

POLICY BRIEF 1 · DEMANDA

Qué buscan los nómadas digitales en los destinos de baja densidad: evidencia para municipios y agencias regionales

Bruno César Alves Marcelino · Preparado: 02/06/2026 · Revisado: 02/06/2026 · Publicado: 02/06/2026
NomadVillage · bruno.marcelino@nomadvillage.global · ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0638-7889>

MENSAJE CLAVE

Los nómadas digitales no eligen un destino únicamente por la velocidad de internet. La evidencia exploratoria apunta a un conjunto de necesidades: vivienda, servicios cotidianos, comunidad, un lugar para trabajar, calidad de vida y experiencias locales con sentido. Las políticas de atracción que prometen solo conectividad abordan apenas una parte de una demanda más amplia y corren el riesgo de decepcionar a las mismas personas que esperan retener.

Por qué las políticas de atracción suelen pasar por alto el lado de la demanda

En toda Europa, las regiones de baja densidad compiten por atraer teletrabajadores, y las políticas nacionales han reducido las barreras para hacerlo. España creó una autorización de teletrabajador de carácter internacional al amparo de su Ley de Empresas Emergentes de 2022, y Portugal introdujo un visado específico de trabajo remoto (D8), ambos como base legal para las estancias de media y larga duración que aquí se examinan. En el plano estratégico, la visión a largo plazo de la Comisión Europea para las zonas rurales sitúa la conectividad, los servicios y la diversificación económica como condiciones para mantener viables estos territorios (Comisión Europea, 2021), y la OCDE sostiene que el trabajo remoto ofrece a las regiones rurales una oportunidad real de frenar o revertir el declive, siempre que existan las condiciones locales (OCDE, 2021).

La debilidad recurrente está en el lado de la demanda. Muchas campañas locales se construyen en torno a una sola promesa, internet rápido o una ventaja fiscal, y en torno a una imagen anticuada del nómada digital como un viajero joven y de paso. La evidencia exploratoria que sigue sugiere un público distinto, con expectativas más amplias. Comprender a ese público antes de lanzar una campaña marca la diferencia entre un lugar que atrae llegadas y un lugar que las conserva.

Evidencia de la encuesta de prerregistro de NomadVillage

Este informe se basa en una encuesta exploratoria de prerregistro a 92 futuros teletrabajadores que manifestaron voluntariamente su interés por destinos ibéricos de baja densidad. Los hallazgos son descriptivos e indicativos; conviene leerlos como señales tempranas de demanda, no como una medición representativa.

Un público mixto, de mediana carrera y con horizonte cercano

Las personas encuestadas se orientan de forma abrumadora hacia el trabajo remoto: alrededor del 98% ya trabaja a distancia o planea empezar pronto. Se concentran en franjas de edad de mediana carrera, con cerca de tres cuartas partes entre los 25 y los 44 años y más encuestados mayores de 45 que menores de 25. Algo más de la mitad declara experiencia previa como nómada digital, mientras que la mayor parte del resto son recién llegados interesados. Esto importa para el mensaje: el público no es un segmento juvenil homogéneo, sino una mezcla de personas con experiencia y primerizas, muchas de las cuales piensan en estancias de varios meses y en empezar pronto.

La conectividad encabeza, pero el conjunto decide

Al preguntar qué es esencial al elegir un destino, las personas encuestadas situaron en primer lugar una conexión a internet rápida y estable, aunque solo la mencionó alrededor de la mitad de ellas. La demanda restante se reparte entre la naturaleza y los espacios verdes, un coste de vida asequible, el acceso a servicios básicos, una comunidad acogedora, un clima agradable y, con menor frecuencia, el coworking dedicado. Leídos en conjunto, los factores de habitabilidad y comunidad superan en peso a la conectividad. Internet es necesario, pero no suficiente: es la condición de entrada, no el factor diferenciador.



Figura 1. Factores más citados como esenciales al elegir un destino (N = 92; porcentaje de encuestados, respuesta múltiple; exploratorio).

El interés por trabajar y convivir en común es real, pero desigual

Un espacio compartido para trabajar resulta atractivo para la mayoría: alrededor del 84% se interesa por un coworking en el pueblo, aunque solo poco más de la mitad lo afirma sin condiciones. La vivienda compartida, en cambio, divide mucho más: en proporciones casi iguales, las personas se reparten entre quienes están interesadas, quienes lo están con reservas y quienes prefieren un espacio privado. La implicación práctica es que no existe un producto único. Un pueblo que ofrezca solo vivienda compartida excluirá a una parte importante de la demanda; uno que ofrezca solo alquileres privados aislados perderá la dimensión social que muchas personas valoran. La opcionalidad, es decir, un espacio privado con acceso a trabajo compartido y vida comunitaria, encaja mejor con la dispersión de preferencias que cualquier formato único.

Algunas personas ya piensan en el impacto local

En las respuestas abiertas, una minoría planteó, sin que se le preguntara, su preocupación por la inflación de los alquileres y por el efecto de las nuevas llegadas sobre la asequibilidad para los residentes locales. Es una señal pequeña pero relevante: una parte de la demanda es reflexiva sobre su propia huella y acoge con buen ánimo los destinos que se toman en serio la integración. Esto sirve de puente hacia el segundo informe de esta serie.

Lo que los municipios deben entender antes de lanzar campañas

- **Vender el lugar, no el router.** La conectividad se da por supuesta; coloca a un destino en la lista, pero no gana la decisión. Los factores decisivos son la naturaleza, la asequibilidad, los servicios, la comunidad y la cultura en conjunto.
- **Diseñar para meses, no para fines de semana.** Una parte importante de la demanda se orienta a estancias de cuatro meses o más, lo que favorece la vivienda, los servicios y la construcción de comunidad por encima de la logística turística de corta duración.
- **Ofrecer formatos, no un formato.** Como las preferencias de vivienda están realmente divididas, la oferta más sólida combina alojamiento privado con coworking y actividades comunitarias opcionales.
- **Dirigirse a un público de mediana carrera.** Muchas personas potenciales tienen entre treinta y cuarenta años, algunas viajan con pareja o familia; un mensaje construido en torno a la subcultura juvenil errará el tiro.
- **Actuar con rapidez, pero con honestidad.** Dos tercios desean empezar en un plazo de seis meses, de modo que la preparación tiene un horizonte corto, pero solo si lo que se promete existe de verdad a la llegada.

Riesgos de prometer en exceso

El riesgo más claro es el desajuste entre el marketing y la realidad. Una campaña que anuncia una vida rural conectada y vibrante que el territorio aún no puede ofrecer, con servicios deficientes, sin programa comunitario y con viviendas inadecuadas para trabajar, produce estancias breves y decepcionantes y un mal boca a boca en unas comunidades de nómadas muy interconectadas. Prometer en exceso también eleva las expectativas locales y puede enturbiar las relaciones con la comunidad cuando las llegadas no se materializan o no se quedan. El camino más seguro es prometer solo lo que ya existe y construir el resto de forma deliberada.

Lista de verificación práctica para municipios

- ✓ Confirmar que la conectividad es realmente estable en las viviendas y los espacios compartidos que se van a promover, no solo sobre el papel.
- ✓ Cartografiar los servicios cotidianos que necesita un residente de media estancia (alimentación, farmacia, salud, transporte, escolarización) y ser honestos sobre las carencias.

- ✓ Identificar viviendas adecuadas para trabajar (un espacio de trabajo real, no un alquiler vacacional) y ofrecer una combinación de opciones privadas y compartidas.
- ✓ Planificar al menos un programa mínimo comunitario y cultural para que las personas recién llegadas puedan conectar con los residentes.
- ✓ Ajustar el mensaje a un público de mediana carrera y a estancias medidas en meses.
- ✓ Decidir de antemano cómo se evitará la presión sobre los alquileres y la asequibilidad locales (se desarrolla en el Policy Brief 2).
- ✓ Prometer solo lo que existe hoy; secuenciar el resto y decirlo con claridad.

Nota metodológica

El conjunto de datos es de naturaleza exploratoria por diseño. No representa a la totalidad de la población de nómadas digitales ni de los territorios de baja densidad. Su valor reside en documentar la demanda temprana, poner a prueba supuestos conceptuales, identificar patrones de preferencia e informar el desarrollo de un enfoque de preparación territorial. Los hallazgos proceden de una encuesta voluntaria y autoseleccionada de prerregistro a 92 futuros teletrabajadores en dos formularios lingüísticos, combinados para el análisis. Los porcentajes son proporciones descriptivas de las personas encuestadas; varias preguntas admitían respuesta múltiple, y una pregunta sobre factores difería ligeramente de formato entre los dos formularios, por lo que las cifras de factores se expresan como la proporción de encuestados que mencionan cada elemento. No se formulan afirmaciones causales y todas las respuestas se presentan de forma agregada y anonimizada.

Referencias

- Cocola-Gant, A., & López-Gay, A. (2020). Transnational gentrification, tourism and the formation of 'foreign only' enclaves in Barcelona. *Urban Studies*, 57(15), 3025–3043. <https://doi.org/10.1177/0042098020916111>
- Comisión Europea. (2021). *A long-term vision for the EU's rural areas — Towards stronger, connected, resilient and prosperous rural areas by 2040* (COM(2021) 345 final). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52021DC0345>
- Hannonen, O. (2020). In search of a digital nomad: Defining the phenomenon. *Information Technology & Tourism*, 22(3), 335–353. <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00177-z>
- Hannonen, O., Aguiar-Quintana, T., & Lehto, X. Y. (2023). A supplier side view of digital nomadism: The case of destination Gran Canaria. *Tourism Management*, 97, 104744. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104744>
- Marcelino, B. C. A. (en preparación). *Dinámicas fronterizas: La actuación de los actores culturales Guatá y Fronteras Culturales en la integración cultural y territorial de las fronteras de Brasil, Argentina, Paraguay y Uruguay* [Tesis doctoral en preparación]. Universidad Nacional de La Plata, Universität Rostock & Universidade de São Paulo.
- OCDE. (2021). *Implications of remote working adoption on place-based policies*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/b12f6b85-en>