



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

GRADO EN TURISMO

**La era de los “Digital nomads”. Aplicación al caso de Sevilla
como destino nómada.**

Trabajo Fin de Grado presentado por Irene Albújar Cruz, siendo la tutora del mismo
Dña. María Pilar Moreno Pacheco.

Vº. Bº. de la Tutora:

Alumna:

Dña. María Pilar Moreno Pacheco

Dña. Irene Albújar Cruz

Sevilla. Mayo de 2017



GRADO EN TURISMO
FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2016-2017]

TÍTULO:

**LA ERA DE LOS “DIGITAL NOMADS”. APLICACIÓN AL CASO DE SEVILLA
COMO DESTINO NÓMADA.**

AUTORA:

IRENE ALBUJAR CRUZ

TUTORA:

DÑA. MARÍA PILAR MORENO PACHECO

DEPARTAMENTO:

ECONOMÍA APLICADA I

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

ECONOMÍA APLICADA

RESUMEN:

El presente Trabajo Fin de Grado trata sobre el estudio del fenómeno emergente “digital nomad” así como la aplicación al caso de Sevilla como potencial destino nómada, realizando un análisis comparativo respecto a las principales ciudades españolas donde se da dicho fenómeno. La idea principal del proyecto es aproximarnos a una nueva forma de trabajo y estilo de vida donde el viaje siempre está presente, intentando adaptar la oferta y demanda de este tipo de segmento de mercado ya que tiene repercusión en el sector turístico. Para ello estudiaremos a fondo el fenómeno, así como su origen, características y principales motivaciones.

PALABRAS CLAVE:

Digital Nomad; millennials; backpackers; destino nómada; destino inteligente.

ABSTRACT

This final dissertation address the emergent phenomenon of "digital nomad" as well as Seville as potential nomad destination, carrying out a comparative analysis to the main spanish cities where the aforementioned phenomenon takes place. The main idea of the present dissertation is approaching a new type of work and lifestyle base on continously travelling, trying to adapt both, supply and demand, to the needs of this niche market due to its impact on tourism. In order to do this, the this type of market segment because it has repercussions in the tourism sector. In order to do this, the phenomenon will be in-depth studied, as well as its origins, characteristics and main motivations.

KEYWORDS:

Digital Nomad;millennials;backpackers; nomadic destination;smart destination;

Ante todo, quisiera agradecer a mi profesora y tutora M^o del Pilar Moreno Pacheco por su dedicación, implicación y profesionalidad en el seguimiento de la investigación llevada a cabo. Así como por el apoyo recibido hacia la elección de una temática desconocida.

Del mismo modo, quisiera agradecer también a todos los “digital nomads” por la ayuda que generosamente me han prestado al contribuir en la realización de entrevistas para la elaboración del proyecto. Sin duda alguna cumplen un papel muy importante.
Gracias por romper paradigmas en busca de una mejor vida.

ÍNDICE

1. CAPÍTULO 1: Cuestiones preliminares	3
1.1. Justificación de la temática abordada	3
1.2 Objetivo del estudio	5
1.3. Estructura	6
1.4. Fuentes consultadas	6
2. CAPÍTULO 2: Marco Teórico	7
2.1 Fenómeno Digital Nomad: concepto y tipología	7
2.2 Perfil del Digital Nomad y su relación con la generación millennials	8
2.3 Origen y evolución del fenómeno Digital Nomad	10
3. CAPÍTULO 3: Relación entre destinos turísticos inteligentes y nómadas	13
3.1 Introducción: Destinos Turísticos Inteligentes	13
3.2 Análisis de las principales ciudades turísticas inteligentes y nómadas	14
3.2.1 Ciudades Españolas para nómadas digitales	14
3.2.2 Ciudades Turísticas Inteligentes	14
3.3 Relación entre destinos elegidos por digital nomads y destinos turísticos inteligentes	16
4. CAPÍTULO 4: Estudio caso: Sevilla como destino nómada	17
4.1 Análisis como destino	17
4.1.1 Análisis DAFO	18
4.2 Valoraciones sobre Sevilla como DN	20
4.3 Comparativa entre ciudades españolas principales	21
5. CAPÍTULO 5: Conclusiones y recomendaciones finales	23
Bibliografía	25
Anexos	29
Anexo 1 Entrevista	29
Anexo 2 Relación de figuras y gráficas	31

CAPÍTULO 1

CUESTIONES PRELIMINARES

“La fórmula de los procesos de modernización es la siguiente: el progreso es el movimiento hacia el movimiento, el movimiento hacia un mayor movimiento, el movimiento hacia el aumento de la movilidad.”

Sloterdijk, P. (2006)

Hoy en día, internet está revolucionando el mundo de las tecnologías a gran escala. Como señalaron Makimoto y Manners, “este será el origen de una revolución que va a dar a las personas opciones a una escala nunca antes vista. Con la capacidad de aprovechar todas las fuentes mundiales de información pública desde cualquier lugar del mundo y la capacidad de hablar con cualquier persona a través de un vídeo, se les dará a los humanos la oportunidad, si lo desean, de ser nómadas globales” (*Makimoto, T.; Manners, D. 1997*)

Lo cierto es, que veinte años después de la publicación del libro anteriormente mencionado, las predicciones se cumplen. Aunque no tuvieron en cuenta la aparición e impacto de redes sociales, economía compartida, aplicaciones, servicios populares como Airbnb, Blablacar, oDesk y las diferentes herramientas digitales que ofrece Google.

1.1 JUSTIFICACIÓN DE LA TEMÁTICA ABORDADA

La elección de la temática tratada está relacionada con el deseo e interés personal que confiere este estilo de vida. El interés surge cuando nos planteamos a que queremos dedicarnos profesionalmente en un futuro, pero esta importante decisión se ve influenciada por la definición de éxito de la sociedad. El éxito se suele basar en ir a la universidad, conseguir un trabajo bien pagado, ganar lo suficiente para pagar una hipoteca, tener hijos, criarlos para que sigan nuestro camino, retirarnos y dedicar nuestros últimos días a hacer todo aquello que por falta de tiempo no era posible. Para aquellos que aman viajar, esta definición de éxito no es compatible con la visión de futuro que puedan tener. Vivimos en una sociedad que trabaja esperando el fin de semana para escapar de la rutina y del estrés y seguro que más de uno se preguntará porqué seguir este canon preestablecido. ¿Acaso no podemos definir el éxito a nuestra manera y salir de nuestra zona de confort? Pues bien, la aparición de los “digital nomads”, a partir de ahora DgN, son un claro ejemplo de una versión menos materialista del éxito y de cambio ideológico social influenciado por la tecnología. Este cambio social del que surgen los nómadas digitales podría decirse que viene pisando fuerte y que ha llegado para quedarse ya que como indica Andrés Romero en Hosteltur, “*son un microsegmento de mercado de colectivos potenciado por la tecnología, los nuevos modelos de trabajo y el deseo de no renunciar a conocer mundo por un empleo estable.*”

Esta idea, al no estar muy consolidada aun, puede no ser muy bien vista por parte de la sociedad. Además, romper con el canon establecido puede ser una decisión compleja, pero si el cambio va unido a la revolución tecnológica que constantemente

sufrimos, el procedimiento será mucho más verosímil. Así mismo, desde el punto de vista empresarial, una política de trabajo a distancia podría suponer un aumento de la productividad y creatividad de los empleados según el estudio Work without Walls de Microsoft (2011).

El crecimiento de la tecnología digital en organizaciones y empresas turísticas está transformando los negocios y sectores de actividad turística. Según un estudio sobre la densidad digital realizado por Accenture y Oxford Economics, el aumento del uso de las tecnologías digitales podría incrementar más de 1,25 billones de euros al PIB de las principales economías del mundo de aquí a 2020, lo que representaría un 2,3% respecto a los datos actuales. Sin embargo, este es un proceso largo y complicado. Para comprender la importancia que poseen las TIC's, en el ámbito que estamos estudiando, nos pararemos a observar el uso de internet en las diferentes áreas del mundo.

World Regions	Population (2017 Est.)	Population % of World	Internet Users 31 Mar 2017	Penetration Rate (% Pop.)
Africa	1,246,504,865	16.6 %	345,676,501	27.7 %
Asia	4,148,177,672	55.2 %	1,873,856,654	45.2 %
Europe	822,710,362	10.9 %	636,971,824	77.4 %
Latin America / Caribbean	647,604,645	8.6 %	385,919,382	59.6 %
Middle East	250,327,574	3.3 %	141,931,765	56.7 %
North America	363,224,006	4.8 %	320,068,243	88.1 %
Oceania / Australia	40,479,846	0.5 %	27,549,054	68.1 %
WORLD TOTAL	7,519,028,970	100.0 %	3,731,973,423	49.6 %

Tabla 1.1 Estadísticas Uso Internet Marzo 2017

Fuente: Internet World Stats <http://www.internetworldstats.com/>

Como podemos apreciar, Europa, posee el segundo ratio más elevado de penetración y número de usuarios. Estos datos son relevantes para determinar el potencial que tienen los países en relación al acceso a la información, capacidad de toma de decisiones, creación, generación y difusión del conocimiento en las sociedades modernas, generación de nuevas fuentes de empleo y creación de una nueva y creciente economía digital. (Lubiza Osio Havriluk, 2010). España con un ratio de penetración del 76,9%, es un destino cada vez más elegido por nómadas digitales. Más adelante veremos con profundidad todos los factores y motivos que impulsan a estas personas a elegir España.

Desde la perspectiva del sector turístico, la digitalización ha multiplicado la oportunidad de satisfacer las necesidades de turistas y la visibilidad de oferentes de los diferentes servicios. A su vez, ha hecho más competitivo los agentes involucrados lo que se traduce en más turismo y más empleo. El Instituto de la Economía Digital de ESIC (Business & Marketing School) ha elaborado un ICD, Índice de Competencia Digital (2016) el cual nos sirve como referencia para conocer la relación que hay entre de las empresas y la economía digital. Se entrevistaron a 81 empresas turísticas de ámbito nacional donde el 85% de ellas posee un ICD bajo mientras que tan sólo el

15% tienen un ICD alto. Esto supone un escaso nivel de digitalización en el sector turístico español. En el citado estudio se prevé que el 72% de las empresas turísticas encuestadas invertirán en formación y proyectos digitales en los próximos dos años. Sin duda, algo indispensable para el sector.

En relación a la formación del capital humano, es importante plantear el déficit de profesionales especializados en ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas que sufrirá España. En concreto, los jóvenes que acceden a este tipo de formación ha disminuido un 4% entre 2009 y 2016 y se pronostica que disminuya a un ritmo anual de un 3,3% hasta 2021 según el estudio realizado por Randstad Research. Aunque el Gobierno de España implementó la Agenda Digital en 2013 para desarrollar la economía y sociedad digital, finalizando dicha estrategia en 2015 con el Plan Nacional de Ciudades Inteligentes y el Plan de Impulso de las Tecnologías del Lenguaje, no ha dado los frutos esperados. Aun así, la sociedad y empresas deben adaptarse al continuo cambio tecnológico ya que como indica el estudio anteriormente citado, la digitalización generará más de 1,2 millones de empleo en cinco años, de los cuales 390.000 serán profesionales STEM (Science, Technology, Engineering & Mathematics), 669.000 serán empleos inducidos, que darán soporte a los primeros, y el resto serán empleos indirectos. En esta división de empleo fácilmente podríamos ubicar a un DgN independientemente del perfil profesional que éste posea.

Teniendo en cuenta todo lo anterior y enfocándolo hacia el turismo no sólo como sector de la economía, sino como fenómeno humano con consecuencias sociales, podemos apreciar un nuevo cambio en la sociedad para adaptarse a las tecnologías. En ese continuo cambio serán participes los “digital nomads” y claramente repercutirá en el sector turístico ya que el fenómeno está relacionado con la búsqueda del movimiento dónde se verán involucrados la búsqueda de alojamiento y medios de transporte, así como gasto directo en el destino elegido con el fin de descubrir las peculiaridades de cada lugar. Además, este nuevo perfil podría ayudar a combatir la estacionalidad de muchos destinos.

1.2 OBJETIVOS

El presente estudio tiene como objetivo principal el análisis del fenómeno emergente de “Digital Nomad” así como la aplicación al caso de Sevilla como destino potencial para nómadas digitales. Para alcanzar el principal objetivo de esta investigación analizaremos y delimitaremos el término y perfil “Digital nomad” así como el origen, motivaciones y características que poseen. Centraremos el estudio en Sevilla como potencial destino nómada realizando un análisis comparativo respecto a las principales ciudades españolas donde se da dicho fenómeno y trataremos la relación que tiene un destino turístico inteligente con un destino nómada para así comprender mejor estos últimos. Además, llevaremos a cabo entrevistas a digital nomads para conocer su comportamiento y opinión en relación a la ciudad de Sevilla.

1.3 ESTRUCTURA

Tras este primer capítulo de cuestiones preliminares, en el capítulo dos, denominado “Marco Teórico” presentaremos el concepto y tipología de DgN, el perfil que poseen en cuanto a edad, sexo, motivaciones y perfil profesional donde haremos incidencia en la generación Millennial observando la relación y repercusión que posee con el fenómeno. Para finalizar el capítulo, abordaremos el origen y la evolución.

En el capítulo tres, llamado “Relación entre destinos turísticos inteligentes y nómadas”, veremos la relación que existe entre un destino nómada (DN) y un destino turístico inteligente (DTI) analizando, además, las principales ciudades españolas.

Será en el capítulo cuatro donde nos centraremos en estudiar el caso de” Sevilla como destino nómada”. Aquí llevaremos a cabo un análisis del destino, un análisis de las características internas (debilidades y fortalezas) y situación externa (amenazas y oportunidades) que posee Sevilla. Nos apoyaremos en las valoraciones de diferentes DgN tanto entrevistados como usuarios de NomadList y realizaremos una comparativa entre las principales ciudades españolas donde estos predominan. Para finalizar, el último capítulo irá destinado a unas últimas conclusiones donde haremos hincapié en acciones que debería llevar a cabo la ciudad de Sevilla y citaremos una futura línea de investigación.

1.4 FUENTES CONSULTADAS.

En la realización de la investigación, hemos sufrido ciertas dificultades para hallar fuentes fiables al no ser una temática muy conocida. Debido a los escasos recursos bibliográficos que disponemos sobre el tema, hemos recurrido mayoritariamente a páginas web rigurosas en su mayoría inglesas. Para una aproximación más exacta hacia nuestros objetivos, hemos elaborado una entrevista, reproducida en el anexo 1, basado en un estudio realizado por Welance. Dicha entrevista ha sido realizada a nómadas digitales de diferentes nacionalidades y que actualmente residen, han residido o contemplan la posibilidad de residir temporalmente en Sevilla. La información obtenida de primera mano está representada principalmente en los capítulos 2 y 4. Así mismo, hemos sido partícipe del testimonio de uno de los cofundadores de Workincompany (empresa sevillana de coworking), Jaime Aranda, en una de sus charlas TeDxSevilla “*Donde el trabajo te lleve*”. Para el análisis comparativo de destinos españoles más valorados por digital nomads y valoraciones sobre la ciudad de Sevilla, hemos recurrido a la conocida plataforma web NomadList. Se trata de una página web donde más de 10.000 DgN comparten e intercambian información sobre más de 500 ciudades de todo el mundo donde poder vivir y trabajar simultáneamente. Aquí se valoran aspectos como la velocidad de internet, coste de vida y otras peculiaridades relacionados con la ciudad que servirán de recomendación para la elección del siguiente destino de un DgN.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

2.1 FENÓMENO DIGITAL NOMAD: CONCEPTO Y TIPOLOGÍA

"El nomadismo es parte del ADN humano y este fenómeno está ganando impulso como un estilo de vida viable para una creciente sociedad de profesionales educados, influyentes y afluentes"

Chipchase, J. (2007)

El término "Digital Nomad" en español, nómadas digitales, es un término compuesto. El primero de ellos, digital, está relacionado con las TIC's (Tecnologías de la Información y Comunicación) e implica obtener ingresos trabajando de manera online. El segundo, Nomad, se refiere al continuo movimiento que otorga la libertad geográfica.

Aunque no existe un concepto consolidado, existen diferentes acepciones aportadas por diversos profesionales. En este estudio, hemos querido abordar diferentes definiciones para facilitar la comprensión del mismo ya que es algo que de momento no es muy conocido ni estudiado.

Según Wikipedia, *"un digital nomad es un profesional que usa las nuevas tecnologías para trabajar, y que lleva a cabo un estilo de vida nómada. Por lo general, los nómadas digitales trabajan de forma remota (desde casa, cafeterías o bibliotecas públicas) en lugar de hacerlo en un entorno de trabajo estable."*

El experto en nomadismo digital, Dan Robinson, lo define de la siguiente manera: *"un digital nomad es un profesional que aprovecha las herramientas digitales con el propósito de fomentar su carrera mientras viaja por el mundo."* Mientras que Gabriel Gordon, director de Windows y Productividad de Microsoft, afirma que *"el nomadismo digital tiene que ver con la palabra teletrabajo y está comenzando a ser considerado como un beneficio más de trabajo y como un método de retención de talento por parte de las empresas. Si bien fueron los Millennials los primeros en abrazar esta tendencia, hoy es un aspiracional compartido por todas las generaciones que buscan romper el paradigma del trabajo de ocho horas y ser dueños de su día a día habilitados por la tecnología y principalmente por la nube"*

El fundador de "Copass" (empresa enfocada a facilitar el estilo de vida a los DgN) Stefano Borghi, afirma que *"un nómada digital no es un turista, sino que busca un vínculo con la comunidad que le aloja, conocer gente y hacer negocios. La mayoría son 'free-lance' o han creado su propia empresa, pero también hay empleados de grandes compañías que pueden trabajar desde su casa y a veces ni sus jefes saben dónde están"* Aquí podríamos deducir que, al no ser un turista como tal, sus viajes serán de manera más sostenible y respetuoso con el entorno en comparación con el perfil tradicional de turista.

Por tanto, una persona "nómada digital" es aquella que trabaja en línea mientras saca partido a esta modalidad viajando y conociendo diferentes partes del mundo. Aquí predomina el sentimiento de sentirse independiente geográficamente a la par que tiene multitud de beneficios al no sentirse atado a una vida monótona, estresante y rutinaria. Este nuevo fenómeno es algo más que un cambio en la economía, es un

cambio social y cultural de la mano de la revolución tecnológica donde el sector del turismo se ve claramente influenciado.

Con respecto a la taxonomía del fenómeno, y considerando las limitaciones acontecidas debido a la ausencia de literatura académica, hemos podido observar que tanto Felicia Hagarten, cofundadora de DNX (Digital Nomad Movement), en su participación en el Documental Digital Nomad realizado por 2geek1city como Stefano Borghi, (director de Copass), coinciden en la siguiente clasificación en función del grado de flexibilidad horaria y libertad geográfica.

- Trabajadores por cuenta ajena. Aquí la fuerza de trabajo se centra en trabajar para una organización a distancia pudiendo elegir el país de residencia, pero no el horario, ya que aquí por regla general la empresa suele trabajar simultáneamente.
- Freelances o autónomos. Este tipo de trabajo otorga libertad geográfica pero no tanto flexibilidad temporal ya que al dar un servicio digital a clientes online suele tener plazos o limitaciones a la hora de la entrega final del servicio.
- Emprendedores o dueños de startups. Son aquellos trabajadores que crean su propio negocio online desvinculándose total o parcialmente de procesos de cualquier empresa u organización que les condicione. Es aquí donde predomina la total libertad geográfica y temporal.

La característica común que poseen todos ellos reside en la potestad de decisión del lugar desde el cual desempeñar su trabajo. Según los resultados de las entrevistas llevadas a cabo y el seguimiento de diferentes perfiles profesionales, podemos deducir que la mayoría de nómadas digitales son emprendedores o dueños de startups por lo que la gran parte de ellos gozan de absoluta flexibilidad geográfica y horaria. El segundo colectivo más usual son los freelances o autónomos siendo los trabajadores por cuenta ajena los más insólitos.

2.2 PERFIL DEL DIGITAL NOMAD Y SU RELACIÓN CON LA GENERACIÓN MILLENNIAL.

En relación al género, podemos apoyarnos en un estudio realizado por la empresa alemana de coworking, Welance, donde se encuestaron a más de 500 DgN. Aquí se observó que el 64% eran hombres frente al 36% de mujeres. En cuanto a las procedencias, eran de todas partes del mundo. Y en relación a la edad, el 78% tenía entre 18 y 36 años siendo tan solo el 22% de los encuestados mayores de 37 años. Por lo que en general, como anteriormente mencionamos, el perfil de un nómada digital suele estar representado primordialmente por la conocida generación “Millennial”, es decir, los nacidos entre 1980 y 2000. Aunque lo cierto es que la edad no es un factor verdaderamente importante para acatar un colectivo, ya que, también podemos encontrar personas en un rango aproximado de 37 y 50 años que, aunque no hayan crecido a la par que la tecnología, podrían formar parte de dicho colectivo mediante adaptaciones.

Según un estudio realizado por la consultora Deloitte sobre la generación Millennial, para 2025 se espera que dicha generación suponga el 75% de la fuerza de trabajo mundial. Pero eso no es todo, en otro estudio realizado por Flexjobs, donde encuestaron a casi 700 personas que forman parte de esta generación, el 70% respondieron que el deseo de viajar es la primera razón para trabajar tras la obtención de ingresos para las necesidades básicas. En este colectivo más del 15% se

identificaban ellos mismos como “digital nomads” mientras que en la generación “Baby boomer” (nacidos entre 1933 y 1960) lo hizo un 8% y la generación “X” (nacidos entre 1960 y 1980) un 11%.

Todo ello, unido a la previsión referente a que los Millennials realizarán para el año 2020 más de 300 millones de todos los viajes internacionales según la Organización Mundial del Turismo (UNWTO) y a la constante revolución tecnológica que acontece, hace que podamos hacernos una idea de la relevancia que supondrá dicha generación como precursores del fenómeno “Digital nomad”.

En cuanto al perfil profesional de un DgN es muy amplio, ya que depende del trabajo que desempeñe y/o a la empresa a la que pertenezca. Podríamos citar algunos como: escritores, fotógrafos, bloggers, desarrollador de aplicaciones, especialista en posicionamiento web, gestión de experiencias de usuarios, e-commerce, expertos en comunicación e innovación digital entre otros, predominando programadores, marketeros, consultores y diseñadores en ese mismo orden según el 2º Estudio de Competencias Digitales realizado por Kantar MillwardBrown para el Instituto de Economía Digital ESIC. En este mismo estudio se abordan las disciplinas digitales fundamentales en las que se desarrolla la economía digital y que por tanto debería poseer un DgN. Entre las principales, podríamos destacar las siguientes:



Gráfico 2.2 Disciplinas Digitales Fundamentales en la Economía Digital

Fuente: 2º Estudio de Competencias Digitales

Respecto a las entrevistas que hemos llevado a cabo, podemos observar que la mayoría de los entrevistados dominan al menos dos lenguas, trabajan entre 40 y 50 horas semanales desde casa y espacios coworking. Han visitado entre 3 y 12 países en el último año y suelen tener una ubicación principal donde pasan más de 6 meses, aunque se sienten independiente geográficamente. Suelen viajar solos por lo que ven la soledad como un aspecto influyente en su estilo de vida. Para la elección del destino

suelen basarse en recomendaciones de otros DgN de manera directa o mediante el uso de plataformas como Nomad List o Nomadpass. En cuanto al tipo de alojamiento destaca Airbnb, hoteles y Couchsurfing. El 100% de ellos afirman tener un mayor equilibrio trabajo-vida que el empleado de oficina, ser capaces de crear un negocio online mientras viajan y se consideran a sí mismos nómadas digitales.

Podríamos decir que los DgN comparten una cultura global común definida básicamente por atributos y experiencias relacionadas con la manera en que interactúan con las tecnologías de la información, personas e instituciones. Pero el perfil del nómada digital es el de una persona que hace de lo desconocido un desafío y además elige este estilo de vida voluntariamente. *“En general, es una persona flexible, resolutiva y que responde bien ante los imprevistos. busca el cambio y el salir de su zona de confort como opción de vida. En resumen, tiene sus prioridades y objetivos muy claros y lo que hace es invertir mucho en experiencias y muy poco en cosas materiales, las cuales considera más bien un medio para conseguir su fin: explorar y aprender.”* (Patricia Córdoba 2016) Por tanto, el perfil de un DgN tiene una visión global del mundo, sin límites geográficos, recurren a la red como elemento socializador y de aprendizaje que, al estar en contacto con tanta información, desarrollan la capacidad de gestionarla y por supuesto, dan mucha importancia a la identidad digital, es decir, cuidan su reputación online formando ésta parte de una dimensión complementaria de su personalidad.

2.3 ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL FENÓMENO DIGITAL NOMAD

A modo introductorio, haremos una breve referencia a los primeros movimientos de viajeros. Esto tuvo lugar en los siglos XVIII y XIX con el Grand Tour, antecesor del turismo moderno, popular entre los jóvenes de la época. El objetivo de estos viajes era enriquecerse culturalmente viajando por Europa. A finales del siglo XIX y principios del siglo XX se empezaron a formar movimientos de jóvenes como Wandervogel y Scouts que supuso la creación de los primeros albergues en 1910. Más tarde, en los años 80, ya aparecen los viajes temporales conocidos como vacaciones, es entonces, cuando estando el turismo un poco más asentado, surgen nuevos perfiles de turistas dependiendo de la motivación, presupuesto y límite temporal.

Tan sólo un poco después, finales de los 80, principio de los 90, surgen los primeros Backpackers. El concepto podría definirse como *“un tipo de turista que realiza un viaje auto-gestionado de larga duración con múltiples destinos a los que se llega a través de un itinerario flexible. Suele asociarse también a un desembolso económico reducido y a un uso mínimo de la industria turística habitual. En general, este tipo de turista rechaza clasificarse como tal y afirma buscar un contacto más profundo con la naturaleza o con la población de los países que visita”* (Maoz, 2007: 123). Caracterizados por un bajo presupuesto, itinerario flexible y organizado de forma independiente, preferencias en viajes largos e interés por conocer a personas con las mismas ideas y a la población local. La clásica figura de los Backpackers ha sido transformada por todo tipo de jóvenes viajeros: turistas, excursionistas, voluntarios, estudiantes impulsados por el aprendizaje de una nueva lengua, intercambios... Esta fragmentación de viajeros unido a diversos factores, han producido una diferenciación entre nichos emergentes de viajeros y en un segundo nicho de la movilidad más general.

El primer DgN aparece en 1983 cuando Steve Roberts inventó la “Winnebiko” (véase en la imagen). Se trataba de una bicicleta personalizada que incorporaba una radio de banda ciudadana CB, paneles solares, equipo de música, ordenador portátil e incluso un sistema de seguridad que le avisaba si alguien tocaba su bicicleta cuando se encontraba ausente. Steve viajó 10.000 millas por los Estados Unidos disfrutando de su creación tecnológica y su pasión por viajar. Tan sólo tres años más tarde mejoró la versión añadiendo una computadora integrada en la bicicleta y un teclado en el manillar para escribir mientras pedaleaba. Usaba un sistema binario de comunicación lo que le permitía enviar e-mails y retomar su trabajo desde la bicicleta.



La última versión de la bicicleta, denominada “Behemoth” incluía un teléfono móvil, una impresora, radio Ham, un pequeño refrigerador, paneles solares y un casco personalizado con visera que le mostraba el texto del ordenador. En 1985 aparece Motosat, un sistema de satélite para usuarios personales que permite a los nómadas conectarse en cualquier lugar. Tan sólo diez años más tarde, ya había 16 millones de usuarios de internet según Internet World Stats. El término “digital nomad” se origina en 1997 con el libro “Digital Nomad” de Tsugio Makimoto y David Manners. Este libro trata sobre las posibilidades tecnológicas actuales y futuras unidas al deseo intenso de viajar haciendo posible la unión de vivir, trabajar y viajar.

Un año más tarde, Edward Hasbrouck escribe “The Practical Nomad: How to Travel Around the World” donde el autor trata de dar una perspectiva global sobre cómo viajar alrededor del mundo ganándose la vida además de aportar al lector consejos a seguir. Ese mismo año, se funda PayPal, un sistema de pagos online que facilita pagos y transferencias electrónicas.

En 1999 los ordenadores portátiles incluyen Wi-Fi y pasan a ser más asequibles para la mayoría de población, mejorando, además, la batería y velocidad del procesador. También aparecen los primeros denominados “techo-nomads”, o lo que viene a ser, digital nomads, enfocados al blogging (<http://www.wired2theworld.com> es uno de los primeros blogs creados en 1998) ya que escribían sobre sus viajes mediante un portátil con wi-fi y “Elance”, ahora “Upwork”. Elance fue el primer sitio web para la contratación de trabajos freelances con el lema “Changing the way the world works.” en español, “Cambiando la manera en que el mundo trabaja”

Ya en el año 2000, según las estadísticas mundiales de internet, había trescientos sesenta millones de personas usando internet. Google en 2003, lanza “Google AdSense” un programa que facilita a los primeros trabajadores online obtener ingresos mediante la publicidad que le facilita google. Igualmente aparece Skype, facilitando la comunicación a nivel internacional.

Es en 2006, dónde empieza el auge de los blogs de viajes y tan sólo un año después, Tim Ferriss escribió Cuatro horas de trabajo semanal. Este conocido best Seller trata sobre diseñar una vida mejor definiendo muy bien nuestros objetivos. En 2008 surgen las primeras organizaciones ,así como la primera conferencia, de

blogueros (<http://www.travelblogexchange.com/>), donde emerge la posibilidad de interactuar entre ellos y es ya en 2009, donde National Geographic lanza el blog Digital Nomad dirigido por el conocido escritor de guías de viaje Robert Reid (<http://www.nationalgeographic.com/travel/digital-nomad/>) donde él mismo anima a la gente a seguir su ejemplo viajando como escritores sobre viajes. Ese mismo año, Dell Computers lanza un sitio web llamado también Digital Nomad donde se trata la temática del uso de la tecnología para trabajar desde cualquier lugar.

Ya en 2010 aparece la primera academia para aprender a ser un DgN (<http://digitalnomadacademy.com/>) y el primer grupo de google para nómadas digitales denominado “The technomads” creado por Sean Bonner. (<https://groups.google.com/forum/#!forum/technomads>). Desde 2012 el movimiento sigue creciendo. Desde entonces se han publicado centenares de artículos en revistas y periódicos sobre el fenómeno aún en auge como podríamos observar en The Australian Magazine The Business Spectator con el artículo “El aumento de Digital Nomads”.

Al igual que la tecnología evoluciona rápidamente, también lo hace las tendencias de viajes. Si unimos la tecnología al concepto de Backpackers, aparece un nuevo perfil denominado “flashpacker”. Este perfil de viajero ha adoptado más comodidades en sus viajes respecto a un backpacker. Esperan alojarse en sitios más sofisticados, poseen mayor presupuesto y siempre están rodeados de tecnología tales como smartphones y pc’s con conexión a internet. A partir de ahí empieza a surgir el perfil “digital nomad”, que, a través de sus recursos, aspiraciones y comodidades tecnológicas, deciden tener un estilo de vida más independiente trabajando de manera online.

CAPÍTULO 3

RELACIÓN ENTRE DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES Y NÓMADAS

3.1 INTRODUCCIÓN: DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

Un destino turístico inteligente es *“un espacio innovador consolidado sobre la base del territorio y de una infraestructura tecnológica de vanguardia. Un territorio comprometido con los factores medioambientales, culturales y socioeconómicos de su hábitat, dotado de un sistema de inteligencia que capte la información de forma procedimental, analice y comprenda los acontecimientos en tiempo real, con el fin de facilitar la interacción del visitante con el entorno y la toma de decisiones de los gestores del destino, incrementando su eficiencia y mejorando sustancialmente la calidad de las experiencias turísticas”* (Antonio.L y Susana G. Segittur). Los destinos turísticos inteligentes (DTI) guardan un gran paralelismo con los destinos inteligentes (DI). Para aclarar estos conceptos veremos también qué es un DI.

En el Plan Nacional de Ciudades Inteligentes (2015) se toma como referencia la definición del Grupo Técnico de Normalización 178 de AENOR (AEN/CTN 178/SC2/GT1 N 003) siendo esta *“la visión holística de una ciudad que aplica las TIC para la mejora de la calidad de vida y la accesibilidad de sus habitantes y asegura un desarrollo sostenible económico, social y ambiental en mejora permanente. Una ciudad inteligente permite a los ciudadanos interactuar con ella de forma multidisciplinar y se adapta en tiempo real a sus necesidades, de forma eficiente en calidad y costes, ofreciendo datos abiertos, soluciones y servicios orientados a los ciudadanos como personas, para resolver los efectos del crecimiento de las ciudades, en ámbitos públicos y privados, a través de la integración innovadora de infraestructuras con sistemas de gestión inteligente.”*

Lo cierto es que, aunque son conceptos diferentes no podría existir una sin la otra, es decir deben de coexistir ya que para que se dé la una, debe darse la otra. Aun así, hay algunas diferencias entre DTI Y DI. Según el Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015 se pueden resumir en las siguientes:

- Los límites geográficos de los DI pueden coincidir o no con los de un municipio o red de ciudades (ejemplos: Costa del Sol, Camino de Santiago, Ruta de la Plata, etc.).
- En el DTI, el público objetivo es el turista, no tanto el ciudadano (aunque este último ha de resultar también beneficiado de la conversión de su entorno en destino inteligente como mencionamos anteriormente), por lo que se han de tener en cuenta aspectos como el plurilingüismo, las peculiaridades culturales, los usos gastronómicos o la estacionalidad de la población visitante.
- El DTI viene impulsado, principalmente, por el sector turístico, tanto público como privado, y es recomendable que su gobernanza sea compartida formando entes inclusivos como patronatos, consorcios, fundaciones, etc., en los que queden representados todos los actores involucrados en el territorio.
- Los DTI están ligados al incremento de su competitividad y a la mejora de la experiencia del turista, por lo que la interacción va más allá de la propia estancia en la ciudad iniciándose antes de que el visitante llegue al destino, durante su estancia y se extiende hasta después de su marcha.

-Los DI están orientadas a mejorar su gobernabilidad y a incrementar la calidad de vida de los ciudadanos, mientras que los DTI se orientan más a conseguir un atractivo intrínseco para los turistas (compatible siempre, con los intereses y el bienestar de los residentes).

3.2 ANÁLISIS PRINCIPALES CIUDADES TURÍSTICAS INTELIGENTES Y NÓMADAS ESPAÑOLAS

3.2.1 Ciudades españolas para Nómadas Digitales.

En cuanto a las principales ciudades españolas, ordenadas de mayor a menor valoración, según la plataforma NomadList destacan: Palma de Mallorca, Marbella, Barcelona, Valencia A Coruña, Alicante Ibiza, Ciudadella, Madrid, Las Palmas, Málaga, Fuerteventura, Pamplona, Sevilla, Bilbao y Granada.

Las ciudades son valoradas del 1 al 10 por los nómadas digitales usuarios, teniendo en cuenta factores como el coste de vida, diversión, paz, calidad del aire, WiFi gratuito en la ciudad, habla inglesa del lugar, seguridad, vida nocturna, espacios coworking... En citados aspectos nos detendremos en el siguiente capítulo cuándo realicemos la comparativa entre principales ciudades nómadas.

3.2.2 Ciudades Turísticas Inteligentes

Entre los destinos que se encuentran adheridos al proyecto de Destinos Turísticos Inteligentes creado por Segittur, encontramos las ciudades de Almería, Badajoz, Castelldefels, El Hierro, Jaca, Las Palmas de Gran Canarias, Lloret del Mar, Marbella, Murcia, Palma de Mallorca, Valle de Arán y Villajoyosa.

-Almería fue nombrado DTI en 2015 mediante la elaboración de un Informe Diagnóstico y Plan de Acción. Es un destino que además de su historia y cultura nos ofrece playas, parques naturales y una gastronomía única. La ciudad posee puntos de WiFi gratuito en todas las plazas y además de otras iniciativas ya desarrolladas como son la creación de la aplicación de guía turística de la ciudad, widget para comercializar experiencias en el portal Spain.info, plan de capacitaciones para pymes turísticas, implementación de medidas sostenibles y tecnológicas en el campo de golf del municipio, plan de capacitación para pymes o la peatonalización del centro histórico para poseer un alto grado de accesibilidad.

-Badajoz se calificó como DTI mediante el Proyecto Badajoz-Elvas en el marco Operativo de Cooperación Transfronteriza España-Portugal para el cual se realizó Informe Diagnóstico y Plan de Acción. Posee su propia aplicación Badajoz Guía de Destino y programas de formación para empresarios, emprendedores y ciudadanos. Además, tiene implantado un Sistema de Inteligencia Turística (SIT) lo que permite conectar diversas bases de datos, cruzar y procesar información para obtener un cuadro de mando con diversos indicadores las cuales serán de gran relevancia para la toma de decisiones del gestor del destino competente.

-Castelldefels se incorporó como DTI tras el Informe Diagnóstico y Plan de Acción en 2013. Posee grandes playas y un gran patrimonio artístico e histórico como lo es el antiguo castillo de Fels. Es un importante atractivo turístico. Algunas de las iniciativas llevadas a cabo son la implantación de anillo de fibra óptica de 2 GB que interconecta sedes institucionales, red de WiFi gratuita conectada a este anillo con puntos de acceso distribuidos por la playa y centro urbano.

-El Hierro declarado DTI mediante el Plan de Actuaciones espaciales El Hierro diseñado por el Ministerio de Industria Energía y Turismo para disminuir los efectos nocivos de la erupción del volcán de la Restringa de 2011. Es declarada Reserva de la Biosfera por la UNESCO y está incluida en la Red Global de Geoparques. Posee una gran diversidad natural. Entre sus principales iniciativas destacan la creación de aplicaciones como “El Hierro te sigue” o “Spain Feedback El Hierro”, red WiFi en 27 puntos de acceso, creación de central hidro-eólica Gorona del Viento, así como el Centro de Interpretación Vulcanológico. Además de aportar formación a empresarios y emprendedores ha recibido financiación por parte de organismos como ICO, REINDUS Y ENISA.

-Jaca, municipio de Huesca, DTI declarado en 2016, es conocida como “la perla del Pirineo” y parada fundamental del Camino de Santiago. Posee arquitectura militar del siglo XVI, y arquitectura histórica del siglo XV declarada Monumento Nacional. Entre sus iniciativas destaca la puesta en marcha de la Oficina de Fomento de Jaca, plan de Movilidad Urbana Sostenible y la consideración de las recomendaciones del Informe Diagnóstico y Plan de Acción para la elaboración de los presupuestos de 2017.

-Las Palmas de Gran Canaria se declaró DTI en 2014. Ofrece un magnífico turismo de sol y playa junto con un legado histórico relevante con carácter propio fruto de Europa, América y África. Entre sus iniciativas destaca el despliegue de un anillo de fibra óptica por la ciudad con enlaces WiMax y una red de WiFi gratuito en más de 40 accesos distribuido en diferentes zonas de interés turístico de la ciudad. Se ha desarrollado un portal de datos abiertos, un Proyecto de Comercio Inteligente donde se ha desplegado 300 beacons en comercios y desarrollado una aplicación Comercio Canarias que interactúa con ellos. También se ha llevado a cabo la creación de un Sistema de Inteligencia Turística (SiT) para conectar diferentes bases de datos, cruzar y procesar información con el objetivo de obtener un cuadro de mando con los indicadores pertinentes para facilitar la toma de decisiones al gestor del destino.

-Lloret del Mar fue declarado DTI en 2016 y entre sus iniciativas se encuentra la colaboración público-privada para la planificación turística del destino donde destaca el Plan Operativo e Innovación Destino Turístico: Lloret de Mar 2015-2020. Además, está desarrollando una estrategia global de Smart Destination mediante criterios de eficiencia energética y aplicación de energías renovables en el sector turístico, equipamientos y espacio público, así como la plena extensión incorporación de las TIC desde el punto de vista empresarial y turístico. Han desplegado una red de fibra óptica mediante el Proyecto LLloret de Mar Destino WiFi 2015.

-Marbella tras la realización del Informe Diagnóstico y Plan de Acción, es DTI desde 2014. Es uno de los centros turísticos más importantes de la Costa del Sol debido a la multitud de servicios que presta y la calidad de las infraestructuras que posee. Entre sus iniciativas destacan la creación de una Agenda Digital de Marbella, Portal de Open Data/Transparencia de datos y una aplicación Marbella Street que interactúa con beacons localizados por la ciudad. Asimismo, se ha incorporado en las redes NEREA (red que permite la interconexión telemática de todos los organismos de la Comunidad Autónoma de Andalucía), SARA (Sistema de Aplicaciones y Redes para las Administraciones, a nivel nacional y a nivel europeo)

-Murcia, DTI desde 2014, destaca por los restos de arquitectura árabe que alberga. Entre sus iniciativas destacan el desarrollo de aplicaciones como Spain for Kids y Spain is Nature Murcia y herramientas de carácter tecnológico que ayudan a mejorar la competitividad del destino, así como el posicionamiento y gestión integral del mismo como pueden ser la Plataforma Hermes, Turismo Senior Online, Ecalipso, Plataforma Ritmo... También, realizan actividades que permiten diversificar la economía y el turismo a través de la estrategia RIS3Mur.

-Palma de Mallorca, incorporado como DTI en 2014, además de su riqueza arquitectónica posee un turismo de sol y playa muy consolidado. Entre sus iniciativas destaca su Red de WiFi gratuito, la consolidación de la Smart Office de Palma como coordinador de iniciativas de destino inteligente, así como portal de turismo y plataforma

CMX de Monitorización de la red WiFi para obtener información sobre el uso de la red como patrones de ocupación, desplazamientos o aplicaciones de mayor uso.

-Valle de Arán, comarca de la provincia de Lérida declarada DTI desde 2015 es un destino turístico de calidad gracias a su orografía, gastronomía y su singularidad idiomática. Es un destino de montaña reconocido con el Certificado Biosphere y es tomado como referencia en materia de sostenibilidad y en práctica de deportes de naturaleza. Una de sus principales iniciativas es la implantación de un sistema de monitorización mediante sensores en el caudal de los ríos para prevenir inundaciones.

-Por último, nos encontraríamos Villajoyosa, municipio perteneciente a la provincia de Alicante, calificado como DTI en 2013. Es un destino turístico conocido tanto por sus fiestas y eventos gastronómicos como por sus preciosas playas y arquitecturas de la época romanas. Entre sus iniciativas destaca la creación del Vilamuseu, referente europeo en accesibilidad, instalación de una franja guía para bastones de invidentes, desarrollo de webs accesibles y de promoción turística, así como un modelo 3D virtual del Pecio Bou Ferrer (yacimiento arqueológico subacuático compuesto por los restos de un barco del Alto Imperio romano.)

3.3 RELACIÓN ENTRE DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES Y DESTINOS PARA NÓMADAS DIGITALES.

En cuanto al destino de un DgN, no hay estudios ni referencias sólidas, pero si cabe mencionar que el destino depende de la elección de la persona. Aquí intervienen factores que como bien establece la Sociedad de Promoción Económica del Cabildo de Gran Canaria serían la calidad de vida, la conectividad aérea con las ciudades importantes europeas, alta conectividad de banda ancha, una variada oferta de ocio y alojamiento, clima, seguridad, hospitalidad y coste de la vida.

Independientemente de ello, podemos presuponer que existe una correlación directa entre ambos destinos ya que un destino turístico inteligente suele ofrecer mayores facilidades tecnológicas que cualquier otro destino y, además, como podemos apreciar en el apartado anterior, podemos corroborar dicha relación ya que algunos de los principales destinos nómadas coinciden con los DTI españoles. Esta coincidencia se observa en las ciudades de Palma de Mallorca, Marbella, Barcelona y Las Palmas de Gran Canarias. Curiosamente los destinos españoles mejor valorados por los nómadas digitales usuarios de NomadList.

CAPÍTULO 4

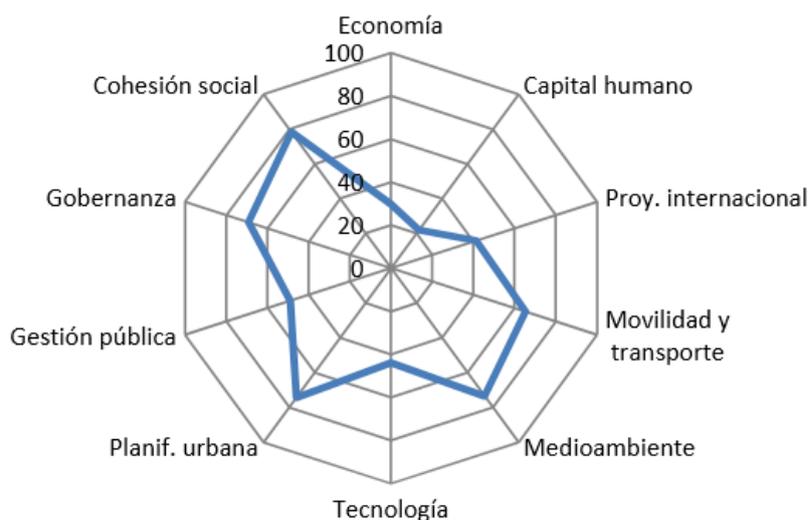
ESTUDIO DE CASO: SEVILLA COMO DESTINO NÓMADA

“Más del 60% de los extranjeros que llegan a Sevilla a los diferentes espacios coworking, ya son nómadas digitales.” Jaime Aranda, (2016) Co-fundador de la principal empresa de coworking en Sevilla.

4.1 ANÁLISIS COMO DESTINO

En primer lugar, nos centraremos en el desarrollo económico local que posee Sevilla, el cual conlleva la creación de una ciudad global, innovación y promoción del espíritu emprendedor. Para ello, nos hemos basado en el Índice Cities in Motion (ICIM) 2017 llevado a cabo por IESE Business School de Navarra, donde se toman como referencia diez dimensiones claves como el capital humano, cohesión social, gestión pública, economía, gobernanza, medioambiente, movilidad y transporte, proyección internacional y tecnología, de 180 ciudades de más de 80 países diferentes donde Sevilla ocupa el puesto 68 del ranking.

En el siguiente gráfico (4.1), podemos apreciar el perfil de la ciudad de Sevilla interpretando los valores de dichas dimensiones.



Gráfica 4.1 Análisis gráfico de Sevilla basado en las diez dimensiones claves.
Fuente: Índice IESE Cities in Motion 2017

Entre las dimensiones que deberían mejorar sería el capital humano, la economía y la tecnología. Respecto al capital humano, la administración sevillana debería ser capaz de atraer y retener el talento, mejorar la educación e incentivar la creatividad e investigación. En el ámbito económico, donde intervienen indicadores como el PIB, número de emprendedores, productividad, tiempo requerido y facilidad para iniciar un negocio, empresas matrices y personas en etapa empresarial temprana, es necesario un mayor dinamismo económico que produzca una relación positiva en la ciudad. Respecto a la tecnología, dimensión de alta envergadura en relación a los nómadas digitales, donde se tienen en cuenta indicadores como el uso de banda ancha, calidad de los servicios web, innovación, puntos de accesos wifi, smartphones, así como

direcciones IP, usuarios en Facebook y teléfonos móviles per cápita, podríamos apreciar la necesidad de mejora para que Sevilla mejore la sostenibilidad y ampliar ventajas competitivas respecto a otras ciudades para evitar que repercuta de forma negativa en la capacidad de inversión y consumo y productividad laboral.

Sevilla es una ciudad que cada vez atrae a más turistas ya que posee importantes atractivos turísticos debido a su riqueza arquitectónica, cultural, gastronómica y artística. En 2016, llegaron a la ciudad más de 2,5 millones de turistas y esta cifra se espera que vaya en aumento. Los DgN entrevistados que aún no han estado en Sevilla, testifican que se plantearían visitar la ciudad entre sus próximos destinos y en su totalidad, creen que no están siendo reconocidos por las instituciones. Algunos de ellos nos aportan ideas para la promoción del destino realizando eventos por parte del Ayuntamiento, incentivando la conectividad entre DgN con potenciales empresas locales que lo necesiten, fomentando la creación de empresas 2.0 y dedicando el espacio de la Cartuja y sus instalaciones para ello, adaptando, además, el marketing turístico. Uno de ellos, extranjero, testifica que cuando ellos piensan en España como destino, lo primero que se les viene a la cabeza es Madrid, Barcelona y las Islas, por lo que recomienda que, en la promoción, se incluya Sevilla dentro del triángulo de ciudades anteriormente mencionado. Sería algo como: “Después de Madrid, ven a Sevilla”.

Aunque Andalucía ha llevado a cabo recientemente un Plan de Acción 2017 dentro del Plan Estratégico de Marketing Turístico Horizonte 2020 donde se tendrán en cuenta cambios en el mercado analizando nuevas posibilidades, retos y soluciones innovadoras para reforzar la competitividad del destino, aún no se reconoce la importancia que posee el nómada digital. Quizás porque no se es consciente del fenómeno sobrevenido por los cambios sociales y culturales del mundo entero. Sevilla es ya un destino elegido por nómadas digitales de todo el mundo, ocupando el puesto decimocuarto de preferencia entre las ciudades españolas según NomadList.

4.1.1 Análisis DAFO

En este subapartado hemos realizado un análisis DAFO donde se distinguen las diferentes debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (tabla 4.1.1) que posee Sevilla como destino nómada para así comprender más a fondo las peculiaridades de dicho destino ante la llegada de nómadas digitales. Para ello, nos hemos apoyado en algunas de las valoraciones de DgN.

Como podemos apreciar, son mayoritarias las fortalezas y oportunidades respecto a las debilidades y amenazas, lo que se traduce en un destino potencial ante la llegada de estos profesionales que, aunque no son considerados turistas como tal, tienen un papel significativo en lo que se refiere a gasto turístico.

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> -Escasa oferta de espacios coworking -Débil manejo del idioma anglosajón -Ausencia de playa -Escasos vuelos directos hacia las grandes ciudades de Europa y de otras partes del mundo lo que conlleva un encarecimiento de la forma de llegar a la ciudad. -Lentitud para adoptar medidas ante los cambios en el mercado. -Promoción no eficiente 	<ul style="list-style-type: none"> -Otras ciudades competidoras en el ámbito turístico al tener vuelos directos con más ciudades. -Estacionalidad de la demanda. -Multitud de eventos y fiestas concentrados en pocos meses -Cercanía de zonas turísticas muy competitivas como Cádiz o Málaga -No consolidación de la distribución de flujos turísticos diferente a recorridos frecuentes. -Altas temperaturas en verano
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> -Clima -Bajo coste de vida -Seguridad en el destino -Conectividad de destinos en AVE -Amplia oferta alojativa y de restauración -Rico patrimonio históricos, artístico, cultural y gastronómicos. -Bajo coste alquiler de coches. -Buenas infraestructuras -Atención sanitaria de calidad -Elevada satisfacción de turistas -Imagen positiva y exótica en el exterior -Ciudad tomada como referencia de tópicos andaluces -Situación geográfica y estratégica de la ciudad. -Predisposición y disponibilidad de jóvenes para realizar viajes. 	<ul style="list-style-type: none"> -Nuevas tecnologías de la información -Potencial mercado para la explotación de servicios -Marca Sevilla consolidada al ser el destino preferido andaluz por los turistas. -Fomentar el concepto de SmartCity aprovechando fondos nacionales y subvenciones europeas -Oportunidades derivadas de la relación destino de costa-interior -Orientación hacia nuevas tendencias y mercados emergentes -Planes estratégicos de la ciudad -Integración del uso del río para el ocio -Creación de nuevos espacios de coworking -Mayor implantación de las TIC para la gestión y operativa diaria

Tabla 4.1.1 Análisis DAFO

Fuente: Elaboración propia

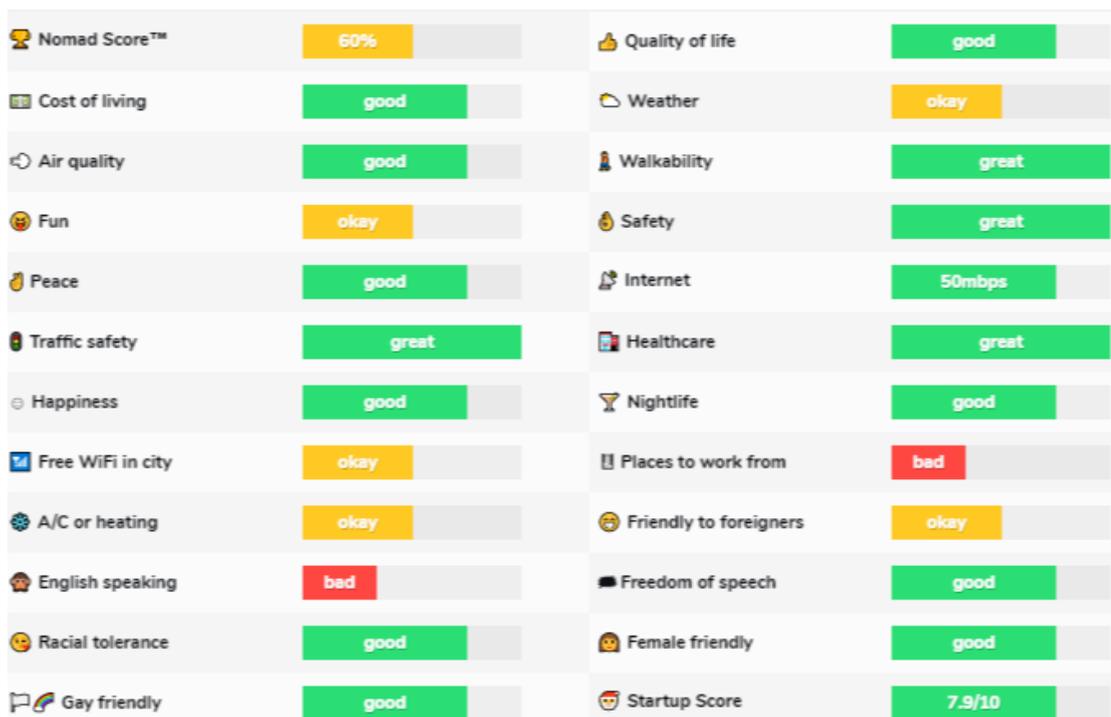
4.2 VALORACIONES DE DIGITAL NOMADS SOBRE SEVILLA COMO DN

Respecto a las valoraciones de los digital nomads sobre Sevilla nos apoyaremos en las entrevistas que hemos realizado y en la plataforma web NomadList, donde nos centraremos en aspectos positivos y no tan positivos sobre la ciudad analizando así el conjunto de valoraciones de los más de 10.000 usuarios de todo el mundo que posee la plataforma. En dicha plataforma, Sevilla está valorada con un 6 sobre 10. Los criterios analizados podrían ser discutibles y para muchos incompletos a la hora de valorar una ciudad en profundidad. Pero lo cierto es que muchos DgN usan este tipo de plataforma para determinar hacia dónde trasladarse a trabajar y vivir de una manera balanceada. Por tanto, las valoraciones aquí depositadas son influyentes para otros DgN.

Un claro ejemplo podría ser el comentario ofrecido por Jamesdh, usuario de NomadList valora su estancia en Sevilla de la siguiente manera *“hasta ahora he estado en Minneapolis, San Francisco, Buenos Aires, Bali, Melbourne y actualmente estoy en Sevilla. Hasta ahora Sevilla gana sin dudas. Barato (probablemente uno de los más baratos en toda Europa occidental), limpia, rica en historia y arquitecturas, buenas temperaturas, accesible, un ambiente cómodo etc. Hay un espacio de coworking que proporciona numerosas oportunidades (eventos internos y externos) para trabajar. He disfrutado de todos los otros lugares que he ido, pero Sevilla lo tiene todo, es un paquete completo. Otros lugares en los que he estado han tenido grandes inconvenientes de algún tipo que, en esta última instancia, no han dado lugar.”* Aquí podemos destacar la escasa oferta de espacios coworking en Sevilla antes mencionada.

En otros comentarios hablan sobre el ocio nocturno como un factor mejorable. Desde el punto de vista personal, es un factor muy subjetivo ya que cada DgN puede tener un concepto muy relativo dependiendo de sus experiencias vividas.

Cómo podemos observar en la gráfica 4.2, los indicadores mejor valorados en la ciudad de Sevilla son transitabilidad, seguridad vial, sanidad y seguridad en la ciudad mientras que los peor valorados, los cuales necesitan importantes mejoras, serían el manejo de la lengua inglesa y lugares donde poder trabajar, es decir, espacios coworking ya antes mencionado. Algunos otros indicadores relevantes como internet, coste de vida, calidad del aire, vida nocturna, calidad de vida o tolerancia racial han sido valorados como buenos. Además, la diversión, la relación entre extranjeros y locales, WiFi gratuito en la ciudad y el equipamiento de dispositivos para la climatización son aspectos a valorar para la mejora del destino. Quizás el clima es tan sólo aceptable debido a las altas temperaturas que se pueden alcanzar en la época estival. En cuanto a la puntuación Startup, es casi sobresaliente siendo esta 7.9 sobre 10. Este valor representa la facilidad del lugar para el desarrollo de startups. Es un factor muy positivo a tener en cuenta en la elección de Sevilla.



Gráfica 4.2 Valoraciones por criterios sobre Sevilla.
Fuente: NomadList

4.3 COMPARATIVA ENTRE CIUDADES ESPAÑOLAS PRINCIPALES

Como antes mencionamos, Sevilla se encuentra en la decimocuarta posición de preferencia entre destinos de España. Los aspectos que más valoran los DgN a la hora de elegir el destino son claramente el coste de vida, el clima, la velocidad de internet y la seguridad. La mayoría de destinos españoles más valorados que Sevilla, posee playa cerca, por lo que podría ser un factor determinante para la elección. En la siguiente tabla (4.3), podemos apreciar las principales diferencias por valores entre las dieciséis ciudades más frecuentadas por digital nomads.

En cuanto al coste de vida estarían incluido alquiler del inmueble en el centro de la ciudad, costes de espacios coworking y mantenimiento entre otros. A modo aclaratorio, el coste de vida para un nómada digital tiene repercusiones que para un residente local no estarían reflejadas. Es por ello que la plataforma también hace referencia al coste de vida de personas locales. En cuanto a la calidad de internet, Sevilla sobresale respecto a todas las ciudades incluso respecto a la mejor valorada, Palma de Mallorca. Lo mismo ocurre en relación a la seguridad de la ciudad. Sevilla, junto con Corralejo (Fuerteventura), destaca al ser la ciudad más segura.

Como podemos apreciar, la puntuación NomadList que recibe una ciudad no posee un nexo directo con las diferentes variables ya que como podemos observar, Sevilla posee un magnífico clima, Internet y seguridad. Aun así, no es de las más valoradas aun teniendo un alto potencial para ser un destino clave para un DgN. Los datos aquí recogidos son valoraciones personales de los usuarios por lo que cada DgN puede valorar cada ítem de manera diferente según su opinión y experiencia.

Ranking	Coste de vida (€)	Temperatura (C°)	Internet (MBPS)	Seguridad	Puntuación NomadList
1. Palma de Mallorca	1.866€	32°	31 MBPS	8.1	8.7
2. Marbella	1.540€	28°	42 MBPS	9.1	8.6
3. Barcelona	1.799€	29°	10 MBPS	7.3	8.2
4. A Coruña	1.560€	24°	5 MBPS	8	8.1
5. Ibiza	1.250€	31°	4 MBPS	7.1	7.9
6. Alicante	1.490€	28°	14 MBPS	8	7.8
7. Valencia	1.415€	32°	8 MBPS	8.1	7.8
8. Ciudadela	2.465€	28°	4 MBPS	8.1	7.7
9. Madrid	1.530€	40°	24 MBPS	8.1	7.7
10. Las Palmas	1.280€	24°	24 MBPS	8.1	7.6
11. Pamplona	1.870€	30°	18 MBPS	8.1	6.8
12. Málaga	1.420€	29°	4 MBPS	8.1	6.9
13. Corralejo	1.450€	23°	10 MBPS	10	6.7
14. SEVILLA	1.600€	44°	50 MBPS	10	6
15. Bilbao	1.815€	27°	13 MBPS	7.1	4.3
16. Granada	1.690€	39°	17 MBPS	8.1	4.1

Tabla 4.3 Comparativa principales ciudades españolas DgN

Fuente: NomadList

Los colores de los diferentes valores están diferenciados en verde, naranja, gris y rojo en función de la calidad y valoración aportadas. Siendo el verde la mejor puntuación y el color rojo la peor.

Además de una buena conexión, seguridad, educación, tolerancia y respeto hacia los extranjeros, los nómadas digitales entrevistados pedirían a la administración Sevillana mejores instalaciones como parques y bibliotecas, más opciones de transporte público y facilidad con trámites y visados, aunque este último es más bien a nivel nacional. Asimismo, el 100% creen que las relaciones que establecen con las personas locales son provechosas y valiosas. Por lo que el intercambio de culturas entre locales y extranjeros es un potencial interés entre las dos partes.

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES FINALES

Una vez alcanzados los objetivos principales de este trabajo de fin de grado podemos entender que el fenómeno “Digital Nomad” no es un caso de trabajo remoto sino, el resultado de profundos cambios sociales, laborales y tecnológicos que van evolucionando poco a poco. Podríamos decir que un DgN tiene algunas peculiaridades en comparación al turista común y es que es una persona en continuo movimiento que además de tener interés por el ocio o el turismo, tienen obligaciones laborales. Estos condicionantes son también oportunidades para diseñar nuevos productos turísticos. Claro ejemplo serían grandes ciudades como Londres, Berlín o New York que a día de hoy están llevando a cabo políticas desde lo público y privado para atraer este talento nómada, no sólo para tener más “turistas”, sino, perfiles más concretos según la demanda. Sevilla debería tomar como referencia dichas ciudades y optar por una forma de atraer el talento a la ciudad adaptando las necesidades de la oferta y la demanda. Un caso más cercano sería Galicia, dónde se han creado espacios de coworking en la montaña para atraer talento internacional y trabajar al mismo nivel que lo podrían hacer desde Nueva York. Todo ello gracias a una buena infraestructura tecnológica que permita la dispersión en el territorio para evitar aglomeración y ayude a la activación de ciudades o pequeños pueblos como es este último caso.

Sevilla debería promocionar la ciudad como destino para este microsegmento ya que tiene un alto potencial aun no explorado ni explotado. Es lo que ha llevado a cabo Las Palmas de Gran Canarias, ciudad pionera en promoción para este perfil profesional, mediante la elaboración de un Plan de Marketing Turístico donde han incluido a los nómadas digitales como nuevos perfiles de turistas emergentes.

El sector hotelero sevillano debería adaptarse también a dicho microsegmento mediante estrategias basadas en atraer a este perfil mediante la creación de paquetes y/o programas destinados exclusivamente para ellos. En dicho programa estaría presente, por ejemplo, la inclusión de espacios coworking, salas de reuniones, eventos grupales y un original menú de trabajo. Este sería el caso del hotel Barceló Hamilton en Menorca, donde han implementado ya un paquete “Workation” diseñado para ofrecer estancias especiales para freelances, trabajadores por cuenta ajena y emprendedores o dueños de startups, en definitiva, para Digital Nomads.

Teniendo en cuenta el nuevo acuerdo político establecido por el Parlamento Europeo, sobre la iniciativa WiFi4EU (2017-2020) basado en la instalación de zonas públicas Wi-Fi gratuitas en las comunidades locales de toda la UE con el objetivo de crear un mercado único digital y reducir los obstáculos para aprovechar las posibilidades que ofrece la red. Unido a las previsiones de Peter Levels, fundador de Nomad List, el cual indica que para 2035 habrá más de 1000 millones de nómadas digitales sin residencia fija, determinando qué ciudades elegir para desarrollar este modelo de trabajo, podríamos hablar de una gran revolución respecto al estilo de vida y modelos organizativos laborales. Además, el fenómeno, al ser una manera más lenta de viajar, otorgará la posibilidad de conocer la oferta turística más a fondo y facilitará el intercambio de experiencias, lo que podrá conllevar una descentralización de la industria turística. Nos atreveríamos a decir que comportamientos sociales, como podría ser la tendencia a contraer matrimonio, irán decreciendo con el cambio de los años influenciado en parte por este tipo de movimiento e ideología.

Personalmente, el auge de blogs de viajes ya ha pasado y los blogs convencionales son solo una opción para determinados profesionales, pero existe un gran número de expertos que han adoptado esta vía para tener una mejor vida, como propuso Tim

Ferriss en su obra "*La semana laboral de 4 horas*". Por ello, Sevilla debería saber aprovechar sus recursos naturales y culturales para promocionarse de una manera eficiente y posicionarse adecuadamente en el mercado global mediante estrategias de marketing innovadoras a la par que ello le ayudará a eliminar, en cierto grado, la estacionalidad.

Durante el presente trabajo fin de grado de turismo, hemos querido estudiar la repercusión que tiene el fenómeno DgN en el sector turístico, pero debido a la laguna de datos e información que poseemos al respecto actualmente, no hemos podido profundizar. Por ello, pasaría a ser una línea de investigación a tratar en futuros proyectos.

Bibliografía

-Accenture; Oxford Economics(2015) "Índice de densidad digital: guiando la transformación digital" Accenture strategy <https://www.accenture.com/es-es/insight-digital-density-index-guiding-digital-transformation.aspx> (Consultado: 19/01/2017)

-Berrone, P.; Ricart, J.E. 2017: Business School Universidad de Navarra: "Índice IESE Cities in Motion"

-Blanchflower, D.; Randstad Research (2015) "Informe flexibilidad en el trabajo 2015" *randstad.es*, mayo2015.<https://research.randstad.es/laboral/analisis/informe-flexibilidad-en-el-trabajo-2015/> (Consultado: 11/03/2017)

-Blanco, J. (2015): Libro Blanco de los destinos turísticos inteligentes. Estrategias y soluciones para fomentar la innovación en el turismo digital, LID Ed., Biblioteca ALTRAN. Madrid

-Chen, L. D. and Nath, R. (2005). Nomadic culture: Cultural support for working anytime anywhere. *Information Systems Management*, 22(4), 56-64.

-Chipchase, J (2007) "The anthropology of mobile phones, Ideas Worth Spreading" *ted.com*, octubre https://www.ted.com/speakers/jan_chipchase (Consultado: 18/05/2017)

-Córdoba, P.; Rucandio, M. (2016) "¿Quiénes son los nómadas digitales?" *0034expat.com*, 10 de abril <https://0034expat.com/reportajes/nomadas-digitales/> (Consultado: 25/02/2017)

-Comisión Europea: "Mercado único digital; los negociadores de la UE acuerdan la iniciativa WiFi4UE" Bruselas, 29 de mayo de 2017

-Conway, D. & Timms, B. Re-branding alternative tourism in the Caribbean: The case for 'slow tourism'. *Journal of Tourism and Hospitality Research*, Special Issue, 2010, nº 12, p. 1-16.

-Deloitte Touche Tohmatsu Limited (2015) "Encuesta Deloitte 2015 Generation del Milenio" *deloitte.com* <https://www2.deloitte.com/human-capital/EncuestaDeloitte2015-Generacion-del-Milenio.pdf>

-Gilbert, C.; Almost Fearless Magazine (2013) "A brief History of Digital Nomading" 6 de September, *almostfearless.com* <http://www.almostfearless.com/a-brief-history-of-digital-nomading/>

-Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas nº 12 Julio-Diciembre 2015 p.106-120 ISSN: 2172-8690 Escuela Universitaria de Turismo, Universidad de Murcia

-Greg Richards (2015) The new global nomads: Youth travel in a globalizing world, *Tourism Recreation Research*, 40:3, 340-352, DOI: 10.1080/02508281.2015.1075724

-Harvard Deusto business review en 2013 (n.º 224) Destinos Turísticos Inteligentes. Antonio López de Ávila y Susana García, presidente y directora de Proyectos de Segittur

-Hawkins, N. ; Australian Magazine The Business Spectator (2013) "The rise of the digital nomad" 27 de Agosto, *theaustralian.com*
<http://www.theaustralian.com.au/business/business-spectator/the-rise-of-the-digital-nomad/>

-Junta de Andalucía, Plan de Acción (2017): "Plan Estratégico de Marketing Turístico Horizonte 2020 Andalucía "

-Makimoto and D. Manners, "Digital Nomad," John Wiley & Sons (1997)

-Maoz, Darya 2007 "Backpackers' Motivations. The role of culture and nationality", en *Annals of Tourism Research*, 34 (1): 122-140.

-Martin Wood (2003) Resistance and revolt, *Radical Society: Review of Culture and Politics*, 30:2, 23-33

-Martín-cabello, A., García-manso, A., Rey, U., & Carlos, J. (2015). Una aproximación a las relaciones entre el turismo mochilero y la cultura corporativa global. *Revista Antropología Experimental*, 56-72.

-Mathieson, A. y Wall, O. (1986): Turismo: Repercusiones económicas, físicas y sociales.

-Microsoft 'Work Without Walls' Report: U.S. Telework Trends 2011. Prepared by Ipsos Public Affairs. May 2011. Methodology The Microsoft Remote Working.

-MillwardBrown, K.; ICEMD-ESIC Instituto de Economía Digital (2016) "2º Estudio de Competencias Digitales en la Empresa Española" *icemd.com*, 14 de noviembre.
<http://www.icemd.com/digital-knowledge/estudios/2o-estudio-competencias-digitales/>
(Consultado: 03/05/2017)

-Miniwatts Marketing Group (2017) "Internet World Stats" 31 de marzo *internetworldstats.com* <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (Consultado: 20/04/2017)

-Palfrey, J. & Gasser, U. (2008). *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*. New York: Basic Books.

-Patyra, A., & Dłużewska, A. (2015). Backpacking-historia, ramy, rozwój. *Turystyka Kulturowa*, (11), 40-54.

-Picazo, S. (2016) "Canarias destino en alza para los nómadas digitales" *Hosteltur.com*, 23 de diciembre, <https://www.hosteltur.com/canarias-destino-en-alza-para-los-nomadas-digitales.html> (Consultado: 19/04/2017)

-Reynolds, B.; Flexjobs Survey (2016) "Millennials More Interested in Travel, Work Flexibility Than Gen X, Baby Boomers" 30 de septiembre <https://www.flexjobs.com/survey-millennials-interested-travel-work-flexibility/> (Consultado: 08/03/2017)

- Secretaría de Estado de Turismo (SEGUITTUR): Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT) (2012-2015): "Proyecto Destinos Turísticos Inteligentes"

- Serra, M.A.; Heerrooms, E.; Domingo, X. (2016): "Plan de Marketing turístico. Las Palmas de gran Canarias 2017/2020 "

-Sloan MIT Center, The Digital Advantage: How digital leaders outperform their peers in every industry. <http://www.ladn.euétude-mit-center-for-digital-business-consulting.pdf>

-Sloterdijk, P. Mobilization of the planet in the spirit of self-intensification. The Drama Review, 2006, vol. 50, nº 4, p. 36-43.

-Sociedad Estatal para la Gestión de la Información y las Tecnologías Turísticas (Segittur): (2015) Plan Nacional de Ciudades Inteligentes

-Trujillo, C. (2017) "Empieza la temporada de Workation" 11 de mayo, *hosteltur.com* <https://www.hosteltur.com/-workation.html> (Consultado: 02/06/2017)

-Toledo, B. (2017) "Nómadas digitales contra la despoblación rural" 15 de abril, *eldiario.es* <http://www.eldiario.es/cv/Nomadas-digitales-despoblacion-rural> (Consultado: 18/05/2017)

-Universidad Católica de Lovaina; Universidad de Utrecht; Randstad Research (2016) "La digitalización: ¿crea o destruye empleo?" *randstad.es*, noviembre 2016. <https://research.randstad.es/laboral/analisis/la-digitalizacion-crea-o-destruye-empleos/> (Consultado: 12/03/2017)

-Welance (2016): "Estudio sobre Digital Nomads" <http://digitalnomadsurvey.com/survey>

- °Desk Survey (2014) "Digital Nomads: A Revolution in Work Freedom." *Upwork.com*, 4 de febrero: <https://www.upwork.com/odesk-survey-shows-that-the-digital-nomad-lifestyle-is-here-to-stay-2/> (Consultado: 08/03/2017)

Anexos

ANEXO 1: ENTREVISTA

Nombre:

Edad:

Profesión:

Ubicación:

+ ¿Ha oído antes el concepto Digital Nomad? Sí No

+ ¿Cuándo escuchó por primera vez el término Digital Nomads?

+ ¿Se considera a sí mismo Nómada Digital? Sí No

+ ¿Cuántos idiomas habla?

+ ¿Dónde y cuántas horas suele trabajar cada semana?

+ ¿De dónde provienen la mayoría de sus clientes (si procede)?

+ ¿Cuántos países ha visitado en los últimos 12 meses?

+ ¿Tiene una "ubicación principal" donde pasa más de 6 meses al año?

+ ¿Cuánto tiempo suele permanecer en el mismo lugar mientras viaja?

+ ¿Viaja a los mismos lugares más de una vez?

+ ¿Conoce o usa alguna de las siguientes webs para decidir el destino donde trabajar?

Nomad List Startup Blink Teleport Nomad Pass Workfrom Otros (especificar)

+ ¿Dónde suele alojarse durante sus viajes?

Couchsurfing Hotel / Hostal Airbnb (o similar) Otros (especificar)

+ ¿Viaja usted con su pareja / familia? Sí No

+ ¿Está de acuerdo con las siguientes afirmaciones?

Los nómadas digitales tienen un mejor equilibrio entre el trabajo y la vida que los empleados de oficina. Sí No

Depende de la gente, pero sí, los nómadas digitales tienen que luchar contra la soledad

Sí No

El Nomadismo Digital es sólo para personas sin niños. Sí No

Usted puede construir un negocio exitoso mientras viaja. Sí No

+ ¿Qué estrategia usa para establecer relaciones? (Con población autóctona, otros nómadas, conexiones de trabajo, amigos, lo que sea)

Utilizo plataformas online online como WeRoam / NomadCruise / RemoteYear

Uso lugares relacionados con el trabajo (de los espacios de coworking a la oficina)

Asisto a eventos y fiestas que no tienen nada que ver con mi trabajo

Otros (especificar)

+ ¿Qué tipo de personas suele conocer?

Residentes relacionados con mi trabajo

Digital Nomads relacionados con mi trabajo

Residentes NO relacionados con mi trabajo

Digital Nomads NO relacionados con mi trabajo

Otros (especificar)

+ ¿Cree usted que la conexión entre nómadas y residentes puede ser provechosa y valiosa? (Conocimientos, experiencias, aprendizaje...)

Sí No Puede ser Otros (especificar)

+ ¿Cree usted que las ciudades como "instituciones" están reconociendo a los nómadas digitales en todo el mundo?

Sí No Otros (especificar)

+ Si pudiera pedirle algo al Ayuntamiento de tu ciudad anfitriona, ¿qué pediría como nómada digital? (Aparte de una buena y rápida conexión wifi)

+ ¿Elegiría Sevilla como destino nómada? ¿Porqué? Sí__ No__

+ ¿Cómo cree que podía impulsarse como destino nómada?

+ ¿Ser Digital Nomad le hace feliz?

Sí No

ANEXO 2. RELACIÓN DE FIGURAS, TABLAS Y GRÁFICAS

Tabla 1.1 Estadísticas Uso Internet Marzo 2017

Gráfico 2.2 Disciplinas Digitales Fundamentales en la Economía Digital

Gráfico 4.1 Análisis gráfico de Sevilla basado en las diez dimensiones claves.

Tabla 4.1.1 Análisis DAFO

Gráfica 4.2 Valoraciones por criterios sobre Sevilla.

Tabla 4.3 Comparativa principales ciudades españolas DgN