueda de libertad en entornos agradables que representan el ideal de “paraíso”, mientras se esfuerzan por encontrar métodos para la obtención de ingresos pasivos, con el fin de hacer viable este estilo de vida a largo plazo y mejorar su estatus.

Asimismo, y desde el punto de vista de las OGDs, esto abre las puertas a un nuevo paradigma en el que tendrán que adaptarse para satisfacer una demanda que busca experiencias cada vez más locales –y menos turísticas- la cual entraría dentro de una tipología de *slow tourism* -turismo lento-. Este último concepto se define como prácticas de turismo alternativas que fomentan la creación de experiencias de calidad, tanto para los turistas como para los residentes locales, minimizando a su vez los impactos a nivel social, cultural y medioambientales resultantes de la actividad (Markwell, Fullagar y Wilson, 2012). Así pues, se trata de una tipología de turismo más responsable el cual

reduce los impactos negativos del turismo de masas y a su vez puede aportar grandes beneficios a los destinos a largo plazo.

Los resultados de este estudio ponen de manifiesto que los nómadas digitales son un colectivo estrechamente relacionado con la emprendeduría y la creación de *startups*, convirtiéndose en polos de atracción de negocios y de intercambio de conocimiento.

En el caso de la ciudad de Barcelona, se concluye que el nivel salarial del colectivo nómada está bastante por encima del de los residentes, convirtiéndose para los primeros en un destino muy asequible al estar predispuestos a realizar gastos elevados en el alquiler del alojamiento así como también en las ofertas de ocio y gastronomía.

El hecho de formar parte de un turismo más lento, junto con el interés manifestado por los entrevistados contribuir con las causas medioambientales a lo largo de sus viajes, pone de relevancia de que se trata de un perfil de turista más consciente y sostenible.

Por último, y no menos importante, al estar constantemente conectados con los entornos digitales y en algunos casos, dedicarse a trabajos relacionados con el marketing online y blogs de viaje, además de actuar por “recomendación”, el nómada digital puede convertirse en muy buen embajador del destino si se sabe adaptar la oferta adecuadamente a sus necesidades.

Así pues se concluye en que se trata de un segmento de mercado con numerosos beneficios a nivel económico, social y medioambiental.

En cuanto a Barcelona, se ha comprobado que es una ciudad que tiene todas las características para atraer a este colectivo, especialmente por su buen clima, su localización al lado del mar mediterráneo, su amplia oferta de ocio y su gran proyección a nivel internacional.

A pesar de estar bien preparada para satisfacer a esta demanda, se concluye que hay posibilidades de mejora y que, una mayor profundización en el conocimiento de este segmento mediante la realización de futuros estudios, puede traer consigo la creación de productos y servicios turísticos más innovadores y personalizados, así como también la introducción de nuevas medidas legales que permitan una gestión mejorada de la presencia de este colectivo en la ciudad de Barcelona.

### 7.1. Limitaciones y futuras áreas de investigación

Ante la novedad de este tema de estudio y la falta de más investigaciones dentro de los campos sociológico y turístico, queda mucho por explorar en cuanto a definiciones, modelos y tipologías de nómadas digitales. Si bien la investigación ha partido de una delimitación temporal de seis meses como criterio a la hora de seleccionar la muestra, cabe destacar que también existen otras tipologías de nómadas digitales con tendencia a asentarse en los destinos por estancias más prolongadas, pudiendo ser de más meses o algún/os año/s. En este caso, aunque entren dentro de la categoría de residente o *expat*, también pueden auto identificarse como parte del colectivo, bajo la denominación de nómada digital, al trabajar en remoto y eligiendo un único lugar como base, a la vez que realizando frecuentes viajes nacionales o internacionales.

Por otro orden de ideas, como hemos visto, hay quienes separan el concepto “nómada profesional” de los “profesionales que teletrabajan en remoto de forma temporal” – como es el caso de Turismo de Barcelona- refiriéndose así a los trabajadores que están en remoto de manera excepcional debido al del escenario de la pandemia. Si bien es adecuado hacer este tipo de apreciaciones con el fin de reconocer patrones de viaje distintos y cubrir audiencias más variadas, en este estudio se ha considerado nómada digital a cualquier trabajador en remoto que tuviese una alta frecuencia de viajes y que se auto identificase como tal, sintiéndose aún con este estilo de vida. Así pues, en futuras investigaciones sería interesante abordar todas estas diferencias y establecer clasificaciones más precisas acerca de las diversas tipologías existentes dentro de este perfil.

Por otra parte, este estudio ha sido realizado durante la época de primavera y verano, siendo un periodo de alta estacionalidad, el cual es muy susceptible de atraer a aquellos perfiles de nómadas digitales que cambian de destino en función del clima. Sería interesante estudiar la tendencia del número de nómadas digitales en la ciudad de Barcelona tanto en la época invernal como estival, y en caso de detectar una alta estacionalidad turística, crear estrategias para su desestacionalización.

## 8. Anexos



Hello,

My name is Anna Ortiz and I am a student of the Master in Tourism Management and Planning at the University of Girona (Spain). I am addressing you because I have identified you as a “digital nomad” and I want to express my willingness to interview you with the aim to include your personal experience in my research. This questionnaire is part of my final Master's work, which aims to analyze the lifestyle, perceptions and the overall image that the nomad community has about Barcelona. Before proceeding I want to inform you that the content extracted from the answers has only academic purposes. This guarantees the preservation of the anonymity of the given answers. Moreover, this interview will be recorded in audio format in order to capture the content of your comments with the greatest levels of accuracy, precision and objectivity.

I truly appreciate your time and collaboration! Thanks!

### Block 1: General

1. Name:
2. Age:
3. Country of origin:
4. Marital status:
5. Job position and sector:
6. Employed or freelancer:
7. Time as a digital nomad:
8. Previous destination and length of stay:
9. Future destination and expected length of stay:
10. Time spent in Barcelona:

### Block 2: Remote working

11. Could you explain more precisely what your profession is?
12. How would you describe a regular “working day”?
13. Which impression do you have of teleworking and concepts such as “self-discipline”, “productivity”...?
14. (If employed by a company) Which are the future expectations that you can continue working remotely?

### Block 3: Digital Nomad lifestyle (motivations, travel patterns & community)

➤ *Motivations*

15. What motivates you to be a digital nomad?
16. Which facts would you highlight for making you leave or “escaping” from your hometown?

➤ *Mobility and travel patterns*

17. How often do you tend to change destination?
18. On what do you base the choice of the destination to live and work for a while?
19. How do you usually prepare your trips?

➤ *Community and social life*

20. Which are the benefits of meeting other digital nomads?
21. (If a woman) From the gender perspective, what is it like to be a digital nomad woman?
22. Any memorable experiences or social events you have had with other nomads?

### Block 3: Perceptions about the city of Barcelona and “lifestyles” in the city

➤ *Motivations*

23. Why have you chosen Barcelona as a city to live and work?
24. What is your relationship with the city? (first time or repeat, motivations)
25. What would you highlight about the “quality of life” in Barcelona?
26. What do you think about “sustainable practices” in Barcelona?

➤ *Cost of living*

27. What do you think about the general cost of living in Barcelona?
28. In which area of the city do you live and what type of accommodation do you use?
29. What monthly rent do you pay?

➤ *Community / social life / experience*

30. What is your experience in co-working and co-living spaces in Barcelona?
31. What leisure and cultural offers are you most interested in in Barcelona?
32. How often do you interact with other digital nomads in Barcelona?
33. What is your personal experience with the local residents of the city?
34. Which other destinations would you highlight for having had a good experience as a digital nomad?

➤ *Others (Turisme de BCN)*

35. Have you ever heard of the section workation engaged by Turismo de Barcelona?
36. Which aspects do you consider that the city should take into account to facilitate your stay?

## 9. Bibliografía

- Agencia Tributaria (2021). *Persona física residente en España? ¿Cuándo una persona física se considera residente en España?, y ¿cuándo no residente?* [Consulta: 15 de mayo de 2021] [https://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Inicio/La\\_Agencia\\_Tributaria/Campanas/Campanas\\_/Fiscalidad\\_de\\_no\\_residentes/Impuesto\\_sobre\\_la\\_Renta\\_de\\_no\\_residentes\\_/Sin\\_establecimiento\\_permanente/INFORMACION/Informacion\\_General/Cuestiones\\_sobre\\_residencia/Persona\\_fisica\\_residente\\_en\\_Espana.shtml](https://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Inicio/La_Agencia_Tributaria/Campanas/Campanas_/Fiscalidad_de_no_residentes/Impuesto_sobre_la_Renta_de_no_residentes_/Sin_establecimiento_permanente/INFORMACION/Informacion_General/Cuestiones_sobre_residencia/Persona_fisica_residente_en_Espana.shtml)
- Angelici, M., & Profeta, P. (2020). Smart-working: work flexibility without constraints.
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of tourism research*, 26(4), 868-897.
- Baloglu, S. and Uysal, M. (1996), "Market segments of push and pull motivations: a canonical correlation approach", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 8 No. 3, pp. 32-38.
- Beerli, A., & Martin, J. D. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of tourism research*, 31(3), 657-681.
- Bell, C. (2014). Bar talk in Bali with (s) expat residential tourists.
- Bloom, N. (2021, Mayo 6). Cómo el teletrabajo cambiará el centro de las ciudades (y sus ascensores): Tras despuntar con el confinamiento, todo indica que el trabajo a distancia está aquí para quedarse. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/internacional/vanguardia-dossier/revista/20210506/7310742/como-teletrabajo-cambiara-centro-ciudades-ascensores.html>
- Bozzi, N. (2020). # digitalnomads,# solotravellers,# remoteworkers: A Cultural Critique of the Traveling Entrepreneur on Instagram. *Social Media+ Society*, 6(2), 2056305120926644.
- Choudhury, P., Foroughi, C., & Larson, B. (2021). Work-from-anywhere: The productivity effects of geographic flexibility. *Strategic Management Journal*, 42(4), 655-683.
- Clayton, J. (2021, abril 16). Por qué algunas de las grandes tecnológicas ya no quieren que sus empleados trabajen de forma remota todo el tiempo. *BBC*. 10 de mayo 2021. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-56649885>
- Cohen, S.A., Duncan, T. & Thulemark, M. (2015). Lifestyle mobilities: The crossroads of travel, leisure and migration. *Mobilities*, 10(1), 155-172
- Cook, D. (2020). The freedom trap: digital nomads and the use of disciplining practices to manage work/leisure boundaries. *Information Technology & Tourism*, 1-36.
- de Alba, J. M., Prats, L., & Coromina, L. (2017). Análisis de los perfiles de corta y larga duración de los turistas de ocio de Barcelona. *Cuadernos de Turismo*, (39), 343-366.

- Díaz, P., Martín, M. P. R., & Carolina, D. (2020). El teletrabajo en tiempos de COVID-19.
- Engebretsen, A. I. (2017). Key figure of mobility: the nomad. *Social Anthropology*, 25(1), 42-54.
- Evans, J. A., Kunda, G., & Barley, S. R. (2004). Beach time, bridge time, and billable hours: The temporal structure of technical contracting. *Administrative Science Quarterly*, 49(1), 1-38.
- Fernández, J. A. F., Duarte, P. A. O., & Mogollón, J. M. H. (2011). Imagen del destino y marca turística: sinergias e implicaciones. *Tourism & Management Studies*, 1, 904-914.
- Ferreira, R., Pereira, R., Bianchi, I. S., & da Silva, M. M. (2021). Decision Factors for Remote Work Adoption: Advantages, Disadvantages, Driving Forces and Challenges. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 70.
- Gispert, B. (2021, Mayo 21). Nómada digital, una especie al alza. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/economia/20210516/7457504/nomada-digital-especie-alza-teletrabajo-coworking.html>
- Halford, S. (2005). Hybrid workspace: Re-spatialisations of work, organisation and management. *New Technology, Work and Employment*, 20(1), 19-33.
- Hall, G., Sigala, M., Rentschler, R., & Boyle, S. (2019). Motivations, mobility and work practices; the conceptual realities of digital nomads. In *Information and communication technologies in tourism 2019* (pp. 437-449). Springer, Cham.
- Hermann, I., & Paris, C. M. (2020). Digital Nomadism: the nexus of remote working and travel mobility.
- Hosteltur (2021). *Canarias fija una meta: captar 30.000 teletrabajadores en cinco años* [Consultado: 19/8/2021]. [https://www.hosteltur.com/142498\\_canarias-fija-una-meta-captar-30000-teletrabajadores-en-cinco-anos.html](https://www.hosteltur.com/142498_canarias-fija-una-meta-captar-30000-teletrabajadores-en-cinco-anos.html)
- Joric, C. (2020, mayo 21). El teletrabajo nació de otra crisis. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/historiayvida/historia-contemporanea/20200521/481297391719/teletrabajo-covid19-crisis-petroleo-sociedad-consumo.html>
- Kawulich, B. B. (2005). La observación participante como método de recolección de datos.
- Larsen, J., Urry, J., & Axhausen, K. W. (2007). Networks and tourism: Mobile social life. *Annals of tourism research*, 34(1), 244-262.
- Mancinelli, F. (2020). Digital nomads: freedom, responsibility and the neoliberal order. *Information Technology & Tourism*, 22(3), 417-437.
- Markwell, K., Fullagar, S., & Wilson, E. (2012). 17. Reflecting Upon Slow Travel and Tourism Experiences. In *Slow Tourism* (pp. 227-233). Channel View Publications.

- MBO Partners (2019) *Digital Nomadism: A Rising Trend* [Consultado: 14/7/2021]. <https://s29814.pcdn.co/wp-content/uploads/2019/02/StateofIndependence-ResearchBrief-DigitalNomads.pdf>
- MBO Partners (2021). *COVID-19 and the Rise of the Digital Nomad* [Consultado: 14/7/2021]. <https://s29814.pcdn.co/wp-content/uploads/2021/05/MBO-Partners-Digital-Nomad-Report-2020.pdf>
- Müller, A. (2016). The digital nomad: Buzzword or research category? *Transnational Social Review*, 6(3), 344-348.
- Nash, C., Jarrahi, M. H., Sutherland, W., & Phillips, G. (2018, March). Digital nomads beyond the buzzword: Defining digital nomadic work and use of digital technologies. In *International Conference on Information* (pp. 207-217). Springer, Cham.
- Navarrete, J. M. (2000). El muestreo en la investigación cualitativa. *Investigaciones sociales*, 4(5), 165-180.
- Nomad List. (2021). *Nomad List — Best Places to Live for a Digital Nomad*. [Consulta: 29 de abril de 2021]. <https://nomadlist.com/barcelona>
- Nómada Digital (2021, febrero 15). En *Wikipedia*. 8 de mayo de 2021 [https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=N%C3%B3mada\\_digital&oldid=133237173](https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=N%C3%B3mada_digital&oldid=133237173)
- Olga, H. (2020). In search of a digital nomad: defining the phenomenon. *Information Technology & Tourism*, 22(3), 335-353.
- Ozimek, A. (2021). When Work Goes Remote. Available at SSRN 3777324.
- Paris, C.M. (2012). Flashpackers: an emerging sub-culture? *Annals of Tourism Research*, 39, 1094-1115.
- Pecsek, B. (2018). Working on holiday: the theory and practice of workcation. *Balkans Journal of Emerging Trends in Social Sciences Balkans JETSS*, 1(1), 1-13.
- Peden, K. (1984). *Winnebiko*. Clearwater, Florida. [Imagen digital]. Nomadic Research Labs. Recuperado el 28 de mayo de 2021 de <https://microship.com/winnebiko/>
- Reichenberger, I. (2018). Digital nomads—a quest for holistic freedom in work and leisure. *Annals of Leisure Research*, 21(3), 364-380.
- Resonance Consultancy Ltd. (2021). *World Best Cities – Best Cities*. [Consulta: 29 de abril de 2021]. <https://www.bestcities.org/rankings/worlds-best-cities/>
- Richards, G., & Wilson, J. (Eds.). (2004). *The global nomad: Backpacker travel in theory and practice*. Channel View Publications.



- Richards, G. (2015). The new global nomads: Youth travel in a globalizing world. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 340-352.
- Rodino-Colocino, M. (2008). Technomadic work: From promotional vision to WashTech's opposition. *Work Organisation, Labour and Globalisation*, 2(1), 104-116.
- Shipside, S. (2002). *Flexible and Virtual Working*. John Wiley and Sons, Inc.
- Taylor, S. J., & Bogdan, R. (2008). La entrevista en profundidad. *Métodos cuantitativos aplicados*, 2, 194-216.
- Thompson, B. Y. (2018). Digital nomads: Employment in the online gig economy. *Glocalism: Journal of Culture, Politics and Innovation*, 1, 1-26.
- Thompson, B. Y. (2019). The digital nomad lifestyle: (remote) work/leisure balance, privilege, and constructed community. *International Journal of the Sociology of Leisure*, 2(1), 27-42.
- Turismo de Barcelona. (2021). *Visit BCN / Workation*. [Consulta: 8 de agosto de 2021]. <https://www.barcelonaturisme.com/wv3/es/page/3165/workation.html>
- Vagena, A. (2021). Digital Nomads and Tourism Industry. *Academia Letters*, Article 765. <https://doi.org/10.20935/AL765>
- Von Zumbusch, J. S. H., & Lalicic, L. (2020). The role of co-living spaces in digital nomads' well-being. *Information Technology & Tourism*, 22(3), 439-453.
- Web Work Travel (2021). *Web Work Travel- Nomad Entrepreneur Summit*. [Consulta: 6 de junio de 2021]. <https://www.webworktravel.com/summit/>
- Woldoff, R. A., & Litchfield, R. C. (2021). *Digital nomads: In search of freedom, community, and meaningful work in the new economy*. Oxford University Press, USA.
- Yang, Y., Liu, X., Jing, F., & Li, J. (2014). How does perceived value affect travelers' satisfaction and loyalty?. *Social Behavior and Personality*, 42(10), 1733-1744.
- Zigurat Global Institute of Technology (2019). *Smart City Series: la experiencia de Barcelona*. [Consultado: 8/5/2021]. <https://www.e-zigurat.com/blog/es/smart-city-series-barcelona/>
- Zummo, M. L. (2018). On the discursive self-construction of expats, behavior and values. *Scripta Manent*, 12(1), 6-20.