

**WORKSHOP “ALICANTE:  
Destino de teletrabajo y nómadas digitales”  
Alicante, 26 Sept 2022**



**Instituto Universitario de Investigaciones  
Turísticas de la Universidad de Alicante**



Índice:

Introducción.....página 3

Resumen del workshop..... página 4

Conclusiones del workshop..... página 8

Material gráfico.....página 10

Repercusión en medios de comunicación.....página 17

## Introducción:

La pandemia supuso un antes y un después en muchos aspectos. A nivel sanitario, social, económico. Y también a nivel laboral. Millones de trabajadores se vieron forzados a trabajar de manera remota temporalmente. Y puesto que quedaba demostrado que podían ser igual de (o más) productivos que estando en la oficina, muchos de ellos decidieron no quedarse en casa y viajaron a diferentes lugares: pueblos tranquilos, casas de familiares, o destinos remotos. Tras el fin de la pandemia a nivel global, muchos de estos trabajadores descubrieron lo que lleva siendo varias décadas un secreto a voces: el nomadismo digital y el trabajo remoto.

Ante este creciente segmento, el Ayuntamiento de Alicante, a través del Patronato Municipal de Turismo (Alicante City & Beach), la Universidad de Alicante y Fundeun, organizaron el 3 de Junio de 2021 el I [Congreso Internacional](#) “Alicante, destino de teletrabajo y nómadas digitales”. Un exitoso congreso que contó con presencia de los principales actores nacionales e internacionales en éste area.

Fruto de aquel congreso, y como continuación del esfuerzo local en promover Alicante como destino atractivo para estos perfiles profesionales, se organizó un [workshop](#) homónimo inaugurado por la vicealcaldesa Mari Carmen Sánchez, que ha servido como foro de discusión entre líderes locales y nacionales del sector, para seguir sentando las bases para llegar a situar Alicante en los puestos de cabeza globales en cuanto a atracción de talento extranjero y visitas (o asentamiento) de trabajadores remotos.

Este workshop fue presentado en rueda de prensa por la misma vicealcaldesa el 21 de Septiembre de 2022 (se acompaña material gráfico e impacto en medios)

## Resumen del workshop:

### “Alicante, destino de teletrabajo y nómadas digitales”

22 de septiembre 2022

#### RUEDA DE PRENSA PREVIA AL WORKSHOP:



La Universidad de Alicante (UA), la Fundación Empresa-Universidad de Alicante FUNDEUN y el Patronato de Turismo Alicante City&Beach colaboran en dos acciones para promover Alicante como destino de teletrabajo y para nómadas digitales.

El pasado miércoles 21 de septiembre se realizó una rueda de prensa para comunicar este proyecto que incluye la celebración de un Workshop en el que participan los principales representantes nacionales y locales del sector. Por otro lado, este proyecto incluye el lanzamiento de una campaña de marketing digital en origen para captar la atención de potenciales visitantes.

Ambas acciones las han presentado este miércoles la vicealcaldesa y responsable del Patronato de Turismo Alicante City&Beach, Mari Carmen Sánchez, el director del Instituto de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Alicante, José Luis Gascó, y el director de FUNDEUN, Rafael Lafont.

La vicealcaldesa ha explicado que “la madurez y experiencia de la ciudad de Alicante como destino turístico han sido esenciales a la hora de habernos convertido en una ciudad muy atractiva para teletrabajadores y nómadas digitales”. “Desde el Patronato de Turismo Alicante City&Beach llevamos tiempo trabajando en este nicho de mercado para atraer a esta creciente demanda aprovechando las ventajas que ofrece una ciudad como la nuestra en cuanto a conectividad, clima, comodidad, seguridad y por supuesto nuestra Universidad”, ha añadido.

Este producto turístico ha experimentado un auge con la pandemia y es un movimiento “que ha venido para quedarse”, ha subrayado Sánchez, que ha coincidido con los representantes de la UA en su “importancia para la generación de empleo y riqueza en la ciudad, así como para la atracción de talento y nuevos proyectos dentro del nuevo ecosistema digital”.

De hecho, el Patronato Alicante City&Beach cuenta con una sección específica en su web que aglutina contenido de interés para personas que valoran la opción de teletrabajar desde Alicante y que incorpora información sobre la veintena de espacios de coworking y oficinas flexibles que existen en la ciudad a las que se sumará esta semana el espacio de Coliving Suiters Alicante.

El director del Instituto de Investigaciones Turísticas de la UA, José Luis Gascó, ha señalado que “tras realizar un primer congreso internacional sobre Alicante como destino para teletrabajo y nómadas digitales el año pasado comprendimos la importancia de profundizar en cuáles son nuestros puntos fuertes y saber en qué debemos mejorar. De ahí que hayamos organizado un workshop con especialistas en este tema, tanto de fuera como empresarios asentados en Alicante”.

Por su parte, el director de FUNDEUN, Rafael Lafont, ha indicado que “ambas acciones, el workshop y la campaña de marketing que arranca este miércoles son complementarias porque nos van a permitir conocer qué perfiles están interesados en venir a Alicante y qué podemos ofrecerles, es decir, conectar oferta y demanda”.

Workshop y campaña

El workshop “Alicante, destino de teletrabajadores y nómadas digitales” se celebrará el lunes 26 de septiembre a partir de las 9.30 horas en la Sede de la UA de la calle San Fernando. Participarán el Coliving director for Spain CBRE, Javier Caro; el fundador de la Escuela de Trabajo Remoto, David Blay; la directora del Aeropuerto de Alicante, Laura Navarro; el CEO de Custom Suites, Javier Reina; el responsable de Estrategia del Grupo Marjal, Pedro Rodríguez; y el director del Grupo Genion, Diego Tomás.

Por otra parte, la campaña de comunicación internacional de marketing digital consta de cinco vídeos que incluyen entrevistas a representantes institucionales, empresarios así como teletrabajadores y nómadas digitales que están asentados en la ciudad para poner en valor Alicante como destino para teletrabajadores y nómadas digitales.

Lafont ha indicado que estos vídeos explican las “5C”, comunidad, conexión, clima (no sólo la climatología sino también el clima laboral y empresarial), coste de vida y conectividad.

Los países de destino de esta campaña son Reino Unido (con un 50% sobre el total), Alemania (25%), Francia (13%) y Países Bajos (12%) con vistas a Estados Unidos y los países escandinavos en el medio-largo plazo al haber sido detectados como mercados potenciales.

Varios medios se han hecho eco de esta noticia:

[Alacantí TV](#)

[Ayuntamiento de Alicante](#)

[Alicante Plaza](#)

[Europa Press](#)

[Cadena Ser](#)

[Noticias Press](#)

[Workshop en Alicante Plaza](#)

26 Sept 2022

## WORKSHOP “ALICANTE: Destino de teletrabajo y nómadas digitales”

Número de inscritos: 56

Número de asistentes: 43

**WORKSHOP**  
ALICANTE, DESTINO DE TELETRABAJADORES Y NÓMADAS DIGITALES

26/09/22 9,30 a 12,45 horas | Sala de Conferencias del edificio San Fernando de la Universidad de Alicante, Alicante

**Javier Caro**  
Coliving Director for Spain CBRE

**David Blay**  
Fundador de la Escuela de Trabajo Remoto

**Laura Navarro**  
Directora Aeropuerto Alicante

**Javier Reina**  
CEO CustomSuites

**Pedro Rodriguez**  
Responsable Estrategia Grupo Marjal

**Diego Tomás**  
Director Grupo Genion

**Andreas Fischer**  
Turismo de Tenerife / Tenerife Work & Play

Inscripciones: [www.fundeun.es](http://www.fundeun.es)

Organiza: Universitat d'Alacant / Universidad de Alicante | Alicante City & Beach | fundeun

La inauguración del Workshop corrió a cargo de la vicealcaldesa y concejal de Turismo Mari Carmen Sánchez, acompañada del Catedrático y director del Instituto de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Alicante José Luís Gascó.

M<sup>a</sup> Carmen Sánchez destacó la importancia del turismo de larga estancia para ayudar a desestacionalizar, así del hecho de que este tipo de visitante puede traer nuevos proyectos e ideas a la ciudad. Tras ello, mostró su apoyo a este tipo de iniciativas y acciones conjuntas entre la Universidad y el Patronato, así como la importancia de la apertura de proyectos como Suiters -primer coliving de Alicante-, que fomentan el flujo de ideas y la captación de talento.

Tras la presentación de los primeros de los 5 vídeos promocionales de la [campaña](#) -que ya acumulan miles de visualizaciones en sus primeros días online- se dio paso a la primera mesa redonda del día.

Mesa redonda remota:

David Blay, Fundador de la Escuela de Trabajo Remoto  
[Javier Caro](#), Director CBRE Spain Coliving  
Andreas Fischer, Técnico Why Alicante / Alicante Work&Play

### **Apuntes sobre la intervención de David Blay**

- Hay que diferenciar entre quien tuvo que trabajar en remoto por la pandemia y lo que supone teletrabajar de manera continuada y de cara al futuro.
- Es necesario saber qué buscan los expatriados: buen tiempo, conexiones, ecosistema para relacionarse, oportunidades de empleabilidad. Es por ello que ese entorno/ecosistema es imprescindible que exista antes de que lleguen.
- Debes saber qué talento atraes, porque dependiendo de cómo te posiciones, así tendrás un tipo de talento diferente asentándose.
- Estado del segmento en la Comunidad Valenciana: en Castellón no se habla de ello, en Valencia no se apuesta por ello. Alicante es [pionera](#) en la región.
- Debemos ser conscientes de las tendencias a futuro: Colivings para familias, sostenibilidad (cargadores para coches eléctricos). Hay que pensar qué se plantean los visitantes, ese “por qué me voy a mudar ahí?”
- La importancia de remar todos a una: No ha habido nada conjunto aún, sino proyectos puntuales. Sin embargo, falta acompañamiento. Es importante tener un mensaje coherente.

- Actualmente existe mayor demanda de alojamiento y necesidades por parte de los trabajadores, que plazas alojativas en Alicante.

### **Apuntes sobre la intervención de Javier Caro**

- Actualmente el alojamiento compartido en España, tanto de estudiantes universitarios como coliving, se encuentra al 100% de capacidad, con un claro exceso de demanda y falta de oferta.
- El segmento coliving en España se expande de manera acelerada. Hay un boom para vivir de manera compartida, con cerca de 3.500 camas en Madrid.
- El perfil del demandante de coliving en España ha evolucionado del surfero en las islas, al actual con sus diferente ramas. Además, se tiende a:
  - Clasificación de colivings como los hoteles, por estrellas
  - Diferenciación por nicho o por dónde se encuentren los profesionales en su etapa vital (incluyendo autónomos, y nuevos en la ciudad).
  -
- El alquiler tradicional continúa siendo lo habitua, pero se tiende al todo incluido.
- La administración pública es quien crea las infraestructuras, siendo la inicitiva privada la que debe crear el producto.
- Haría falta más normativa para poder tener más seguridad para los inversores. Hay que hacer un marco flexible, porque los modelos que vienen son flexibles.
- Si España es la “Florida europea”, Alicante debe aspirar a ser el “Miami europeo”. Hay muchas ciudades que aspiran a serlo, Alicante debe aprovechar las condiciones que ya tiene:
  - Geoestratégicamente está muy bien situada.
  - Seguridad del país más calidad de vida, empresas grandes (EUIPO; Deloitte).
  - Toda la costa podría crear un corredor, inc islas, para convertirnos en un líder mundial.

### **Apuntes sobre la intervención de Andreas Fischer**

- El binomio público- privado es fundamental (en Tenerife surge en 2017).
- De ahí se crean las marcas Tenerife Work&Play y Why Tenerife (mencionado anteriormente)
- Desde el principio, la iniciativa pública y privada han ido de la mano organizando multitud de eventos para crear comunidad y conseguir sinergias entre los profesionales que van temporalmente a las islas y los propios isleños.

Tras la mesa redonda inicial, se organizó una mesa redonda presencial, contando con:

Laura Navarro, directora del Aeropuerto Alicante-Elche Miguel Hernández  
Javier Reina, CEO CustomSuites  
Pedro Rodríguez, Dir. estrategia del Grupo Marjal  
Diego Tomás, fundador de Genion

### **Apuntes sobre la intervención de Laura Navarro**

ALC muy bien conectada. Es el quinto aeropuerto con más volumen de España, con 122 destinos a 25 países, abarcando casi toda Europa. En el último año pre pandemia pasaron por el aeropuerto 15 millones de pasajeros, siendo el 35% británicos.

En cuanto al origen de los visitantes, las encuestas de volumen muestran que el 85% es internacional y el restante 15% nacional.

Las razones de las visitas muestran que un 65% llega para hacer turismo, 15% para residir -segunda residencia- y en torno al 10% a trabajar.

¿Mejores conexiones? Se puede hacer más, pero no es una labor pura del aeropuerto, puesto que las rutas las eligen las compañías. Ha de ser una labor conjunta, pues la gente no viaja al aeropuerto, sino al destino. Todos los agentes locales deben trabajar juntos, social y económicamente hay que estar unidos.

Como ejemplo, la exitosa experiencia de United Airlines con 3 rutas semanales desde Nueva York (Newark) a Palma, que ya ha confirmado que continuará en 2023.

Las expectativas de 2022 son difíciles de calcular. El verano de 2022 ha alcanzado un 90% del volumen de 2019, con 8.7mill de pasajeros de Junio a Agosto.

### **Apuntes sobre la intervención de Javier Reina**

- En cuanto al uso de espacio de oficinas, se tiende al modelo flexible, con todo incluido, el pago por uso por fin se asienta. Sin embargo, esta tendencia representa aún sólo el 10% del volumen del uso de espacio de oficinas.
- Deben ser espacios amables, flexibles, donde poder trabajar pero adaptado 100% al profesional. Hay q tener flexibilidad en cuanto a los espacios abiertos vs oficinas, adaptarse a las necesidades de los clientes, siempre pensando en la rentabilidad.
- Es muy fácil atraer clientes, pero lo difícil es mantenerlos. Para ello, el ecosistema, la comunidad y la oferta complementaria son clave.
- En Alicante hay demanda de grandes espacios 1.500-2.000m<sup>2</sup>, pero no sólo para ese espacio, pues las empresas demandan viviendas para ellos, espacio para los hijos, ...

- Hay que tener en cuenta los ingresos que generan los visitantes

### **Apuntes sobre la intervención de Pedro Rodríguez**

Si hablamos de Coliving, la comunidad es la parte más importante, porque es lo q va a diferenciar la parte residencial de la experiencia.

Hay muchas propuestas flexibles, pero la comunidad es imprescindible: el diseño de espacios comunes es fundamental. La comunidad ha de interactuar con el barrio que la rodea.

El coliving debe ser un polo de atracción de talento, una propuesta de valor integral para atraer talento.

Alicante se parece a Málaga en cuanto a conexiones, clima, geografía, etc... puede competir en igualdad. De hecho, en Málaga el casco histórico está abandonado, no hay comunidad. Se necesita un entorno dinámico en torno al coworking y al coliving.

Tipos de cliente:

- Jóvenes que buscan opciones, que no existen en Alicante
- Las grandes corporaciones con expatriados
- Nómadas digitales

Tiene q haber un mix con el local y el extranjero, bienvenida cálida.

Hay un efecto que ha potenciado la pandemia que hace q Madrid arroje talento hacia otros sitios de España, y Alicante debe intentar sacar partido de ello. El padrón es un buen referente, si la ciudad crece es buena señal.

Hay que evangelizar para que el capital apalanque, porque Alicante es una provincia "pequeña". Por tanto, si se quiere hablar con alguien de Reino Unido o Estados Unidos, se debe contar con el apoyo de la administración.

### **Apuntes sobre la intervención de Diego Tomás**

La parte privada, la iniciativa privada ya está en marcha, ahora es importante ese empuje público.

Crear comunidad requiere mucho esfuerzo, es una visión a muy largo plazo. Hay que recopilar la información, pero hay que simplificarlo mucho, que el emprendedor local, o el visitante no tengan que buscarse la vida.

En el entorno rural hay que creérselo. No se pueden crear comunidades aisladas dentro del coliving. Tiene que haber permeabilidad.

## Conclusiones del Workshop

Debemos poner el foco en la actual transición por parte de los nómadas digitales de desplazarse a destinos de Asia, hacia la actual tendencia de buscar destinos dentro de Europa. Y ahí es donde debemos poner el foco, en esa transición. Y debemos preguntarnos: ¿Por qué destinos como Gran Canaria o Tenerife copan esos primeros puestos? ¿Qué se ha hecho para que así sea? ¿Cómo se ha conseguido?

Según comentó [Andreas Fischer](#) (Tenerife Work&Play) en el workshop del 26 de Septiembre, el origen del proyecto tinerfeño surge de las constantes consultas que recibían de expatriados que estaban en la isla y pedían información sobre cómo poder asentarse, trabajar o invertir en Tenerife. Y desde las instituciones no tenían respuesta porque no se habían siquiera planteado que existiese ese nicho. Hablamos de 2017.

Entonces, el Cabildo, mediante un contrato menor, comenzó una serie de acciones para mejorar la imagen de Tenerife en Nomadlist. Y para ello se crea la marca [Tenerife Work&Play](#). También desde entonces se crea [Why Tenerife](#) para atraer inversión (mientras Tenerife Work and Play se centra en los nómadas digitales). De este modo, la iniciativa pública canaria crea nuevas licitaciones, más inversión, centrada en las actividades fuera de Tenerife, tanto de consultoría como de promoción.

Algo similar a lo que ha hecho en los últimos años Málaga, con su agencia de captación de inversiones [ProMalaga](#), capitaneada por perfiles como el de [Marc Sanderson](#), y la marca [Malaga WorkBay](#) centrada en el apoyo al asentamiento de trabajadores remotos y nómadas digitales.

Y esta es otra de las claves de la correcta ejecución de este tipo de planes por parte de la administración: de nada sirve atraer talento si no hay empresas que los contraten, igual que de nada sirve atraer empresas si no hay talento local. Como comentaba [David Blay](#) (otro de los expertos que formaron parte del workshop), es fundamental conseguir ese equilibrio entre atracción de talento y empresas/capital. De este modo, se evitará atraer empresas que contratan talento remoto, o atraer sólo perfiles muy técnicos que no se establecen a la larga porque el ecosistema local no esté a la altura.

Porque el visitante foráneo que llega a un nuevo destino, estará más o menos tiempo no sólo si es barato o el visado se lo permite, sino si existe una **comunidad** de perfiles y mentes afines. Y es que la vivienda/alojamiento es clave también a la hora de elegir destino.

Comunidad que comenzaron a crear en Canarias de manera coordinada entre la iniciativa pública y la privada, organizando quedadas, actividades y charlas en los incipientes centros de coworking y coliving de las islas, con el apoyo público, para comenzar a estrechar lazos entre el público local y el talento foráneo.

Comunidad que ayuda a crear la oferta alojativa local. Y es que como comentaban [Mayte Vañó](#) (Distrito Digital) y [Javier Reina](#) (CustomSuits) en sus entrevistas para la actual campaña digital que nos ocupa, en Alicante existe un gran déficit de alojamientos enfocados (o al menos adaptados) a estos perfiles.

Justamente en estas fechas ha sido noticia la apertura del primer coliving de la capital, el [Suiters](#) del Grupo Marjal, que se inaugura el 1 de Octubre de 2022 y que cuenta con un 80% de reservas de clientes extranjeros. Estos perfiles profesionales, habitualmente de alto poder adquisitivo, eventualmente podrían establecerse definitivamente en Alicante, pero para ello necesitan una oferta complementaria: desde la comunidad que se cree en el propio espacio coliving, hasta colegios internacionales, hospitales privados, etc...

La atracción de talento foráneo no es algo nuevo en Alicante: una de las provincias más industrializadas de España tiene décadas de experiencia en atracción de estos perfiles. Sin embargo, el reto ha estado en la permanencia de los perfiles. ¿Qué puede haber en Ibi u Onil a nivel social que atraiga a un ingeniero juguetero extranjero? ¿Por qué debería asentarse un experto zapatero foráneo en una localidad como Elda? Es esa **comunidad** de la que tanto se habló en el workshop que es la clave para el establecimiento. Y la comunidad debe ser integradora, para que, cuando se crean proyectos como la EUIPO (que lleva atrayendo perfiles de toda Europa a Alicante desde 1994), se establezcan esas sinergias entre el talento local y el foráneo, sea éste de paso o ya establecido.

**Material audiovisual:**















## Repercusión en medios de comunicación:

### Agencias de noticias.

#### EUROPA PRESS

<https://www.europapress.es/comunitat-valenciana/noticia-alicante-aspira-ser-destino-teletrabajadores-nomadas-digitales-dos-acciones-promocionales-20220921170857.html>

#### GRUPO MITO

<https://www.grupomito.es/la-universidad-de-alicante-fundeun-y-el-patronato-de-turismo-colaboran-para-promover-alicante-como-destino-de-teletrabajo-y-nomadas-digitales/>

### Medios de comunicación.

#### EL PERIODIC

[https://www.elperiodic.com/alicante/fundeun-patronato-turismo-colaboran-para-promover-alicante-como-destino-teletrabajo-nomadas-digitales\\_850077](https://www.elperiodic.com/alicante/fundeun-patronato-turismo-colaboran-para-promover-alicante-como-destino-teletrabajo-nomadas-digitales_850077)

#### ALACANTÍ TV

<https://alacantitv.com/2022/09/21/la-ua-fundeun-y-el-turismo-colaboran-para-promover-alicante-como-destino-de-teletrabajo/>

#### ALICANTE PLAZA

<https://alicanteplaza.es/alicante-promocion-captar-teletrabajadores-reino-unido-y-alemania?amp=1>

#### CADENA SER

<https://cadenaser.com/comunitat-valenciana/2022/09/21/el-ayuntamiento-de-alicante-trabaja-por-hacer-de-la-ciudad-un-destino-para-nomadas-digitales-radio-alicante/?outputType=amp>

#### ALICANTE PLAZA

<https://alicanteplaza.es/sanchez-perfiles-promocionar-alicante-destino-teletrabajadores>

#### EL PERIODIC

[https://www.elperiodic.com/alicante/sanchez-conocer-perfiles-teletrabajadores-nomadas-digitales-clave-para-promocionar-destino\\_851172](https://www.elperiodic.com/alicante/sanchez-conocer-perfiles-teletrabajadores-nomadas-digitales-clave-para-promocionar-destino_851172)

#### ALACANTÍ TV

[https://alacantitv.com/2022/09/26/alicante-destino-principal-de-los-nomadas-digitales-que-apuestan-por-el-teletrabajo/?fbclid=IwAR30Uxx9xSBB3jm2glbjFzTOtXaEuSFE4aCXhZhI2ZN2qzUkgmoxeEMvP\\_w&fs=e&s=cl](https://alacantitv.com/2022/09/26/alicante-destino-principal-de-los-nomadas-digitales-que-apuestan-por-el-teletrabajo/?fbclid=IwAR30Uxx9xSBB3jm2glbjFzTOtXaEuSFE4aCXhZhI2ZN2qzUkgmoxeEMvP_w&fs=e&s=cl)

**ALICANTE PLAZA**

<https://alicanteplaza.es/aceleracion-demanda-alicante-destino-nomadas-digitales>

**ONDA 15**

<https://onda15.es/noticias/la-universidad-de-alicante-fundeun-y-el-patronato-de-turismo-colaboran-para-promover-alicante-como-destino-de-teletrabajo-y-nomadas-digitales-123>

## Portales institucionales.

**AYUNTAMIENTO DE ALICANTE**

<https://www.alicante.es/es/noticias/ua-fundeun-y-patronato-turismo-promueven-alicante-como-destino-teletrabajo>

**ALICANTE TURISMO**

<https://www.alicanteturismo.com/la-universidad-de-alicante-fundeun-y-el-patronato-de-turismo-colaboran-para-promover-alicante-como-destino-de-teletrabajo-y-nomadas-digitales/>

## Portales especializados.

**GACETA DEL TURISMO**

<https://gacetadelturismo.com/destinos/alicante-destino-de-teletrabajo-y-nomadas-digitales/>

# **INSTITUTO UNIVERSITARIO DE INVESTIGACIONES TURÍSTICAS, UNIVERSIDAD DE ALICANTE**



## **PATRONATO MUNICIPAL DE TURISMO ALICANTE CITY & BEACH**



Alicante, Octubre 2022