



**DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DEL PRODUCTO TURÍSTICO  
PARA LOS NÓMADAS DIGITALES EN CANARIAS**

STRATEGIC DIAGNOSIS OF THE TOURIST PRODUCT  
FOR DIGITAL NOMADS IN THE CANARY ISLANDS

**Autores:**

Almenara Lugo, Jean Pierre  
Herrera Martín, María Isabel

**Tutor:** Pablo Rodríguez González

Grado en Turismo por La Universidad de La Laguna  
Facultad de Economía, Empresa y Turismo  
Curso Académico 2020/2021

Convocatoria de julio

## **Resumen**

La situación pandémica ha supuesto un duro golpe para el sector turístico. A pesar de ello, la respuesta de destinos como Canarias ha sido adaptarse y elaborar productos turísticos para un segmento de mercado que no se vio afectado y que ha crecido notoriamente, los nómadas digitales.

A través de este trabajo, se busca realizar un diagnóstico actual de Canarias como destino y producto turístico para los trabajadores remotos, analizando la demanda y oferta existentes, el marco legal y las acciones públicas y privadas para el asentamiento de este nuevo mercado.

Aunque pueda parecer que los nómadas digitales son un fenómeno pasajero, los resultados muestran un importante crecimiento de este sector. A pesar de su pequeño tamaño, apunta a ser un segmento de mercado estable y beneficioso para Canarias, debido a unas estancias más largas, un mayor gasto en destino y, por ende, una mejora de la economía local.

## **Palabras clave**

Nómadas digitales, teletrabajo, trabajadores remotos, diagnóstico estratégico

## **Abstract**

The pandemic situation has dealt a hard blow to the tourism sector. Despite this, the response of destinations such as the Canary Islands has been to adapt and develop tourism products for a market segment that was not affected, and which has grown considerably: digital nomads.

The aim of this study is to carry out a current diagnosis of the Canary Islands as a destination and touristic product for remote workers by analyzing the existing demand and supply, the legal framework, and public and private actions for the settlement of this new market.

Although it may seem that digital nomads are a fleeting phenomenon, the results show a significant growth of this sector. Despite its small size, it looks set to be a stable and beneficial market segment for the Canary Islands, due to longer stays, higher spending at the destination and, consequently, an improvement in the local economy.

## **Key words**

Digital nomads, teleworking, remote workers, strategic diagnosis

## TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN .....	1
2. OBJETIVOS.....	2
3. METODOLOGÍA .....	2
4. MARCO TEÓRICO Y ANTECEDENTES.....	2
4.1. NÓMADAS DIGITALES.....	2
4.1.1. ¿Qué son los nómadas digitales?.....	2
4.1.2. Origen de los nómadas digitales.....	3
4.1.3. Perfil de los nómadas digitales.....	4
4.1.4. Valores, motivaciones y nuevas preferencias de los nómadas digitales.....	5
4.2. IMPACTO DEL COVID EN EL TURISMO .....	5
4.2.1. El turismo en el mundo antes de la pandemia. ....	5
4.2.2. Impacto de La COVID-19 en el turismo internacional en 2020. ....	6
4.2.3. Comparación de la caída del turismo con otras crisis mundiales.....	6
4.2.4. Cifras del turismo tras La COVID-19. Llegadas de turistas internacionales en 2020.....	6
4.2.5. Previsiones en el sector turístico y factores que influyen en su recuperación. Escenarios 2021-2024.....	7
4.2.6. Comparativa del impacto de la COVID19 en España y Canarias (2019-2020).....	7
4.3. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO Y SISTEMA TURÍSTICO .....	7
5. COMPONENTES DEL PRODUCTO .....	8
5.1. MARCO LEGAL.....	8
5.1.1. Entrada de extranjeros al territorio español. ....	8
5.1.2. Estancia de corta duración.....	9
5.1.3. Solicitud de NIE.....	9
5.1.4. Visas para nómadas digitales en países de la Unión Europea. ....	9
5.1.5. Visado de trabajo por cuenta propia en España. ....	10
5.1.6. Regularización de los establecimientos para nómadas digitales. ....	10
5.2. FISCALIDAD .....	11
5.2.1. Obligaciones fiscales de los nómadas digitales .....	11
5.2.2. Residencia fiscal .....	11
5.2.3. Régimen general para trabajadores extranjeros desplazados en España.....	11
5.3. DEMANDA.....	12
5.3.1. Demandas de los nómadas digitales según los diferentes perfiles.....	12
5.3.2. Canarias como destino para nómadas digitales .....	14
5.3.3. Estancia media de los nómadas digitales en España y Canarias.....	15
5.3.4. Incremento de la demanda de nómadas digitales en Canarias tras la pandemia de Coronavirus.....	15

5.4. OFERTA ALOJATIVA.....	16
5.4.1. Gran Canaria.....	16
5.4.2. Tenerife.....	17
5.4.3. Fuerteventura.....	18
5.4.4. La Gomera.....	18
5.4.5. Lanzarote.....	19
5.4.6. El Hierro y La Palma.....	19
5.5. OFERTA COMPLEMENTARIA.....	20
5.5.1. Coworking.....	20
5.5.2. Actividades deportivas.....	21
5.5.3. Conexiones aéreas.....	21
5.5.4. Velocidad de Internet.....	22
5.6. ASOCIACIONES Y PLATAFORMAS CANARIAS PARA IMPULSAR LA VISITA DE LOS NÓMADAS.....	22
5.6.1. ACEC (Asociación canaria de espacios colaborativos).....	22
5.6.2. Tenerife Work & Play (Tenerife).....	23
5.6.3. Pueblos Remotos (Tenerife).....	24
5.6.4. <i>Repeople</i> (Gran Canaria).....	25
5.6.5. <i>Nomad City</i> (Gran Canaria).....	25
5.6.6. <i>Floworking</i> La Oliva (Fuerteventura).....	26
5.7. INICIATIVAS E INSTITUCIONES PÚBLICAS.....	26
5.7.1. Plan de acción para la atracción de trabajadores en remoto del Gobierno de Canarias.....	26
5.7.2. Tres grandes líneas de acción para atraer a los ‘ <i>remote workers</i> ’.....	27
5.7.3. Iniciativas para 2021.....	28
6. IMPACTOS.....	28
6.1. IMPACTO ECONÓMICO.....	28
6.1.1. Empleo e ingresos.....	29
6.1.2. Alquiler vacacional.....	29
6.1.3. PIB.....	30
6.1.4. Gasto en destino.....	30
6.2. IMPACTO SOCIOCULTURAL.....	31
6.2.1. Desplazamiento y desigualdad en la población.....	31
6.2.2. Convivencia y valor cultural.....	32
6.3. IMPACTO AMBIENTAL.....	33
6.3.1. Residuos.....	33
6.3.2. Concienciación entre turistas.....	34
7. DIAGNÓSTICO.....	34

7.1. MATRIZ DAFO SOBRE EL PRODUCTO CANARIAS PARA LOS NÓMADAS DIGITALES.....	34
8. PROSPECTIVA.....	37
8.1. ¿SERÁ EL MERCADO DE LOS NÓMADAS DIGITALES UNA TENDENCIA QUE PERDURE EN EL TIEMPO? ¿QUÉ SE DEBE LLEVAR A CABO PARA QUE ESTO SUCEDA?.....	37
9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	38
10. BIBLIOGRAFÍA.....	41
11. ANEXOS.....	54
11.1. Figura 1.....	54
11.2. Figura 2.....	54
11.3. Figura 3.....	54
11.4. Figura 4.....	55
11.5. Figura 5.....	55
11.6. Figura 6.....	55
11.7. Figura 7.....	56
11.8. Figura 8.....	56
11.9. Figura 9.....	56
11.10. Figura 10.....	57
11.11. Figura 11.....	57
11.12. Figura 12.....	57
12. APÉNDICES.....	58
12.1. APÉNDICE 1.....	58
12.2. APÉNDICE 2.....	62

## 1. INTRODUCCIÓN

Desde sus inicios, el turismo ha atravesado constantemente crisis, más o menos intensas y localizadas, que han demostrado el carácter resiliente del sector. Una característica que identifica al turista hoy en día es su tendencia a olvidar fácilmente y que lo lleva a adaptarse fácilmente a los cambios. La actual crisis mundial, causada por la pandemia global ha sido particularmente grave estableciendo un “antes y un después” (Vargas, 2020) en lo referente a los viajes y el turismo (La Vanguardia, 2020). Sin embargo, las respuestas de los destinos a esta crisis han sido elaborar productos turísticos para aquellos colectivos o segmentos de demanda que no se ven afectados por ella. En este trabajo se abordará una de las estrategias con las que los destinos están buscando superar esta adversa circunstancia.

El sector turístico ha visto en los nómadas digitales una gran oportunidad para resurgir en tiempos de crisis y adoptar a este nuevo mercado que crece cada vez más en Canarias. Así, la elección del tema se ha visto motivada por la necesidad de estudiar este fenómeno que, si bien ya existía con anterioridad, es a raíz de la pandemia cuando se comienza a popularizar en las islas, convirtiéndolas en uno de los destinos más influyentes entre la comunidad de los nómadas digitales.

El objetivo general es analizar los diferentes factores y circunstancias que participan en la creación del producto para los nómadas digitales en Canarias, estudiando los principales elementos del sistema turístico que lo forman como son el marco legal, la demanda, la oferta alojativa y complementaria y las asociaciones e iniciativas públicas. Posteriormente, con esta información buscamos realizar un diagnóstico sobre los impactos, tanto positivos como negativos, que produce este mercado en las islas.

La metodología a emplear consistirá principalmente en el análisis de fuentes de información secundaria, centrándonos en la búsqueda y selección de estudios académicos, artículos de periódicos y portales web públicos y privados sobre nómadas digitales, teletrabajadores y trabajadores remotos. Por otra parte, hemos realizado entrevistas a profesionales de este sector para conocer de primera mano su visión y experiencia sobre el tema.

Tras esta introducción y la presentación de objetivos y metodología, la estructura del trabajo comienza con la exposición del marco teórico compuesto por tres apartados: Nómadas digitales, en el que introducimos el concepto, conociendo su origen y los grupos en los que se dividen. Seguidamente, Impacto del COVID en el turismo, en el que observamos la repercusión nacional e internacional de la pandemia en el sector turístico. En tercer lugar, explicamos en qué consiste la elaboración de un diagnóstico estratégico y sistemático, cuerpo de este trabajo. A continuación, desarrollamos los principales componentes que tiene Canarias como producto para posteriormente centrarnos en el diagnóstico final. Por último, exponemos las conclusiones y recomendaciones para el sector a partir de nuestro diagnóstico.

## **2. OBJETIVOS**

El objetivo de este trabajo se centra en analizar el mercado de los nómadas digitales en Canarias, enfocándonos en los factores coyunturales y estructurales que intervienen en la creación del producto turístico para estos consumidores, abordando varios elementos que lo constituyen como pueden ser el mercado turístico global, la demanda, la oferta alojativa y complementaria, distribución y/o intermediación, asociaciones, agencias públicas, etc.

Tras conocer estos componentes, procederemos a realizar un diagnóstico de la situación actual de este nicho de mercado, conociendo su impacto en el sector y las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades presenta el producto Canarias.

Finalmente, buscamos concluir con un análisis final que arroje pistas sobre la tendencia y relevancia que tendrá este mercado tras la pandemia. Además, compartiremos una serie de propuestas para paliar las debilidades y amenazas que presenta Canarias en este mercado y así asegurar la permanencia de los nómadas digitales en el destino.

## **3. METODOLOGÍA**

Dado que el objetivo de nuestro trabajo es analizar el producto Canarias para los nómadas digitales, conociendo el comportamiento de este mercado y sus perspectivas de futuro, optamos llevar a cabo un enfoque metodológico cualitativo. En otras palabras, nos basaremos en la información cualitativa obtenida a través de fuentes de información secundaria para poder arrojar conclusiones objetivas.

Principalmente realizaremos nuestro análisis enfocándonos en fuentes de información secundaria. Esto engloba la búsqueda y selección de literatura académica y estudios que nos ayuden a definir conceptos con credibilidad y obtener datos para su posterior análisis. También utilizaremos artículos de periódicos sobre los nómadas digitales, entradas de portales web gubernamentales y de empresas privadas dirigidas a este mercado y plataformas como Airbnb, entre otras. Además, realizaremos entrevistas a profesionales del sector para conocer su experiencia y visión.

De esta manera, podemos sintetizar nuestra metodología en tres pilares: la revisión bibliográfica, la percepción de los profesionales y el seguimiento de la coyuntura en los medios de comunicación.

## **4. MARCO TEÓRICO Y ANTECEDENTES**

### **4.1. NÓMADAS DIGITALES**

#### **4.1.1. ¿Qué son los nómadas digitales?**

Uno de los segmentos que más se ha hecho eco en el sector turístico actual, ha sido el de los “Nómadas digitales”, pero este concepto no fue fruto de la pandemia, la cual obligó a miles de trabajadores a teletrabajar desde sus casas, esta práctica se realizaba mucho antes de la era

COVID. A pesar de que actualmente escuchamos mucho este término en el ámbito turístico, muy poca gente conoce de qué se trata y cuál es la realidad de esta forma de vida tan peculiar.

Podemos encontrar diferentes definiciones que engloban el término de “nomadismo digital”. “Los nómadas digitales son retratados como jóvenes profesionales que trabajan únicamente en un entorno en línea mientras llevan un estilo de vida independiente de la ubicación y, a menudo, dependiente de los viajes, donde los límites entre el trabajo, el ocio y los viajes parecen difusos.[...] Los nómadas digitales tienen como objetivo crear un estilo de vida holístico caracterizado por una libertad integral donde ambas áreas de la vida se consideran igualmente agradables y lo hacen a través de la libertad profesional, espacial y personal. Idealmente, los nómadas digitales perciben el trabajo no como una obligación impuesta, sino que lo consideran, al igual que sus actividades de ocio, como algo intrínsecamente motivado y satisfactorio. Aunque es crucial para una percepción positiva de este estilo de vida, viajar conlleva desafíos personales que se consideran un tipo de trabajo diferente.” (Reichenberger, 2017).

Por otro lado, tenemos la definición del nomadismo digital como estilo de vida, se describe al nomadismo digital como “la capacidad de las personas para trabajar de forma remota desde su computadora portátil y utilizar su libertad desde una oficina para viajar por el mundo. Este concepto ha encontrado un movimiento de estilo de vida que se vende a sí mismo a través de *blogs* personales, *feeds* de Instagram, conferencias en persona, artículos de noticias y numerosos libros electrónicos.” (Thompson, 2018)

Atendiendo a la experiencia del ex-nómada Dan Robinson, un fotógrafo y director emergente centrado en proyectos de viajes, estilo de vida y organizaciones sin ánimo de lucro. Según él, un “nómada digital” es un profesional que aprovecha las herramientas digitales a disposición para fomentar su carrera mientras viaja por el mundo al mismo tiempo” (Robinson, 2014)

Asimismo, encontramos la acepción, *Workation*, término que procede de la unión de las palabras en inglés *work* (trabajo) y *vacation* (vacaciones) que consiste en teletrabajar desde un destino vacacional. Los nómadas digitales practican *workation*, sin embargo, este término abarca mucho más, puesto que hay empresas cuya plantilla completa lo practican, además de campamentos y albergues destinados exclusivamente a esta práctica. (EasyWorkation, 2021)

#### **4.1.2. Origen de los nómadas digitales**

Una de las primeras apariciones del término ‘nómada digital’ fue en el manifiesto *Digital Nomads* de Tsugio Makimoto y David Manners (1997) en el que señalan “un mundo globalizado dominado por las nuevas tecnologías, los contratos laborales y las prácticas empresariales cambiarían por completo la vida de los trabajadores, difuminando los límites entre trabajo, ocio, hogar y viajes”. Aunque se desconoce si el término fue creado para este libro o tomaron referencia de un término que ya existía. (Zimbrón, 2021)

Como comenta Daniel Schlagwein (2018), en “*The History of Digital Nomadism*”, la historia del nomadismo digital ha ido evolucionando desde la década de los 70 hasta hoy a través de las rápidas innovaciones en la tecnología, los modelos de negocios y la manera de viajar. Durante la



década de los 70 se crean las primeras redes informáticas pre- internet, además sale al mercado el primer ordenador personal, el *Altair 8800*. El ámbito de los negocios de esta época también sufrió diferentes cambios, los horarios de trabajo se flexibilizan y se crea un equilibrio que compagina el trabajo y la vida personal, además entre 1973 y 1974 se implementa el concepto de “teletrabajo” cuando Jack Nilles, un ingeniero de la NASA comienza a trabajar en remoto para solventar el problema de tráfico y el consumo de energía. A partir de este suceso el teletrabajo se concibe como una alternativa a la forma de trabajo tradicional. En cuanto a los viajes, el hecho que marcó esta época es la “Ruta *Hippie*”, posteriormente se crean guías de viajes que abrieron camino a una forma más independiente de viajar.

Durante la época de 1980 surgieron una serie de innovaciones tecnológicas que marcaron un antes y un después en el nomadismo digital. Primeramente, se crearon los protocolos de Internet (IP) necesarios para la aparición de Internet y a finales de la década se crearon los primeros proveedores de servicios de Internet (PSI) que proporcionaron conexión a Internet a cualquier persona, además, en 1985 se crea el *Motosat*, un sistema de telefonía por satélite que creo lo que conocemos como “teléfono móvil” en ese mismo año Toshiba crea también el primer portátil. En los negocios la movilidad laboral y la flexibilidad hacen más posible el teletrabajo y en cuanto a los viajes, aumenta la afluencia de “mochileros” en Tailandia que pronto se extendieron por todo el mundo.

En la década de los 90 se desarrolla la *World Wide Web* (WWW), y se crean diferentes navegadores de internet entre ellos *Internet Explorer* y con ello se crea *Google*. Los teléfonos móviles y los portátiles con *WIFI* se hicieron cada vez más comunes entre la población, lo que hacía posible teletrabajar en línea sin necesidad de cables. En lo referente a los negocios, a mediados de los 90 se proliferaron los negocios electrónicos como *Amazon* o *eBay* lo que permitía a los usuarios ganar dinero en línea. En el sector de los viajes, también encontramos cambios sustanciales que incentivaron a los nómadas digitales como la disminución del precio de los vuelos a larga distancia, en esta época el nomadismo digital surge de una manera reconocible.

Desde los 2000 en adelante, las velocidades de internet y los datos móviles aumentaron sustancialmente y los costes fueron disminuyendo cada vez más. La aparición del nomadismo digital se ve impulsada gracias a las redes sociales como *LinkedIn* o *Facebook*, durante esta década, se hacen más factibles las videollamadas y videoconferencias tras el lanzamiento de plataformas como *Skype*, además de los sistemas de almacenamiento en la “nube”. Más adelante nacen también los llamados “espacios *coworking*” y surgen páginas *webs* orientadas a los nómadas digitales. (Schlagwein, 2018)

#### **4.1.3. Perfil de los nómadas digitales.**

En un principio, el perfil de los nómadas digitales estaba asociado a jóvenes de entre 20 y 30 años con su ordenador y la mochila a cuestas que trabajaban desde su furgoneta o desde alguna cafetería en algún lugar del mundo. Nada más lejos de la realidad, el perfil de nómada es bastante claro, es un trabajador que busca una zona con un buen clima, que sea barato, la posibilidad de encontrar un lugar para vivir y trabajar temporalmente de forma cómoda, y por supuesto, con una

buena conexión a internet para seguir generando ingresos mientras disfruta del destino. (Airbnb, 2021)

En cuanto al perfil profesional de los nómadas digitales se basa principalmente en profesiones que puedan ser llevadas a cabo en línea, con total libertad horaria y geográfica.

Entre los tipos de nómadas digitales podemos encontrar a los *freelancers*, en el que el propio nómada digital es el que busca y consolida sus clientes. Los emprendedores, que obtienen sus ingresos mayoritariamente de negocios como los infoproductos y del *e-commerce*. Por último, encontramos a los trabajadores por cuenta ajena, modelo que se ha visto en auge tras la pandemia gracias a la implantación del teletrabajo, en este caso, los nómadas digitales ofrecen sus servicios deslocalizados de la oficina, pero contratados por una empresa externa. (Hernández, 2021)

#### **4.1.4. Valores, motivaciones y nuevas preferencias de los nómadas digitales.**

Entre los valores que caracterizan a los nómadas digitales encontramos la personalidad. Hemos visto que se trata de personas con una mente abierta a nuevas formas de vida, son flexibles, les gusta conocer a nuevas personas y aprender de sus culturas y costumbres, los nómadas, asimismo, no sufren ante los cambios ya que no permanecen durante mucho tiempo en un mismo lugar, no tienen su vida planificada al completo y son personas muy resolutivas y respetuosas con el destino. (Mateo, 2015)

Como sabemos, las preferencias de los viajeros han sufrido algunos cambios como consecuencia de la crisis sanitaria y el caso de los nómadas no podía ser diferente, las nuevas prioridades de estos viajeros son las siguientes; higiene y seguridad, fundamental en el contexto actual en el que nos encontramos, destinos cercanos, buena conexión y espacios abiertos y diferenciados, flexibilidad en las reservas y capacidad de adaptación al momento y como no, estancias *pet-friendly*, cada vez son más los nómadas que se animan a viajar con sus mascotas y es un factor muy importante a tener en cuenta a la hora de la reserva. (Airbnb, 2021)

## **4.2. IMPACTO DEL COVID EN EL TURISMO**

### **4.2.1. El turismo en el mundo antes de la pandemia.**

En el año anterior a la pandemia, el mercado turístico global había alcanzado los 1.500 millones de turistas y generado 1,7 billones de dólares de ingresos, tras un periodo previo de crecimiento continuado y una previsión para 2020 del 3%-4% (OMT, 2020).

En cuanto a los ingresos por exportación siguió creciendo, obteniendo cifras de 1,7 billones de dólares en ingresos derivados del turismo internacional, especialmente entre los diez países del mundo que más gastan en turismo. (UNWTO, s.f)

#### **4.2.2. Impacto de La COVID-19 en el turismo internacional en 2020.**

Como sabemos, en el año 2020 surgieron una serie de acontecimientos que paralizaron casi completamente a la sociedad en todo el mundo, creando graves consecuencias en el sector económico y turístico.

El 11 de marzo la OMS declara una pandemia mundial, el 20 de abril el 100% de los destinos internacionales introducen restricciones de movilidad, lo que impide viajar a la población si no es a causa de fuerza mayor. A causa de todo ello, podemos ver como las cifras de llegadas de turistas internacionales han ido cayendo de manera continuada. Los datos que mostraremos a continuación están recogidos en la gráfica creada por la OMT, “2020 enero-diciembre. Llegadas de turistas internacionales.”

En primer lugar, si analizamos el conjunto, la llegada de turistas internacionales en todo el mundo ha disminuido un 74% con 381 millones de turistas en 2020 en comparación con los 1.500 millones de turistas en 2019.

Centrándonos en el continente americano, el turismo ha disminuido un 69% siendo el continente con menor porcentaje de pérdidas, con 69 millones de llegadas internacionales en comparación con los 219 millones que recibió América en 2019.

Por otro lado, tenemos Europa, que continúa siendo líder en cuanto a número de turistas, pero ha sufrido una importante caída en las cifras con un total de 221 millones de turistas, un 70% menos que en 2019 en el que recibió 746 millones de turistas. (UNWTO, s.f) (Figura 1)

#### **4.2.3. Comparación de la caída del turismo con otras crisis mundiales.**

Sin ninguna duda, hemos sufrido una caída del turismo internacional sin precedentes en el siglo XXI, la fuente de los datos expuestos a continuación es de una gráfica elaborada por la OMT en la que estudia las diferentes cifras de las crisis que han surgido durante el siglo XXI. En ella podemos ver como la pandemia del SARS en 2003 causó un 0,4% de las pérdidas en las llegadas de turismo internacional, más adelante en 2009 durante la crisis económica mundial, se produjo una caída del 4% de turistas, sin embargo, en 2020, en los meses de enero a octubre se produjo una pérdida del 72% del total de llegadas de turismo internacional. La pérdida de ingresos fue 11 veces mayor que la pérdida de ingresos de la crisis económica mundial de 2009. (Figura 2) (OMT, s.f.)

#### **4.2.4. Cifras del turismo tras La COVID-19. Llegadas de turistas internacionales en 2020.**

El turismo internacional en 2020 volvió a los niveles de hace 30 años. Las llegadas han disminuido un 74% y la pérdida internacional de ingresos turísticos es de 1,1 billones de US\$ y una pérdida estimada en el PIB global por encima de 2 billones de US\$. Las cifras de llegadas de turistas han sufrido una pérdida de 1.000 millones y se estiman entre 100 y 120 millones de empleos directos del sector en peligro. (Figura 3) (OMT, s.f)

#### **4.2.5. Previsiones en el sector turístico y factores que influyen en su recuperación. Escenarios 2021-2024.**

La organización mundial de turismo estima que se necesitarán dos años y medio para recuperar los niveles de 2019. Gran parte de los expertos del sector no prevén que el turismo internacional recupere niveles pre-COVID antes de 2023. (Figura 4) (OMT, 2020)

Según la OMT las principales barreras para la recuperación del turismo internacional son, en primer lugar, las restricciones de viajes (79%), la lentitud en la contención del virus (68%) y la baja confianza del consumidor (31%), seguidos de otros factores como las condiciones económicas (38%), falta de coordinación entre países (37%) la lentitud en la reanudación de los vuelos (20%) y otros factores que constituyen el (4%). (Figura 5) (OMT, 2020)

#### **4.2.6. Comparativa del impacto de la COVID19 en España y Canarias (2019-2020)**

El pasado año 2020, el número de visitantes en toda España descendió de 83,7 millones de turistas a 19 millones en el 2020, un 77,3% menos respecto al año anterior. (FRONTUR) (Figura 6). Los peores datos del 2020 aparecen en los meses de abril y mayo con una variación del -100% de turistas respecto al 2019, traduciéndose a una ausencia total de visitantes. No fue hasta los meses de verano, julio y agosto, que la emergencia sanitaria comenzó a controlarse en varios países de Europa y se decidiera abrir las fronteras para el turismo. A pesar de esa ligera mejora, el turismo siguió un 75% por debajo respecto al año anterior (INE, 2021). (Figura 7).

Por otra parte, en 2020 llegaron a Canarias 4.631.804 de turistas, un 69% menos que en el año 2019, en el que llegaron a las islas un total de 15.114.429, una pérdida de poco más de 10 millones de visitantes extranjeros y nacionales (Figura 8). Al igual que en el resto del país, los mejores datos se obtuvieron en verano, concretamente en los meses de julio y agosto, con la llegada de 300 mil y 400 mil turistas respectivamente, coincidiendo con la relajación de las restricciones. Sin embargo, a partir de otoño caen los datos hasta un 50% comparado con el último mes de verano, de 406.679 turistas hasta 200.048 (Figura 8 y 9). (ISTAC, 2021)

Es necesario destacar los datos sobre la tasa de ocupación por plaza alojativa. A pesar de la gran bajada en la llegada de turistas en 2020, la tasa de ocupación fue de un 42,41%, una caída del 25% respecto al año 2019 en una situación de normalidad (Figura 10) (ISTAC, 2021). Este resultado es interesante ya que, a pesar de la bajada de turistas parece que no ha habido una bajada importante en la ocupación. Sin embargo, hay que tomar en cuenta que la tasa de ocupación se calcula sobre las plazas abiertas, habiendo en 2020 un gran número de alojamientos cerrados. A pesar de ello, no podemos ignorar que, en las difíciles condiciones en las que se hallaba el sector, estas cifras sean producto de la adaptación de los establecimientos a los clientes nómadas digitales o del turismo local.

### **4.3. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO Y SISTEMA TURÍSTICO**

Teniendo presente el propósito de análisis de este trabajo y a fin de ser un destino en el mercado turístico mundial dirigido a nómadas digitales, debemos hacer un diagnóstico turístico de las Islas

Canarias como producto con un ciclo de vida maduro. Tenemos la posibilidad de conceptualizar las Islas Canarias como un destino turístico maduro de sol y playa de acuerdo con el modelo turístico de Butler (1980) en la etapa de estancamiento o post estancamiento, conforme con la región turística o isla a examinar. (Futurismo Canarias, s.f)

Para ello aplicaremos un diagnóstico estratégico por medio de una matriz DAFO en la que analizaremos las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para detectar los probables inconvenientes que puedan surgir, prever probables escenarios, predecir complicaciones, observar soluciones y detectar los puntos de vista débiles del producto y transformarlo en fortalezas y oportunidades, así como conocer a la competencia y plantear un destino que haga frente a las amenazas que se le presenten.

A través de este análisis podremos recabar información para establecer las estrategias a seguir adecuadas para atraer al mercado turístico de nómadas digitales que actualmente se encuentra en auge en las Islas Canarias. Tras el análisis del producto las estrategias que podemos seguir a continuación son defensivas, ofensivas, de supervivencia o reorientación según los fines que se deseen conseguir, en este caso ser un destino reconocido internacionalmente para los nómadas digitales, así como de los recursos de los que disponemos para el desarrollo de la actividad (Medina et al., 2021).

## **5. COMPONENTES DEL PRODUCTO**

### **5.1. MARCO LEGAL**

#### **5.1.1. Entrada de extranjeros al territorio español.**

Según el apartado primero 'Entrada por puestos habilitados' del Artículo 1 del Real Decreto por el que se aprueba el reglamento de la Ley Orgánica 4/2000, sobre Derechos y Libertades de los Extranjeros en España y su Integración Social.

“Sin perjuicio de lo dispuesto por los convenios internacionales suscritos por España, el extranjero que pretenda entrar en territorio español deberá hacerlo por los puestos habilitados al efecto, hallarse provisto del pasaporte o documento de viaje en vigor que acredite su identidad y que se considere válido para tal fin, estar en posesión de un visado válido cuando éste sea exigible, y no estar sujeto a prohibiciones expresas de entrada.

Asimismo, deberá presentar los documentos determinados en este reglamento que justifiquen el objeto y condiciones de entrada y estancia, y acreditar la posesión de los medios económicos suficientes para el tiempo que pretenda permanecer en España o, en su caso, estar en condiciones de obtener legalmente dichos medios.”

Según el apartado 1 del artículo 4 de dicha ley, “la entrada de un extranjero en territorio español estará condicionada al cumplimiento de los siguientes requisitos:

a) Titularidad del pasaporte o documentos de viaje a los que se refiere el artículo siguiente.

- b) Titularidad del correspondiente visado en los términos establecidos en el artículo 7.
- c) Justificación del objeto y las condiciones de la entrada y estancia en los términos establecidos en el artículo 8.
- d) Acreditación, en su caso, de los medios económicos suficientes para su sostenimiento durante el periodo de permanencia en España, o de estar en condiciones de obtenerlos, así como para el traslado a otro país o el retorno al de procedencia, en los términos establecidos en el artículo 9.
- e) Presentación, en su caso, de los certificados sanitarios a los que se refiere el artículo 10.
- f) No estar sujeto a una prohibición de entrada, en los términos del artículo 11.
- g) No suponer un peligro para la salud pública, el orden público, la seguridad nacional o las relaciones internacionales de España o de otros Estados con los que España tenga un convenio en tal sentido.” (BOE, 2011)

### **5.1.2. Estancia de corta duración.**

Si el nómada digital planea pasar una estancia de corta duración, la autorización para permanecer en territorio español por un periodo de tiempo no superior a 90 días por semestre a partir de la fecha de la primera entrada. Tras ese tiempo, para permanecer en España será necesario tramitar una prórroga de estancia o solicitar una autorización de residencia. (Ministerio del Interior, s. f.)

### **5.1.3. Solicitud de NIE.**

Si los nómadas digitales planean alargar su estancia por más de 90 días en Canarias, obtener un número NIE puede ser una opción factible para facilitar su vida diaria y los procedimientos administrativos en las islas.

El NIE (Número de Identidad de Extranjero) es un número personal, único y exclusivo que deben poseer, a los efectos de identificación a todos los extranjeros, en este caso por intereses económicos, profesionales o sociales se relacionen con España. (Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, s. f.)

### **5.1.4. Visas para nómadas digitales en países de la Unión Europea.**

Tras el incremento del trabajo remoto y los nómadas digitales a causa de la pandemia se plantea un vacío legal a la hora de tramitar las visas para teletrabajadores que desean permanecer en el extranjero trabajando por cuenta propia por periodos de tiempo prolongados.

Para poder optar por una visa tradicional de trabajo, los nómadas digitales necesitan un contrato de trabajo en una empresa en el país de destino, lo que en muchos casos es imposible puesto que estos trabajadores trabajan por cuenta propia.

Por ello se han creado las visas para nómadas digitales que son permisos que legalizan el estado de los profesionales que viajan. A diferencia de la visa de turista, esta visa declara oficialmente

que os titulares de la misma pueden trabajar durante su estancia en el país, siempre que lo haga de manera independiente o remota. (ETIAS, 2021)

#### **5.1.5. Visado de trabajo por cuenta propia en España.**

En España, no están reguladas este tipo de visas para nómadas digitales. Para los extranjeros que desean asentarse como nómada digital en España y adquirir los derechos ciudadanos existe otra manera de regularizar su situación. (Perea Abogados, 2020)

Se trata de la solicitud de un visado de trabajo por cuenta propia que autoriza a su poseedor a residir en el país por un periodo de tiempo de un año desde la entrada en territorio nacional y ejercer una actividad lucrativa laboral o profesional por cuenta propia. (Ministerio de Trabajo y Economía Social, s.f.)

#### **5.1.6. Regularización de los establecimientos para nómadas digitales.**

Una de las claves para atraer a los nómadas digitales son los espacios de *coworking* y *coliving*. Los espacios de *coliving* se han popularizado mucho tras esta situación, puesto que muchos de los nómadas digitales eligen este tipo de alojamientos al ser más baratos y completos para teletrabajar que un apartamento u hotel.

Un *coliving* es una evolución del concepto de *coworking* en el que un conjunto de personas que se dedican generalmente a trabajar en remoto comparte el lugar de trabajo y la vivienda donde pueden compartir experiencias laborales y vitales (Brualla, 2018). Estos lugares disponen de áreas de trabajo '*coworking*' y zonas comunes tales como salas de cine, juegos, biblioteca, comedores, gimnasios o restaurantes. El problema que nos encontramos es que, en España salvo Cataluña, este tipo de espacios no están regularizados en un marco normativo claro.

En Cataluña se ha publicado el Decreto Ley 50/2020, de 9 de diciembre, de medidas urgentes para estimular la promoción de viviendas de protección oficial y de nuevas medidas de alojamiento en régimen de alquiler, como son los *coliving* (Ojanguren, 2020). Asimismo, en Canarias y el resto de España no existe una normativa clara por lo que se acogen a la normativa de los apartamentos turísticos o establecimientos hoteleros.

Se considera que, al tratarse de un alquiler de habitaciones, los contratos no están bajo la normativa de LAU (Ley de Arrendamientos Urbanos) si no a la del Código Civil, puesto que el arrendamiento de LAU debe recaer sobre una edificación habitable, con la superficie mínima y demás requisitos que exijan los planes generales del municipio para poder ser calificada como vivienda, además debe satisfacer la necesidad permanente de vivienda del arrendatario. El *coliving* es por naturaleza temporal sin perjuicio de que el usuario se pueda asentar en estos espacios con cierta estabilidad, en este sentido los *coliving* no tiene el carácter de vivienda habitable, puesto que la mayoría se trata de una habitación, con o sin baño, y el resto de las zonas de estos suelen ser comunes, por lo que está sujeto al Código Civil. (Moreno, 2021)

## **5.2. FISCALIDAD**

### **5.2.1. Obligaciones fiscales de los nómadas digitales**

Uno de los temas más consultados sobre los nómadas digitales y los trabajadores en remoto es sobre la fiscalidad, es necesario aclarar dónde tributan estos trabajadores puesto que, si bien es conocido que los nómadas son evasores de impuestos, se trata de un mito que explicaremos a continuación.

#### **5.2.2. Residencia fiscal**

Primeramente, es importante identificar dónde tributa la nómina que cobra el trabajador por que por defecto se convertirá en su residencia fiscal. Para determinarlo, en el caso de los nómadas digitales que procedan del extranjero, se establece la conocida regla de los 183 días por la que se pasa más de ese tiempo en un país se convierte en residencia fiscal, según explica el artículo “Fiscalidad de los nómadas digitales” de la revista Expansión, cada país tiene sus reglas sobre la residencia fiscal en su región, en el caso de España la administración se acoge a esta regla para reclamar que dicho trabajador tribute en el país. (Valentín, 2021)

Dicho esto, también se considera residente fiscal la persona que tenga en España su centro de intereses económicos, aunque no permanezca ningún día en territorio español. Por ello, para calcular el número de días que el extranjero permanece el país, la norma establece que deben computarse las ausencias esporádicas, salvo que el individuo reconozca su residencia fiscal en otro país. (Fernández, 2018)

#### **5.2.3. Régimen general para trabajadores extranjeros desplazados en España**

Según lo dispuesto en la Agencia Tributaria los trabajadores por cuenta ajena que no sean contribuyentes del Impuesto de las Personas Físicas (IRPF), pero que se desplacen al territorio español, podrán comunicar a la Administración tributaria dicha circunstancia mediante la presentación del modelo 147. En dicha presentación se comunicará la fecha de entrada en el país y el comienzo de la prestación del trabajo, así como los datos objetivos de dichas relaciones laborales en los que se establezca que la permanencia sea superior a 183 días, durante el año natural en que se produzca el desplazamiento, o, en su defecto, en el siguiente, a los exclusivos efectos de que el pagador de los rendimientos del trabajo les considere como contribuyentes por este Impuesto.

En conclusión, los nómadas digitales se enfrentan a un reto a la hora conocer el complejo entramado de las normativas y convenios de cada país para cumplir con las obligaciones tributarias y deben estar al tanto de sus obligaciones para no estar incurriendo en un delito de evasión de impuestos.



### **5.3. DEMANDA**

La demanda turística se puede definir como el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que los animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar.” (Socatelli P., 2013)

En el caso de los nómadas digitales podemos clasificar la demanda como viajeros temporales cuyas motivaciones suelen ser una mayor calidad de vida, elegir vivir en sitios con un clima diferente al habitual, flexibilidad geográfica, disfrutar de viajes a largo plazo, conocer nuevas culturas y lo más importante ser dueños de su tiempo.

En cuanto al lugar que visitan o planean visitar suele estar motivado por las preferencias particulares de cada nómada, si bien es cierto que estos lugares tienen varias características en común (espacios de trabajo amplios y cómodos, buena conexión a internet y buen clima), depende de las preferencias de cada nómada elegir un destino u otro.

#### **5.3.1. Demandas de los nómadas digitales según los diferentes perfiles**

Según el artículo de Airbnb (2021), “La adopción del teletrabajo ha traído nuevos perfiles de nómadas. Conócelos” en el que se ha obtenido la información a través de una encuesta realizada por *OnePoll* para Airbnb. Hay cuatro perfiles principales de nómadas en los que la demanda se ve bien diferenciada.

##### **5.3.1.1. Nómadas de sol y playa**

En primer lugar, encontramos los que podríamos clasificar como los “aventureros”, suelen ser familias con o sin hijos, aunque también podemos encontrar a nómadas “*senior*” que suelen elegir destinos cerca de la costa, para poder realizar actividades acuáticas, tomar el sol, y una casa frente al mar en la que poder trabajar es su mejor opción.

Estos destinos suelen estar más solicitados por los nómadas que viven en grandes ciudades y tienen empleos en los que es necesario estar inspirado para obtener ideas. Según este estudio, los imprescindibles de este tipo de nómadas digitales son estar cerca de la playa, descansar e inspirarse, desconectar de la multitud y el agobio de la gran ciudad, una buena conexión a internet, por supuesto, aire acondicionado y centros de salud cercanos. (Airbnb, 2021)

##### **5.3.1.2. Nómadas de turismo urbano**

En segundo lugar, tenemos el lado totalmente opuesto al anterior ya que hablamos de los nómadas con “alma urbana”. A este tipo de nómada digital le gusta más viajar solo o en pareja, y al contrario que el anterior es más inusual viajar en familia a este tipo de destinos. Les encanta el bullicio de las ciudades, poder socializar con gente de cualquier parte del mundo, así como tener todo tipo de servicios al alcance, supermercados, bares, hospitales, diferentes medios de transporte e infinitas ofertas de ocio y cultura. Lo que demandan estos nómadas es conocer ciudades nuevas y poder trabajar desde ellas.

El alojamiento ideal es un “loft” bien equipado y cómodo para trabajar, un ático en pleno centro de la ciudad con vistas a los rascacielos o un estudio en el caso de los nómadas con bajo presupuesto.

Los imprescindibles son, como no, destinos estimulantes, diversidad de culturas, conocer gente nueva e incluso si son freelance, ampliar su cartera de clientes, buena comunicación y conexión con otras ciudades, red de transporte público eficientes y baratos, oferta comercial, gastronómica y cultural. (Airbnb, 2021)

### **5.3.1.3. Nómadas de turismo familiar**

En tercer lugar, tenemos el segmento de las familias nómadas, que no son tan usuales debido a diferentes factores como son la educación de los hijos, la flexibilidad horaria o la estabilidad económica de la familia. Aun así, conforman una parte importante de la demanda en el sector de los nómadas digitales.

El estilo de vida de nómada digital se caracteriza por dotar de una gran flexibilidad horaria a aquellos que la practican, por ello para las familias con hijos es una gran oportunidad para conciliar la vida laboral y familiar. Para este segmento, lo más importante es el alojamiento, que permita trabajar cómodamente, así como pasar tiempo en familia, una vivienda grande con diferentes espacios y a poder ser, con piscina, el lugar es secundario, aunque suelen optar por zonas con espacios al aire libre, naturaleza, buenos colegios, centros de salud y áreas recreativas.

Los básicos para las familias nómadas son lugares con una gran oferta recreativa y de diversión con acceso a contenido digital, centros de salud y hospitales cercanos, así como supermercados, acceso al aire libre, zona de aparcamiento y casas aptas para niños de todas las edades. (Airbnb, 2021)

### **5.3.1.4. Nómadas rurales o de naturaleza**

Por último, no podemos dejar atrás a los amantes de la naturaleza, en este perfil de nómada, además de los mencionados anteriormente, se incluyen los nómadas que viajan con sus mascotas.

Este tipo de trabajadores remotos buscan alejarse de la ciudad a un destino rodeado de la naturaleza e incluso rural. Las actividades más demandadas por este segmento son los paseos por el campo, rutas y actividades de montaña, interactuar con animales, etc.

El alojamiento más solicitado son casas en la montaña, casas rurales, cabañas amplias y bien equipadas. En general alojamientos funcionales que les permitan seguir teletrabajando y estar conectados con el resto del mundo sin el bullicio de las ciudades, en un ambiente tranquilo y con aire puro.

Los requisitos de estos nómadas son, alojamientos *pet-friendly*, calefacción si se trata de lugares muy fríos, terrazas para trabajar al aire libre, lugares equipados con todas las comodidades, buena conexión a Internet y centros de salud cercanos. (Airbnb, 2021)

### 5.3.2. Canarias como destino para nómadas digitales

España es un destino ideal para satisfacer la demanda de los nómadas, puesto que se trata de un destino asequible y su coste de vida está por debajo de la media europea, aspecto que atrae a los trabajadores ingleses, alemanes, daneses, franceses, suizos, etc.

Otro de los aspectos clave para los nómadas es el clima. España, y en particular Canarias, cuenta con un clima inmejorable en el que la temperatura es agradable durante casi todo el año.

Por otro lado, como nos comenta Silvia de *Nine Coliving* en la entrevista de investigación que hemos realizado, las islas reúnen una serie de condiciones que las hacen atractivas para los nómadas digitales, Canarias es un destino seguro, que tiene tanto playa como montaña y, además, a pocos minutos de distancia, lo que permite en un mismo día disfrutar de playa y monte. Además, sus costas permiten la práctica de infinidad de actividades acuáticas. Otro de los aspectos de las Islas Canarias es que, aunque se trata de una región ultraperiférica pertenece a la Unión Europea, lo que las hace mucho más atractivas.

Como comentaremos más adelante, la estancia media de los nómadas digitales es más larga que la de los turistas tradicionales. Por ello, al permanecer más tiempo pueden disfrutar del destino mucho más y mejor. (Ramírez, 2021)

La gran mayoría de nómadas digitales se caracterizan por demandar experiencias únicas, conectar con la cultura y vivir experiencias reales que les permitan conocer la cultura local. Es por ello por lo que España, y especialmente Canarias, es un destino privilegiado debido a que cuentan con una importante identidad cultural.

Como hemos visto, Canarias reúne una serie de características que las hacen ideales como destino para satisfacer la demanda de los trabajadores remotos o nómadas digitales. Pero además de ello, para que nuestra oferta sea mucho más atractiva debemos tener en cuenta los siguientes aspectos y trabajar en ellos para conseguir la excelencia.

En primer lugar y como hemos mencionado en numerosas ocasiones a lo largo de este estudio, una conexión a internet de alta velocidad es fundamental, la calidad de la conexión es vital para los nómadas, pues su trabajo depende de ello.

En segundo lugar, el equipamiento de oficina, los hoteles de las islas ya han puesto en marcha mejoras en las instalaciones de sus habitaciones para satisfacer las necesidades de este nuevo segmento de mercado y así diferenciarse de la competencia ofreciendo servicios que permitan el teletrabajo.

Por otro lado, un imprescindible para los nómadas es disponer de cocinas bien equipadas dado que, al tratarse de una estancia más larga, no pueden ir a restaurantes todos los días. Es por ello por lo que los nómadas valoran positivamente el tener este servicio en sus alojamientos.

Por último, es recomendable que estos alojamientos se encuentren situados en lugares próximos al centro de la ciudad, zonas comerciales, culturales y de ocio para poder socializar y conocer la cultura local.

### **5.3.3. Estancia media de los nómadas digitales en España y Canarias**

Según datos obtenidos por Hosteltur la estancia media de los nómadas digitales en los destinos españoles, se estima que es de entre 1 y 4 días entre el 42% de los españoles que tienen la oportunidad de trabajar desde casa, pero tienen que acudir a la oficina de manera puntual por lo que no tienen oportunidad de viajar más tiempo. Mientras que el 23% de los teletrabajadores no necesitan acudir a la oficina en ningún momento puesto que su estancia media dura entre 31 y 60 días. (De Carlo, 2021)

Según los datos que hemos obtenido a través de las entrevistas de investigación a Silvia de *Nine Coliving* en Tenerife y a Alessandro de Buendía Corralejo No-Hotel en Fuerteventura, la estancia media antes de la pandemia de la COVID-19 en Canarias oscila entre 7 y 10 días en alojamientos hoteleros o apartahoteles, y de 3 a 4 meses en plataformas de *coliving*. Después de la crisis sanitaria los nómadas se han visto obligados a alargar sus estancias debido a las restricciones de movilidad, las estancias se han alargado de 2 semanas hasta 6 meses.

### **5.3.4. Incremento de la demanda de nómadas digitales en Canarias tras la pandemia de Coronavirus**

Como hemos visto, la demanda de alojamientos en Canarias destinados a los trabajadores en remoto ha incrementado de manera exponencial debido a las restricciones de movilidad en los países de origen. Según datos recogidos por Hosteltur el clima, la playa y las condiciones favorables de las islas han atraído más de 8.000 teletrabajadores procedentes de países como Alemania, Reino Unido y en particular Francia. (Hosteltur, 2021)

La pandemia ha sido clave para el incremento de este fenómeno en las islas. Según medios de comunicación, las reservas en Canarias de nómadas digitales en 2019 eran de un 10% y ahora son del 80% en algunos establecimientos alojativos. Cabe destacar que entre un 20% y 30% de ellos deciden alargar su estancia una vez en el destino. (Ramírez, 2021)

Según datos del sector recogidos por la Consejería de Turismo, Industria y Comercio (Hosteltur, 2021), el archipiélago ha conseguido incrementar la demanda de trabajadores en remoto en un 10% mensual. Podemos advertir como Canarias se ha consolidado como un destino líder para teletrabajadores europeos en apenas seis meses.

A través del desarrollo de plataformas *coworking*, *coliving* y adaptaciones en sus instalaciones, algunos complejos hoteleros y apartamentos han conseguido el entre el 90% y el 100% de ocupación en plena pandemia cuando no llegaban apenas turistas tradicionales, íntegramente de trabajadores remotos y nómadas digitales. (Hosteltur, 2021)

## 5.4. OFERTA ALOJATIVA

Se analiza aquí la oferta disponible en el mercado canario. Podemos entender como oferta al “número de unidades de determinado bien o servicio que se presentan en un mercado, con un precio concreto y en un momento determinado” (Marrero, 2016). En nuestro caso, la oferta conforma todas aquellas unidades alojativas que buscan atraer a nómadas digitales a través de servicios orientados a teletrabajadores y la posibilidad de realizar estancias largas.

Para el análisis de la oferta alojativa en Canarias que tienen a su disposición los nómadas digitales, vemos conveniente enfocarnos individualmente en cada isla debido a las notables diferencias y desarrollo que experimenta cada una a nivel local.

Según el último estudio de Turismo Islas Canarias (2020) sobre la oferta alojativa de Canarias por categorías en 2020, el archipiélago cuenta con un total de 763 establecimientos alojativos, 308 hoteleros y 455 extrahoteleros. Además, no debemos olvidar la existencia de las viviendas vacacionales y el surgimiento del *coliving*, que se suman a la oferta canaria.

### 5.4.1. Gran Canaria

Sin duda, al hablar de destinos para nómadas digitales en Europa, Gran Canaria sería uno de los más nombrados. De hecho, la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria se encuentra entre los 12 mejores destinos en el mundo para teletrabajar (*Bindloss*, 2020). La estructura de su oferta alojativa es una de las más definidas gracias al trabajo que se ha estado realizando en los últimos 5 años en la capital grancanaria (Ortega, 2020).

Podemos encontrar establecimientos alojativos enfocados en el *coliving*. Con una sencilla búsqueda en Google, contabilizamos hasta 6 establecimientos abiertos. *Repeople*, un proyecto que busca una transformación socioeconómica en Canarias atrayendo talento y que actualmente se centra en el diseño de ecosistemas para teletrabajadores, cuenta con 3 viviendas adaptadas para albergar en dos de ellas hasta 7 personas. Este tipo de alojamientos cuentan con servicio de limpieza semanal, café ilimitado, toallas y sábanas, lavadora y secadora, espacio de trabajo, internet de alta velocidad y eventos y actividades incluidas (*Repeople*, 2021).

También los establecimientos hoteleros y extrahoteleros poseen importancia, siendo los que más han tenido que reinventarse y adaptarse ante la ausencia de turistas convencionales. Tenemos el ejemplo de *Living Las Canteras*, una empresa centrada en el alquiler de más de una docena de apartamentos frente a Playa Las Canteras. Según su gerente, Juancho Betancor, en vistas al aumento de llegadas de nómadas digitales, sugirieron a los propietarios de las viviendas invertir en mobiliario para estos clientes (RTVE, 2021).

Por otro lado, alojamientos turísticos hoteleros intentan atraer este tipo de visitantes adaptando sus instalaciones y posicionándose en webs especializadas” (Naranjo, 2021). Un ejemplo es el grupo MUR Hoteles, que ha sabido transformar su hotel Neptuno en Maspalomas para albergar a nómadas digitales dotando algunas habitaciones de mobiliario de oficina y creando espacios de *coworking*. Si visitamos su *web* vemos la existencia de una oferta “*Workation*” que incluye todas

las comodidades además de espacio de trabajo, acceso a su zona *coworking* gratuita, conexión *WIFI* y fibra óptica, sala de reuniones y acceso al gimnasio (MUR Hotels, s.f.). Sin embargo, la expansión sigue en pie, ya que en noviembre inauguran un nuevo alojamiento enfocado para nómadas en la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria. El ART Las Palmas contará con 48 apartamentos de hasta 3 dormitorios pensado para trabajadores en remoto que viajen en familia, contaba el gerente del hotel, Armando Romero (2021).

#### 5.4.2. Tenerife

A pesar de la larga trayectoria y renombre que posee Gran Canaria, Tenerife se ha convertido en un destino emergente en este mercado en menos tiempo. La isla se ha encontrado durante varios días en el top 10 de los mejores lugares donde teletrabajar del mundo. El 16 de mayo de 2021 su posición seguía entre los 10 mejores destinos, mientras Gran Canaria ha ido variando su posición (*Nomad List*, 2021).

Visitando la plataforma digital de *tenerifeworkandplay.com*, de la que hablaremos en mayor profundidad más adelante, se pueden observar los pilares de la oferta en la isla. En cuanto al alojamiento, ofrecen la posibilidad de contactar con agencias inmobiliarias y algunos espacios de *coliving*. (SPET, Turismo de Tenerife, S.A., 2020).

Como ejemplo de *coliving* en Tenerife, *Nine Coliving*, en La Orotava, ofrece 8 habitaciones para distintos perfiles, parejas, amigos o solteros. En este tipo de establecimientos suele contar con todas las facilidades como gimnasio y espacio de *coworking*, algo imprescindible y que caracteriza a estos lugares, donde profesionales se unen para trabajar y crear contactos. Además, suelen ofrecer diversas actividades complementarias e incluidas en su precio como excursiones, yoga, barbacoas y talleres (*Nine Coliving*, s.f.). Esta modalidad de alojamiento está creciendo en la isla según contaba Silvia Carrillo, *Host and House Manager* en *Nine Coliving*, que afirmaba que “hay más *coliving* que se están creando, no paro de escuchar últimamente gente que quiere abrir *coliving*”.

Por otro lado, los establecimientos hoteleros también han sabido adaptar su oferta a este mercado ante la crisis de turistas. Tenemos el ejemplo del Grand Muthu Golf Plaza Hotel & Spa en San Miguel de Abona, que en el apartado “ofertas” de su página web ofrece distintos paquetes a nómadas digitales. Las tarifas varían según la duración de la estancia, siendo la mínima 55€ por 7 noches, hasta 45€ por 30. Cabe destacar que el paquete no es aplicable en las fechas de temporada alta. Entre los servicios que incluye se encuentran *Wi-Fi*, estacionamiento y uso de cocina gratuito, 15% de descuento en bares y restaurantes e impresión gratuita hasta 10 copias al día. (MGM MUTHU HOTELS, s.f.)

Sin duda encontramos una gran variedad, desde alojamientos hoteleros adaptados, hasta espacios de *coworking* y *coliving* que tratan de cubrir de forma satisfactoria las necesidades de los trabajadores remotos en la isla.

### 5.4.3. Fuerteventura

Es el tercer destino más conocido del archipiélago que se está posicionando fuertemente como uno de los preferidos para nómadas digitales detrás de Tenerife y Gran Canaria (Globexs, 2021). A nivel alojativo, Fuerteventura cuenta con amplias opciones debido a su desarrollo turístico con “más de 1.300 instalaciones hoteleras y extrahoteleras de diferentes categorías” (Rivas, 2021). Sin embargo, la llegada de los nómadas digitales fue un fenómeno imprevisto que originó un cambio en los establecimientos alojativos. A pesar de esto, muchos complejos hoteleros no han sabido adaptarse y permanecen cerrados. Por otro lado, en otros alojamientos sí “se ha potenciado la larga estancia, con promociones y precios más asequibles”, permitiendo abrirse al mercado. (Costa, 2021)

Como en las otras islas, la oferta alojativa se divide entre el *coliving* y otros alojamientos más convencionales como hoteles y apartamentos. De hecho, junto al desarrollo de la oferta hotelera en el norte, se le suma la creación de espacios de *coworking* y nuevas aperturas de *coliving* (Costa, 2021). Tenemos el ejemplo de *Surfescape*, ubicado en Los Lajares, que se define como lugar de *coliving* y *coworking* para nómadas digitales amantes del surf (*Surfescape*, 2021).

### 5.4.4. La Gomera

El 19 de febrero de 2021 en el periódico El día, La Opinión de Tenerife, se nombraba a La Gomera como el mejor destino para teletrabajar. Esto fue debido a las publicaciones que se realizaron en diferentes diarios alemanes que promocionan a la isla como el mejor lugar donde teletrabajar en plena pandemia. Respecto a la oferta alojativa de la isla, María Isabel Méndez, consejera de Turismo de la isla, afirma que, entre los meses de noviembre de 2020 y enero de 2021, se obtuvo una tasa de ocupación del 60% del total de las 11.000 camas disponibles gracias al mercado alemán que ha convertido a La Gomera en su destino de vacaciones y teletrabajo (Europa Press, 2021).

Analizando propiamente la oferta y su estructura, encontramos la existencia de portales como *lagomera.apartments* que recoge los siguientes establecimientos extrahoteleros: Aparthotel Los Telares, Casa El Patio, Calma Suites, Villa Delfines y Villa Aloe, enfocados en los clientes nómadas que desean teletrabajar en la isla (La Gomera Apartments, 2021).

Por otro lado, encontramos el gran hotel Jardín Tecina. Su oferta se enfoca en las comodidades que ofrece a teletrabajadores como si de vacaciones se tratase. Con la promoción de larga estancia ofrecen servicios como entrenamiento personalizado en gimnasio, *snack*, botellas de agua, café o té y folios. Todo ello para crear un buen ambiente de trabajo con las comodidades de unas vacaciones (Hotel Jardín Tecina, s. f.).

Aunque la oferta no está tan desarrollada como en las islas de Tenerife y Gran Canaria, podemos observar la voluntad e iniciativa de algunos alojamientos para trabajar en la definición de sus productos y servicios que cubran las necesidades de este nuevo sector de mercado.

#### 5.4.5. Lanzarote

“Lanzarote lo tiene todo para convertirse en la nueva sede de tu espacio profesional”, así proclama el apartado reservado a los teletrabajadores en la web *turismolanzarote.com*. Destaca el desarrollo de su infraestructura con la existencia de espacios de *coworking* con fibra óptica, hoteles con todos los servicios necesarios y adaptados, así como alojamientos compartidos (García, 2021).

Actualmente, la Sociedad de Promoción Exterior de Lanzarote (SPEL-Turismo Lanzarote) se encuentra diseñando la estrategia para atraer a este nuevo mercado. Se centra en cuatro principales ejes, siendo uno de ellos el desarrollo y la creación de espacios de *coworking* y *coliving* en la isla (Hosteltur, 2021).

Agencias como Travia, la primera plataforma online enfocada en la desestacionalización del turismo atrayendo a clientes de larga duración en temporadas bajas, muestra entre sus 9 destinos nacionales a Lanzarote como un lugar donde “travaijar”. Tan solo ofrece una opción en cuanto a establecimientos hoteleros, el hotel Lancelot en Arrecife (Travia, 2021). Sin embargo, a diferencia de otros hoteles en otras islas, su página web no hace mención explícita a ofertas para trabajadores remoto de larga estancia ni servicios adaptados.

Por otra parte, cuesta encontrar información de manera rápida sobre espacios de *coliving* en Internet. Sin embargo, Turismo de Lanzarote ya ha expresado su deseo de atraer a este nuevo tipo de clientes debido a su crecimiento e implementar nuevas opciones de alojamiento pensadas para este sector. Así se expresó en la IX edición del Lanzarote Crea, sobre nómadas digitales, de la Escuela Universitaria de Turismo de Lanzarote (2021).

#### 5.4.6. El Hierro y La Palma

A pesar de la exuberante belleza de la isla bonita y la tranquilidad de la isla del meridiano, el fenómeno de los nómadas digitales no parece dar los mismos resultados que en la isla capitalina de la provincia de Santa Cruz de Tenerife. Sin embargo, al hacer una búsqueda rápida en Internet encontramos resultados interesantes que auguran desarrollos distintos en estas dos islas.

En la isla de La Palma destacamos el proyecto de “Casa Benahoares, Los Llanos” dirigido por Sonia Amroun, una nómada digital que, tras trabajar desde Gran Canaria, Tenerife, Fuerteventura y La Gomera, en su visita a la Palma se quedó fascinada y decidió instalarse por un largo periodo. Junto a la presencia de una comunidad de nómadas digitales en la isla, decidió abrir un espacio de *coliving* en el municipio de Los Llanos de Aridane. Desde su apertura en febrero, afirma que vienen llegando trabajadores de Europa y hasta de países como India o Canadá (Gispert, 2021).

Por otro lado, en la misma línea encontramos la web *lapalma.works*, un proyecto que busca crear un ecosistema único para trabajadores remotos y startups en la isla ofreciendo alojamiento en *coliving*, apartamentos y bungalows (La Palma Works, s. f.). Destacamos el caso de *Musicasa*, un antiguo *Bed&Breakfast* que se ha reinventado para ser el primer *coliving* en La Palma con espacio para 8 personas. Ofrece todos los servicios que necesita un trabajador más una amplia oferta de actividades y excursiones en grupo con precios muy asequibles (Musicasa, 2021).



En cuanto a El Hierro, encontramos la existencia del proyecto “*Slow Workation in El Hierro*” que buscaba construir un espacio de *coworking*, *coliving* y una comunidad en la isla, a pesar de que por ese tiempo el fenómeno no era muy conocido en Canarias. (Pochini, J., Camporesi, S., 2016). Al visitar su web, *nomadi.us*, llegamos a la conclusión de que el proyecto fue abandonado, ya que no ha sido actualizado desde el 2016. Por otra parte, los resultados en Google al buscar “*Digital nomads in El Hierro*” no muestran resultados de calidad, muchas veces apareciendo páginas que promocionan otras islas. Sin duda, la oferta de la isla para este nicho de mercado es inexistente y parece presentar diversos impedimentos como una red de fibra óptica vulnerable (Finol, 2021).

## 5.5. OFERTA COMPLEMENTARIA

Además de la oferta alojativa, el producto que vende Canarias a los nómadas digitales está compuesto por otros servicios complementarios, que pueden ir desde espacios exclusivos para el teletrabajo, actividades deportivas, hasta las conexiones aéreas y la velocidad de Internet. A continuación, describimos la situación de cada una para mostrar una visión general de estos cuatro complementos de gran importancia para los nómadas digitales que se suman a la oferta alojativa.

### 5.5.1. Coworking

Los espacios de *coworking* son entornos de trabajo compartidos entre trabajadores independientes de distintas especialidades que se reúnen para crear conocimiento y beneficiarse de él (Spinuzzi, 2012). En los espacios de *coworking*, los trabajadores poseen varias ventajas de las comunidades como cooperar con los compañeros de trabajo, estando libres de jerarquías características de muchas empresas (Jones et al. 2009). Estos espacios se encuentran presentes principalmente en las islas capitalinas, las cuales han llegado a desarrollar una oferta más completa que el resto.

En la isla de Gran Canaria, han sido los espacios *coworking* los precursores de este fenómeno en las islas. Ya en 2019 se contabilizaban 23 establecimientos según datos del Patronato de Turismo de Gran Canaria (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, 2019). De hecho, la “Guía práctica sobre cómo establecerse en Gran Canaria” creada por la Sociedad de Promoción Económica de Gran Canaria (SPEGC), Ventanilla Única, Best in Gran Canaria y Patronato de Turismo (2021), muestra un total de 19 espacios en la capital grancanaria y otros 5 en la mitad oriental de la isla.

Entre los espacios de *coworking* más destacados de la isla de Tenerife se encuentra *Coworking in the Sun*, en el Puerto de La Cruz, un espacio dirigido a nómadas digitales extranjeros. La oferta se complementa con diversas actividades de ocio como excursiones, talleres y clases diversas (Hernández, 2019).

Respecto a Fuerteventura, con una simple búsqueda en *Google Maps* aparecen hasta 10 resultados de lugares de *coworking*, la mayoría localizados en Corralejo. La presencia de estos espacios es sumamente importante a la hora de definir la oferta de la isla, ya que son un factor valorado por teletrabajadores que desean trabajar en un entorno mejor preparado y crear contactos profesionales.

Por último, en el resto de las islas, la oferta de este tipo de espacios es inexistente. En una búsqueda en Internet, Lanzarote apenas muestra información sobre espacios *coworking*. De hecho, la plataforma Lanzarote.me (2021) afirma que, a pesar de ser una tendencia, “en Lanzarote hay poco *coworking*”. A simple vista, parece haber una carencia de oferta de oferta tanto alojativa como de servicios para los trabajadores en remoto, a pesar de ser la tercera isla más visitada según las estadísticas del ISTAC (Díaz, 2021). Lo mismo ocurre en las islas de La Palma, La Gomera y El Hierro, que no poseen una oferta destacada en espacios *coworking*. Esto se traduce en una notable desventaja respecto a las demás, ya que no se ofrece un servicio tan imprescindible para la mayoría de los nómadas digitales.

### **5.5.2. Actividades deportivas**

Las características geográficas y climatológicas de Canarias crean el entorno ideal para la realización de numerosas actividades deportivas durante todo el año. Es por ello, que se convierte en el destino perfecto para nómadas digitales activos que se definan como aventureros, que posean una pasión por el deporte en la naturaleza.

Desde Turismo Islas Canarias se quiere remarcar que el archipiélago no es solo un lugar para trabajar, sino que existe un mundo de posibilidades para el tiempo libre. Gracias a sus más de 1.500 kilómetros de costa, sus diferentes condiciones atmosféricas y geológicas, Canarias ofrece la posibilidad de realizar actividades acuáticas como el submarinismo, practicado en la totalidad de las islas. Por otro lado, en Gran Canaria, Fuerteventura, Lanzarote y el sur de Tenerife, el *surf*, *windsurf*, *bodyboard* o *kitesurf* se encuentran asentados gracias a sus largas playas, oleaje y viento que permiten su realización. (Turismo de Canarias, 2021)

Otros atractivos naturales de las islas son su relieve y naturaleza que crean las condiciones adecuadas para la realización de deportes como el ciclismo o senderismo, con miles de kilómetros de senderos homologados y balizados para el disfrute de caminantes de distintos niveles. También se encuentran presentes la escalada, el *trail* o el vuelo en parapente, que se suman al total de experiencias a las que pueden optar quienes se alojen en las islas (Turismo de Canarias, 2021)

### **5.5.3. Conexiones aéreas**

Es evidente que la insularidad es un factor de importancia para la movilidad dentro y fuera de Canarias, concentrándose la mayoría en el transporte aéreo, más rápido y con mayores conexiones a Europa, principal foco emisor de turistas.

Una vez más son las islas capitalinas las que cuentan con mayores conexiones aéreas en comparación con el resto. Tenemos la isla de Tenerife, que cuenta con dos aeropuertos y más de 60 destinos nacionales e internacionales, seguida de Gran Canaria, con 51 destinos en total. Fuerteventura y Lanzarote también poseen un importante número de conexiones, con alrededor de 30. Finalmente, las islas verdes son las que menos conexiones tienen debido a sus infraestructuras aeroportuarias. Sin embargo, destaca el aeropuerto de La Palma que cuenta con 4 conexiones a Europa (Alemania, Suiza y Madrid). De resto, La Gomera y El Hierro únicamente poseen vuelos a Tenerife Norte y Gran Canaria. (Aena, 2021)

Cabe resaltar las recientes noticias sobre la apertura de nuevas rutas aéreas con países europeos como Islandia, Letonia, Italia, Francia y Polonia. Estas nuevas conexiones permitirán diversificar el mercado y paliar las consecuencias del *Brexit* en Canarias, debido a su dependencia del turista de Reino Unido. Desde Turismo de Canarias se está apoyando el mercado aéreo facilitando la apertura de nuevas rutas con nuevos focos de turistas emergentes (El Día, 2021).

#### **5.5.4. Velocidad de Internet**

Internet es la herramienta primordial para los nómadas digitales, ya que sin ella no podrían desempeñar sus labores profesionales. En el pasado 2020, Canarias logró mejorar sus datos respecto a la conexión de banda ancha. De hecho, la implantación de banda ancha rozó las 35 líneas en servicio por cada 100 habitantes, estando por encima de la media nacional (33,3). Respecto a la banda ancha fija, en 2019 las islas presentaron coberturas superiores al 90%, menos La Gomera (82%) y El Hierro (77%). Por otro lado, la cobertura de las redes de muy alta capacidad supera el 80% en Tenerife, Gran Canaria y Lanzarote, mientras que el resto de las islas se sitúan por debajo, superando el 50% en Fuerteventura y El Hierro. (OCTSI, 2021).

Hay que destacar la instalación de un nuevo cable submarino que enlazará la principal red de Internet de Canarias con el cable submarino *2Africa*, conectado a la Península Ibérica. Con este avance, el archipiélago contará con una infraestructura propia que aportará mayor velocidad y ancho de banda, traduciéndose en una mejora de la calidad (*ItUser*, 2021). Sin duda, cuanto más se invierta en este factor, mejor experiencia tendrán aquellos teletrabajadores que elijan las islas como destino.

### **5.6. ASOCIACIONES Y PLATAFORMAS CANARIAS PARA IMPULSAR LA VISITA DE LOS NÓMADAS**

Para promover la oferta de Canarias como destino para trabajadores en remoto e incentivar la llegada de estos, varios profesionales del sector turístico en colaboración con entidades públicas y privadas de las Islas Canarias han creado diversas plataformas para atraer talento digital, trabajadores remotos y startups tecnológicas a las islas y convertirla en un punto de referencia mundial del teletrabajo.

A continuación, expondremos algunas de estas iniciativas que se están llevando a cabo en los principales receptores de este tipo de turismo como son, Tenerife, Gran Canaria y Fuerteventura, además el sector público de La Gomera, La Palma y Lanzarote apuesta por fidelizar a los nómadas digitales como un turismo fuerte y de calidad para las Islas. (*Gomeratoday*, s.f), (Diario de Lanzarote, 2021), (*Visit La Palma*, s.f)

#### **5.6.1. ACEC (Asociación canaria de espacios colaborativos)**

Se trata de una asociación para representar los espacios colaborativos de Canarias como los *coworking* y los *coliving*. Está enfocada a aquellos que estén interesados en crear alguno de estos espacios, además es una herramienta para promocionar y difundir sus actividades para atraer a los nómadas digitales. Entre sus servicios se encuentran los servicios de asesoramiento y

representación legal, la difusión, organización y participación de eventos, la posibilidad de pertenecer a su espacio web como empresa, la participación en proyectos comunes de los espacios colaborativos entre otros. En su página web [www.acecanarias.org](http://www.acecanarias.org) podemos encontrar mayor información acerca de la asociación, así como sus datos de contacto.

### 5.6.2. Tenerife Work & Play (Tenerife)

Tenerife *Work & Play* es una iniciativa impulsada por la plataforma de promoción económica *Why Tenerife?*, una plataforma creada por una red de instituciones públicas que ayuda al inversor y a la promoción de destinos de negocios. *Work and Play* también está formada por el Cabildo de Tenerife, la Cámara de Comercio, la ZEC (Zec Especial Canaria), la Zona Franca y además cuenta con el apoyo de *INtech Tenerife*, una empresa que participa con el Cabildo de Tenerife y tiene como misión ayudar a diversificar la economía de Tenerife desarrollando la cultura de la innovación como eje principal de la mejora de la competitividad.

El objetivo de esta plataforma es atraer a los nómadas digitales, trabajadores remotos, teletrabajadores, *freelancers* y emprendedores que buscan destinos idóneos en los que trabajar, es por ello por lo que esta plataforma se crea para ayudar a estos trabajadores a involucrarse en el sistema local de Tenerife. (Rodríguez, E., 2020)

Esta plataforma, entre otras actividades, orienta a los nómadas con las tareas burocráticas, como abrir una cuenta de banco, dar de alta una sociedad, etc. Otra de sus funciones es ayudar a los nómadas a establecerse en la isla, encontrar alojamiento, conocer a la comunidad, encontrar talento, etc. Además, desde la plataforma se organizan eventos, talleres y charlas, para que los trabajadores que llegan a las islas puedan conocer un poco más sobre la cultura de la isla, conocer a otros trabajadores remotos o nómadas, explorar las islas, fiscalidad e impuestos.

Esta plataforma también trabaja en colaboración con otras iniciativas destinadas a los teletrabajadores como espacios de *coworking* o *coliving*, y le dan la oportunidad a nuevas empresas que están empezando para que se den a conocer.

La página web de esta plataforma es [www.tenerifeworkandplay.com](http://www.tenerifeworkandplay.com). Lo primero que observamos es que el idioma principal es el inglés, lo que facilita mucho más su difusión entre los nómadas digitales internacionales. Es una página muy dinámica, en la que destacan los colores azules de la marca turística de Tenerife.

En la página principal encontramos fácilmente información para facilitar la llegada de los nómadas y trabajadores remotos a la isla. Podemos encontrar información sobre procedimientos administrativos para instalarse en la isla, vivienda y alojamiento, etc.

En la pestaña *Work*, espacios de *coworking*, entornos de trabajo e información para emprender un negocio.

Asimismo, en la pestaña *Play* encontramos información sobre las actividades que realiza la comunidad para conocer la isla y su cultura, actividades al aire libre e información gastronómica de Tenerife.

En la pestaña *Setup*, procedimientos administrativos para instalarse en la isla, vivienda y alojamiento, transporte, salud y educación, aprendiendo español, historias reales una serie de vídeos en los que algunos nómadas asentados en Tenerife cuentan su experiencia en la isla y el “The landing package”, una guía para mudarse a Tenerife.

Como iniciativa de atracción la plataforma ha creado el denominado “*Welcome Pass*” Pase de bienvenida, que se trata de un breve cuestionario para ofrecer un paquete preseleccionado de ofertas especiales para disfrutar del ocio, gastronomía, lugares para relajarse, reuniones con asesores fiscales y legales locales, todo ello para facilitar la llegada de los trabajadores.

Por último, en la pestaña *Contact Us*, en la que encontramos la localización, teléfono de contacto, correo electrónico, las redes sociales y un pequeño cuestionario para ponerse en contacto con la plataforma. ([tenerifeworkandplay.com](http://tenerifeworkandplay.com), s.f)

### **5.6.3. Pueblos Remotos (Tenerife)**

Pueblos Remotos es una iniciativa creada a raíz de la pandemia de la COVID-19 por la plataforma *Futural Tourism S.L.*, esta plataforma pretende conectar el mundo rural y el trabajo en remoto, con una filosofía que pone en valor la cultura y las tradiciones del entorno. Al mismo tiempo, fomentan y dan a conocer estos lugares a través de los teletrabajadores, nómadas digitales y trabajadores remotos que aportan sus conocimientos, tiempo y dinero para lograr un impacto positivo dentro de los entornos rurales.

La página web de esta plataforma es [www.pueblosremotos.com](http://www.pueblosremotos.com), en ella podemos encontrar un slogan que dice “Bienvenidos a la Ruralidad Conectada”.

En la barra de opciones de su página web podemos encontrar el Inicio, en el que encontramos una breve introducción de la página, Icod Remoto, la primera iniciativa de la plataforma, Acerca de, en la que se exponen la misión, visión y valores del manifiesto y por último el Contacto donde encontramos los datos de contacto de la plataforma.

Icod Remoto, es el primer proyecto desarrollado por la plataforma Pueblos Remotos, y se trata de un programa que ofrece la oportunidad de teletrabajar desde Icod de los Vinos, un entorno rural, idílico, en el que disfrutar de actividades diferentes, disfrutar de puestas de sol impresionantes y la posibilidad de trabajar desde un entorno rural.

La duración de este programa es de 3 semanas e incluye: vivir en un entorno privilegiado, equipado completamente para teletrabajar y disfrutar del tiempo de ocio, realizar actividades e integrarte en 6 proyectos de actores locales del municipio, desconectar y enfocarte en lo importante, aprender nuevas habilidades a través de talleres y formaciones, compartir experiencias y proyectos con otros nómadas digitales.

Este proyecto trata de un paquete completo lleno de actividades, experiencias y comodidades para los nómadas digitales y trabajadores remotos. (pueblosremotos.com, s.f)

#### **5.6.4. Repeople (Gran Canaria)**

Gran Canaria también se ha sumado a la creación de proyectos para impulsar a los trabajadores en remoto en conjunto con el sector público. Es el caso de *Repeople*, una plataforma creada por el Gobierno de Canarias, la Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo y la Agencia Canaria de Investigación y Sociedad de la Información. También forma parte del Programa Operativo FEDER Canarias 2014-2020 “Canarias Avanza con Europa” y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

El objetivo de esta plataforma es la atracción de nuevos talentos tanto locales como internacionales a las Islas Canarias.

Diseñan espacios de trabajo *Coworking* y *Coliving* para trabajadores remotos y nómadas digitales en el que se fomenta el trabajo colaborativo, se realizan eventos para dar a conocer las iniciativas y proyectos, acogen a *freelancers*, trabajadores remotos y nómadas digitales para integrarlos con los emprendedores canarios.

En su página web [www.repeople.co](http://www.repeople.co) que está disponible en inglés y español y cuyos colores, al igual que la tinerfeña *Work & Play*, está ambientada con colores amarillos de la marca turística de Gran Canaria.

En ella podemos encontrar información acerca de sus conferencias, próximas fechas, empresas participantes, entradas y ponentes.

En otro de sus apartados encontramos información acerca de sus *Coliving*, disponen de 3 viviendas, con sus respectivos tours virtuales, *The Roof*, *The Mansion* y *The Artisans*.

Asimismo, encontramos un apartado dedicado a sus espacios de *Coworking*, que se encuentra en Mesa y López y se especifican todas las comodidades de este espacio.

También podemos encontrar información sobre la comunidad de *Repeople* y como ser parte de ella, además de información sobre sus eventos, colaboraciones y artículos de su blog. Por último, encontramos sus datos de contacto. (*repeople.co*, s,f)

#### **5.6.5. Nomad City (Gran Canaria)**

*Nomad City* Gran Canaria trata de un evento anual a distancia sobre trabajo remoto en el que asiste una gran cantidad de personas alrededor de todo el mundo, y al que acuden más de 30 expertos mundiales en el sector. Se trata de una gran comunidad que trabaja para atraer a los nómadas digitales, exponiendo todas las ventajas de vivir y trabajar en Gran Canaria.

Esta iniciativa está creada por *Repeople* y la marca turística Gran Canaria, la web oficial de turismo de Gran Canaria.

En su dinámica página web [www.nomadcity.org](http://www.nomadcity.org) podemos encontrar infinidad de información acerca de por qué elegir Gran Canaria como destino para los nómadas digitales, tales como la movilidad en Gran Canaria, su estilo de vida, como mudarse a la isla, establecer un negocio, información acerca del registro y los procesos administrativos.

Además, en su página se puede encontrar información acerca de espacios de *Coworking* en Gran Canaria y la red de nómadas digitales de *Nomad City*. Por último, encontramos artículos publicados de su blog y los datos de contacto. (nomadcity.org, s.f)

#### **5.6.6. Floworking La Oliva (Fuerteventura)**

El ayuntamiento de La Oliva en Fuerteventura también ha aprovechado el auge de los nómadas digitales y los trabajadores remotos que están llegando a la isla y la baja incidencia del Covid-19 creando la campaña *FloWorking*, destinada a teletrabajadores de todo el mundo.

El proyecto ha sido creado por la agencia creativa Mientras Tanto en colaboración con el ayuntamiento de La Oliva (Bautista, 2021). La campaña comienza en los medios digitales a nivel nacional, pero tiene previsto llegar a Reino Unido, Italia, Alemania, Países Bajos y Suiza.

En su página web [www.floworking.com](http://www.floworking.com) hablan sobre el proyecto, sobre por qué elegir La Oliva como destino de teletrabajo, experiencias de los “*Floworkers*”, además encontramos un pequeño video explicativo de la campaña protagonizado por Florence Jonhson “Flo”, un pescador por el cual nació el nombre de la campaña. (*floworkinglaoliva.com*, s.f)

### **5.7. INICIATIVAS E INSTITUCIONES PÚBLICAS**

#### **5.7.1. Plan de acción para la atracción de trabajadores en remoto del Gobierno de Canarias**

Tras el notable crecimiento de trabajadores remotos el sector público y el Gobierno de Canarias están trabajando en nuevas medidas y estrategias para atraer a este tipo de turismo, se han propuesto entrar en el top 10 de destinos más destacados para los nómadas. El encargado de llevar a cabo este plan de acción es la Consejería de Turismo, Industria y Comercio de Canarias en conjunto con la empresa pública Promotur Turismo de Canarias, cuyo objetivo principal es el diseño de estrategias de atracción de turistas a Canarias.

El pasado mes de febrero de 2021 Yaiza Castilla, consejera de Turismo, Industria y Comercio presentó en la sede de Promotur el nuevo plan de acción para atraer a los teletrabajadores promocionándose con el eslogan de “La oficina con el mejor clima del mundo”. La idea original de este plan que comenzó en 2020, como comenta Castilla (2021) en la presentación del proyecto, es atraer a 30.000 trabajadores que se deslocalizarán por todo el archipiélago para trabajar en periodos de 1 a 3 meses, todo ello con en un periodo de 10 meses para conseguir dicho objetivo. (Hosteltur, 2021)

En la actualidad, gracias a la gran popularidad de las islas como destino para nómadas digitales, han decidido apostar por una propuesta más ambiciosa, puesto que la tasa de crecimiento de este

segmento turístico ha aumentado del 30% al 65% en poco tiempo. Se trata de atraer a 30.000 teletrabajadores en la mitad de tiempo, es decir, 5 meses, con la posibilidad de alargar la estancia hasta 6 meses. (Hosteltur, 2021)

La consejera comenta que la llegada de los *remote workers* enriquecerá el modelo turístico canario, que en los últimos años se ha basado en la atracción de turistas tradicionales de corta estancia y que apenas gastan en el destino. “Esta oportunidad servirá para rejuvenecer el destino y refrescar la marca, además de que captamos profesionales de alta cualificación” comenta Castilla (2021).

El valor de este segmento radica en que las estancias son más largas y por ende gastan más en el destino. Esta propuesta se llevará a cabo con la colaboración de la empresa pública Promotur Turismo de Canarias, responsable de la gestión de la marca turística Islas Canarias. Para el desarrollo de este proyecto se invertirán 500.000 euros y se centrarán en tres líneas de acción.

### **5.7.2. Tres grandes líneas de acción para atraer a los ‘remote workers’**

Para lograr su objetivo, la estrategia se centrará en tres pilares fundamentales para que el destino sea considerado en el top 10 de destinos del mundo para los nómadas digitales.

El primero de ellos es fomentar la cultura de trabajo remoto entre los empresarios del sector turístico canario, como sabemos, en España y en este caso Canarias, la cultura de teletrabajo está poco extendida y es por ello por lo que se hará una campaña para fomentar dicha modalidad entre los empresarios canarios, para llevar a cabo este proyecto se creará una guía y se formará a los directivos de las empresas para acoger este nuevo segmento. (Hosteltur, 2021)

Como hemos comentado anteriormente, muchos establecimientos alojativos ya están adaptando sus instalaciones para adecuarlas a las exigencias de los nuevos turistas.

Por otro lado, el segundo paso es incentivar a las compañías internacionales para que elijan Canarias como destino para sus empleados que trabajan a distancia, ofreciendo al archipiélago como destino ideal para sus trabajadores remotos. (Hosteltur, 2021)

El tercer punto clave de esta acción es atraer a los teletrabajadores potenciando los valores de la marca que les interesan. La campaña está dirigida principalmente a Reino Unido, Alemania, España, Francia, Irlanda, Dinamarca, Finlandia, Suecia, Islandia, Suiza, Bélgica y Países Bajos, y se realizará además una prospección en Estados Unidos. (Hosteltur, 2021)

Según Alberto Ávila (2021), director de Proyectos de Comunicación de Marketing de Promotur Turismo de Islas Canarias la intención es posicionar a las islas a través de la consigna “la oficina con el mejor clima de mundo”, para ello se emplearán métodos audiovisuales tales como fotografías o videos del destino protagonizados por los propios teletrabajadores trabajando en remoto desde la playa, un hotel, una terraza de un bar de una calle en el centro histórico de la ciudad, espacios de *coworking* y *coliving*, entre otros escenarios atractivos para los nómadas digitales. (Hosteltur, 2021)



### 5.7.3. Iniciativas para 2021

Ya hay dos iniciativas en marcha para llevar a cabo el plan de promoción, la primera acción que se realizará es a modo de oferta de trabajo, en la que los nómadas participarán en una competición para lograr el premio de trabajar desde Canarias con todos los gastos pagados durante seis meses. Esta campaña se transmitirá por portales especializados de teletrabajo, nómadas digitales, *remote workers*, medios de comunicación, redes sociales, etc., con el objetivo de atraer la demanda de los nómadas a canarias y promocionar las islas como destino para teletrabajadores.

El segundo objetivo que se plantea para este año 2021 es el acuerdo con una multinacional tecnológica para que se elija el archipiélago como “oficina” para los teletrabajadores de su plantilla. (Turismo de Islas Canarias, 2021)

## 6. IMPACTOS

No hay duda en que se reconoce al turismo como una de las actividades económicas de mayor relevancia (Brida, London, y Rojas, 2014); por otro lado, también es sabido que, como cualquier actividad humana, el turismo deja huella allá donde se lleva a cabo, pudiéndose observar distintos impactos agrupados en tres categorías: económicos, socioculturales y ambientales (Ryan, 2003). Teniendo en cuenta este hecho, es necesario estudiar en nuestra investigación los efectos que produce la actividad de los nómadas digitales en Canarias y de esta manera conocer tanto sus beneficios como perjuicios.

Por un lado, tendríamos los impactos económicos que están relacionados directamente con la oferta y la demanda de servicios y bienes, el desarrollo de infraestructura, inversiones y generación de empleo (Ardahaey, 2011). Luego, tendríamos los impactos socioculturales, que se centran en los cambios sociales y culturales que sufre la población con sus valores, tradiciones, identidad y estructura social debido a la actividad turística (Monterrubio, 2013). Por último, los impactos ambientales afectan directamente al medio natural, influyendo en la calidad del agua y del aire, así como la alteración del hábitat de la fauna de la zona donde se realiza la actividad turística (Ascanio, 1994).

A lo largo de este apartado haremos uso de los resultados del estudio ‘La población de Las Palmas de Gran Canaria ante el fenómeno turístico’, realizado por la empresa TSA-Técnicos en Socio análisis promovido por la concejalía de Turismo en el año 2019, a modo de intentar representar la opinión de los residentes y valorar los impactos del turismo en una de las ciudades que más se ha visto involucrada en el mercado de los nómadas digitales en Canarias. (Valentín, 2021)

### 6.1. IMPACTO ECONÓMICO

Como cualquier actividad económica, el turismo produce numerosos impactos económicos que dependen de las condiciones en las que se desarrolle. En el año 2018, en Canarias, el turismo generó 16.099 millones de euros, lo que corresponde al 35,0% del producto interior bruto (PIB), creando un total de 343.899 empleos, un 40,4% del total (EXCELTUR, 2019). Desde esta

perspectiva, analizaremos las variables más relevantes como son el empleo, el PIB y las mejoras en el alquiler vacacional y el gasto en destino.

### **6.1.1. Empleo e ingresos**

Canarias es una zona relevante en cuanto a presencia del turismo, llegando a estar a la cabeza de España, junto a Baleares, respecto al porcentaje de ocupados en el sector respecto al total de ocupados en la Comunidad Autónoma (CC.AA.). Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) del 2016 recogidos en la Encuesta de Población Activa (EPA), casi 3 de cada 10 ocupados trabajan directamente para el sector turístico, siendo la media en el resto de CC.AA. poco más del 10% (Figura 11). Hay que tener en cuenta que las actividades turísticas son un impulso para la generación de empleo e integración laboral, además de generar renta. También facilita el acceso a empleos a nivel internacional, posibilitando el desarrollo profesional a través de inversiones privadas y el asentamiento de multinacionales (EXCELTUR, 2018)

Podemos ver como este mercado ha beneficiado directamente a empleados de establecimientos hoteleros como a los del hotel Playa del Sol en Gran Canaria. Ante la crisis vivida, este hotel de 140 apartamentos pasó del cierre al 98% de ocupación en pocos meses gracias a los teletrabajadores que se alojan. Miguel Fariña, responsable de comercial, explica que este nicho de mercado ha salvado el negocio, a diferencia de otros competidores que no supieron adaptarse. Obviamente, esto ha ayudado a mantener el empleo en los establecimientos que siguen abiertos. A pesar de que han tenido que adaptarse y ajustar las tarifas, Fariña comparte que "aun con precios bajos podemos decir que estamos aguantando, con lleno y con toda la plantilla operativa" (Bautista, 2021).

Por otro lado, Nacho Rodríguez, fundador del *Nomad City Gran Canaria*, miembro de la Asociación Internacional de Teletrabajo y presidente de la Asociación Canaria de Espacios Colaborativos, destaca el acceso global al trabajo que se ha comenzado con los nómadas digitales y la mejora de salarios que puede conllevar. Ve en este fenómeno una oportunidad, no solo para que lleguen a Canarias trabajadores remotos extranjeros, sino también que empresas extranjeras capten talento canario que teletrabaje desde las islas, multiplicando la capacidad adquisitiva de muchos residentes (Toledo, 2020). Turismo Islas Canarias (2021) afirma que atraer a este sector se traduce en un enriquecimiento de la estructura del modelo turístico de Canarias, una oportunidad de rejuvenecimiento del destino y la captación de profesionales de alta cualificación.

### **6.1.2. Alquiler vacacional**

El sector de la vivienda vacacional se ha visto enormemente beneficiado gracias a la llegada de teletrabajadores en zonas como la capital grancanaria. *CoworkingC*, empresa enfocada en los nómadas digitales, afirma un notable aumento en la estancia media de los nómadas digitales que ha ayudado a que se mantenga el negocio de viviendas vacacionales y apartamentos turísticos, a pesar de la crisis y la ausencia de turistas cotidianos, con estancias de hasta seis meses y un incremento del 30% en ocupación. (Díaz, 2021)

Por otro lado, la Asociación Canaria del Alquiler Vacacional (ASCAV), que representa 2.000 propiedades en la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, afirma que más del 50% de las reservas realizadas son hechas por teletrabajadores. Tenemos también el ejemplo de Juancho Betancor, gestor de *Living Las Canteras* con 16 apartamentos turísticos asegura que este nuevo mercado ha salvado la temporada, obteniendo hasta un 90% de ocupación desde octubre de 2020 de manera constante (Díaz, 2021).

Ofreciendo una visión más cercana a la opinión pública, el estudio de 'La población de Las Palmas de Gran Canaria ante el fenómeno turístico', expresa una respuesta casi unánime ante distintos factores nombrados en los apartados mencionados. Casi la totalidad de residentes (90,7%) valoran el turismo como factor importante para la creación de puestos de trabajo y una mayor actividad económica (86%). Sin embargo, más de la mitad (62,2%) opina que los empleos generados no son de buena calidad y que solo beneficia a las empresas extranjeras más que a las regionales. Por otro lado, también expresaban como desventaja la baja disponibilidad de viviendas en la capital (78,4%), el aumento del precio de los alquileres (83,3%) y el aumento del coste de la vida (58,6%), habiendo un impacto negativo económico y social (TSA-Técnicos en Socio análisis, 2019).

### **6.1.3. PIB**

El incremento del PIB es crucial para la economía de un estado, ya que sería producto de un crecimiento en la actividad económica (Edufinet, s. f.). Este mercado puede llegar a producir un impacto económico en esta línea. Existen grandes empresas como *Google*, *Facebook*, *Microsoft* o *Salesforce* que, de manera progresiva van implantado el teletrabajo en su actividad. Estas empresas sumarían alrededor de 370.000 empleados con sueldos medios de unos 114.000 euros anuales. Esto equivaldría a un total de 42 mil millones de euros, lo que representa el 4% del PIB español. Nacho Rodríguez, fundador del *Nomad City* Gran Canaria, asegura que si España fuera capaz de atraer a trabajadores de multinacionales como las mencionadas, "el impacto en nuestra economía sería altamente positivo". (Hosteltur, 2020)

Sin embargo, aunque el aumento del PIB refleja el incremento de la actividad económica, en el caso de teletrabajadores extranjeros en Canarias, el desempleo canario no se reduciría y no llevaría a un aumento en la renta per cápita. Aunque sí que existiría un crecimiento económico, ya que estos trabajadores tendrían que gastar en destino.

### **6.1.4. Gasto en destino**

Por último, no podemos olvidarnos del impacto que tendrán los nómadas digitales en el gasto turístico. Este sería superior al gasto realizado por turistas en vacaciones, debido a una mayor estancia y necesidades distintas que cubrir, siendo una gran fuente de ingreso a la economía canaria (Turismo Islas Canarias, 2021).

A través de la opinión de ambos profesionales, Alessandro y Silvia, hemos podido conocer que, tras la estancia de algunos nómadas digitales, se han interesado tanto por la isla (Tenerife y Fuerteventura) que algunos han invertido en Canarias y han comprado propiedades, ya sea para

tener una segunda residencia en las islas o para crear su propio *coliving*. Esta última tendencia la hemos visto recientemente en artículos de periódico, como el caso de Sonia Amron en La Palma (Gispert, 2021).

Por otro lado, también coinciden en que este segmento de mercado se caracteriza por tener un poder adquisitivo medio-alto. Consumen el producto local, van a comer a restaurantes y cafeterías, compran en supermercados, hacen compras en tiendas de ropa, de deporte, telefonía móvil y electrónica, además de alquilar coches o tablas de surf en el caso de Corralejo. “Sin duda, son un segmento interesante en cuanto al gasto en destino” decía Alessandro. Debido a esto, han sido un factor fundamental para muchos pequeños negocios de la zona que han podido sobrellevar las pérdidas de ingresos por la pandemia. Silvia nos pone el ejemplo de una cafetería y tienda ecológica en La Orotava, “Casa Verde”, que han agradecido especialmente a *Nine Coliving* porque gracias a los nómadas digitales han podido hacer caja, ya que este tipo de alimentación aún no está tan interiorizado en Canarias.

## **6.2. IMPACTO SOCIOCULTURAL**

Los impactos socioculturales del turismo son inevitables al verse involucradas personas con situaciones culturales y socioeconómicas diferentes en una misma zona. Sin embargo, no siempre se precisa que haya contacto entre turistas y residentes, ya que la observación por parte de los residentes a los visitantes llega a provocar cambios en el comportamiento, la actitud y valores en los habitantes (OMT, 1998). Podríamos definir estos impactos como los cambios que sufren los residentes de un destino turístico en la calidad de vida debido al desarrollo de la actividad turística, ya que estos pueden transformar los valores sociales, el comportamiento y estructuras comunitarias (Hall & Lew, 2009). Hay que tener en cuenta que el grado de impacto varía dependiendo de la comunidad y su capacidad para asimilar cambios (Beeton, 2006).

### **6.2.1. Desplazamiento y desigualdad en la población**

La gentrificación es conocida generalmente como un “proceso de ocupación de zonas urbanas deprimidas por clases medias y altas, que conlleva su revalorización y el desplazamiento de sus habitantes tradicionales” (Real Academia Española [@RAEinforma], 2020). En el caso del turismo surge el concepto “turistificación” que se refiere al impacto que produce la actividad turística sobre la comunidad local en cuanto a la oferta, instalaciones y servicios ofrecidos, que se focalizan en cubrir las necesidades de los visitantes antes que la de los residentes. Se habla de desplazar a los residentes de un lugar turístico para satisfacer a los turistas, en vez de a una clase social como pasa en la gentrificación. (Espinar, 2018)

Daniel Sorando, sociólogo urbano, habla sobre lo que sufren numerosas ciudades turísticas en España. Destaca la llamada gentrificación transnacional estimulada por el incremento del teletrabajo y asegura que no todas las inmigraciones gentrifican. En el caso de Canarias, existen cadenas hoteleras que han intentado cubrir la demanda actual de los nómadas digitales. Por otro lado, la explotación de viviendas de alquiler con el fin de atraer a estos profesionales puede generar tensiones dentro del mercado inmobiliario, encarecer las viviendas y modificar el paisaje urbano quitando su identidad. Junto a Álvaro Ardura, arquitecto urbanista, coincide en que, cada

vez más, las ciudades se asemejan entre sí debido al dominio de grandes franquicias que acaban con la identidad urbana (Aguilar, 2021).

Hay que tener en cuenta que, según estos profesionales urbanísticos, la llegada masiva de teletrabajadores extranjeros a las ciudades podría generar desigualdad en la población por un mercado poco regulado. Esto se expresaría en la existencia de inversiones millonarias en ciertos barrios, en lugar de otros de la misma ciudad que sufrirían de un abandono institucional. A pesar de esto, un aspecto positivo a destacar es que podría ser la solución a “la España vaciada” (Sorando, 2021). Comenta que es necesaria una gran inversión en las zonas rurales vacías centrada en la conectividad para que los trabajadores remotos vean viable alojarse allí. Sin embargo, la falta de servicios es una gran desventaja para los nómadas digitales que no optarían por estos destinos (Aguilar, 2021).

### **6.2.2. Convivencia y valor cultural**

Tomando en cuenta los resultados del estudio de “La población de Las Palmas de Gran Canaria ante el fenómeno turístico”, podemos asegurar que la mayoría de los residentes de la capital niegan la pérdida de identidad debido al turismo (74,9%). Además, la opinión mayoritaria fue que la calidad de visitantes mejoró en los últimos 5 años (62,5%). Por otro lado, la mitad de la población (53,1%) afirma que no existe rechazo hacia los turistas, siendo solo un 27,7% que lo reconoce en algunos casos. A pesar de ello, la gran mayoría (84%) coincide en que nos les influye la presencia de turistas en las zonas turísticas de la ciudad. Relacionado con esto el 90,7% se definieron como buenos anfitriones, siendo atentos con los visitantes (TSA-Técnicos en Socio análisis, 2019)

Las entrevistas realizadas a profesionales del sector nos comparten la existencia de un estigma hacia el turista joven por parte de algunos residentes, debido a incidentes como grandes fiestas y reuniones al margen de las restricciones por el Covid-19. Sin embargo, esta situación no es habitual y representa una pequeña parte de los visitantes totales. Hay que recordar que tanto turistas como locales pueden llegar a hacer lo mismo por lo que no es un caso aislado en turistas. (Costa, 2021)

Por otro lado, se destaca el efecto dinamizador que tienen los nómadas digitales en la sociedad y la valoración que tienen hacia lo canario. Suelen valorar la isla como es y lamentan el paisaje provocado por la construcción masiva de establecimientos hoteleros que han cambiado tanto el entorno. Todo apunta a visitantes deseosos de conocer la isla y su cultura tal como es, siendo respetuosos con el medioambiente.

También se destaca la tendencia a consumir los productos locales, salir a pasear, visitar diferentes sitios y todo esto de una manera responsable e integrada con la población local, a diferencia de otros turistas clásicos que pueden crear un mayor impacto negativo en la isla. Se trata de turistas amantes de lo autóctono, mientras que los residentes pueden no tener ese mismo sentimiento debido a la cotidianidad. (Carrillo, 2021)

### 6.3. IMPACTO AMBIENTAL

Estudios sitúan al turismo entre una de las industrias más contaminantes del mundo. En 2018 representaba el 8% de las emisiones de gases de efecto invernadero mundiales, correspondiendo el 12% al transporte aéreo. Sin embargo, se prevé que este impacto aumente un 40% hasta 2025 si no intenta revertir la situación (Lenzen et al., 2018). Es algo grave ya que Canarias, en condiciones normales antes de la pandemia, ha llegado a mover casi 16 millones de personas al año (EFE, 2018). Con la llegada fija de un mercado como los nómadas digitales, que se plantea aumentar y establecer en el tiempo, los impactos ambientales están asegurados, tomando en cuenta los problemas que han surgido en los últimos años.

El modelo de crecimiento turístico llevado por Canarias ha estado basado en un aumento sistemático de llegadas y la ocupación de zonas para construir nuevas infraestructuras de transporte y alojativas, ignorando las limitaciones que tiene el territorio debido a su insularidad y la fragilidad del medio natural (Hernández, 2004).

Existen dificultades para que organizaciones tanto públicas y privadas compensen la huella de carbono que producen. La ayuda que existe está de manos de Tenerife *Walking Festival*, una iniciativa gestionada por Agresta, que calcula la huella de carbono generada en la isla y trata de salvar las consecuencias mediante la plantación de árboles. El cabildo de la isla expresó su intención de implantar esta idea e incluye información en su página web sobre la cantidad de CO<sub>2</sub> que generan los desplazamientos y acciones diarias, así como cuántos árboles son necesarios para compensar esa huella (Martínez, 2018).

#### 6.3.1. Residuos

Otro gran problema es la generación de residuos por los turistas en Canarias, llegando al 26% del total de residuos. Ante esta situación, se precisa el impulso del reciclaje entre los empresarios del sector y un cambio en la relación con el entorno natural. Son los turistas quienes generan hasta dos veces más cantidad de residuos que un residente, por lo que es necesaria una adaptación de las políticas turísticas para que se centren en causar el menor impacto posible (Torres, 2019). Podríamos deducir que, con una población establecida en las principales ciudades canarias, aumentaría la población temporalmente con lo que se generarían mayores cantidades de residuos en el día a día.

La coordinadora de contenidos del Club de Economía Circular, Eva Ruiz, opina que es necesaria una transición hacia un modelo turístico verde, sin embargo, ha de convencer a la mayoría de los hoteleros en cuanto a los beneficios que aporta la implementación de un enfoque ecológico en la actividad de sus empresas. Otros ponentes del Foro Internacional de Turismo de Maspalomas 2019 expresaban la necesidad de una regulación gubernamental enfocada directamente en el incremento de impuestos para aquellas empresas que no apuestan por medidas sostenibles y premiar con incentivos aquellas que sí. Por otra parte, Nicola Cerantola, experto en diseño sostenible, opina que "las instituciones deben adoptar una posición, ya que hasta ahora han sido políticamente correctas; deben impulsar una estrategia medioambiental sin pensar en qué les pasará factura política" (Torres, 2019).

### 6.3.2. Concienciación entre turistas

Los últimos datos recogidos por el ISTAC muestran que los nuevos turistas que llegan a Canarias se preocupan más que antes por el medioambiente. Desde el Ejecutivo Regional se plantean varias acciones que ayuden a convertir Canarias en un destino más cercano a la sostenibilidad. Uno de los objetivos es que quienes viajen a Canarias sean conscientes de que las emisiones de CO<sub>2</sub> producidas serán paliadas gracias a las políticas de eficiencia energética. Se puede observar cómo desde el 2018 la tendencia e importancia del medioambiente a la hora de elegir Canarias como destino ha aumentado. (Figura 12) (Ferrera, 2021)

## 7. DIAGNÓSTICO

### 7.1. MATRIZ DAFO SOBRE EL PRODUCTO CANARIAS PARA LOS NÓMADAS DIGITALES

A continuación, efectuamos un breve análisis DAFO sobre el producto Canarias para los nómadas digitales. Por un lado, realizaremos un análisis interno donde se muestran debilidades y fortalezas de Canarias como producto para el nuevo mercado emergente que estudiamos. Consta en la enumeración de características generales observables y singulares del archipiélago. En contraposición a esto realizamos un análisis externo, mostrando las amenazas y oportunidades que posee Canarias con sus características actuales, afectando directamente al desarrollo del mercado. La finalidad de este análisis es identificar los factores principales que contribuyen a dar forma al destino dentro del nicho de los nómadas digitales. La tabla 1 sintetiza dicho análisis DAFO.

En primer lugar, tenemos el análisis interno, debilidades y fortalezas del producto a estudiar con el objetivo de corregir las primeras e impulsar las segundas. Para ello hemos valorado diferentes variables como: infraestructuras, producción, organización, marketing, recursos humanos y finanzas.

En relación a las debilidades, podemos identificar las siguientes desventajas con respecto a los competidores. Primeramente, en cuanto a la variable de infraestructuras, podemos observar que hay una carencia de espacios colaborativos de *coworking* y *coliving* en las islas, ausencia de fibra óptica en algunas zonas de las islas, pocas conexiones aéreas y marítimas en las islas menores y falta de disposición de infraestructuras adecuadas para el desarrollo de la actividad de los nómadas digitales.

En cuanto a las variables de producción y marketing, hemos detectado una escasa oferta cultural y de ocio en las islas no capitalinas. Asimismo, en las estrategias de organización advertimos una falta de conocimientos acerca del sector de los nómadas digitales por parte de los agentes turísticos. Por último, en referencia al análisis de recursos humanos vemos una leve dificultad en el manejo de lenguas extranjeras por parte de los trabajadores del sector.

Respecto a la variable de fortalezas, en la variable de infraestructuras y al contrario que en las debilidades, vemos que hay una mayor y mejorable disposición de espacios e infraestructuras destinadas a nómadas digitales en las islas de mayor atracción turística, además de conexiones aéreas con Europa desde cinco de las Islas Canarias. Encontramos importantes fortalezas en

relación a la variable de marketing y organización como son el apoyo institucional por parte de los organismos públicos, un alto poder de atracción, así como un referente de calidad y prestigio como destino turístico consolidado. Además, lo acompañan factores como un clima favorable, recursos naturales y una amplia oferta cultural y de ocio en las de mayor población, además de garantías de seguridad y sanidad. Cabe destacar que es un destino *LGTBIQ+ friendly* y libre de racismo. En cuanto a las variables fiscales podemos decir que, al encontrarse dentro de la Unión Europea, cuenta con el Euro como moneda y tiene una libre circulación de personas. Por último, debido a su condición insular y la lejanía geográfica con Europa, goza de un régimen económico-fiscal especial y se aplica el IGIC (Impuesto General Indirecto Canario).

A continuación, vamos a interpretar el análisis externo, amenazas y oportunidades, que se refieren al entorno del destino. En él se incluyen todos los factores que no dependen directamente de él pero que le afectan de manera directa. Estos factores son necesarios a la hora de definir la estrategia a seguir para combatir las amenazas y tomar ventaja de las oportunidades.

Las variables que acompañan al análisis externo son el mercado, el sector, la competencia y el entorno. En cuanto al mercado nos referimos a la demanda, las preferencias de los turistas y sus comportamientos a la hora de comprar el producto. En el caso de las amenazas, advertimos de que puede suceder una posible desaparición de la oferta para nómadas tras la vuelta del turismo tradicional. Junto a esto, otras amenazas del mercado son la crisis del Covid-19 y las restricciones de movilidad. También hacemos referencia a la gran competencia que tiene Canarias con otras ciudades europeas a la hora de atraer a los nómadas digitales.

Por último, analizamos las oportunidades del producto turístico para nómadas digitales en Canarias. Según la variable del mercado, destacamos un notable asentamiento de la comunidad nómada en Canarias, nuevas tendencias en la demanda tras la pandemia que abren el mercado a los nómadas digitales, reservas aseguradas en temporada de invierno gracias a su inmejorable clima y un mayor reconocimiento internacional en el sector que posiciona al archipiélago en importantes listas de destinos para nómadas digitales. Asimismo, se han creado nuevas aerolíneas y rutas hacia Canarias. En cuanto a la variable del entorno detectamos un crecimiento económico local tras la llegada de los nómadas digitales.

Tras la interpretación de la matriz DAFO, podemos concluir que la estrategia más favorable para adoptar en el caso de Canarias como producto turístico para nómadas digitales es la ofensiva, dado que cuenta con numerosas fortalezas y se trata de un destino consolidado con un gran liderazgo en el sector. Por ello, creemos que, superando las amenazas y enfrentando las debilidades, logrará mejorar y posicionarse en el mercado de los nómadas digitales con ayuda de las oportunidades que brinda el entorno.



**Tabla 1: Matriz DAFO**

<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<p>Falta de espacios de coworking y coliving en todas las islas</p> <p>Ausencia de fibra óptica en algunos municipios</p> <p>Pocas conexiones aéreas y marítimas en las islas menores</p> <p>Escasa oferta cultural y de ocio en las islas menores</p> <p>Falta de disposición de infraestructuras adecuadas para nómadas en las islas menores</p> <p>Falta de conocimientos acerca del sector por parte de los agentes turísticos</p> <p>Dificultad con los idiomas extranjeros</p>	<p>Crisis del Covid-19 y restricciones de viajes aún presente en Europa</p> <p>Competencia con otras ciudades europeas</p> <p>Fenómeno pasajero tras la pandemia</p> <p>Desaparición de la oferta para nómadas por la vuelta del turista tradicional</p>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<p>Apoyo institucional de los cabildos y el gobierno</p> <p>Calidad y prestigio reconocido como destino turístico</p> <p>Alto poder de atracción</p> <p>Clima favorable</p> <p>Recursos naturales</p> <p>Amplia oferta cultural y de ocio en las islas capitalinas.</p> <p>Disposición de infraestructuras orientadas a los nómadas digitales</p> <p>Conexiones aéreas con Europa desde 5 islas.</p> <p>Seguridad</p> <p>Sanidad</p> <p>Tráfico seguro</p> <p>Igualdad LGTBIQ+ y libre de racismo</p> <p>Sin conflictos políticos activos</p> <p>Territorio de la Unión Europea con el euro como moneda y libre circulación de personas</p> <p>Sistema fiscal reducido (IGIC)</p>	<p>Mayor reconocimiento internacional</p> <p>Nuevas aerolíneas y rutas a Canarias</p> <p>Asentamiento de una comunidad nómada</p> <p>Reservas aseguradas en temporada de invierno</p> <p>Crecimiento económico local</p> <p>Nuevas tendencias en la demanda tras la pandemia abren el mercado a los nómadas digitales</p>

Fuente: Elaboración propia (2021)

## 8. PROSPECTIVA

Tras haber expuesto la situación actual del sector en cuanto a este nuevo mercado y haber hecho un análisis, hemos de poder mirar hacia el futuro y especular a que tenderá el mercado y comprender mejor la actualidad. Para ello haremos uso de la prospectiva, definida por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) como el “conjunto de tentativas sistemáticas para observar a largo plazo el futuro de (...) la economía y la sociedad con el propósito de identificar las tecnologías emergentes que probablemente produzcan los mayores beneficios económicos o sociales.” En definitiva, se trata de una herramienta para observar a largo plazo con la intención de identificar de manera temprana diferentes aspectos que posiblemente produzcan un impacto en el futuro. (LISA Institute, 2020).

Para realizar este análisis contaremos expresamente con la visión de profesionales del sector a los que hemos entrevistado personalmente, contando con Alessandro Costa, *Home Manager* de *Buendía Corralejo No-hotel*, y Silvia Carrillo, *House and Host Manager* en *Nine Coliving*. También haremos uso de entrevistas realizadas que se adecuan a nuestro guion a personas como Carlos Alberto Rossi, socio administrador de *CoolivingC*.

### 8.1. ¿SERÁ EL MERCADO DE LOS NÓMADAS DIGITALES UNA TENDENCIA QUE PERDURE EN EL TIEMPO? ¿QUÉ SE DEBE LLEVAR A CABO PARA QUE ESTO SUCEDA?

Alessandro nos comenta que le agradecería que el mercado perdurase en el tiempo como lo está haciendo, sin embargo, cree que no tendrá el peso que ha tenido en estos meses cuando se recupere la libertad de movimiento y se eliminen las restricciones en otros países extranjeros de Europa, América o Asia. Desde su perspectiva nos compartes lo siguiente:

“Creo que, en el futuro, con la normalización, no les va a valer la pena (a los teletrabajadores) moverse durante el verano, ya que en esas fechas hace buen tiempo en sus países de origen y podrán trabajar en otras zonas turísticas de su país gastando menos dinero. Pero ojalá, este tipo de cliente se quede por largo tiempo.” (Costa, 2021).

Por otro lado, opina que Canarias, solamente si invierte y potencia la promoción, puede mantener una pequeña parte de este mercado. Hace referencia a turistas repetidores que viajan a las islas durante el invierno a trabajar. Como trabajador en el sector afirma que “sería un gran beneficio para los complejos tener una base de clientes fijos del 30% o 20% en invierno con nómadas digitales y el resto con agencias, turoperadores. Este colchón de cliente de larga estancia, repetidor con poder adquisitivo alto, sería fantástico.” Para poder hacer eso hay que potenciar y atraer al turismo. Es necesario diversificar el turismo y dejar a un lado el turista típico caracterizado por sol, playa y alcohol, para buscar una mezcla heterogénea de clientes (Costa, 2021).

Sin duda, podemos coincidir con él en que la llegada de este tipo de cliente fue imprevista y ha supuesto un antes y un después en Canarias. Muchos servicios y procedimientos se han replanteado debido a las necesidades especiales que posee este cliente. “Es bueno que en general todos los alojamientos puedan repensar y rediseñar todos sus servicios y procedimientos.” (Costa, 2021)

Desde su visión, los complejos turísticos deberían invertir principalmente en mejoras de la planta alojativa, servicios y enfocar los esfuerzos en la tecnología. Es necesario un cambio en todos los ámbitos, ocio, actividades deportivas y servicios en destino. En esta situación el sector ha de trabajar unido. “De nada sirve ofrecerles lo mejor dentro del hotel si luego fuera está todo desfasado”. La tecnología y la sostenibilidad están ganando gran importancia, por lo que hay que estudiar muy bien las necesidades del segmento y explotarlo. Además, sería recomendable buscar una fórmula en la que prime la seguridad, pero también la sencillez con normas claras y bien definidas. “La clave estaría en la claridad y facilidad” (Costa, 2021).

Silvia Carrillo espera con entusiasmo que este mercado tenga éxito. Cree que este nuevo sector destacará consolidándose en las islas debido al encanto especial que produce en todo aquel que visita el archipiélago. Un factor importante es el nivel de vida, ya que es menor que en las ciudades europeas de donde proceden los turistas (Carrillo, 2021).

Tras su experiencia conociendo a huéspedes de distintas nacionalidades puede decir que las islas y en concreto Tenerife, debe trabajar más en la oferta cultural y de ocio, ya que los nómadas digitales provienen de ciudades que desarrollan más este lado del entretenimiento. Por otro lado, asegura que gracias a la pandemia y a que mucha gente ha venido a conocer las islas, se han visto “forzados” a quedarse más. Esto se ha traducido en un *boom* de aperturas de *coliving* y en el tema semanal en los medios nacionales e internacionales, que ya ven a Canarias como el destino ideal para nómadas digitales (Carrillo, 2021).

Carlos Alberto Rossi, socio administrador de *CoolivingC*, comentaba el 28 de abril de 2021 en las jornadas de Atlantur 2021 la necesidad de estructuras dedicadas íntegramente a los nómadas digitales como los *coworking* y *coliving*. Estos establecimientos son de gran importancia para los nómadas digitales debido a que la gran mayoría desean una interrelación con otros profesionales, intercambiar proyectos y crear contactos. A pesar de que los hoteles también se han introducido en el mercado, a su parecer, esta estrategia solo es un medio para sobrevivir en medio de la pandemia con tarifas que ayuden a cubrir los costos. Sin embargo, Alberto opina que una vez se recupere la normalidad en el turismo, “o hacen una conversión al 100% y comienzan a generar también una comunidad para que ellos lleguen o simplemente es una habitación con baño y media pensión”. Esto se traduce en volver a elegir el modelo de cliente pre pandemia en las Islas Canarias (Alberto, 2021).

## 9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este diagnóstico y análisis nos lleva a las siguientes conclusiones:

1. No parece que estemos ante un fenómeno pasajero asociado a la crisis. Aunque el inicio del nomadismo digital se ha intensificado de manera notable tras la pandemia, todo apunta a la continuidad del teletrabajo en los países del norte de Europa, principal foco emisor de turismo de Canarias. Además, el aumento mensual del 10% en la llegada de nómadas digitales en estos meses y la mejora de la situación pandémica en la Unión Europea, auguran buenos datos. Una vez remitida la pandemia, los trabajadores europeos tendrán la posibilidad de viajar a las islas de manera más cómoda y segura. A pesar de ser un

segmento reducido, puede ser interesante para Canarias debido a la reserva de estancias más largas y un mayor gasto en oferta complementaria que involucra a varios sectores, creando sinergias en el mercado.

2. Canarias podría convertirse en un destino relevante para el nómada digital actual. El archipiélago puede cubrir las distintas necesidades de los diferentes perfiles de nómadas digitales, ya que posee recursos como un buen clima, conexión de fibra óptica, total seguridad, coste de vida bajo y libre circulación dentro del espacio Schengen. Sin embargo, este mercado posee mayor protagonismo en las islas capitalinas que en el resto, habiendo aún grandes diferencias y desventajas entre islas en cuanto a la infraestructura alojativa y la conexión aérea.
3. Hemos visto que la mayoría de las islas no cuentan con una oferta alojativa adecuada para este tipo de clientes. Si bien, la mayoría de ellos han logrado alojarse en hoteles y apartamentos, la modalidad de coliving es la más idónea debido a que este segmento demanda la existencia de una comunidad en el destino para establecer relaciones profesionales y nuevos proyectos. Por esta razón, el principal obstáculo es la baja oferta de espacios de *coliving* y *coworking* que son la esencia de estos clientes.
4. En condiciones normales de mercado, este sector no será tan beneficioso para los establecimientos hoteleros tradicionales. A pesar de que muchos hoteles adaptaron su oferta para alojar a nómadas digitales durante los últimos meses, se trata de una estrategia para poder sobrevivir a la reducida llegada de turistas. Muchos de ellos se han visto obligados a bajar las tarifas e invertir en mobiliario y servicios para este cliente que, por lo general, aun eligiendo estancias más largas solo consiguen cubrir los costes fijos y obtener un pequeño beneficio. Una vez recuperado el sector, es probable que vuelvan a la facturación cotidiana, dejando una pequeña parte de sus plazas para trabajadores remotos.
5. La sostenibilidad podría tomar mayor protagonismo en este mercado. Aunque un mayor número de personas residentes en las islas aumentaría notablemente la producción de residuos, creemos que el nómada digital que viene a Canarias desde Europa está mucho más concienciado con el medioambiente. No solo por la tendencia que se ha empezado a ver a raíz de la pandemia, sino también por los estudios realizados y experiencias que demuestran que este cliente está más concienciado, trayendo a las islas estándares europeos de sensibilización. Además, la temporalidad y el modo de vida que les caracteriza hacen que hagan mayor uso del transporte público, compartan vehículo, busquen opciones sostenibles y valoren el medio natural.

A continuación, exponemos algunas recomendaciones que creemos necesarias para impulsar este nuevo modelo turístico. Aunque Canarias posea un buen clima y las condiciones favorables que garantizan el teletrabajo con la mayor calidad de vida posible como conexión a Internet y amplia oferta de alojamientos, es necesario mejorar e implementar algunos aspectos para conseguir el destino ideal para los nómadas digitales.

En primer lugar, creemos que es necesario promover y construir una comunidad de teletrabajadores cualificados en Canarias con el apoyo y la financiación de las empresas y las instituciones. Si bien es cierto que desde el sector público se están tomando diversas medidas para atraer a los trabajadores en remoto, es necesario invertir en infraestructura y logística como espacios de *coliving* y *coworking* en las llamadas “islas verdes” (La Palma, La Gomera y El Hierro), en las que este tipo de oferta alojativa para los nómadas es casi inexistente. Para ello, se podrían convertir oficinas y casas vacías en espacios de *coworking*, reconstruir casas tradicionales canarias para crear *coliving* y alojamientos flexibles. (Hosteltur, 2021)

Otra iniciativa interesante sería la celebración de eventos y ferias promoviendo la formación del talento local y la atracción de los nómadas de cualquier parte del mundo. Asimismo, creemos fundamental incentivar y formar a los trabajadores y empresarios canarios para incorporar esta nueva modalidad del trabajo remoto y crear comunidades de talento digital en Canarias. Aunque es una modalidad que se implementa hace bastante tiempo en Canarias, muchos la desconocen y creemos necesario formar al personal y adaptar las instalaciones del sector turístico a las necesidades de este nuevo segmento que crece cada vez más.

La conectividad con Europa es otro de los aspectos de las islas más pequeñas que dificulta la llegada de los nómadas a las islas, si bien es cierto que mediante Tenerife o Gran Canaria existe conexión con el resto de Europa, creemos necesaria una mayor conectividad aérea con Europa y marítima entre islas para que los desplazamientos sean más cómodos y rápidos.

En cuanto al aspecto legal, hemos comprobado que hay ciertas irregularidades en cuanto a la normativa para regular los establecimientos de *coliving* y espacios de *coworking*. Creemos que es necesario un cambio o revisión de las normativas para adaptarlas según las características de estos alojamientos y las necesidades de los nómadas digitales.

Por último, hemos comprobado que este sector emergente tiene mayor conciencia por el medio ambiente y la sostenibilidad que los turistas tradicionales. Por ello, Canarias debería implementar mayores medidas de desarrollo sostenible y gestión ambiental, así como campañas de concienciación para los locales, convirtiendo a las islas en un destino cada vez más sostenible y siendo un valor añadido para los nómadas digitales.

## 10. BIBLIOGRAFÍA

- AENA. (s. f.-a). Destinos del aeropuerto de La Gomera. AENA. Recuperado de <https://www.aena.es/es/destinos-aeropuerto.html>
- AENA. (s. f.-b). Destinos del aeropuerto de El Hierro. Recuperado de <https://www.aena.es/es/el-hierro/aerolineas-y-destinos/destinos-del-aeropuerto.html>
- AENA. (s. f.-c). Destinos del aeropuerto de La Palma. Recuperado de <https://www.aena.es/es/la-palma/aerolineas-y-destinos/destinos-aeropuerto.html>
- Agencia Tributaria. (s.f.). Recuperado el 2021, de [https://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Inicio/\\_Segmentos\\_/Ciudadanos/No\\_Residentes\\_viajeros\\_y\\_trabajadores\\_desplazados/Trabajadores\\_extranjeros\\_desplazados\\_en\\_Espana/Regimen\\_general/Regimen\\_general.shtml](https://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Inicio/_Segmentos_/Ciudadanos/No_Residentes_viajeros_y_trabajadores_desplazados/Trabajadores_extranjeros_desplazados_en_Espana/Regimen_general/Regimen_general.shtml)
- Aguiar, A. R. (2021, 18 abril). El lado malo de atraer teletrabajadores a España del que nadie habla. Business Insider España. Recuperado de <https://www.businessinsider.es/lado-malo-atraer-teletrabajadores-espana-nadie-habla-849199>
- Airbnb. (2021, 29 febrero). La adopción del teletrabajo ha traído nuevos perfiles de nómadas. Conócelos. Recuperado el 2021, de <https://news.airbnb.com/es/la-adopcion-del-teletrabajo-ha-traido-nuevos-perfiles-de-nomadas-conocelos/>
- Alberto, C. [Institución Ferial de Canarias INFECAR]. (2021, 28 abril). Atlantur 2021 - Coliving & Coworking Como Resultado Al COVID [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=crknUpuKQIs&list=PL4gnR5wAOCZuoInL9I2yyY5Zs7qiFnL&index=11>
- Ardahaey, F.T. (2011). Economic Impacts of Tourism Industry. International Journal of Biometrics, 6, 206. Recuperado de [https://pdfs.semanticscholar.org/975d/d9fc362f27265c2e3c561862db2408caf0d0.pdf?\\_ga=2.120095048.1909103273.1622740857-854206312.1622740857](https://pdfs.semanticscholar.org/975d/d9fc362f27265c2e3c561862db2408caf0d0.pdf?_ga=2.120095048.1909103273.1622740857-854206312.1622740857)
- Ascanio, A. (1994). El turismo y los impactos ambientales. Universidad Simón Bolívar. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7398190>
- Asociación Canaria de Espacios Colaborativos. (s.f.). Obtenido de <https://acecanarias.org/>
- Bautista, L. (2021, 13 febrero). El hotel que se reinventó gracias a la COVID roza el 100% de ocupación. La Vanguardia. Recuperado de

<https://www.lavanguardia.com/vida/20210213/6245274/hotel-reinvento-covid-completo-teletrabajo-canarias.html>

- Bautista, L. (2021, 29 abril). ABC Canarias. Obtenido de La Oliva invita a los teletrabajadores a unirse al 'Floworking' en Fuerteventura: [https://www.abc.es/espana/canarias/abci-oliva-invita-teletrabajadores-unirse-floworking-fuerteventura-202104291529\\_noticia.html](https://www.abc.es/espana/canarias/abci-oliva-invita-teletrabajadores-unirse-floworking-fuerteventura-202104291529_noticia.html)
- Beeton, S. (2006). Community development through tourism, Collingwood: Landlinks Press. 256 p. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/296903049\\_Community\\_Development\\_through\\_Tourism](https://www.researchgate.net/publication/296903049_Community_Development_through_Tourism)
- Bindloss, J. (2020). Las Palmas de Gran Canaria, Spain. En D. Ball & P. Thomas (Eds.), THE DIGITAL NOMAD HANDBOOK. Practical tips and inspiration for living and working on the road (pp. 302–307). Londres, Reino Unido: Lonely Planet Global Limited.
- BOE. (2011, 30 abril). Recuperado el 2021, de Real Decreto 557/2011, de 20 de abril, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley Orgánica 4/2000, sobre derechos y libertades de los extranjeros en España y su integración social, tras su reforma por Ley Orgánica 2/2009.: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2011-7703>
- Brida, J., London, S., y Rojas, M. (2014). El turismo como fuente de crecimiento económico: impacto de las preferencias Inter temporales de los agentes. *Investigación Económica*, 73(289), 59-77. DOI: 10.1016/S0185-1667(15)30003-5
- Brualla, A. (2018, 28 mayo). El Economista. Obtenido de ¿Qué es el coliving? El nuevo fenómeno residencial que atrae a los inversores: <https://www.eleconomista.es/construccion-inmobiliario/noticias/9167303/05/18/Que-es-el-coliving-El-nuevo-fenomeno-residencial-que-atrae-a-los-inversores.html>
- Butler, r. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer*. Obtenido de [https://www.numptynerd.net/uploads/1/2/0/6/12061984/butler\\_model\\_1980.pdf](https://www.numptynerd.net/uploads/1/2/0/6/12061984/butler_model_1980.pdf)
- Carlo, S. d. (2021, 19 marzo). Hosteltur. Obtenido de ¿Pueden los nómadas digitales ser la clave para impulsar la industria del turismo?: [https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/025412\\_pueden-los-nomadas-digitales-ser-la-clave-para-impulsar-la-industria-del-turismo.html](https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/025412_pueden-los-nomadas-digitales-ser-la-clave-para-impulsar-la-industria-del-turismo.html)

- Centro de Recursos User. (2021, 21 junio). Obtenido de Canarias construirá su propio enlace con el cable submarino 2Africa: <https://almacenamientoit.ituser.es/noticias-y-actualidad/2021/06/canarias-construira-su-propio-enlace-con-el-cable-submarino-2africa>
- Diario de Lanzarote. (2021, 19 abril). Obtenido de El informe de los economistas apuesta por los nómadas digitales para Lanzarote: <https://www.diariodelanzarote.com/noticia/el-informe-de-los-economistas-apuesta-por-los-n%C3%B3madas-digitales-para-lanzarote>
- Díaz, A. (2021, 31 mayo). Número de turistas por isla en Canarias en 2020. Recuperado 3 de <https://es.statista.com/estadisticas/526731/numero-de-turistas-que-visitaron-canarias-por-isla-de-destino/>
- Díaz, R. (2021, 16 mayo). El teletrabajo da un respiro al alquiler vacacional. Canarias7. Recuperado de <https://www.canarias7.es/canarias/gran-canaria/las-palmas-de-gran-canaria/teletrabajo-respiro-alquiler-20210516200847-nt.html>
- Easy Workation. (2021, 8 febrero). Obtenido de <https://www.easyworkation.com/que-es-workation/>
- Edufinet. (s. f.). ¿Qué es el Producto Interior Bruto (PIB)? Recuperado 3 de junio de 2021, de <https://www.edufinet.com/inicio/indicadores/economicos/que-es-el-producto-interior-bruto-pib>
- EFE. (2018, 8 enero). Canarias, por encima de los 16 millones de turistas en 2017. Diario de Avisos. Recuperado de <https://diariodeavisos.elespanol.com/2018/01/canarias-los-16-millones-turistas-2017/>
- El Día (2021, 22 junio). El Día. Obtenido de Canarias palia el cierre del mercado británico abriendo nuevas rutas con Islandia, Letonia e Italia: <https://www.eldia.es/economia/2021/06/22/canarias-palia-cierre-mercado-britanico-54096921.html>
- Escuela Universitaria de Turismo de Lanzarote. (2021, 19 abril). IX edición del Lanzarote Crea, sobre nómadas digitales, de la Escuela de Turismo de Lanzarote (2021) [Archivo de vídeo]. Recuperado de [https://www.youtube.com/watch?v=3a4Wkc-S\\_TQ](https://www.youtube.com/watch?v=3a4Wkc-S_TQ)
- Esmarcity. (2021, 3 junio). Obtenido de Publicado el Informe de Banda Ancha en Canarias correspondiente al año 2020: <https://www.esmarcity.es/2021/06/03/publicado-informe-banda-ancha-canarias-correspondiente-ano-2020>
- Espinar, E. (2018). Gentrificación y Turistificación. Universitat de les Illes Balears. Recuperado de [https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/148082/Espinar\\_Cortes\\_Estefania.pdf](https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/148082/Espinar_Cortes_Estefania.pdf)





- García, E. (2021, 5 mayo). ¿Buscas inspiración y tienes oficina portátil? Teletrabaja desde Lanzarote. Turismo Lanzarote. Recuperado de <https://turismolanzarote.com/teletrabajo-en-lanzarote/>
- Gispert, B. (2021, 16 mayo). Nómada digital, una especie al alza. La Vanguardia. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/economia/20210516/7457504/nomada-digital-especie-alza-teletrabajo-coworking.html>
- Globexs. (2021, 24 mayo). Remote working In paradise - Apartment rental Fuerteventura. Globexs. Recuperado <https://www.globexs.com/expats-in-spain/apartment-rental-fuerteventura/>
- Hall, M. y Lew, A. (2009). Understanding and managing tourism impacts: An integrated approach. Routledge. Londres, Reino Unido. 392 p.
- Hernández, R. (2004). El turismo en Canarias. Impacto económico y condicionantes de la insularidad. PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA, 102, 91–106. Recuperado de [https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS\\_PEE/102art06.pdf](https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_PEE/102art06.pdf)
- Hernández, R. (2021, 22 junio). Nómada digital: ventajas e inconvenientes de este nuevo perfil laboral. Obtenido de <https://blog.infoempleo.com/a/nomada-digital-ventajas-e-inconvenientes-de-este-nuevo-perfil-laboral/>
- Hosteltur. (2020, 23 julio). Canarias podría recibir un millón y medio de turistas teletrabajadores anualmente. Hosteltur. Recuperado de [https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/023264\\_canarias-podria-recibir-un-millon-y-medio-de-turistas-teletrabajadores-anualmente.html](https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/023264_canarias-podria-recibir-un-millon-y-medio-de-turistas-teletrabajadores-anualmente.html)
- Hosteltur. (2020, 7 febrero). Recuperado el 2021, de El turismo creativo, solución para reactivar el sector durante la pandemia: [https://www.hosteltur.com/139045\\_el-turismo-creativo-solucion-para-reactivar-el-sector-durante-la-pandemia.html](https://www.hosteltur.com/139045_el-turismo-creativo-solucion-para-reactivar-el-sector-durante-la-pandemia.html)
- Hosteltur. (2021, 10 mayo). Canarias incrementa en un 10% mensual la llegada de teletrabajadores. Hosteltur. Recuperado de [https://www.hosteltur.com/144044\\_canarias-incrementa-en-un-10-mensual-la-llegada-de-teletrabajadores.html](https://www.hosteltur.com/144044_canarias-incrementa-en-un-10-mensual-la-llegada-de-teletrabajadores.html):<https://www.murhotels.com/es/hotel-mur-neptuno-en-gran-canaria/workation/>
- Hosteltur. (2021, 10 mayo). Obtenido de Canarias incrementa en un 10% mensual la llegada de teletrabajadores: [https://www.hosteltur.com/144044\\_canarias-incrementa-en-un-10-mensual-la-llegada-de-teletrabajadores.html](https://www.hosteltur.com/144044_canarias-incrementa-en-un-10-mensual-la-llegada-de-teletrabajadores.html)

Hosteltur. (2021, 2 marzo). Las Palmas de Gran Canaria, destino pionero para nómadas digitales. Recuperado de [https://www.hosteltur.com/142617\\_las-palmas-de-gran-canaria-destino-pionero-para-nomadas-digitales.html](https://www.hosteltur.com/142617_las-palmas-de-gran-canaria-destino-pionero-para-nomadas-digitales.html)

Hosteltur. (2021, 23 febrero). Obtenido de Canarias fija una meta: captar 30.000 teletrabajadores en cinco años: [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)

Hosteltur. (2021, abril 18). Turismo Lanzarote atraerá a empresas internacionales y teletrabajadores de alto nivel. Hosteltur. Recuperado de [https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/025659\\_turismo-lanzarote-atraera-a-empresas-internacionales-y-teletrabajadores-de-alto-nivel.html](https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/025659_turismo-lanzarote-atraera-a-empresas-internacionales-y-teletrabajadores-de-alto-nivel.html)

Hotel Jardín Tecina. (s. f.). Teletrabajo. Hotel Jardín Tecina. Recuperado de <https://www.jardintecina.com/es/promociones/promo-teletrabajo/>

INE. (febrero de 2020). Recuperado el 2021, de El teletrabajo en España y la UE antes de la COVID-19:

[https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es\\_ES&c=INECifrasINE\\_C&cid=1259952649680&p=1254735116567&pagename=ProductosYServicios%2FINECifrasINE\\_C%2FPYSDetalleCifrasINE](https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INECifrasINE_C&cid=1259952649680&p=1254735116567&pagename=ProductosYServicios%2FINECifrasINE_C%2FPYSDetalleCifrasINE)

Instituto Canario de Estadística (ISTAC). (2021). Tasa de ocupación por plazas. Recuperado de [https://www3.gobiernodecanarias.org/istac/statistical-visualizer/visualizer/data.html?resourceType=indicator&resourceId=ALojATUR\\_PLAZAS\\_OCUPACION#visualization/table](https://www3.gobiernodecanarias.org/istac/statistical-visualizer/visualizer/data.html?resourceType=indicator&resourceId=ALojATUR_PLAZAS_OCUPACION#visualization/table)

Instituto Canario de Estadística (ISTAC). (2021). Turistas recibidos. Recuperado de <https://www3.gobiernodecanarias.org/istac/statistical-visualizer/visualizer/data.html?resourceType=indicator&resourceId=TURISTAS#visualization/table>

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2021, febrero). Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR) diciembre 2020 y año 2020. Datos provisionales. Recuperado de <https://www.ine.es/daco/daco42/frontur/frontur1220.pdf>

Instituto Nacional de Estadística ISTAC. (2021, mayo). El gasto turístico baja en el primer trimestre 2021 un 86% respecto al mismo periodo 2020. Recuperado de <http://www.gobiernodecanarias.org/istac/.content/noticias/encuesta-gasto-turistico-canarias-noticia.html#:~:text=Desde%20la%20perspectiva%20del%20destino,respecto%20al%20primer%20trimestre%202020>

- INTECH Tenerife. (s.f.). Recuperado el 2021, de Quiénes Somos: <https://www.intechtenerife.es/quienes-somos/>
- Jones, D., Sundsted, T., & Bacigalupo, T. (2009). *I'm outta here! How coworking is making the office obsolete*. Austin: Not an MBA Press.
- La Gomera Apartments. (2021, 22 abril). Remote working on La Gomera. La Gomera Apartments. Recuperado de <https://lagomera.apartments/en/lagomera/nomads/>
- La Palma Works. (s. f.). Acerca de La Palma Works. Recuperado de <https://www.linkedin.com/company/lapalmaworks/>
- La Vanguardia. (2020, 16 abril). La Vanguardia. Recuperado el 2021, de Coronavirus. - Turismo. - Experto de la UHU asegura que esta crisis será "un antes y un después" para el turismo: <https://www.lavanguardia.com/local/sevilla/20200416/48563196919/coronavirus--turismo-experto-de-la-uhu-asegura-que-esta-crisis-sera-un-antes-y-un-despues-para-el-turismo.html>
- Lanzarote.me. (2021, 13 marzo). Teletrabajo en Lanzarote. Lanzarote.me. Recuperado de <https://lanzarote.me/teletrabajo/>
- Lenzen, M., Sun, YY., Faturay, F. et al. (2018) The carbon footprint of global tourism. *Nature Clim Change*, 8, 522–528. Recuperado de <https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x>
- LISA Institute. (2020, 15 enero). Qué es la Prospectiva y el Análisis Prospectivo: cómo anticipar el futuro. Recuperado de <https://www.lisainstitute.com/blogs/blog/prospectiva-y-analisis-prospectivo>
- Makimoto, T., & Manners, D. (1997). *Digital Nomad*. En T. Makimoto , & D. Manners, *Digital Nomad*. Wiley.
- Marrero, M. (2016). *Glosario de términos hoteleros, turísticos y relacionados* (Primera edición). Recuperado de <https://www.hosteltur.com/files/web/templates/term/wikitur.pdf>
- Martínez, A. S. (2018, 11 diciembre). Canarias no sabe qué impacto genera su turismo en el planeta (aunque comienza a interesarse). *Cinco Días*. Recuperado de [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/12/05/companias/1544000831\\_501947.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/12/05/companias/1544000831_501947.html)
- Mateo, S. (2015, 24 junio). Sergi Mateo. Recuperado el abril de 2021, de El perfil del nómada digital: viajar como modo de vida: <https://sergimateo.com/perfil-nomada-digital-viajar/>

- Medina Esparza, L. T., Zepeda Arce, A. & Gándara, J. M. (2021). Diagnóstico estratégico de productos turísticos: aplicación en bahía de banderas, México. CULTUR - Revista de Cultura e Turismo. DOI: <https://doi.org/10.36113/cultur.v14i02.2318>
- MGM MUTHU HOTELS (s. f.). Paquete Nómadas Digitales / Trabajar en Modo Remoto. Muthu Hotels MGM. Recuperado de <https://www.muthuhotelsmgm.com/es/grand-muthu-golf-plaza-hotel-spa/specialoffers/paquete-nomadas-digitales-trabajar-en-modo-remoto>
- Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. (s.f.). Obtenido de Asignación NIE:  
<http://www.exteriores.gob.es/Embajadas/VIENA/es/InformacionParaExtranjeros/Paginas/lextranjerosViena/NIE-Primera-expedici%C3%B3n.aspx>
- Ministerio de Trabajo y Economía Social. (s.f.). Obtenido de 36.4. Residencia y trabajo por cuenta propia: [https://www.mites.gob.es/es/Guia/texto/guia\\_15/contenidos/guia\\_15\\_36\\_4.htm](https://www.mites.gob.es/es/Guia/texto/guia_15/contenidos/guia_15_36_4.htm)
- Ministerio del Interior. (s.f.). Recuperado el 2021, de Estancia:  
<http://www.interior.gob.es/web/servicios-al-ciudadano/extranjeria/regimen-general/estancia>
- Monterrubio, C. (2013). Turismo no convencional. Impactos socioculturales (Primera edición). Ciudad de México, México: Trillas. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/329001078\\_Turismo\\_no\\_convencional\\_Impactos\\_socioculturales](https://www.researchgate.net/publication/329001078_Turismo_no_convencional_Impactos_socioculturales)
- Morán, C. F. (2014). Diagnóstico de los productos turísticos. Revista Científica UISRAEI. Obtenido de <https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/rcui/article/view/41/43>
- Moreno, M. G. (18 de marzo de 2021). El Economista. Obtenido de ¿En qué normativa encajan los proyectos de 'Coliving'? : <https://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/11111295/03/21/En-que-normativa-encajan-los-proyectos-de-coliving.html>
- MUR Hotels (s. f.). Workation | MUR Hotel Neptuno en Gran Canaria. Recuperado de <https://www.murhotels.com/es/hotel-mur-neptuno-en-gran-canaria/workation/>
- Musicasa. (2021, 23 marzo). Musicasa - El primer Coliving en La Palma "La Isla Bonita". Recuperado de <https://musicasa.space/es/>
- Naranjo, E. (Presentadora). (2021, 7 mayo). Los nómadas digitales. Alternativa a los turistas para algunos hoteles. Reflexión AN. Radio Nacional de España (RNE). Recuperado de

<https://www.rtve.es/alcanta/audios/canarias-informativos/reflexion-an-nomadas-digitales-alternativa-turistas-para-algunos-hoteles/5897748/>

Nine Coliving. (s. f.). What you get. Recuperado de <https://www.ninecoliving.com/what-you-get>

Nomad City Gran Canaria. (s.f.). Obtenido de Work from Gran Canaria: <https://www.nomadcity.org/working-from-gc>

Nomad List. (s. f.). Nomad List FAQ. Recuperado de <https://nomadlist.com/faq>

Observa Tur. (s.f.). Recuperado el 2021, de Informes, estudios y conocimiento turístico: <https://www.observatur.es/informes/>

Ojanguren, M. G.-L. (2020, 28 diciembre). GA\_P. Obtenido de Cataluña regula el Coliving: <https://www.ga-p.com/publicaciones/cataluna-regula-el-coliving/>

OMT (1998). Introducción al Turismo. Organización Mundial del Turismo. ISBN 9284402697

Ortega, E. (2020, 28 diciembre). Por qué Las Palmas es el mejor destino para nómadas digitales. Traveler. Recuperado de <https://www.traveler.es/viajeros/articulos/las-palmas-de-gran-canaria-mejor-destino-nomadas-digitales-teletrabajo/19905>

Perea Abogados. (2020, 16 septiembre). Obtenido de Como ser un nómada digital en España (Visado de trabajo por cuenta propia): <https://perea-abogados.com/como-ser-un-nomada-digital-en-espana-visado-de-trabajo-por-cuenta-propia/>

Pochini, J., Camporesi, S. (2016, 4 octubre). Digital Nomad Slow Life Experience in El Hierro [Canary Islands]. Nomadi.us. Recuperado de <http://nomadi.us/en/digital-nomad-slow-life-experience-el-hierro/>

Pueblos Remotos. (s.f.). Obtenido de Bienvenidos a la Ruralidad Conectada: <https://www.pueblosremotos.com/>

Radiotelevisión Española [RTVE]. (2021, 26 abril). Aumentan los nómadas digitales o trabajadores en remoto en Canarias: «Venir aquí ha sido un soplo de aire fresco» [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.rtve.es/alcanta/videos/telediario/aumentan-nomadas-digitales-trabajadores-remoto-canarias/5888935/>

Ramírez, C. L. (2021, 24 abril). COPE. Obtenido de Los efectos positivos del coronavirus: 8.000 teletrabajadores eligen Canarias para vivir: <https://www.cope.es/emisoras/canarias/las->

palmas/gran-canaria/noticias/los-efectos-positivos-del-coronavirus-8000-teletrabajadores-eligen-canarias-para-vivir-20210424\_1254504

Real Academia Española [@RAEinforma]. (2020, 8 julio). #RAEconsultas «Gentrificación», calco del ing. «gentrification» se usa en sociología y urbanismo para el proceso de ocupación de zonas urbanas deprimidas por clases medias y altas, que conlleva su revalorización y el desplazamiento de sus habitantes tradicionales. [Tweet]. Recuperado de <https://twitter.com/RAEinforma/status/1280818038875570176?s=20>

Reichenberger, I. (2018) Digital nomads – a quest for holistic freedom in work and leisure, *Annals of Leisure Research*, 21:3, 364-380, DOI: 10.1080/11745398.2017.1358098 <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/11745398.2017.1358098>

Repeople. (2021, 17 febrero). Repeople - Diseñando ecosistemas para teletrabajadores. Recuperado de <https://www.repeople.co/>

Repeople. (s.f.). Obtenido de Diseñando ecosistemas para teletrabajadores: <https://www.repeople.co/>

Rivas, D. I. (2021, 23 mayo). Nómadas digitales en Fuerteventura. David Rivas V. Recuperado de <https://davidrivasv.com/nomadas-digitales-fuerteventura/>

Robinson, D. (2014, 20 noviembre). Medium. Recuperado el 2021, de Work and Travel Do not Have To Be Mutually Exclusive.: <https://medium.com/@DRobPhoto/work-and-travel-are-not-mutually-exclusive-d146a6f8ca0b>

Rodríguez, E. (2020, 18 mayo). Cómo atraer talento digital a la isla. (Workeamos.es, Entrevistador) Recuperado el 2021, de <https://www.workeamos.es/post/entrevista-elsa-rodriguez-tenerife-workandplay>

Ryan, C. (2003). *Recreational Tourism. Demand and Impacts*. Reino Unido, EUA, Canadá y Australia: Channel View Publications.

Schlagwein, D. (diciembre de 2018). ResearchGate. International Workshop on the Changing Nature of Work (CNOW), (págs. 2-5). San Francisco. Obtenido de The History of Digital Nomadism: [https://www.researchgate.net/publication/329182172\\_The\\_History\\_of\\_Digital\\_Nomadism](https://www.researchgate.net/publication/329182172_The_History_of_Digital_Nomadism)

Simancas Cruz, M., Hernández Martín, R., & Padrón Fumero, N. (2020). Turismo pos-COVID-19. La Laguna, España en 2020: Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel de la Universidad.

Recuperado el 2021, de [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/108283/1/Garcia-Lopez\\_Huete-Nieves\\_Turismo-pos-COVID-19.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/108283/1/Garcia-Lopez_Huete-Nieves_Turismo-pos-COVID-19.pdf)

Socatelli, M. a. (2013). Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles. En M. a. Socatelli. Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. Obtenido de <https://ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>

Sociedad de Promoción Económica de Gran Canaria (SPEGC), Ventanilla Única, Best in Gran Canaria, & Patronato de Turismo. (2021, abril). Cómo establecerte en Gran Canaria. Recuperado de <https://drive.google.com/file/d/1ZDk-iamn7Xz8SNWxVETcyours4FsFod/view>

Spinuzzi, C. (2012). Working Alone, Together: Coworking as Emergent Collaborative Activity. *Journal of Business And Technical Communication*, 26(4), 299–441.

Surfescape. (2021, 31 mayo). Surfescape Fuerteventura | Surfhouse, Cafe, Restaurant, Surf and Kitesurf. Surfescape. Recuperado de <https://www.surfescape.com/fuerteventura/>

Teletrabajar desde las Islas Canarias. (2021, 29 abril). Hola Islas Canarias. Recuperado de <https://www.holaislascanarias.com/teletrabajar-desde-las-islas-canarias/>

Tenerife Work&Play. (s. f.). Housing and accommodation. Recuperado de <https://www.tenerifeworkandplay.com/set-up/housing-and-accommodation/>

Thompson, B.Y. The Digital Nomad Lifestyle: (Remote) Work/Leisure Balance, Privilege, and Constructed Community. *Int J Sociol Leis* 2, 27–42 (2019)<https://link.springer.com/article/10.1007/s41978-018-00030-y#citeas>

Toledo, O. (2020, 18 julio). Canarias mira al teletrabajo para revitalizar la economía y atraer talento. Cinco Días. Recuperado de [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/07/16/companias/1594880921\\_207394.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/07/16/companias/1594880921_207394.html)

Torres, R. (2019, 13 diciembre). Los turistas producen el 26% de los residuos que se generan en Canarias. *La Provincia - Diario de Las Palmas*. Recuperado de <https://www.laprovincia.es/gran-canaria/2019/12/13/turistas-producen-26-residuos-generan-9191785.html>

Travia. (2021, 6 mayo). Lanzarote. Travia. Recuperado de <https://www.travia.es/lanzarote/>



- TSA-Técnicos en Socio análisis (2019). La población de Las Palmas de Gran canaria ante el fenómeno turístico. Recuperado de <https://lpavisit.com/es/observatorio-turistico?download=171:2019-estudio-poblacion-lpa-ante-fenomeno-turistico>
- Turismo de Islas Canarias. (22 de febrero de 2021). Obtenido de Las Islas Canarias, "la oficina con el mejor clima del mundo": <https://turismodeislascanarias.com/es/actualidad/las-islas-canarias-la-oficina-con-el-mejor-clima-del-mundo/>
- Turismo Islas Canarias. (2020). Oferta alojativa de Canarias por isla y categoría. Recuperado de [https://turismodeislascanarias.com/sites/default/files/promotur\\_oferta\\_categorias\\_2020\\_instac.pdf](https://turismodeislascanarias.com/sites/default/files/promotur_oferta_categorias_2020_instac.pdf)
- Turismo Islas Canarias. (2021, 10 mayo). Canarias incrementa en un 10% mensual la llegada de teletrabajadores al archipiélago. Recuperado 3 de junio de 2021, de <https://turismodeislascanarias.com/es/actualidad/canarias-incrementa-en-un-10-mensual-la-llegada-de-teletrabajadores-al-archipelago/>
- Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. (2019, 11 junio). El nuevo Turismo de Nómadas Digitales crece en Gran Canaria. ULPGC. Recuperado de <https://www.ulpgc.es/noticia/nuevo-turismo-nomadas-digitales-crece-gran-canaria>
- UNWTO. (20 de enero de 2020). UNWTO. Recuperado el 2021, de El turismo internacional sigue adelantando a la economía global: <https://www.unwto.org/es/el-turismo-mundial-consolida-su-crecimiento-en-2019>
- UNWTO. (s.f.). UNWTO. Recuperado el 2021, de COVID-19 Y EL SECTOR TURISTICO: <https://www.unwto.org/es/covid-19-y-sector-turistico-2020>
- UNWTO. (s.f.). UNWTO. Recuperado el 2021, de COVID-19 Y TURISMO: [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2021-01/2020\\_analisis\\_anual\\_0.pdf](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2021-01/2020_analisis_anual_0.pdf)
- Valentín, B. (4 de mar de 2020). Expansión. Recuperado el 2021, de Fiscalidad de los nómadas digitales: <https://www.expansion.com/juridico/opinion/2020/03/04/5e5e9f21468aeb423d8b4792.html>
- Visit La Palma. (s.f.). Obtenido de Teletrabajo en La Palma: <https://www.visitlapalma.es/teletrabajo-en-la-palma-nuevo/>
- Why Tenerife? (s.f.). Recuperado el 2021, de WHY INVESTING IN TENERIFE: <https://www.whytenerife.com/en/why-investing-in-tenerife>

Work & Play Tenerife. (s.f.). Obtenido de <https://www.floworkinglaoliva.com/es/home/>

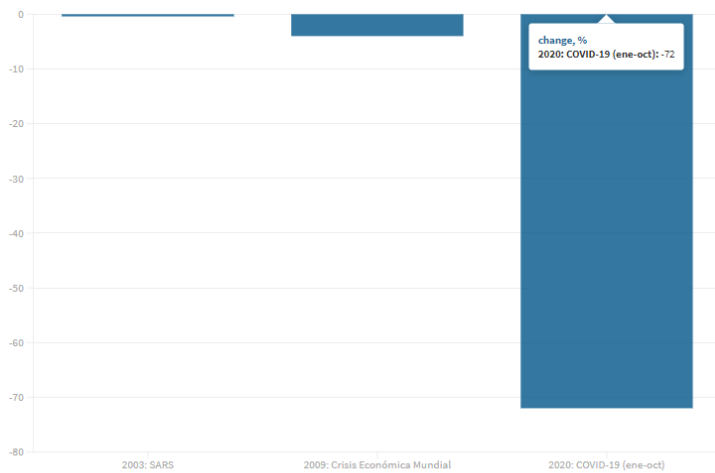
Zimbrón, A. (15 de abril de 2021). NOTIPRESS. Obtenido de Qué son los nómadas digitales y por qué cobraron tendencia tras la pandemia: <https://notipress.mx/vida/los-nomadas-digitales-y-cobraron-tendencia-tras-la-pandemia-70>

## 11. ANEXOS

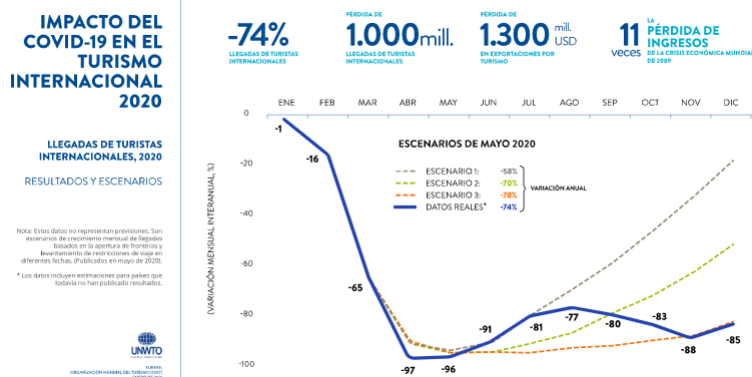
### 11.1. FIGURA 1.



### 11.2. FIGURA 2.

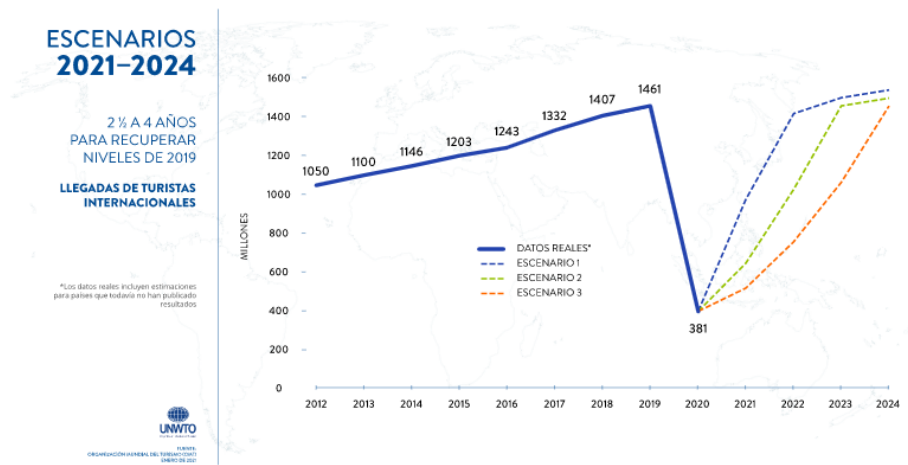


### 11.3. FIGURA 3.

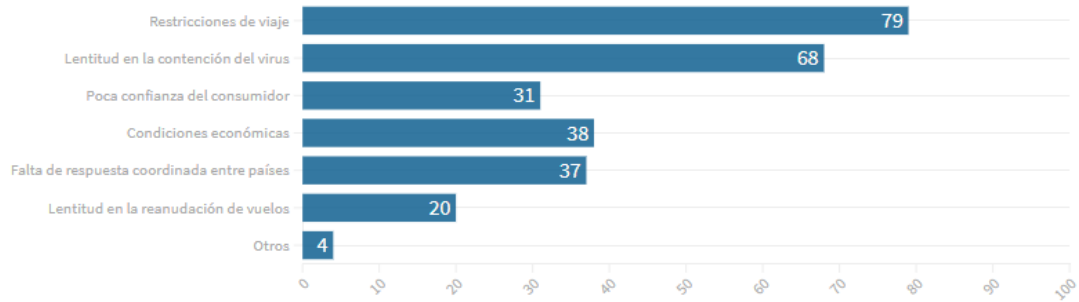


11.4. FIGURA 4.

Mirando hacia el futuro



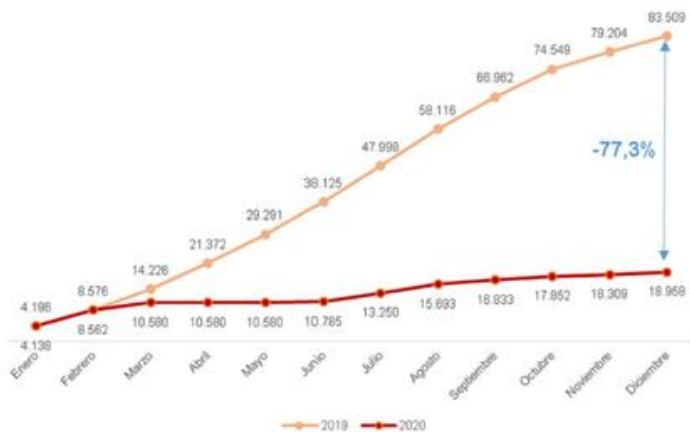
11.5. FIGURA 5.



©UNWTO

11.6. FIGURA 6.

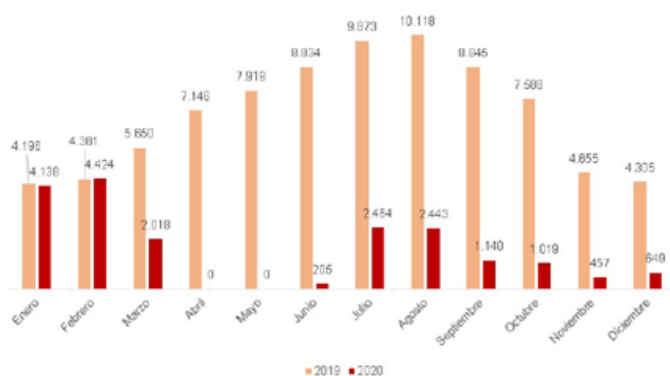
Acumulado de llegadas de turistas internacionales. Comparativa 2019-2020 (\*)  
 Miles



(\*) Datos provisionales desde enero de 2020

## 11.7. FIGURA 7.

Llegada mensual de turistas internacionales. Comparativa 2019-2020 (\*)  
Miles



(\*) Datos provisionales desde enero de 2020

## 11.8. FIGURA 8.

Canarias					
	Dato	Tasa variación anual	Tasa variación interperiódica	Variación anual	
2021 Enero	123.686	-89	-50	-1.109.337	
2020	4.631.804	-69	-69	-10.482.625	
2020 Diciembre	250.574	-81	25	-1.075.350	
2020 Noviembre	199.677	-84	-6	-1.089.404	
2020 Octubre	213.082	-83	6	-1.078.571	
2020 Septiembre	200.048	-82	-50	-928.336	
2020 Agosto	406.679	-68	35	-883.231	
2020 Julio	301.198	-76	2.132	-971.184	
2020 Junio	13.494	-98		-1.113.873	
2020 Mayo	0	-100		-1.066.023	
2020 Abril	0	-100	-100	-1.240.687	
2020 Marzo	517.624	-65	-60	-964.702	
2020 Febrero	1.296.405	0	5	2.859	
2020 Enero	1.233.023	-5	-7	-74.123	
2019	15.114.429	-2	-2	-443.469	

## 11.9. FIGURA 9.

Canarias				
	Dato	Tasa variación anual	Tasa variación interperiódica	Variación anual
2019	15.114.429	-2	-2	-443.469
2019 Diciembre	1.325.924	-1	2	-14.701
2019 Noviembre	1.289.081	-0	-0	-11.080
2019 Octubre	1.291.653	-8	14	-121.314
2019 Septiembre	1.128.384	-6	-12	-83.452
2019 Agosto	1.289.910	-5	1	-68.127
2019 Julio	1.272.382	-4	12	-66.166
2019 Junio	1.127.367	-3	5	-41.629
2019 Mayo	1.066.023	-4	-14	-51.326
2019 Abril	1.240.687	-0	-16	-3.742
2019 Marzo	1.482.326	0	14	115
2019 Febrero	1.293.546	0	-1	12.568
2019 Enero	1.307.146	0	-2	4.207

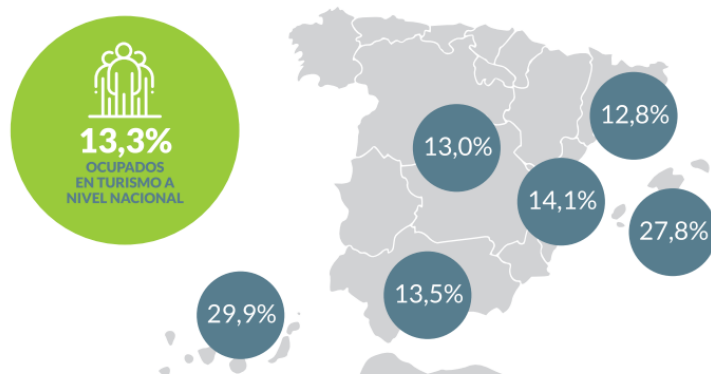
## 11.10. FIGURA 10.

	Canarias		
	Dato	Variación anual	Variación interperiódica
2020	42,41	-25,27	-25,27
2020 Diciembre	27,52	-38,02	4,25
2020 Noviembre	23,27	-42,71	2,85
2020 Octubre	20,42	-46,20	-1,69
2020 Septiembre	22,11	-46,17	-20,87
2020 Agosto	42,98	-36,18	13,40
2020 Julio	29,58	-43,80	20,97
2020 Junio	8,61	-56,26	4,26
2020 Mayo	4,35	-52,78	-0,17
2020 Abril	4,52	-59,46	-27,78
2020 Marzo	32,30	-37,53	-36,07
2020 Febrero	68,37	-1,39	-0,04
2020 Enero	68,41	1,03	2,87

## 11.11. FIGURA 11.

CONTRIBUCIÓN DE LOS OCUPADOS EN TURISMO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS  
**Porcentaje de ocupados en el Sector Turismo respecto del total de ocupados en la Comunidad Autónoma.**

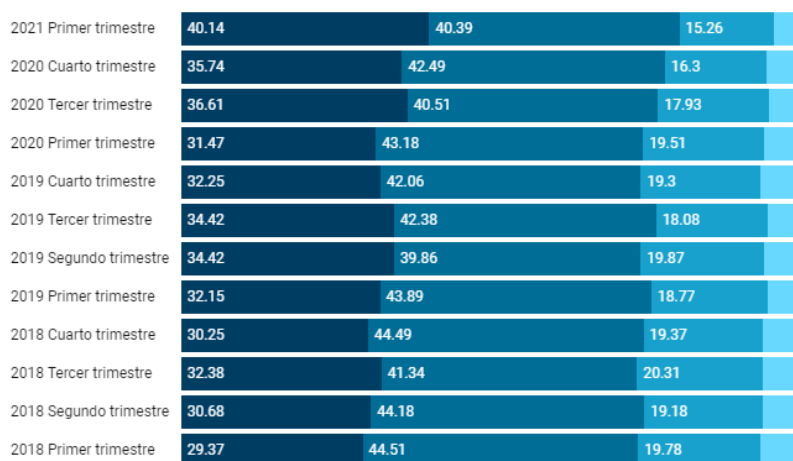
FUENTE: Exceltur a partir del Instituto Nacional de Estadística (INE). Encuesta de Población Activa 2016.



## 11.12. FIGURA 12.

Porcentaje de turistas según la importancia del entorno medioambiental

■ Mucho ■ Bastante ■ Algo ■ Nada



Source: ISTAC • Created with Datawrapper

## 12. APÉNDICES

### 12.1. APÉNDICE 1

Entrevista a Silvia Carrillo, *Home y Host Manager* de *Nine Coliving*

- **¿Cuándo y por qué comienza el proyecto *Nine Coliving*?**

*Nine Coliving* comienza a mediados de 2018 cuando Anne que es la fundadora (holandesa) viene a la isla con la idea de crear un *coliving*, ella era un nómada digital, durante más de un año y medio entonces ya conocía el mundo de trabajar en remoto, y cómo funcionaban los *coliving* en varios países de Europa, no había estado en muchos, pero sí que conocía y le gustaba mucho la idea. ¿Por qué en Tenerife? Anne no conocía las islas, pero sí que tenía claro lo que a ella le gustaba y el sitio donde quería montar el *coliving*, tenía que ser un sitio que tuviera la naturaleza cerca, que fuera seguro, que tuviese playa, que tuviese montaña y que se pudiese hacer *surf*, porque a ella le encanta el *surf*, y Tenerife es una isla que reúnen todos los requisitos y además está dentro de Europa, lo cual la hace mucho más atractiva que a lo mejor irse a un país de Latinoamérica o Sudamérica, que a lo mejor todo eso también lo puedes encontrar, pero está más alejado de nuestra cultura, entonces ella vino de casualidad a la isla, le gusto La Orotava, le gustó para abrir el *coliving*.

- **¿Qué perfil poseen quienes se alojan en *Nine Coliving*?**

Si te refieres a las profesiones que tienen la mayoría son programadores o trabajan en cosas de marketing pero también es cierto que he encontrado muchísimos perfiles, incluso profesionales de la sanidad, por ejemplo ahora mismo en la casa se aloja un chico que es terapeuta que debido a la situación de pandemia, ha podido trabajar en remoto y está haciendo terapia en remoto, antes del COVID también había una enfermera que daba cursos de enfermería online, pero si es cierto que la mayoría, son programadores, etc. Si trabajan con ordenador, ellos siguen trabajando y obviamente el trabajo es online, remoto, suelen tener buenos puestos de trabajo porque si no este tipo de ritmo de vida no sería tan fácil de tener, son nómadas digitales que lo que les gusta es viajar sin dejar de trabajar.

- **¿Cuánto dura la estancia media?**

Ahora la media está siendo de 4 o 5 meses incluso 6 y 7, antes de la pandemia, por ejemplo, Anne me comentaba que la gente no se quedaba tanto, porque la gente quiere seguir viajando, pero por la situación actual, por las condiciones de la isla y como están las condiciones en el resto del mundo, todo el mundo está enamorado de la isla y la mayoría quieren ampliar su estancia y ahora la media te podría decir que son 5 meses.

- **¿Rango de edad?**

Las edades están entre los 20 y pico a los 30 y pico o incluso 40, pero tampoco te miento si te digo que hay personas que tienen 50 y pico o 60, ha habido personas mayores, pero en general la media está entre los 20, 30 y 40. Gente joven que no tienen familia, hay parejas también, pero que

no tienen hijos, eso es en nuestro coliving, sé que hay nómadas digitales que viajan con su familia, pero en nuestro coliving no lo he visto todavía.

- **¿Cuál era la tendencia de los nómadas digitales anteriormente en Canarias?**

En Gran Canaria, sí que tenían un poquito más de experiencia en esto de los *coliving*, y hay una comunidad de nómadas digitales más grande que aquí, pero en Tenerife, poco a poco, de hecho, *Nine Coliving* es de los primeros que hay en la isla, por no decir el primero, y ha ido creciendo la comunidad de los nómadas digitales desde que *Nine Coliving* ha abierto, entonces la tendencia ha ido en aumento.

- **¿Ha aumentado el fenómeno de nómadas digitales tras la pandemia?**

Después de la pandemia se ha notado mucho más el aumento y también por ejemplo hemos notado el incremento de clientes franceses, sí que seguimos teniendo alemanes, holandeses, polacos, etc., pero franceses antes no habían tantos y ahora hemos tenido un aumento del mercado francés, pero yo diría que sí (refiriéndose a el aumento de nómadas tras la pandemia), de hecho la casa está llena incluso tenemos lista de espera y muchos de los nómadas digitales que se han querido quedar más en la isla, alquilan una casa grande y se quedan en la isla a trabajar.

- **¿Hay alguna alternativa para los nómadas que no pueden alojar?**

Siempre intentamos darles el alojamiento que se pueda, incluso hemos alquilado un apartamento en La Orotava para poder abarcar esta demanda, pero de resto no, porque la verdad que no es un turismo que quiera venir con todo hecho, viene a vivir en la isla, entonces ellos se buscan la vida, son bastante resolutivos, normalmente buscan una casa que tenga buenas instalaciones, que tengan conexión a internet, que tenga un buen salón para que puedan trabajar, por ejemplo la mayoría se alquilan chalets en barrios tranquilos.

- **¿Qué medidas legales cree que necesita Canarias para que este mercado siga creciendo?**

Para que haya más oferta de *coliving* falta una regulación propia, es decir, los *coliving* se tienen que adaptar a la hora de crear la empresa, de legalizarla, se regularizan dentro de la hostelería o como viviendas vacacionales lo cual está bien, porque tienen que estar dentro de un sector, pero no es lo ideal, porque al final un *coliving* necesita una regularización más adaptada como modelo de negocio, que en mi opinión es un modelo de negocio favorable para las islas, es un turismo muy respetuoso, sostenible y que no quiere acabar con el entorno natural, es decir, no limita a construir más si no a reutilizar lo que ya tenemos, nuestra arquitectura, nuestras casas bonitas y dejar el entorno como está.

Como medidas legales, yo diría una propia legislación, y poco más ya que la isla tiene muchos atractivos para que ellos (los nómadas digitales) quieran venir.

- **¿Se ven los nómadas con algún problema fiscal o legal a la hora de trabajar aquí?**



No, porque realmente, los que al final se quedan por una temporada larga, es decir más de 3 meses y que se supone que deberían regularizar su situación, algunos se empadronan, o se registran como residentes en canarias y pagan sus impuestos aquí y otros, especialmente los de Reino Unido, con todo lo que está pasando del Brexit se deben de ir.

Los nómadas que vienen de Europa sí que es verdad que ven dificultades en el transporte público de canarias y los obliga a alquilar coches. No sé si te respondo a la pregunta.

- **¿Cree que es necesaria más oferta enfocada a los nómadas digitales?**

Realmente es algo que ya está ocurriendo, en nuestro email recibimos bastantes propuestas de promotoras de las islas en cuanto a turismo, pero además hay un organismo que pertenece al gobierno de canarias y es una iniciativa creada para ayudar a los nómadas digitales desde hace muchos años que si quieren la pueden buscar en internet se llama Tenerife *Work and Play* y es una iniciativa que se ha creado para ayudar a los nómadas digitales, trabajadores en remoto que quieren venir a las islas a vivir y a trabajar, para ayudarles un poco. Entonces sí que la oferta ya está en marcha y creo que funciona bastante bien, no sé si es necesaria más oferta, por ahora lo veo bien, teniendo en cuenta que estamos en pandemia.

Hay otras empresas incluso, o sea hay más coliving que se están creando, no paro de escuchar últimamente gente que quiere abrir *coliving*, por ello creo que la oferta está muy bien, está en auge y está creciendo muchísimo.

- **¿Podría ser un nuevo segmento consolidado en Canarias? ¿Perdurará?**

Yo creo que sí, que va a destacar y que puede ser un segmento consolidado, porque tenemos como la seño, es decir, ahora gracias a la pandemia mucha gente ha venido, conocen las islas, saben lo bien que se está aquí y por ahora, no hemos encontrado a nadie q no les hayan gustado las islas, que no quieran volver. Suele ser más barato que donde ellos viven normalmente y les gusta bastante incluso estuve hablando con un huésped de Holanda que decía que es una persona más de ciudad, que echa mucho de menos ir a museos, teatros y demás que sí es verdad que tenemos, pero no tenemos esa oferta, podríamos impulsar un poquito más la cultura, ya que esta un poquito mal. Bueno pues al final esta persona de Holanda cambió todos sus planes, que lleva un par de meses y ya es una fan de los pateos, de irse a la playa y que por lo menos en Tenerife ve las opciones, hay muchos restaurantes, está la laguna que es una ciudad más universitaria y cosmopolita tiene Santa Cruz, es decir, que sí que creo que gracias a la pandemia y que mucha gente ha venido a conocer las islas y se han visto forzados a quedarse más, esto nos ha dado un impulso muy bueno y se ve porque todo el mundo quiere abrir *colivings* ahora y se está escuchando los nómadas digitales ahora mucho más que antes, por ejemplo *Nine Coliving*, nació antes de la pandemia, siempre ha estado bien y ahora después de la pandemia y nos han contactado la televisión canaria, ha venido la televisión francesa a grabar porque en otros países ya se escucha canarias como un destino muy solicitado para nómadas digitales.

**Hablamos con ella sobre el concepto de los nómadas digitales**

Yo tampoco lo conocía (el concepto de nómada), antes de conocer a Anne tampoco lo conocía y una vez dentro da muchísima envidia porque yo sigo viviendo en la isla y me encanta, pero tengo que confesar que el estilo de vida que ellos llevan es muy llamativo porque al final, siguen teniendo el salario de sus países, pero pueden viajar por el mundo y encontrar su lugar.

A mí me encanta, yo me he dado cuenta de que ellos valoran mucho la isla tal y como es, es decir, ellos les da mucha pena la cantidad de hoteles que pueden llegar a haber en el sur y que han cambiado tanto nuestro entorno. Al final son personas que vienen a conocer el sitio tal y como es y la cultura.

Nosotros por ejemplo tenemos el *coliving* en La Orotava, consumen muchísimo de la Orotava, lo local, les encanta en sus ratos libres irse a tomar un helado, porque, aunque tengan el café en la casa, pues les gusta salir a pasear, a tomar aire, probar restaurantes, ir a guachinches, es un turismo que verdaderamente les gusta conocer el sitio y por eso vienen varios meses para conocerlo en profundidad, no vienen como el típico turista que se va a un hotel para estar todo el día encerrado y ya está. Ellos vienen, trabajan y en sus ratos libres lo que les gusta hacer es irse de pateo, irse a la playa, etc. consumir aquí, pero de una forma muy respetuosa, son extremadamente limpios, es otro tipo de mentalidad, vienen con otra idea y a mí me gusta mucho, porque me encanta la isla y me da mucha pena cuando veo que se “estropea para por los turistas”

#### **Apunte de Jean Pierre sobre la opinión de los residentes, ¿tienen problemas los locales?**

Yo creo que todo lo contrario, ahora mismo me viene a la cabeza una cafetería supermercado, una idea innovadora que hay en La Orotava que se llama casa verde y venden productos ecológicos, ofrecen almuerzos veganos y vegetarianos, es un tipo de alimentación que en canarias no lo tenemos tan interiorizado por nuestra cultura y nuestra gastronomía y es verdad que según los países buscan otro tipo de alimentación y en concreto ellos están super contentos porque gracias a todos los del *coliving*, y eso que nosotros no cobramos comisión por recomendar ese sitio, creo que han podido sobrellevar toda esta pandemia y todo lo que ocasiona, gracias a los nómadas porque les encanta ir a ese tipo de lugares y consumir productos locales, verduras, etc. Por ello, yo creo que es muy beneficioso para cualquier lugar ahora mismo de Canarias.

#### **María hace un apunte sobre que los nómadas a diferencia de los turistas tradicionales se interesan mucho más por la cultura y los productos locales.**

Por supuesto, ellos todos los fines de semana hacen planes para subir al Teide, etc., hacen de todo, menos ir al cine que por desgracia muchas de las películas del Cine del Alcampo de La Villa no las tienen subtituladas, pero si no irían. Pero si consumen mucho local, les encanta y es un valor añadido para ellos, todo lo que nosotros vemos más normal y ellos lo aprecian tanto.

#### **Hacemos un apunte de que esto son buenas noticias y nos da esperanza para la reactivación del turismo y la economía.**

Sí, estamos llenos, incluso hay dos antiguos huéspedes que han invertido y han comprado casas que estaban abandonadas y las están reparando, para montar *coliving*.

## 11.2. APÉNDICE 2

Entrevista personal a Alessandro Costa, *Home Manager* de Buen día Corralejo No-Hotel.

- **¿Cuándo y por qué comienza el proyecto de Buendía Corralejo No-Hotel?**

Buendía Corralejo No-hotel es parte de SATOCAN, grupo de empresas de carácter internacional. Iniciaron el proyecto en 2019 aprovechando la estructura del complejo de apartamentos que había. Son apartamentos completos, con dos dormitorios y cocina equipada. Se reformaron los 109 apartamentos y en la parte central se crearon zonas comunes como gimnasio, piscina, restaurante y recepción.

Al ser apartamentos, la idea fue explotarlo como vivienda vacacional, ya que cada uno está dado de alta como una vivienda vacacional individual. Se ha buscado una forma de explotar estas viviendas ofertando unos servicios extras. Los turistas alquilan su vivienda, pero tienen a su disposición servicios extras que no tiene una vivienda vacacional común.

- **¿Por qué la definición de no-hotel y no aparthotel o apartamentos Buendía Corralejo?**

Como son viviendas vacacionales no son un hotel y de ahí el juego de palabras NO-HOTEL. En su estrategia de *marketing*, hacen mucho juego de palabras con el NO. Suelen llamar a los huéspedes como no-turistas, porque viven en el “no-hotel” y tienen otro comportamiento.

Fue una idea, para diferenciarse de otros alojamientos que se hacen llamar aparthotel o apartamentos y conseguir algo más moderno. Para que los no-turistas puedan disfrutar de Corralejo como si fueran una persona local, sin embargo, el concepto sigue siendo de vivienda vacacional.

El objetivo era crear una comunidad de visitantes activos, mezcla de turistas y locales. Corralejo tiene una energía distinta a otras zonas por la mezcla que existe de gente local y turistas que hacen distintas actividades. Ofrecer a los turistas alojamiento para su visita en la isla y a la vez un punto de encuentro a los locales para hacer deporte, ir al restaurante, tener un vaivén de gente.

- **¿Cómo definirían su oferta alojativa?**

Es una oferta un poco diferente. Los servicios son bastante diferentes a un hotel convencional, pero también tiene un estilo moderno. Los clientes tienen más libertad al tener un apartamento totalmente equipado, pueden diseñar sus vacaciones de trabajo a su ritmo y no están ligados a horarios de buffet, por ejemplo. Pueden disfrutar tanto del complejo como de Corralejo y Fuerteventura a su ritmo.

Tienen un lema: “los turistas pueden hacer sus vacaciones a su ritmo, con sus reglas como si estuvieran en casa”. La cantidad de servicios es limitada, al ser un complejo muy grande, ofrecen una limpieza semanal solamente. Por otro lado, el restaurante solo cubre desayuno y snack bar. No ofrecen media pensión ni todo incluido. El objetivo de ellos es que los clientes no estén siempre

encerrados en el complejo, sino que salgan a conocer la isla, utilizando los servicios de la zona, los restaurantes, que aporten a la economía local. Ese también es su objetivo y donde está la diferencia. También han intentado diseñar el estilo de trabajo enfocado a Corralejo. Corralejo es un lugar muy tranquilo, con un ambiente cercano, surfero y han querido aprovechar el diseño de Buendía, ofreciendo un servicio profesional, pero con un estilo cercano, relajado, con menos barreras y ofreciendo un trato de tú a tú.

Quieren diferenciarse del modelo estricto y corporativo y ahí quizás está la diferencia de la oferta alojativa.

- **¿Cuál es el perfil de sus principales huéspedes, sexo, nacionalidad, profesión?**  
**¿Cuál es la estancia media?**

(Esta pregunta le costó un poco al no tener los datos actualizados, ya que abrieron el 22 de julio de 2019, teniendo el primer verano de *soft opening*, el primer invierno y luego la crisis del COVID, por lo que no tienen una base de datos real al no tener la oportunidad de abrir un año seguido. Este 2021 sería el primer año abierto los 365 días y así podrían tener más datos demográficos y un estudio mejor enfocado).

Aunque ha ido cambiando un poco, motivado por las restricciones de las agencias y turoperadores extranjeras, en general las nacionalidades son: británicos, franceses, alemanes (aunque en Corralejo no es un mercado muy grande), italianos, españoles, belgas y holandeses son las nacionalidades más importantes. También cabe destacar Polonia como mercado nuevo y que va creciendo. Después de la pandemia, se ha visto un incremento muy grande especialmente de franceses.

“Quizás los países donde las restricciones y toques de queda han sido más extensos y restrictivos, han sido los que más han querido salir de su país para venir aquí, ya sea de vacaciones o para teletrabajar.” - Francia, Bélgica y en menor medida Holanda, países que tenían el toque de queda a las 18:00. Han valorado el hecho de venir y poder estar fuera hasta las 22h, 23h, era un gran cambio para ellos. En el aspecto del sexo, no existe grandes diferencias, con datos bastantes homogéneos.

La estancia media antes del COVID solía ser de entre 7 y 10 noches (La estancia mínima es de 4 noches), pero ahora después de la situación grave han tenido muchas estancias largas, desde 2 semanas hasta 6 meses. Hay gente que ha venido por 2 semanas/1 mes y ha prolongado su estancia ya que se sienten a gusto tanto en el complejo, como en la isla (el buen tiempo, deporte, surf y poder teletrabajar).

Muchos clientes se están planteando un cambio en su vida. Hay clientes alojados, con alto nivel económico y han empezado a comprar terrenos y casas para después tener su segunda residencia en Canarias.

“Pienso que va a haber un boom bastante grande ahora y se va a mantener cuando llegue el verano. Estamos confiados en que el verano y el invierno de 2021 serán muy fuertes, pero también puede que sea temporal esta fiebre. Sin embargo, mientras dure será beneficioso para el archipiélago.”

En cuanto a sus profesiones hay un poco de todo. Han tenido un grupo muy grande de Google y consiguieron captar clientes que eran amigos y poco a poco han hecho promoción en su núcleo cercano. Hay muchos clientes que han venido recomendados por otros que están alojados o estuvieron. La mayoría es gente que teletrabaja para una empresa tecnológica grande como Google y una pequeña parte como autónomos o *freelancers*.

Hay variedad, pero sí que hay muchos jóvenes que trabajan para terceros, muchos con permiso de su empresa y otros que no lo comunican a la empresa, aprovechándose de la situación. Trabajan, pero la empresa no sabe dónde están ubicados. Aunque en general, las empresas sí conocen la situación geográfica de sus trabajadores.

A la hora de desplazarse, hay tanto familias como parejas, sin embargo, la mayoría de los que se alojan son grupos de amigos. Si trabajan en la misma empresa, llaman a más amigos para compartir gastos de alquiler (En un apartamento caben 4 personas). Hay gente que se aloja en Buendía, sin dejar de pagar el alquiler en su país de origen y eligen compartir apartamento con otros para dividir gastos, prolongar su estancia y seguir manteniendo su vivienda en el país.

Existen casos de grupos de amigos que se han disuelto, ya que a lo mejor necesitan volver a sus países y se queda parte del grupo en Corralejo. Para seguir ahorrando gastos, muchas veces socializan entre ellos y se unen a vivir en otro apartamento.

Por ejemplo, había dos chicos alemanes que vivían juntos, pero uno tenía que volver a Alemania. El otro no quería volver y le daba pena dejar el apartamento al no poder permitírselo él solo. Así que se le ocurrió hablar con una chica francesa que sabía que estaba sola hacía un par de días y en menos de dos horas, casi sin conocerse, avisó a la recepción que se mudaba con ella.

Son un segmento bastante sociable y muy abierto. Crean grupos de amigos, de la misma nacionalidad o internacional. Existen familias con niños que se han conocido y hacen actividades juntos. También comparten viajes en coche entre ellos y se organizan por grupos de WhatsApp o Facebook de nómadas digitales en Corralejo para realizar actividades y ayudarse.

- **¿A qué público objetivo está principalmente enfocada su oferta?**

El objetivo principal al abrir el complejo era orientarse al turismo activo (para ello habían montado la escuela de *surf*) y querían atraer a ese segmento de gente activa y deportistas, pero que a la vez teletrabajan. Sin embargo, antes del COVID no habría sido posible, ya que al trabajar con agencias y turoperadores estás atado al tipo de turista que traen. Durante una temporada tuvieron un tipo de turista que no era su objetivo y ahora con este cambio el cliente que se aloja ahora se asemeja mucho más del que imaginaban en un principio. Ahora están trabajando muy poco con agencias y se enfocan en la venta directa. El segmento deseado son jóvenes activos,

teletrabajadores, deportistas, que salgan a consumir fuera del complejo (huyendo del turista apartamento-piscina-apartamento que no se mueve ni explora la isla).

- **¿Cuál era la demanda por parte de los nómadas antes de la pandemia? ¿Ha aumentado la demanda tras la pandemia?**

Antes de la pandemia la demanda era casi nula. Eran un segmento muy reducido. “Quizás no supimos o no pudimos explotarlo”. Corralejo ha tenido esta explosión de turistas, junto a La Oliva (coincidiendo con el norte de la isla). En general, el sur de la isla ha estado desierto. A través del boca a boca, se ha captado más visitantes.

Destaca marzo y abril como meses claves de recuperación, en los que podías salir y ver gente en la calle, los restaurantes con clientela, la playa llena. En general han sido meses bastante buenos para Corralejo gracias a este segmento. Aproximadamente, el 70% de los turistas que se alojaban en el norte teletrabajaban.

Las restricciones dentro de España han sido el talón de Aquiles para la semana santa, donde tuvieron muy pocos clientes nacionales. Aunque sí que han tenido clientes peninsulares que han podido venir a teletrabajar (como los de Google de Madrid), hay muchos menos que extranjeros. Los que han venido, lo han hecho con permiso de su empresa o han hecho una escapada de unos días. Prácticamente en Semana Santa, que suele ser una temporada muy buena gracias a la gente canaria y del resto del país, no recibieron a muchos, solamente de grandes ciudades como Madrid y Barcelona.

- **¿Qué medidas legales cree que necesita Canarias para que este mercado siga creciendo?**

Una cosa que han tenido que modificar, en su caso al ser viviendas vacacionales para estancias largas, es tener un límite de noche para que no entrara en juego un usufructo de los huéspedes y pudieran declarar que son residentes dentro del apartamento.

Esto lo han consultado con su departamento legal y lo que hacen al tener una estancia larga de más de un mes, es dividir la reserva en líneas de máximo 30/45 noches y realizan un *check-in* y *check-out* para la reserva, realizan luego otra reserva con su pago y cobro como si fuera una nueva. De esta forma se protegen de posibles lagunas legales al tener estancias largas de 4/6 meses y que los huéspedes aleguen tener el derecho de uso de vivienda. Este es el único aspecto donde han tenido que cubrirse las espaldas.

Para promover el destino y que el mercado siga creciendo no sabría decir. Sin embargo, piensa que se debería buscar algo que facilite y que sea ágil para los turistas viajar y alojarse. Sería recomendable buscar una fórmula en la que prime la seguridad (en esta situación de pandemia), pero también la sencillez. Se ha de buscar unas normas claras y si es necesario algún control, que esté bien definido y sea competente. La clave estaría en la claridad y facilidad. Las autoridades competentes tienen que buscar una fórmula basada en la sencillez.

Este segmento se caracteriza por ser súper independientes y modernos, pero a la vez todo lo quieren rápido, fácil y si puede ser hecho mejor. Es un segmento que valora mucho su tiempo y todo lo que requiera perder tiempo con búsqueda, papeleo y burocracia no funcionará con ellos. Quieren todo fácil, digital y rápido. Habría que buscar algo enfocado en ese estilo de vida.

Esto se ha visto mucho en el departamento de recepción. Un cliente que trabaja para una gran corporación, como Google, a pesar de ser muy inteligentes, a la hora de hacer una reserva no quieren perder tiempo entrando en la web del no-hotel (aunque le des el descuento de repetidor) en hacer la reserva. En cambio, al tener el contacto, mandan un WhatsApp diciendo: “quiero volver de x día a x día, ¿me haces la reserva?”. Son así: “hazlo tú, porque yo tengo cosas que hacer”. Por eso, si empezamos a poner trabas de papeleo y permisos, pueden que opten por otro destino.

Existe también un problema para los turistas británicos, al no pertenecer a la Unión Europea, tienen un límite de estancia. Es un emisor que habría que valorar facilitarles la entrada.

- **¿Cree que es necesaria más oferta enfocada a los nómadas digitales en Canarias?**

La llegada de este tipo de cliente fue un poco imprevista y ha supuesto un antes y un después. Se han replanteado muchos servicios y también algunos procedimientos, debido a las necesidades específicas de este cliente. Es bueno que en general todos los alojamientos puedan repensar y rediseñar todos sus servicios y procedimientos. Hay que hacer un esfuerzo inmenso en Fuerteventura.

Cabe destacar La Oliva que ha empujado muy fuerte y es positivo, ya que están planeando un proyecto a largo plazo, tanto como destino de deporte (presentado hace unos años) y ahora en la misma ola quieren añadir el turismo de los nómadas digitales.

En resumen, los complejos turísticos deben invertir en mejoras de planta alojativa, servicios y enfocar los esfuerzos en la tecnología de las habitaciones y apartamentos, como en la infraestructura del alojamiento. No solo a nivel alojativo, hace falta un cambio en ocio, actividades deportivas y servicios en destino. No debe ser cosa del ayuntamiento o de algunos complejos turísticos, el destino debe remar en la misma dirección, si no, habrá un desequilibrio importante.

De nada sirve ofrecerles lo mejor dentro del hotel si luego fuera está todo desfasado, esto no sería nada atractivo. La tecnología y la sostenibilidad son cosas que interesan mucho a este sector. Hay que estudiar muy bien las necesidades del segmento y explotarlo.

- **¿Creen que es beneficioso este tipo de turismo para las islas o, por el contrario, puede traer problemas con los residentes?**

Es cierto que quizás se ha estigmatizado en los últimos meses al turista joven. Por un lado, le ha perjudicado el momento con todas las restricciones, habiendo algunas incidencias en el alojamiento. Existe gente joven, con amigos, fuera de su país, pueden llegar a provocar situaciones en las que se ha llamado a la policía, ha habido fiestas en la playa o reuniones grandes en villas.

Ha sido complicado gestionar algunas situaciones de este tipo, sin embargo, ha sido una parte pequeña de todos los visitantes.

También hay que tener en cuenta que no solo son los turistas quienes hacen esto, ya que la gente local hace lo mismo. Es algo que ha caracterizado a los jóvenes en general, pero ha sido algo que se ha visto más perseguido debido a la situación actual (gente joven, sociable, activa). Es algo que pasa en todo el mundo y cuando la pandemia acabe y se vuelva a la normalidad el segmento podrá integrarse de una manera homogénea sin problemas.

Por otro lado, los nómadas son un segmento con un poder adquisitivo medio-alto, consumen producto local, gastan dinero en restaurante, supermercado, tiendas (de deporte, alquilan coches y tablas, comprar material de surf, teléfonos, ordenadores), salen. Sin duda, son un segmento interesante en cuanto al gasto en destino.

“Creo que, en el futuro, con la normalización, no les va a valer la pena moverse durante el verano ya que en esas fechas hace buen tiempo en sus países de origen y podrán trabajar en otras zonas turísticas de su país gastando menos dinero. Pero ojalá, este tipo de cliente se quede por largo tiempo.”

Creo que Canarias puede, invirtiendo y potenciando la promoción, tener, aunque sea una pequeña parte de estos turistas, repetidores, que vengan a trabajar en invierno 1-3 meses. Esto sería un gran beneficio para los complejos, el tener una base de clientes fijos del 30% /20% en invierno con nómadas digitales y el resto con agencia, turoperadores. Este colchón de cliente de larga estancia, repetidor con poder adquisitivo alto, sería fantástico. Para esto hay que potenciar y atraer. Diversificar el turismo y salir del turista típico (sol-playa-alcohol), buscando una mezcla de clientes

- **¿Conocen a otras empresas centradas en este mercado?**

Sí, en la zona de Corralejo compiten con otros 2 o 3 complejos. Se ha potenciado la larga estancia, con promociones y precios más asequibles y ha permitido que algunas pequeñas empresas de alojamiento puedan abrirse, adaptándose a la situación gracias a este mercado. Esto ha salvado la temporada de invierno y tener ocupación, a diferencia de otros complejos de hoteles más internacionales que permanecen cerrados.

En abril tuvieron el mejor mes desde la apertura, con un 50% de ocupación de media con picos del 65% con buenos precios. Han cubierto todos los costes fijos obteniendo un pequeño beneficio salvando la temporada de invierno. Los que han apostado por este mercado, han triunfado. Se han creado promociones, espacios de coworking, nuevas aperturas de coliving, están aprovechando la situación.

- **¿Podría ser un nuevo segmento consolidado en Canarias? ¿Perdurará?**

Me gustaría pensar que sí, pero no tendrá el peso que ha tenido ahora una vez que la gente tenga la libertad de moverse por otros países extranjeros de Europa o incluso en Asia o América.