

CÓMO SER DESTINO INTERNACIONAL DE TELETRABAJO Y NÓMADAS DIGITALES



Programa 'Adapta tu pueblo,
adopta un pueblo'

Queremos lo mejor para tu municipio y sus habitantes

Teletrabajadores y nómadas digitales buscan destino



La pandemia ha acelerado la expansión del **teletrabajo** y el trabajo en remoto. Ya no hace falta ir a una oficina.

Se puede trabajar desde cualquier sitio del mundo con un ordenador e internet.

Un mercado en aumento desde 2020

01

Aumento del nº de nómadas digitales 'tradicionales'.

02

Nuevos perfiles de ND: profesionales que teletrabajaron por primera vez durante la pandemia continúa trabajando en remoto

03

Nueva tendencia sociológica a abandonar las grandes ciudades.

Datos 2021

Fuente: Homelike (plataforma alquiler alojamiento)



- 1 La solicitud de viviendas por parte de nómadas digitales aumentó un 291% en agosto de 2021 respecto a agosto 2020.
- 2 La estancia media fue de 92 días.
- 3 La previsión es que en verano de 2022 se duplique por el nuevo visado ND y la apertura de más edificios para este perfil
- 4 Ejemplo: Málaga tuvo un incremento del 442% (Inglaterra, Alemania y Francia)

Casos concretos

Valencia Málaga

Somiedo Tenerife

**Sevilla Genalguacil
Alicante**

Las Palmas

Iniciativas

- Red Nacional de Pueblos Acogedores
- Repeople
- Workbay
- Nomadcity
- Pueblos Remotos

Un camino nuevo

Deslocalización del trabajo

Nueva economía

Turismo sostenible

Digitalización

Emprendimiento

Ruralidad conectada

¿Quiénes son los nómadas digitales?



Para llegar a ellos como público hay que conocerlos

- 1 Son trabajadores que no necesitan un lugar físico determinado para trabajar.
- 2 Su actividad depende o se vehicula gracias a internet.
- 3 Son trabajadores por cuenta ajena, emprendedores, autónomos, freelance.
- 4 No se limita a profesionales digitales (profesores, psicólogos, arquitectos...).

- 1 Se organizan en grupos propios a través de redes sociales
- 2 No consumen medios de comunicación concretos
- 3 Idioma

Ventajas para el municipio de atraer este mercado



01

Talento digital

02

Desestacionalización y
diversificación del turismo

03

Estancias más largas, más
consumo, mayor gasto: mejora de la
economía local

04

Freno a la despoblación

05

Imagen y marca

Tipos de teletrabajadores y nómadas digitales

01

Nómadas digitales de sol y playa

Buscan sitios de costa, practican deportes de agua, vida relajada y socializar.

02

Nómadas de destinos urbanos

Ciudades con ecosistema emprendedor, startups y sector tecnológico. Vida social y networking.

03

Familias nómadas digitales

Trabajan en remoto, ciudades medianas o pequeñas y buen clima. Colegios.

04

Nómadas rurales

Pueblos o ciudades pequeñas, tranquilidad, contacto con la naturaleza, contacto estrecho con la vida y cultura local

¿Qué valoran del destino?

- 1 Buen clima
- 2 Buen Internet y buena cobertura
- 3 Calidad de vida
- 4 Alojamientos adaptados para teletrabajar
- 5 Alquiler de medio término (1-4 meses)
- 6 Coste de vida asequible
- 7 Buenas conexiones de transporte/aeropuerto
- 8 Coliving
- 9 Cercanía a la naturaleza (mar/montaña) y dxts
- 10 Que haya más nómadas
- 11 Coworking (y wifi gnral.)
- 12 Destino seguro
- 13 Buen sistema de salud
- 14 Experiencias únicas - conexión cultura local



¿Cuáles de estos 14 aspectos reúne su municipio?

Tranquilo, no es un esquema cerrado.



Su localidad tiene mucho potencial.
Solo hay que saber verlo, trazar una estrategia y ponerlo en valor.

¿Qué debe ofrecer un destino para atraer a este mercado?

SE CREE QUE LOS NÓMADAS DIGITALES SOLO NECESITAN ACCESO A UN BUEN INTERNET. ERROR.

1

2

SE INSISTE EN LAS VENTAJAS O CARACTERÍSTICAS PROPIAS DEL DESTINO (VENTAJAS PASIVAS) SOBRE LAS QUE SE ORGANIZA LA ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y ATRACCIÓN.

3

ESTAS CUALIDADES PUEDEN NO SER SUFICIENTES PARA SER DESTINO PRIORITARIO FRENTE A OTROS COMPETIDORES.



Hay otros elementos que hacen más atractivo a un destino con respecto a otro.

Ante la competencia por atraer a este nuevo mercado, la clave del éxito reside en las **MEDIDAS ACTIVAS.**





MEDIDAS PASIVAS

- **internet**
- **conexiones aéreas y transporte**
- **clima**
- **calidad de vida**
- **seguridad**
- **buena sanidad**



MEDIDAS ACTIVAS



1. **Internet de calidad (fibra óptica)**
2. **Asesoramiento fiscal (impuestos y tasas)**
3. **Asesoramiento legal y burocrático (trámites, documentación, visados)**
4. **Alojamiento y asesoría inmobiliaria (asesoramiento para encontrar casa)**
5. **Softlanding**
6. **Asociaciones/plataformas locales o regionales para promover la oferta**
7. **Ecosistema emprendedor**
8. **Servicios para las familias**
9. **Cursos español y programas de integración social**



¿Cómo transformarme en destino?

1. Hacer un **análisis previo** de los objetivos.
2. **Planificar una estrategia.**
3. **Proponer incentivos** acordes a las posibilidades económicas, la idiosincrasia del destino, la oferta de alojamiento y servicios, para que los **nómadas elijan nuestro destino.**

Los planes deben ser a **medio y largo plazo.**



FASE I

Hacer un diagnóstico del municipio como destino y producto turístico para los teletrabajadores.

Para ello tenemos que **analizar los diferentes factores y circunstancias que participan en la creación del producto:** la demanda, la oferta de alojamiento y la oferta complementaria existente, el marco legal y las acciones públicas y privadas para atraer a este mercado.



DIAGNÓSTICO DAFO

Analizaremos las DEBILIDADES, AMENAZAS, FORTALEZAS y OPORTUNIDADES. Nos servirá para:

- Detectar los inconvenientes que surjan
- Prever posibles escenarios
- Enfrentar amenazas
- Observar soluciones
- Detectar los puntos de vista débiles del producto/destino y transformarlo en fortalezas y oportunidades



FASE 2

Conclusiones y recomendaciones a partir del diagnóstico.

Detección de áreas de oportunidad

FASE 3 Estrategias.

Plan Estratégico

FASE 4

Definir el producto y servicios: crear el destino.

Promoción

Plan de acción.

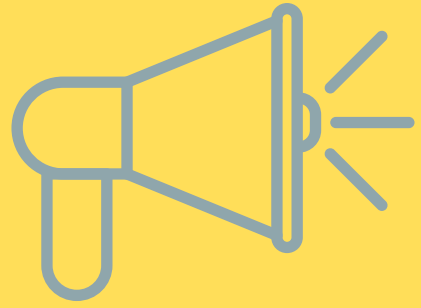
ADELÁNTATE AL FUTURO



Desarrollar un proyecto que busque el crecimiento socioeconómico de un lugar atrayendo talento y turistas-trabajadores* es una **oportunidad** y una **clara apuesta por adelantarse al futuro.**



***Son grandes embajadores del destino**



Es muy importante la colaboración del sector público, privado y los habitantes.

01

Los planes de atracción no se pueden hacer sin la colaboración y el **beneficio mutuo para los habitantes** de los destinos.

02

Cada lugar necesita acciones y soluciones específicas. Eso exige trabajo y sinergias. Es deseable que **admones. públicas, empresas privadas** de la localidad y los **ciudadanos** sean receptivos*. **win-win.**

03

*oficina de Turismo, empresas del sector hotelero y alojamiento turístico, negocios de actividades turísticas y hostelería, telecomunicaciones etc.



Los profesionales están buscando destino. De ustedes y sus decisiones políticas, y de las de las empresas, dependerá en gran medida que elijan su municipio.

¿Cómo le puede ayudar Telework Andalucía?



Seremos su Guía en el proceso para adaptar e impulsar su municipio en destino de teletrabajo.

Somos flexibles.

Conocemos al nómada, sus necesidades, problemas, preferencias, y el contexto.



Le haremos consultoría o asesoramiento, formación y promoción.
Servicio personalizado.

Asesorar, formación básica de personal, elaboración de programas de atracción, planes de difusión...



Cocreamos, **juntos**:

- Líneas estratégicas
- Qué cambiar
- Acciones a CP y LP
- A qué agentes implicar
- Ayudar a definir y crear un producto estrella
- Acciones novedosas

Manifiesto Telework Andalucía

- 1. No perder tiempo en hablar de dificultades.**
- 2. Es necesario unir voluntades, tener miras altas y perseverar en los objetivos con tesón y visión a largo plazo, desde el territorio y con sus personas.**
- 3. Ser flexibles y empáticos.**



Los territorios prosperan cuando hay personas que creen en él y si las instituciones públicas y privadas están a la altura del desafío.



¡Gracias por escucharme!

(y ahora ponte en acción 😊)

Puedes contactarme en:
info@teleworkandalucia.com

SARA CANTOS GARCÍA
+34 650 937 243