



Foro Internacional

DIGITAL NOMADS CORDOBA CAPITAL

Abril 2025



Municipalidad
de Córdoba



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN 3

DIGITAL NOMADS
CÓRDOBA 4

ESTRATEGIAS DE
COMUNICACIÓN 5

MEDICIÓN DE
IMPACTO 8

CREACIÓN DE
COMUNIDAD 10

TRABAJO REMOTO:
EMPRESAS 14

TRABAJO REMOTO:
NÓMADES 15

SALUD 16

EL FUTURO DEL
ALOJAMIENTO 17

TENDENCIAS 18



CÓRDOBA, UN PUENTE ENTRE EL TALENTO Y EL MUNDO



El **Foro Internacional Digital Nomads Córdoba Capital** marcó un nuevo hito en la visión de ciudad que impulsamos desde Córdoba Acelera: una Córdoba inquieta, innovadora y abierta al mundo. Con la participación de referentes internacionales y locales, celebramos no sólo un fenómeno en expansión como el nomadismo digital, sino también el compromiso de seguir potenciando el desarrollo productivo y la calidad de vida de los cordobeses.

Este documento es el resultado de ese encuentro: una compilación de buenas prácticas, aprendizajes e ideas que surgieron del intercambio entre expertos de 20 países. Una guía para que otras ciudades puedan inspirarse, adaptando estrategias que conecten talento, conocimiento y oportunidades a escala global.

Agradecemos a todos los que hicieron posible este espacio de construcción. Con estas iniciativas, la Ciudad de Córdoba reafirma su rol como protagonista a nivel global, liderando transformaciones que miran al futuro sin perder de vista su identidad.





NUESTRO PROGRAMA



**DIGITAL
NOMADS
CORDOBA**
CAPITAL

Digital Nomads Córdoba es un programa impulsado por la **Municipalidad de Córdoba** a través de Córdoba Acelera que busca posicionar a la ciudad como un destino atractivo para trabajadores remotos de todo el mundo. A partir de un análisis sobre lo que valora este segmento, se detectaron en Córdoba atributos como la calidad de vida local, la conectividad, la oferta cultural y gastronómica y un ecosistema emprendedor activo. Con esto en mente, se decidió crear una iniciativa que acompañe a quienes eligen vivir y trabajar desde Córdoba brindándoles herramientas, comunidad y beneficios concretos.

A través de una plataforma web con información útil de la ciudad, una **credencial digital** con descuentos en alojamientos, coworkings y otros servicios, y un calendario de **actividades** presenciales, el programa promueve la inmersión cultural y el impacto positivo de este estilo de vida en la ciudad.

Entre las propuestas más distintivas del programa se encuentra el ciclo de actividades Meet&, diseñado especialmente para favorecer la integración y el intercambio entre nómades y la comunidad local.

- **Meet&Greet** invita a descubrir la ciudad mediante recorridos turísticos, experiencias gastronómicas y encuentros sociales informales.

- **Meet&Play** promueve el bienestar y el esparcimiento a través de actividades deportivas grupales.

- **Meet&Learn** propone visitas a empresas, charlas y capacitaciones que permiten conocer el ecosistema productivo y tecnológico de Córdoba.

- **Meet&Help** fomenta la participación en acciones de voluntariado junto a ONGs locales, generando un vínculo más profundo con la ciudad y su gente.

Desde su **lanzamiento en agosto de 2023**, el programa ha logrado vincular a talentos de más de 50 países y catapultar a Córdoba al **top 3 de destinos** para nómades digitales en Latinoamérica según Nomad List*, consolidando a la ciudad como un nodo clave en el mapa global del trabajo remoto.

*Nomadlist es una plataforma que clasifica y recomienda ciudades para nómades digitales. nomads.com


COMUNICACIÓN Y NÓMADES DIGITALES: CONSTRUIR UNA MARCA DESDE LAS CIUDADES



La comunicación con nómades digitales es un desafío único que va más allá de las estrategias de marketing convencionales. A medida que más profesionales optan por estilos de vida flexibles y móviles, la necesidad de conectar con ellos de manera auténtica y personalizada se ha vuelto crucial. En el resumen de esta mesa de trabajo, exploramos cómo la interacción orgánica, las redes de apoyo y la experiencia compartida se han convertido en las herramientas más efectivas para atraer a este segmento.

LA MARCA DEL DESTINO: IDENTIDAD Y NARRATIVA

* Uno de los puntos centrales fue la necesidad de diferenciarse de la comunicación turística tradicional. Coincidieron en que los territorios deben construir una narrativa auténtica, que refleje no solo sus atractivos, sino su estilo de vida, valores y comunidad. Como destacó **Ana Clara Azcurra Mariani**, responsable de Comunicación Digital en Visit Argentina: **“Tenemos que dejar de hablar solo de lo que ofrecemos y empezar a contar quiénes somos, cómo se vive en nuestra ciudad y qué tipo de comunidad se puede encontrar acá”**.



* **Gonçalo Hall**, fundador de NomadX, advirtió que muchos destinos priorizan la comunicación sin haber trabajado aún en la infraestructura o en la creación de comunidad: **“Hoy veo decenas de visas para nómades digitales que son, en realidad, solo campañas de marketing**. Hacen un sitio web, ponen una foto con vista al mar, y creen que con eso basta. Pero sin comunidad, sin espacios, sin una experiencia pensada para ellos, no hay impacto real”.

COMUNIDAD LOCAL: INTEGRAR, NO SOLO ATRAER

Acordaron en que los programas para nómades digitales no deberían pensarse únicamente en términos de atracción, sino también de convivencia, intercambio y valor mutuo. La comunicación puede ser una herramienta poderosa para facilitar esa conexión. **Augusto Dericia**, responsable del área de comunicación de Córdoba Acelera, aportó una mirada estratégica: **“La reputación se construye en capas: lo que comunicamos como ciudad, lo que dicen quienes nos visitan y lo que experimenta quien decide quedarse. Cada una de esas capas tiene que estar alineada para generar confianza”**.

Gonçalo Hall reforzó esa idea al remarcar que el crecimiento más efectivo no viene de campañas masivas, sino del boca en boca, de la recomendación entre pares y del liderazgo comunitario: **“Yo no voy a un destino porque lo recomienda un influencer con muchos seguidores. Voy porque alguien de mi comunidad —alguien en quien confío— me cuenta que estuvo ahí y la pasó bien. Esa es la verdadera influencia”**.



ESCUCHAR Y CO-CREAR

Respecto a los canales y formatos, se destacó que la clave ya no está solo en “publicar contenido atractivo”, sino en escuchar activamente lo que valoran y necesitan las personas que viven en movimiento. El modelo que Hall implementó en Madeira fue destacado como un buen ejemplo: antes de comunicar, trabajaron durante meses en generar alianzas público-privadas, adaptar la infraestructura, capacitar alojamientos y espacios de trabajo y solo entonces lanzaron una invitación abierta a la comunidad global: “Teníamos cero presupuesto de marketing. Pero sí teníamos una comunidad y una propuesta clara. El

primer día llegaron 25 personas. En tres meses, eran más de 2.500.” También se remarcó la necesidad de educar y reconvertir equipos de comunicación: las métricas tradicionales (alcance, visualizaciones, clics) no siempre reflejan el verdadero impacto en este segmento. El enfoque tiene que ser más cualitativo, enfocado en la experiencia, la confianza y la conversión real. “Tenemos que volver a pensar en el crecimiento de calidad: impactar en cien personas que efectivamente vendrán es más valioso que aparecer frente a un millón que simplemente hace scroll”, indicó Gonçalo.

PERSPECTIVAS COMPLEMENTARIAS: COMUNIDAD Y GOBIERNO



* Wendy Walker, inmigrante digital y fundadora del primer grupo para extranjeros en Córdoba, destacó el crecimiento orgánico de la comunidad de nómades digitales, que pasó de solo cinco miembros en 2010 a 3.700 actuales. "Antes de 2019 no había tanta gente en el grupo, pero desde la pandemia, el crecimiento ha sido tremendo. Lo interesante es que las personas que se suman al grupo generalmente no vienen por vacaciones, sino que buscan vivir en Córdoba". Atribuye este crecimiento al boca en boca entre quienes prefieren una alternativa más auténtica y menos turística que las grandes capitales.



* **Mauro Guevera**, consultor especializado en la creación y desarrollo de políticas de atracción de talento, reflexionó sobre la importancia de los canales de comunicación cercanos y personales frente a las campañas de marketing masivas. "Es muy desafiante, desde un gobierno local, explicar lo que está sucediendo y dar respuestas a las necesidades de los nómades, especialmente cuando existen tantas otras prioridades", señaló.

Sin embargo, resaltó que **lo que realmente ha tenido un impacto positivo es el trabajo colaborativo con la comunidad y la participación de los nómades como embajadores de la ciudad.** Además, mencionó el éxito de las misiones de influencers en Buenos Aires, que no solo atrajeron nómades, sino que también generaron visibilidad global para Argentina con la calidez y pasión de sus locales como factores clave.



IMPACTO DE LOS NÓMADES DIGITALES

Mauro Guevara fue parte del diseño y desarrollo del programa **Study BA** inicialmente concebido desde una perspectiva turística para atraer estudiantes internacionales y que luego se transformó en una política transversal de posicionamiento internacional. En ese marco, el fenómeno del nomadismo digital fue incorporado como un nuevo segmento estratégico tras la pandemia, con el objetivo de atraer a los primeros visitantes internacionales en el retorno a la presencialidad. Sin embargo, no es sencillo medir el impacto de un grupo como los nómades digitales que no están anclados a instituciones sino que se organizan en comunidades dispersas. Guevara propuso una mirada dual:

IMPACTO CUALITATIVO

Se elaboraron perfiles detallados de nómades digitales con sus comportamientos, intereses, patrones de consumo y necesidades. Esto permitió adaptar la oferta local y mejorar su experiencia, promoviendo una narrativa positiva que los convirtiera en promotores del destino.

IMPACTO CUANTITATIVO

Se estimó la llegada e impacto económico de nómades digitales articulando datos del ecosistema turístico (como alojamientos tipo colivings), plataformas como NomadList y registros de visitantes. Así se proyectaron volúmenes, estadías, gastos y nacionalidades.

Uno de los principales aprendizajes fue que medir el impacto del nomadismo digital exige repensar las métricas tradicionales del turismo. No solo importa cuánto gastan, sino también **el valor agregado que aportan como talento internacionalizado**. El 90% de los nómades que llegaron a Buenos Aires tenía formación universitaria, muchos eran emprendedores vinculados a la economía del conocimiento y contaban con redes internacionales que, si se integran adecuadamente al ecosistema local, pueden potenciar emprendimientos argentinos y facilitar su internacionalización.

Guevara remarcó que entender este fenómeno requiere una mirada transversal, que promueva el diálogo interinstitucional y la construcción de políticas públicas que reconozcan al talento como un recurso estratégico. Cerró su participación destacando que, si bien Buenos Aires logró avances importantes, medir el impacto sigue siendo uno de los grandes desafíos.

En la ciudad de Córdoba, los datos relevados a través del programa Digital Nomads indican que el 46% de los visitantes tiene entre 26 y 35 años, el 50,5% trabaja en relación de dependencia y el resto se desempeña como profesional independiente. La estadía promedio es de dos meses, y los principales países de origen son Estados Unidos, Brasil, Italia, Canadá y Rusia.

MEDICIÓN COMO PUNTO DE PARTIDA EL CASO DE CÓRDOBA

Gabriela Sibilla, responsable de Posicionamiento Internacional de Córdoba Acelera, explicó que, si bien el programa cuenta con un formulario de registro web para nómades digitales, no todos los visitantes se registran. Por eso, el equipo complementa su base de datos propia con información de plataformas internacionales como NomadList. Este cruce lo realiza el área de Estudios Estratégicos, lo que permite tener una visión cada vez más precisa del fenómeno.

Actualmente, Córdoba cuenta con información clave sobre quienes eligen la ciudad como destino nómada digital, incluyendo la duración promedio de la estadía, el gasto estimado, el rango etario, los países de origen y el género. El próximo desafío —afirma Sibilla— es poder trazar el uso efectivo de los beneficios que ofrece el programa, como descuentos en gastronomía, alojamientos y coworkings, a través de una plataforma que registre datos en tiempo real. Esta información será esencial para ajustar y mejorar la experiencia ofrecida.



DISEÑAR EL IMPACTO: EL APRENDIZAJE DESDE LISBOA Y MADEIRA

Gonçalo Hall contrastó la experiencia de Córdoba con el caso de Lisboa, donde el crecimiento del nomadismo fue espontáneo, sin planificación pública. “Lisboa fue un accidente de la iniciativa privada”, comentó. El auge de eventos y comunidades atrajo miles de nómades digitales, pero **la falta de medición impidió a las autoridades anticiparse** y responder a críticas sobre su impacto. En Madeira, en cambio, Hall implementó un enfoque más estructurado: diseñó un formulario de registro y cruzó datos con empresas, coworkings y registros oficiales. Esto permitió defender políticas públicas con datos y demostrar que los nómades no eran responsables de fenómenos como la gentrificación. Pero Hall va más allá de la medición: propone **diseñar intencionalmente** el impacto que se desea generar. En lugar de reaccionar, sugiere actuar desde el inicio con una visión clara: **priorizar el turismo de naturaleza, promover espacios locales o incentivar emprendimientos tecnológicos**. “Si sabés qué impacto querés, podés guiar el comportamiento del nómade y fomentar un desarrollo más justo y alineado con la comunidad local”, afirmó.

En el caso de Córdoba, se busca generar un impacto económico, social y cultural mediante una estrategia de articulación con el sector privado, promoviendo la economía local a través de beneficios en gastronomía, alojamiento y experiencias en la ciudad. Estas acciones se complementan con actividades conjuntas que integran a los nómades digitales con la comunidad cordobesa. Además, se trabaja en conjunto con el sector académico y empresarial para fomentar el intercambio de saberes y experiencias, enriqueciendo el ecosistema local y promoviendo la internacionalización de la ciudad como resultado.

CONSTRUIR COMUNIDAD: EL CORAZÓN DE LA EXPERIENCIA NÓMADE

¿Qué es realmente una comunidad? ¿Por qué deberíamos crear una? ¿Y cómo podemos hacerlo de forma auténtica y sustentable? Estas fueron las preguntas que **Florencia Dos Reis**, Community Strategist & Remote Work Advocate, propuso como punto de partida para una conversación más amplia y colectiva.

* Hoy en día, "**comunidad**" es una palabra omnipresente. Se usa en campañas de marketing, en redes sociales, en nombres de apps. Pero comunidad no es simplemente un grupo de personas que se reúnen ni una audiencia pasiva. Es **una red viva de relaciones basadas en valores, confianza, apoyo mutuo y propósito compartido**. Comunidad es pertenencia, colaboración y, sobre todo, una forma de combatir una de las problemáticas más profundas de nuestro tiempo: la soledad. En 2024, la Organización Mundial de la Salud declaró la soledad como una amenaza para la salud pública. Y en el universo de los nómadas digitales, esa sensación puede ser aún más aguda. Personas que viven en movimiento o trabajan desde casa muchas veces buscan —consciente o inconscientemente— conexiones significativas.

* La experiencia de Dos Reis comenzó en el sur de Portugal, en una pequeña ciudad sin espacios de coworking ni red de apoyo. Lo que empezó como un simple evento para conocer gente, sin presupuesto ni difusión paga, se convirtió en LOFT: una comunidad que en un año reunió a más de 600 personas. La clave fue crear encuentros con propósito, centrados en intereses compartidos. La comunidad creció de forma orgánica, gracias al boca en boca y al compromiso genuino de sus miembros. Para la especialista, construir comunidad requiere estructura: valores, visión y un liderazgo comprometido. En LOFT, el objetivo no era solo mejorar la experiencia individual, sino también dinamizar la región del Algarve todo el año, aliándose con gobiernos y comercios locales. Comunidad, en este caso, fue también una estrategia de desarrollo territorial.



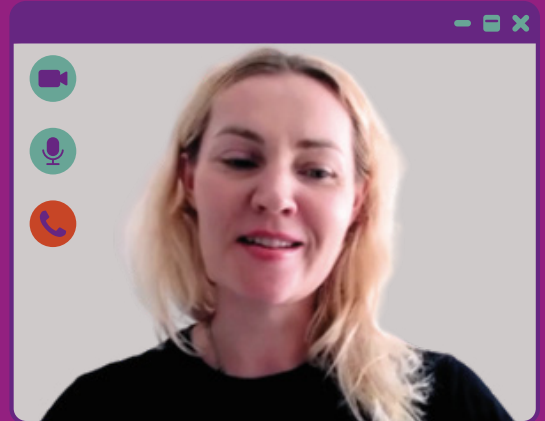
* No todas las comunidades son territoriales. Existen comunidades en colivings, en coworkings, en plataformas digitales, en eventos itinerantes. Todas ellas cumplen roles distintos, pero tienen un punto en común: potencian la experiencia nómada y la transforman en algo más que un estilo de vida. La convierten en una oportunidad de conexión auténtica, colaboración y crecimiento personal.

Aunque no siempre sea fácil medir el impacto con métricas tradicionales, Florencia destaca que el testimonio de quienes dicen “tu comunidad me cambió la vida” es, sin dudas, la mejor prueba del valor que puede tener este tipo de trabajo. Para ella, **crear comunidad no es solo una tarea noble: es una forma concreta de cambiar realidades.**

MÁS ALLÁ DEL NOMADISMO

Para muchas personas que crean comunidad en destinos nómades, el objetivo va más allá de conectar a personas que compartan un estilo de vida en movimiento. Así lo ve **Anna Maria Kochanska**, Digital Nomads & Remote Workers consultant, quien remarcó la importancia de integrar también a la población local. “Nunca me gustó la idea de comunidades formadas exclusivamente por nómades”, explicó. **“Las conexiones más valiosas ocurren cuando logramos cruzar culturas, lenguas y trayectorias de vida”**.

Cuando se crean espacios accesibles para la comunidad anfitriona, aun con barreras como el idioma, la respuesta suele ser positiva. Desde eventos deportivos hasta clases de baile o karaokes, cualquier excusa puede ser válida para generar una experiencia compartida. En Cabo Verde, por ejemplo, se logró reunir a una comunidad tan fuerte que muchos miembros volvieron año tras año. Algunos incluso comenzaron a viajar juntos a otros destinos, manteniendo vivo ese lazo inicial. “A veces solo hace falta saber que existe un lugar donde podés pertenecer.”



EL ROL DEL COLIVING EN LA CREACIÓN DE COMUNIDAD

Desde el mundo del coliving, **Juan Puppo**, fundador de Wanna Colive, compartió cómo el diseño de los espacios puede fomentar de manera casi invisible el surgimiento de comunidad. **“Nosotros no ofrecemos amenities, ofrecemos convivencia”**, explicó. En lugar de departamentos independientes, Wanna transforma hoteles en espacios compartidos: cocinas comunes, livings sin televisores individuales y zonas que invitan al encuentro cotidiano. La experiencia en Córdoba es un ejemplo: allí, la decisión de eliminar cocinas privadas y fomentar el uso de espacios comunes ayudó a crear vínculos profundos entre personas que llegaron como desconocidas. “Después de unos meses, muchos se quieren mudar todos juntos. Se van en grupo, como si fueran una familia”. Este modelo, que prioriza la conexión humana, también aporta al desarrollo de propuestas más sustentables y con impacto positivo en la experiencia nómada, el acceso a la vivienda y la dinamización local.



COMUNIDAD NÓMADE



EN CÓRDOBA CAPITAL





TRABAJO REMOTO LA MIRADA EMPRESARIA

El avance del trabajo remoto, acelerado por la pandemia, transformó profundamente la dinámica laboral en empresas de todo el mundo. Lo que comenzó como una respuesta de emergencia se consolidó como un nuevo modelo de organización que obliga a repensar la cultura corporativa, la gestión de equipos y las inversiones tecnológicas. En este contexto, surgen desafíos como mantener la cohesión cultural, garantizar la equidad entre empleados distribuidos geográficamente y optimizar la productividad a través de herramientas y procesos adecuados. Las experiencias compartidas por referentes como Gonçalo Hall (NomadX) y Nicolás Fora (Accenture) reflejan cómo las organizaciones viven y proyectan esta nueva realidad laboral.

Panel moderado por Veronica Suarez Lorences. Culture Director de Voyansi, consultora especializada en servicios BIM con más de 300 empleados y operaciones en Argentina, Estados Unidos, España, Perú, Brasil, Colombia y Venezuela.

"La pandemia nos obligó a pasar de estar en la oficina a trabajar con equipos de mil personas completamente remotos de un día para el otro, **sin tiempo para educar ni para aprender** a trabajar de manera remota".
Gonçalo Hall - NomadX

"**La productividad aumenta si el trabajo remoto se organiza bien.** Con las herramientas y procesos adecuados, no solo se mantiene, sino que se incrementa. Lo hemos medido internamente y los datos nos lo confirman". *Nicolás Fora - Accenture*

"Hoy en día, **gestionar un entorno híbrido es más difícil** que uno 100% remoto o presencial porque implica coordinar dos sistemas distintos de trabajo a la vez". *Gonçalo Hall - NomadX*

"El gran desafío de tener empleados remotos, especialmente en una empresa multinacional, es lograr que una persona contratada en un lugar como La Quiaca **absorba la cultura de la empresa, tenga visibilidad y reciba el mismo reconocimiento** que alguien en Buenos Aires". *Nicolás Fora - Accenture*

"El trabajo remoto necesita **ser gestionado con mucha intencionalidad**: hay que educar a los equipos, enseñarles a documentar, a comunicarse asincrónicamente y a trabajar de manera estructurada para que funcione". *Gonçalo Hall - NomadX*

"Somos conscientes de que **tener empleados remotos implica inversiones muy grandes**: no solo en tecnología, sino también en mantener estructuras físicas que siguen existiendo, oficinas que deben seguir pagándose, además de los desafíos jurídicos y financieros que surgen". *Angélica Pérez - Clúster de Localización e Interpretación*

Las opiniones recogidas destacan que el trabajo remoto representa un cambio profundo que, si bien puede aumentar la productividad cuando está bien gestionado, también plantea importantes desafíos. La transición abrupta durante la pandemia evidenció la necesidad de formar equipos en nuevas habilidades como la comunicación asincrónica y la documentación clara. Además, los entornos híbridos resultan más complejos de coordinar que los modelos 100 % remotos o presenciales, y garantizar la inclusión y visibilidad del talento distribuido es clave. Este modelo requiere una gestión intencional y sostenida, con inversiones no solo en tecnología, sino también en cultura organizacional y estructuras que acompañen esta nueva forma de trabajar.

TRABAJADORES REMOTOS

El trabajo remoto establece nuevas formas de organizar el tiempo, la necesidad de establecer límites personales, la búsqueda de flexibilidad y el deseo de conexión social. Estas voces muestran cómo la cultura laboral está cambiando a nivel global, y por qué es clave acompañar estos procesos con políticas, herramientas y entornos que favorezcan el bienestar, la productividad y la conexión humana en contextos descentralizados.

"Para mí, el gran beneficio del trabajo remoto es la **flexibilidad**: poder elegir si paso una etapa de aislamiento o de sociabilidad, seguir viajando y conociendo el mundo mientras trabajo".
Trevor (Estados Unidos)

"Tenemos **programas que nos permiten viajar y conocer a compañeros** en distintas ciudades. Así, aunque no haya oficinas, seguimos teniendo una comunidad y encuentros presenciales". *Wendy (Estados Unidos)*

"Trabajar de manera asincrónica fue la habilidad que más me ayudó. Aprovechar los momentos que tengo, comunicar todo rápidamente, aunque sea por e-mail o chat. **No existe la 'sobrecomunicación'**. En entornos remotos, cuanto más detallado el mensaje, es mejor". *Marina (Italia)*

"Trabajando remoto, **cada uno tiene que poner sus propios límites**. Antes, en la oficina, todos cortábamos para almorzar. Ahora, con equipos en todo el mundo, nadie te dice 'pará a comer', entonces tenés que organizarte solo". *Wendy (Estados Unidos)*

"Para mí, una regla de oro es **saber diferenciar lo urgente, lo importante y lo no tanto**. Eso me ayuda a saber cuándo cortar y no terminar trabajando 24/7". *Nicolás (Argentina)*

"Desde que empecé a trabajar remoto, aprendí que **hay que moverse rápido**. Si no anotás una idea, el momento se pierde y eso afecta mucho la eficiencia". *Marina (Italia)*



Podemos concluir que el trabajo remoto ofrece grandes beneficios, como la flexibilidad y la posibilidad de viajar, pero también plantea desafíos que requieren nuevas habilidades y una fuerte autogestión. La asincronía, la sobrecomunicación clara, el equilibrio entre vida personal y laboral, y la construcción de comunidad a pesar de la distancia son claves para que esta modalidad funcione de manera sostenible. En definitiva, el éxito del trabajo remoto depende tanto de las herramientas disponibles como de la capacidad individual para adaptarse y organizarse.

SALUD Y NOMADISMO: LA VISIÓN DEL CLUSTER TURISMO SALUD CÓRDOBA



14

instituciones
de salud



+2800

pacientes
extranjeros

Tomás Amuchástegui, Médico, Especialista en Medicina Interna por American Board of Internal Medicine y Yale New Haven Medical Center, Jefe de Departamento de Internado del Hospital Privado y miembro del Clúster Turismo de Salud Córdoba, celebró durante su intervención una característica que, según su opinión, se percibe con mucha claridad en los grupos de nómades digitales: su compromiso con el bienestar desde edades tempranas. Esta búsqueda activa del wellness, entendida como una estrategia de prevención primaria del bienestar biopsicosocial, atraviesa distintas etapas de la vida: infancia, adolescencia, juventud, adultez laboral y vejez. Es una mirada integral que conecta muy bien con los servicios que la ciudad de Córdoba ya ofrece en materia de salud preventiva.

En esa misma línea, destacó cómo la pandemia aceleró procesos que ya se venían madurando previamente, como la portabilidad de la historia clínica y la posibilidad de atención híbrida. Hoy, gracias a los avances tecnológicos y a un marco legal ya consolidado, **una persona puede atenderse en Córdoba y continuar su seguimiento médico desde otro país**. Esto es especialmente valioso para quienes viven en movimiento porque les permite mantener un vínculo de continuidad en la atención para ellos y sus familias, sin importar en qué lugar del mundo se encuentren.

A esto se suma el respaldo que ofrecen las **instituciones médicas cordobesas, muchas de las cuales ya han sido acreditadas con estándares internacionales en materia sanitaria**. Esa garantía de calidad permite que quienes acceden a estos servicios lo hagan con confianza, sabiendo que hay una infraestructura preparada para recibirlos y acompañarlos.

Para obtener esta mención internacional, las instituciones deben cumplir con estándares globales que incluyen la implementación de historias clínicas digitales, la presencia de profesionales con formación de excelencia, manejo de idiomas, tecnología avanzada y una amplia diversidad de servicios.

La revolución del trabajo remoto ha desencadenado un cambio profundo en el modo en que las personas viven, viajan y se vinculan con los territorios. Para los nómades digitales, elegir dónde quedarse **no es solo una decisión logística**: es una parte esencial de su experiencia personal y profesional.

Uno de los conceptos más destacados en esta mesa de trabajo fue el del coliving, entendido como una respuesta híbrida que combina lo mejor de los hoteles, los hostels y las residencias, pero con un ingrediente clave: la comunidad. “Preparamos las propiedades para que haya esta interacción... y en la práctica sucede”, explicó Juan Puppo de Wanna Colive.

La experiencia de quienes habitan estos espacios confirma que **no se trata únicamente de ofrecer comodidad o diseño, sino de generar vínculos duraderos**. Personas de distintos países que coinciden en un lugar, sin conocerse previamente, terminan formando grupos que comparten desde cenas hasta proyectos laborales. Esta “comunidad silenciosa”, como la definió Puppo, no surge al azar: se diseña, se cuida y se nutre desde una propuesta que va mucho más allá de lo inmobiliario.

Este enfoque fue también destacado por Nicolás Germen, fundador de Nomad, una empresa de property management. La clave para lograr una integración auténtica es apostar por **actividades que generen puentes reales** entre nómades y locales. “Organizábamos karaoke, partidos de fútbol, cenas... el deporte fue clave para romper el hielo y generar verdadera conexión”, relató. Ese trabajo constante dio lugar a una comunidad que no solo creció rápidamente, sino que se convirtió en un ecosistema de contención y colaboración.

Esta necesidad de pertenencia se conecta con otra tendencia en crecimiento: **la búsqueda de estabilidad en medio de la movilidad**. Como señaló Gonçalo Hall, muchos nómades comienzan a elegir una base, un lugar al que volver cada cierto tiempo. Ya no se trata de viajar constantemente, sino de encontrar espacios donde sea posible sostener una rutina: saber dónde está el gimnasio, el coworking o dónde comprar alimentos. El acceso a espacios de entrenamiento, alimentación saludable y comunidades activas no solo son un valor agregado, sino una demanda creciente entre quienes optan por un estilo de vida más consciente.

El alojamiento para nómades, entonces, no solo se adapta a nuevos formatos físicos, como los colivings o los espacios híbridos, sino también a nuevas lógicas de servicio. La flexibilidad es central: contratos semanales o mensuales, posibilidad de pagar en diferentes monedas, opciones integradas de coworking y eventos que fomenten el encuentro. **El futuro del sector se perfila en clave de diseño de experiencia.**

En definitiva, el alojamiento para nómades digitales ya no puede pensarse con las lógicas del turismo tradicional. Como quedó claro en el foro, **el verdadero diferencial no están las paredes, sino en las relaciones que allí se construyen.**

TENDENCIAS

Lejos de los clichés sobre mochilas, cafés con wifi y cambios constantes de país, **Gonçalo Hall** presentó un retrato más matizado y humano del movimiento, centrado en tres transformaciones clave que ya están en marcha.

La primera tiene que ver con el **giro geográfico hacia pueblos y comunidades pequeñas**. Aunque muchas personas comenzaron su experiencia nómada en grandes ciudades como Buenos Aires, Lisboa o Medellín, hoy el atractivo se traslada a lugares más tranquilos, alejados del ruido urbano. Hall lo explica con claridad: “es mucho más fácil construir comunidad en un pueblo de cien personas que en una ciudad de diez millones”. Y eso —la comunidad— es el **verdadero motor**. No se trata de escapar de lo urbano porque sí, sino de buscar conexiones más profundas, vínculos más sólidos y un estilo de vida más integrado.

La segunda gran transformación es emocional y vital: después de años de viajes constantes, **muchas personas están buscando una base**, un lugar al que volver. No necesariamente para vivir allí todo el año, pero sí para echar raíces parciales, construir comunidad, dejar sus libros y sus cosas. En sus palabras: “hace siete años que no tengo casa, pero cada vez siento más la necesidad de tener un lugar al que volver”. El cansancio de comenzar de cero cada dos meses, de no tener vínculos estables

o una rutina, empieza a pesar. La libertad de movimiento sigue siendo central, pero aparece otro deseo: el de pertenecer, aunque sea a medias.

La tercera tendencia se expresa en **la creación de social clubs o espacios híbridos** donde el trabajo, el bienestar y la vida social se mezclan naturalmente. Hall observa que, en todo el mundo, los antiguos coworkings o gimnasios se están transformando en lugares de encuentro mucho más completos: “espacios donde trabajamos, entrenamos, tomamos café y compartimos con amigos; lugares donde pasamos casi todo el día”. Cuanto más tiempo pasamos frente a una pantalla, más valor le damos a los vínculos presenciales. Por eso, crecen las comunidades de corredores, los clubes de bienestar, los cafés que también son coworkings, los gimnasios que integran eventos y talleres. Lo que une todos estos espacios es su capacidad de generar sentido de pertenencia. Son, como dice Hall, el “pegamento social” que mantiene viva la dimensión comunitaria del nomadismo.

En conjunto, estas tres tendencias delinear un nuevo mapa para entender hacia dónde va el nomadismo digital. **Un mapa** menos enfocado en el constante desplazamiento y **más interesado en la construcción de vínculos, en el equilibrio entre libertad y arraigo, entre lo digital y lo humano**.



NOMADISMO DIGITAL

DE FENÓMENO GLOBAL A POLÍTICA PÚBLICA

Las ciudades que deseen posicionarse como destinos inteligentes, inclusivos y globales deben diseñar políticas públicas que integren a este nuevo tipo de visitante. Esta propuesta condensa las claves abordadas en el Foro Internacional de Nómades Digitales, organizadas en ejes de acción que permiten pasar del diagnóstico a la implementación: comunicación, habilitación normativa, incentivos, alianzas público-privadas y corredores regionales. Un punto de partida para la acción.



COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN ESTRATÉGICA

Coordinación de acciones de posicionamiento como destino destacado

- Establecer una **mesa interinstitucional** desde Córdoba Acelera entre las áreas de Turismo, Cultura, Comunicación, Habilitación, Seguridad, Ciudad Inteligente y Vinculación.
- Diseñar un **plan de comunicación internacional** con foco en plataformas digitales, redes sociales, ferias internacionales y embajadas/consulados.
- Desarrollar contenido audiovisual, notas periodísticas y experiencias inmersivas (realidad virtual, tours 360°) sobre la vida nómada en la ciudad.



HABILITACIÓN Y NORMATIVA

Generación de un entorno regulado y adaptado al ecosistema nómada

- Diseñar y promulgar **reglamentos de habilitación específica** para espacios de coworking y coliving.
- Implementar **protocolos simplificados de habilitación** para emprendimientos turísticos residenciales que busquen adaptarse a esta demanda.
- Facilitar la **habilitación de residencias universitarias** que puedan funcionar parcialmente como alojamientos para nómades y estudiantes.

NOMADISMO DIGITAL

DE FENÓMENO GLOBAL A POLÍTICA PÚBLICA



ARTICULACIÓN PÚBLICO-PRIVADA

para involucrar al sector privado en la captación y retención de nómades digitales

- Firmar **convenios de colaboración** con empresas locales que empleen trabajadores remotos, fomentando programas de residencia temporal.
- Incentivar a los espacios privados (bares, coworkings, hostels, etc.) a ofrecer **beneficios exclusivos** para nómades digitales.
- Crear un **sello de calidad “Destino Nómade”** para los espacios y servicios alineados con esta política.



BENEFICIOS E INCENTIVOS

para incentivar a nómades digitales y los emprendimientos que los reciban

- Ofrecer **bonificaciones o créditos** en servicios públicos, transporte y conectividad para nómades digitales registrados.
- Crear un **programa de membresías** que otorgue acceso preferencial a espacios públicos, culturales y tecnológicos.
- Generar líneas de financiamiento para adecuación de inmuebles al uso co-living/co-working.



CORREDORES NÓMADES DIGITALES

para crear rutas de desplazamiento de nómades digitales entre polos atractivos

- Celebrar **acuerdos interprovinciales** con Buenos Aires, Mendoza y Córdoba Capital para integrar un corredor nacional de nómades digitales.
- Fortalecer corredores internos en la provincia, con especial foco en el **norte cordobés**, priorizando localidades con alto potencial turístico o cultural.
- Diseñar una **app o plataforma web** para visualizar el ecosistema nómade de cada ciudad del corredor.

Gracias a los partners, al Concejo Deliberante
y a la Municipalidad de Córdoba
por acompañarnos en esta iniciativa.

¡GRACIAS!



Municipalidad
de Córdoba

