

Nomadismo digital: ¿una oportunidad para la internacionalización de las empresas locales?

Daniel Oropesa-García, Antonia Mercedes García-Cabrera¹

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España

<https://doi.org/10.20420/eni.2024.750>

Resumen

El presente trabajo analiza el posible impacto positivo que la localización de nómadas digitales en un territorio puede tener en las empresas locales existentes en el mismo, particularmente en términos de internacionalización empresarial. Para llevar a cabo el estudio, se recaba información a partir de un panel conformado por siete nómadas digitales asentados en la isla de Gran Canaria (España) y se examinan las interacciones profesionales que mantienen con las empresas locales. Los resultados muestran que tales interacciones profesionales derivan en oportunidades de expansión internacional para las empresas locales y que tal impacto se relaciona con el aumento del capital relacional que logran las empresas locales a partir de su relación con los nómadas digitales.

Palabras clave: nomadismo digital, movilidad internacional, capital relacional, internacionalización empresarial.

Clasificación JEL: L14, J61, F22, F23

Agradecimiento: Proyecto PID2021-123274NB-I00 (MCIN/AEI/10.13039/501100011033).

1 Introducción

El nomadismo digital representa un nuevo estilo de vida que adquiere especial notoriedad a partir de 2014 y que se relaciona ampliamente con la movilidad internacional del talento. Aquellas personas que practican este estilo de vida reciben el nombre de nómadas digitales y se caracterizan por utilizar la tecnología digital y la conectividad a Internet para combinar su actividad laboral, dado que sus empleos les permiten trabajar en remoto, con ocio y viajes, realizando turismo inmersivo en el país de residencia (Green, 2020).

Por consiguiente, los nómadas digitales se distinguen por tener una gran libertad de movimiento y llevar a cabo viajes por cualquier lugar del mundo a la vez que cumplen con sus obligaciones laborales (Reichenberger, 2018), con independencia de que trabajen por cuenta propia (ej. emprendedores, profesionales que prestan servicios a terceros) o por cuenta ajena

(empleados de una empresa que trabajan en remoto). De hecho, en los años recientes se ha producido un notable incremento del nomadismo digital bajo cualquiera de estas dos modalidades.

Al tratarse de un fenómeno en creciente expansión, existe un importante debate público sobre el posible impacto del nomadismo digital en los territorios receptores del mismo. Por ejemplo, desde un lado positivo, se resalta su contribución a la reactivación del consumo (Sierra Benítez, 2023) y, desde un lado negativo, se menciona la sobrecarga que representa para los territorios receptores o el encarecimiento de la vida en ciudades que deriva de tal sobrecarga -ej. aumento precio vivienda- (Bécares, 2024; Witt, 2023).

Además de estos impactos derivados del consumo que como individuos realizan los nómadas digitales durante su estancia en un destino, conviene considerar su posible impacto en las empresas que conforman el tejido

¹Autor de correspondencia: antonia.garcia@ulpgc.es.

productivo local. Esto es especialmente relevante si, como consecuencia de la actividad profesional de los nómadas, estos establecen relaciones comerciales con las empresas locales (Hannonen *et al.*, 2023). De ser ello así, el nómada digital podría contribuir a la generación de oportunidades de negocio para las empresas locales, entre las que se encuentran las asociadas a la expansión internacional derivadas de la condición de extranjería que caracteriza a la mayoría de tales nómadas. Son estas posibles interacciones e impactos del nomadismo digital sobre las empresas locales las que interesan al presente trabajo.

Atendiendo a ello, este estudio tiene como objetivos analizar las interacciones profesionales que los nómadas digitales establecen con las empresas y emprendedores locales, así como indagar si tales interacciones permiten crear oportunidades de expansión internacional susceptibles de ser explotadas por las empresas locales. Con el propósito de dar respuesta a estos objetivos, se realiza un trabajo empírico en Gran Canaria (Islas Canarias, España), recabándose información cualitativa de un panel conformado por siete nómadas digitales.

La isla de Gran Canaria ofrece un escenario idóneo para llevar a cabo este estudio toda vez que recibe a un elevado número de nómadas digitales, al encontrarse entre los destinos mundiales mejor valorados por este colectivo. En particular, según la plataforma de referencia global Nomad List, que valora la calidad de cada destino para el nómada digital (Quesada, 2022), Gran Canaria ocupa el primer puesto del ranking en 2022.

2 Nomadismo digital, capital relacional e internacionalización empresarial: marco teórico

La posibilidad de entablar relaciones y alianzas con profesionales y trabajadores extranjeros que llegan a un destino en calidad de nómadas digitales puede suponer una gran

oportunidad para las empresas locales. Por un lado, permite a estas aumentar sus ventas mediante la atención a estos nuevos segmentos de clientes. Por otro, les permite acceder a nuevo conocimiento (ej. formas de hacer negocios en otros países, prácticas empresariales, etc.), así como a contactos potencialmente valiosos para abordar la expansión internacional (Modi, 2023), todo ello con un menor riesgo, ya que se contaría con la colaboración de un socio extranjero que conoce el funcionamiento del mercado exterior.

En este sentido, el hecho de poder colaborar con empresas de distinta procedencia internacional puede ayudar a aumentar el capital relacional de las empresas locales, el cual está compuesto por todas las relaciones de la empresa con su entorno. Desde una perspectiva más amplia, el capital relacional representa “el conjunto de conocimientos que añaden valor a la organización y que se incorpora a la misma como consecuencia de la relación de la organización con los diferentes agentes del mercado, así como con la sociedad en general” (Trillo Holgado & Peces Prieto, 2019, pp. 130).

Bajo esta perspectiva, el impacto positivo de los nómadas digitales en las empresas locales, puede ser significativo y estar asociado a la existencia de un ecosistema ideal para el intercambio de conocimientos y habilidades entre los nómadas y las empresas locales. Los nómadas digitales pueden colaborar en proyectos, proporcionar ideas y ofrecer diferentes puntos de vista que enriquecen el conocimiento de las empresas locales. Esta aportación es especialmente significativa, dado que estos visitantes pertenecen a distintos sectores de actividad y países, por lo que cuentan con conocimientos y experiencias que pueden ser muy variadas (Mancinelli, 2020).

1 Diseño de la investigación

Con el fin de indagar sobre las oportunidades de internacionalización que los nómadas digitales ofrecen a las empresas locales de los

territorios en que se asientan, se ha realizado un estudio cualitativo, basado en la recogida de información a partir de la técnica de entrevista en profundidad. La población objeto de estudio está conformada por los nómadas digitales asentados en la isla de Gran Canaria que en el año 2022 se cuantifican en aproximadamente 43.000 individuos, atendiendo a estimaciones de Nomad List (Gobierno de Canarias, 2022).

En la conformación del panel de nómadas a entrevistar, se buscó que el mismo fuera lo más heterogéneo posible en términos de nacionalidad, edad, sector de actividad y modalidad de nomadismo digital. Así, se entrevistó a siete nómadas con nacionalidad española (procedente de península), canadiense, sueco-vietnamita, irlandesa, inglesa, escocesa y paraguaya. En lo que respecta a la tipología de nomadismo, cuatro de ellos eran trabajadores por cuenta ajena y tres por cuenta propia (dos *freelancers* y un emprendedor). En cuanto al género, tres de estos nómadas son mujeres y cuatro hombres, abarcando en su conjunto un rango amplio de edades, entre los 25 y los 55 años. Por último, estos nómadas operan en sectores variados, entre ellos, ingeniería de software, producción musical, finanzas, producción digital y marketing.

Los nómadas digitales fueron identificados mediante visitas a espacios *coworkings* existentes en la isla de Gran Canaria donde estos profesionales habitualmente se instalan para llevar a cabo su actividad laboral (ej. Talleres Palermo, Organic Jungle). Tras aceptar la invitación a participar en el estudio, se fijó fecha para la realización de las entrevistas. Todas ellas se llevaron a cabo de forma presencial, en el mes de junio de 2024 y, para la realización de las mismas, se hizo uso de un guion estructurado integrado por 12 cuestiones.

3 Resultados

En este apartado se analiza la información recabada a partir de las entrevistas realizadas,

abordándose tres temas de interés: las interacciones profesionales que tienen lugar entre los nómadas digitales y las empresas locales, la existencia de oportunidades de expansión internacional para las empresas locales y la posible interacción entre nomadismo digital, capital relacional e internacionalización empresarial.

En primer lugar, de los nómadas digitales que reconocen interactuar con las empresas locales, sólo uno de ellos pertenece a la modalidad de trabajador remoto por cuenta ajena, siendo esta la modalidad con más individuos entrevistados. Por su parte, de los tres nómadas digitales por cuenta propia, dos de ellos habían entablado relaciones con empresas locales. Esto puede sugerir que los nómadas que trabajan en remoto por cuenta ajena llevan a cabo una actividad en mayor medida limitada por las directrices recibidas de sus empresas de origen, y, por tanto, estar menos interesados en establecer alianzas con empresas locales. Por el contrario, los nómadas con actividades profesionales por cuenta propia (*freelancers* y emprendedores) tienen mayor posibilidad e interés en buscar oportunidades de mercado estableciendo relaciones con empresas locales.

La interacción de los nómadas con las empresas locales, a su vez, permite a estas últimas acceder a oportunidades de expansión internacional, las cuales fueron narradas por los entrevistados. Por ejemplo, uno de los *freelancer* argumentó que había participado en el proceso de internacionalización de algunas empresas locales al colaborar en la digitalización de sus negocios, la creación de páginas webs y aplicaciones traducidas al inglés, así como al asesorarlas sobre cómo abordar la expansión internacional. Un segundo nómada expresó que su empresa anterior operaba globalmente y que, por ello, además de reclutar personal local en la isla, también colaboraba con proveedores locales que les suministraban equipamiento y material tecnológico. Atendiendo a su experiencia, la

presencia de nómadas vinculados a empresas internacionales de alto nivel, genera oportunidades para el tejido productivo local, asociadas a la apertura hacia el exterior de los negocios locales y del acceso de la población local a empleo en el exterior. En su opinión, ambas circunstancias pueden tener repercusión posterior en la internacionalización de las empresas locales.

Otro ejemplo lo aporta el nómada emprendedor, dueño de una empresa con sede en Paraguay, que suele visitar la isla cada dos años y colabora con empresas locales. Él ha contratado el servicio de agencias de marketing locales para promocionar su empresa, así como la adquisición de material de oficina y máquinas de café a proveedores locales. Esta colaboración se ha extendido de forma que, cuando no está en la isla, adquiere productos y servicios de estas empresas desde el exterior, concediendo, por tanto, oportunidades para la internacionalización de las empresas locales.

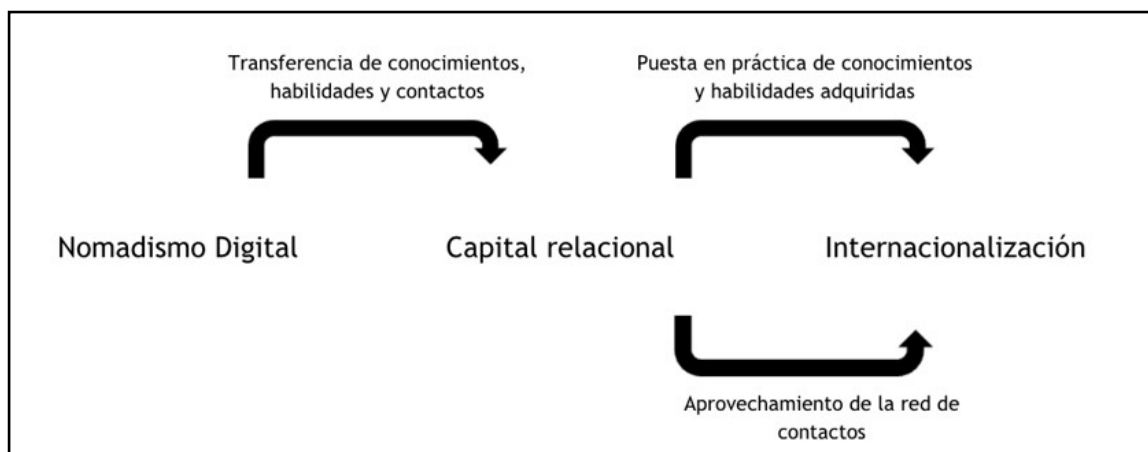
Un análisis pormenorizado de las experiencias de interacción y oportunidades de internacionalización identificadas, muestra cómo el impacto positivo de la llegada de nómadas digitales en el tejido productivo local se relaciona con el aumento del capital relacional de las empresas.

A este respecto, debe tenerse en cuenta que el capital relacional incluye el conjunto de conocimientos valiosos que añaden valor a la empresa y que proceden de la relación de esta empresa con otros agentes del mercado (Trillo Holgado & Peces Prieto, 2019), en este caso, el

nómada digital. Por ejemplo, uno de los nómadas digitales entrevistados aumenta el capital relacional de las empresas locales desde dos vertientes. En primer lugar, debido a que aporta a las empresas locales tanto sus conocimientos sobre mercados exteriores en los que ha operado previamente como sus habilidades (ej. diseño idóneo de una web de ventas internacionales, mejora del desempeño en inglés de los empleados). En segundo lugar, porque comparte con las empresas locales su red de contactos, facilitando que estas accedan a otras entidades de especial interés para ellas (ej. potenciales clientes en el exterior, empresas del sector contable).

Las experiencias de otros nómadas que interactúan con empresas locales apuntan en similar dirección: las empresas locales se benefician de esta interacción aumentando su capital relacional. Así, aquellas empresas locales que colaboran y realizan ventas a nómadas digitales y, a través de ellos, a empresas que operan de forma global, aumentan la experiencia y la red de relaciones en el exterior que, a la postre, favorece la expansión internacional de estas empresas. En esta línea, el nómada procedente de Inglaterra afirmó: “cuando tienes acceso a una mezcla de personas de diferentes lugares e industrias, obtienes intercambios de ideas y perspectivas que no conseguirías de otra forma” y esto puede dar lugar a nuevas oportunidades comerciales en el exterior.

La Figura 1 muestra la relación entre nomadismo digital y expansión internacional de las empresas locales hallada en el presente trabajo.

Figura 1. Relación entre nomadismo digital, capital relacional e internacionalización empresarial

Fuente: Elaboración propia

4 Conclusiones

El presente trabajo ofrece una nueva perspectiva desde la que analizar el posible impacto del nomadismo digital en el tejido productivo de los territorios en que se asientan los nómadas. En particular, el trabajo analiza la interacción de estos nómadas con el tejido productivo local y si tal interacción deriva en oportunidades de expansión internacional para las empresas y emprendedores locales.

Como hallazgos relevantes, cabe reseñar que tal impacto positivo parece estar asociado al tipo de nomadismo digital recibido. Así, los nómadas digitales por cuenta propia (ej. emprendedores, profesionales) parecen relacionarse en mayor medida que los nómadas digitales por cuenta ajena (empleados de otras empresas) con las empresas locales para llevar a cabo actividades profesionales. Como consecuencia, las oportunidades de desarrollo de capital relacional de las empresas locales (ej. ampliación de la red de relaciones, adquisición de conocimientos y habilidades al interactuar con profesionales de distintos sectores y países), así como de expansión internacional, parecen proceder en mayor medida de la interacción con el subgrupo de nómadas digitales que operan por cuenta propia.

De estos hallazgos derivan implicaciones prácticas de utilidad para las empresas y los gobiernos locales. En primer lugar, las empresas locales han de ser conocedoras de las ganancias que pueden obtener de su interacción con los nómadas digitales, entre ellas: acceso a nuevos contactos, conocimientos y habilidades, así como posibilidades de colaboración y establecimiento de alianzas estratégicas que facilitan la expansión internacional, dado que los nómadas digitales cuentan con conocimiento, experiencia y contactos en los mercados extranjeros de los que proceden o donde han estado temporalmente instalados. Bajo esta perspectiva, buscar la conexión con nómadas digitales, preferentemente *freelancers* y emprendedores, a través de la participación en los espacios *coworking* donde habitualmente se instalan, así como a través de otros eventos que se organicen, puede representar una estrategia adecuada para la empresa local que busca la internacionalización empresarial.

Por otro lado, los gobiernos e instituciones públicas de los territorios que acogen a nómadas digitales pueden encontrar en este trabajo evidencias que ayudan a comprender la relevancia que la llegada de nómadas digitales puede tener para las economías de sus territorios. En este sentido, las aportaciones de los nómadas van más allá de la reactivación del consumo local

(ej. consumo de productos de primera necesidad, alojamiento, etc.), pudiendo contribuir a la renovación y crecimiento del tejido productivo de las comunidades locales. Por ello, los gobiernos locales podrían, además de promocionar el destino, facilitar la concesión de visados y mejorar las condiciones fiscales para incentivar la llegada de nómadas digitales. Asimismo, podrían promover eventos dirigidos a nómadas digitales y empresas locales que favorezcan la interacción entre ellos y el posible establecimiento de alianzas (ej. foros en los que se organicen reuniones B2B tales como Nomad City Festival y otros eventos similares).

5 Referencias

- Bécares, B. (6 de mayo de 2024). *Ya hay ciudades que protestan contra los nómadas digitales. Acusan a los que llegan con altos salarios de traer problemas*. Obtenido de Genbeta: <https://www.genbeta.com/a-fondo/hay-ciudades-que-protestan-nomadas-digitales-acusan-a-que-llegan-altos-salarios-traer-problemas>
- Gobierno de Canarias. (27 de abril de 2022). *Turismo de Canarias refuerza la estrategia para seguir aumentando la llegada de teletrabajadores*. Obtenido de Gobierno de Canarias: <https://www3.gobiernodecanarias.org/noticias/turismo-de-canarias-refuerza-la-estrategia-para-seguir-aumentando-la-llegada-de-teletrabajadores/>
- Green, P. (2020). Disruptions of self, place and mobility: Digital nomads in Chiang Mai, Thailand. *Mobilities*, 15(3), 431-445.
- Hannonen, O., Quintana, T. A., & Lehto, X. Y. (2023). A supplier side view of digital nomadism: The case of destination Gran Canaria. *Tourism Management*, 97, 104744.
- Mancinelli, F. (2020). Digital nomads: freedom, responsibility and the neoliberal order. *Information Technology & Tourism*, 22(3), 417-437.
- Modi, P. (7 de octubre de 2023). Digital Nomads: Empowering communities, inspiring youth, and driving growth. Obtenido de Education Next: <https://www.educationnext.in/posts/digital-nomads-empowering-communities-inspiring-youth-and-driving-growth>
- Quesada, J. (20 de mayo de 2022). Gran Canaria es el mejor destino del mundo para los nómadas digitales. Obtenido de Canarias 7: <https://www.canarias7.es/canarias/gran-canaria/isla-mejor-destino-20220520200052-nt.html>
- Reichenberger, I. (2018). Digital nomads – a quest for holistic freedom in work and leisure. *Annals of Leisure Research*, 21(3), 364-380.
- Sierra Benítez, E.M. (2023). La regulación del teletrabajo y el trabajo nómada en España y su configuración en el marco Internacional. *Revista Trabalho, Direito e Justiça*, 1(1), 169-183.
- Trillo Holgado, M.A. & Peces Prieto, M.C. (2019). Relational capital as a key factor in international economic development. A case study in the technology sector. *Regional and sectoral economic studies*, 19(1), 127-144.
- Witt, S. (6 de mayo de 2024). *When digital nomads come to town*. Obtenido de Restfworld: <https://restofworld.org/2023/digital-nomads-visa-pricing-out-locals/>