



**Escola Superior
de Educação**

Politécnico de Coimbra

Nómadas digitais: Perfil, tendências e desafios para o futuro do turismo em Portugal

Departamento de Turismo e Gastronomia

Mestrado em Turismo de interior: Educação para Sustentabilidade

2023, Nayara Louise Soares de Araujo



**Escola Superior
de Educação**

Politécnico de Coimbra

Nayara Louise Soares de Araujo

Nómadas digitais: Perfil, tendências e desafios para o futuro do turismo em Portugal

Dissertação de Mestrado em Turismo de Interior: Educação para Sustentabilidade, apresentada
ao Departamento de Turismo e Gastronomia da Escola Superior de Educação do Instituto
Politécnico de Coimbra, para obtenção do grau de Mestre

Constituição do júri

Presidente: Professora Doutora Susana Maria Peixoto Godinho Lima

Arguente: Professora Doutora Vânia Natércia Gonçalves Costa

Orientadora: Professora Doutora Maria do Rosário Campos Mira

Trabalho realizado sob a orientação da Professora Doutora Maria do Rosário Campos Mira e
co-orientação da Professora Doutora Andreia Filipa Antunes Moura

Junho, 2023

Agradecimentos

Esta dissertação é resultado de um caminho pautado por altos e baixos, uma mudança transatlântica em busca de uma vida com mais liberdade, que me permitiu um grande aprendizado sobre o mundo digital e descobrir uma paixão – o nomadismo digital. Gostaria, por isso, de agradecer, a quem me ajudou (direta ou indiretamente) a superar os obstáculos, a não desistir e me deu força para conseguir concretizar este projeto, nomeadamente:

A Deus por ter-me dado paciência e força e perseverança, principalmente nesta reta final. Aos meus pais e a minha irmã pela compreensão, pelo incentivo e ajuda ao longo de este tempo. Ao meu marido Jesús, que me incentivou e não me deixou desistir.

As minhas orientadoras, Professora Doutora Maria do Rosário Mira e Professora Doutora Andreia Antunes Moura, pelo aconselhamento na investigação, apoio, motivação e constante disponibilidade ao longo desta jornada.

E por fim, agradeço os meus amigos, por me reconfortarem nos momentos mais difíceis e me motivarem a continuar, especialmente, a Miguel Martins, que me deu suporte e possibilitou novas experiências no interior de Portugal, e às minhas amigas, Raissa Rodrigues e Luana Sampaio, por toda amizade e companheirismo ao longo de todo o percurso académico.

Obrigada a todos!

Nómadas digitais: Perfil, tendências e desafios para o futuro do turismo em Portugal

Este estudo explora a relação entre o nomadismo digital e o turismo, abordando a questão de se os nómadas digitais são turistas e quais tipos de nómadas digitais devem ser o público-alvo preferencial do turismo. A pesquisa é baseada numa revisão da literatura sobre as mudanças no mercado de trabalho e nos estilos de vida que emergiram com a disseminação da *internet*, e num estudo empírico que analisa as motivações, expectativas e necessidades dos nómadas digitais em relação aos destinos turísticos e os atributos importantes para eles nos territórios que visitam. Os objetivos específicos do estudo incluem refletir teoricamente sobre o conceito de nomadismo digital, identificar os tipos de nómadas digitais que são considerados turistas, identificar os atributos dos destinos turísticos importantes para esses turistas e compreender a sua motivação e a forma como tentam equilibrar a relação entre um determinado estilo de vida e o trabalho. A dissertação está dividida em capítulos que abordam a análise bibliométrica do tema, a revisão sistemática da literatura sobre o nomadismo digital e o estudo empírico. O estudo tem relevância para o setor do turismo, uma vez que os nómadas digitais constituem um segmento crescente de viajantes e ainda há poucos estudos que analisam os impactos socioeconómicos desse estilo de vida como parte do segmento turístico e suas implicações na promoção do turismo e dos territórios.

Palavras-chave: Nomadismo digital, Turismo, Estilos de vida, Oferta turística

Digital Nomads: Profile, trends and challenges for the future of tourism in Portugal

This study explores the relationship between digital nomadism and tourism, addressing the question of whether digital nomads are tourists and which types of digital nomads should be the preferred target audience of tourism. The research is based on a literature review of changes in the labor market and lifestyles that have emerged with the spread of the internet, and on an empirical study that analyzes the motivations, expectations, and needs of digital nomads in relation to tourist destinations and the important attributes for them in the territories they visit. The specific objectives of the study include theoretical reflection on the concept of digital nomadism, identifying the types of digital nomads that are considered tourists, identifying the important attributes of tourist destinations for these tourists, and understanding their motivation and how they try to balance the relationship between a certain lifestyle and work. The dissertation is divided into chapters that address the bibliometric analysis of the topic, the systematic review of the literature on digital nomadism, and the empirical study. The study is relevant to the tourism industry, as digital nomads constitute a growing segment of travelers and there are few studies that analyze the socioeconomic impacts of this lifestyle as part of the tourism segment and its implications for promoting tourism and territories.

Keywords: Digital Nomadism, Tourism, Lifestyles, Tourism Offer

ÍNDICE

Índice de Figuras	6
Índice de Quadros	7
INTRODUÇÃO	8
PARTE I - Enquadramento Conceptual	11
1. NÓMADAS DIGITAIS E TURISMO: TENDÊNCIAS E DESAFIOS	12
1.1 Nómadas digitais e turismo: análise bibliométrica	13
1.2 Nómadas digitais: enquadramento concetual	14
1.3 Método	18
1.3.1 Procedimentos de recolha de dados	18
1.3.2 Procedimentos de tratamento de dados	18
1.3.3 Amostra documental	19
1.3.3.1 Constituição da amostra documental	19
1.3.3.2 Caraterização da amostra documental	19
1.4 Resultados	24
1.5 Considerações finais	34
2. UM NOVO CONCEITO DE TURISTAS: "BACKPAKERS", "FLASHPACKERS", "NÓMADAS GLOBAIS" E NÓMADAS DIGITAIS	36
2.1 Nómadas digitais: tipologias e atributos	38
2.2 Motivações dos nómadas digitais: O que procuram no turismo?	44
PARTE II - Estudo Empírico	48
3. METODOLOGIA	49
3.1 Método	50
3.1.1. Objetivos	51
3.1.1.1 Objetivo geral	51
3.1.1.2 Objetivos específicos	51
3.1.2 População-alvo e amostra	51
3.2 Técnicas de recolha de dados	57
3.2.1 Instrumento de recolha de dados: Inquérito DigitalPort	59
3.3 Tratamento estatístico dos dados	61
3.4 Considerações finais	64
4. RESULTADOS	66
4.1 Escalas de avaliação das caraterísticas dos destinos turísticos	67
4.1.1 ADT – Medida de Atributos dos Destinos Turísticos	67
4.1.2 AIDT – Medida de Atributos Ideais dos Destinos Turísticos	69
4.1.3 Determinantes dos atributos dos destinos turísticos para os Nómadas digitais	71
4.2 Escala de estilo de vida	77
4.2.1 EVND – Medida de Estilo de Vida	77

4.2.2 PPET – Medida de Preferências Pessoais	79
4.2.3 Determinantes do estilo de vida e preferências dos nómadas digitais.	80
4.3 Considerações finais	85
5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	86
CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E FUTURAS LINHAS DE INVESTIGAÇÃO	93
BIBLIOGRAFIA	96
Apêndices	107

Índice de Figuras

Figura 1. Distribuição geográfica das publicações pelo país de origem do primeiro autor	22
Figura 2. Autores mais citados	24
Figura 3: Número de publicações por ano	25
Figura 4. Coocorrências de palavras-chave indexadas	26
Figura 5. Dimensões de viajantes com base na Mobilidade versus Trabalho. Fonte: Cook (2020, p. 357)	41
Figura 6. Profissões dos respondentes, com base no output do software SPSS (24.0)	55
Figura 7: Requisitos intrínsecos e extrínsecos de atratividade dos nómadas digitais	92

Índice de Quadros

Quadro 1. Evolução histórica do conceito Nómada Digital	16
Quadro 2. Amostra documental	20
Quadro 3. Distribuição das publicações por domínio científico	20
Quadro 4. Abordagem metodológica	21
Quadro 5. Tipo de estudo	21
Quadro 6. Fator de impacto das revistas científicas e número de publicações	22
Quadro 7. Variáveis mediadoras e sua relevância da dimensão 'Atributos da oferta', na perspetiva tecnológica	27
Quadro 8. Variáveis mediadoras e sua relevância da dimensão 'Tendências' na perspetiva turística	29
Quadro 9. Variáveis mediadoras e sua relevância da dimensão 'Lifestyle', na perspetiva psicológica	31
Quadro 10. Variáveis mediadoras e sua relevância da dimensão 'Social engagement', na perspetiva sociológica	33
Quadro 11. Atributos segundo as diferentes tipologias de s nómadas digitais	43
Quadro 13. Caraterização da amostra por caraterísticas dos respondentes	53
Quadro 14. Caraterização da amostra por perfil de respondentes e destinos turístico	55
Quadro 15. Caraterização da amostra por caraterísticas da experiência turística em Portugal	57
Quadro 16. Tabelas assuntos autores Revisão da literatura por temas	59
Quadro 17. Escala de Atributos dos Destinos Turísticos (ADT)	68
Quadro 18. Escala de Atributos Ideais dos Destinos Turísticos (AIDT)	70
Quadro 19 - Correlação de Pearson entre as escalas	76
Quadro 20. Escala de Medida de Estilo de Vida	78
Quadro 21. Escala de Medida de Preferências Pessoais	80
Quadro 22. Correlação entre EVND versus PPET	84

INTRODUÇÃO

A partir da disseminação da *internet*, a sociedade passou por significativas transformações (Castells, 2003, 2005; Lemos & Cunha, 2003; Lemos & Lévy, 2010; Lévy, 1999, 2003; Lemos, 2002), resultando em novos estilos de vida e formas de trabalho, como o nomadismo digital. Esse estilo de vida associa o trabalho remoto à liberdade de localização, onde os nómadas digitais têm autonomia para trabalhar em qualquer lugar do mundo. Com a retoma gradual do setor turístico, após o período pandémico, surgem as perguntas: (i) se os nómadas digitais são turistas e (ii) quais os tipos de nómadas digitais que devem ser o público-alvo preferencial do turismo.

O aumento da mobilidade internacional está relacionado com a procura de liberdade e satisfação pessoal, tendo vindo a ser estudado no contexto do turismo residencial, da migração sazonal, do nomadismo global e do neonomadismo (Hannonen, 2020). O nomadismo digital é um estilo de vida em que as viagens são um ponto central da vida dos indivíduos (Gomes, 2019), que privilegiam atividades em locais abertos e experiências de *slow travel* (Åkerlund, 2013; D'Andrea, 2016; Hannonen 2016, 2018; Mouratidis, 2018; Korpela, 2019; Müller 2016; O'Reilly and Benson, 2009; Paris, 2012; Reichenberger, 2018).

A relevância deste estudo aumenta se considerarmos que este tipo de turista está a crescer, tornando urgente compreender melhor este segmento de mercado. Acresce que, na academia, esta temática não foi ainda analisada convenientemente: não existem muitos estudos que analisem o nomadismo digital do ponto de vista do turismo. Pelos motivos expostos, o nomadismo digital surge como um tema de investigação nos últimos anos, e principalmente desde 2020, devido à crise pandémica. Com a Covid-19, o turismo foi fortemente impactado, o que é um dos principais motivos da procura por outras alternativas para o setor. O nomadismo digital tem ganhado relevância enquanto estilo de vida, mas esse público-alvo ainda é pouco associado ao turismo. Apesar da existência de estudos na área de turismo, que colocam os nómadas digitais como um nicho relevante de viajantes, há poucos

estudos que focalizam os impactos socioeconómicos desse estilo de vida como parte do segmento turístico e as suas implicações na promoção do turismo e dos territórios. Os benefícios para o desenvolvimento local ou estratégias de desenvolvimento dos destinos ou 'marketing' turístico direcionados para esse público alvo também têm sido pouco estudados.

Estas novas tendências motivaram a necessidade de compreender de forma mais aprofundada a relação entre o nomadismo digital e o turismo. Para isso, a investigação que se apresenta sustenta-se numa revisão de literatura que reflete um quadro teórico sobre as mudanças originadas pelas tecnologias no mercado de trabalho, bem como nos novos estilos de vida emergentes, dos quais se destacam os nómadas digitais. O estudo empírico realizado pretende analisar as motivações, expectativas e necessidades deste público relativamente aos destinos turísticos, bem como às condições que estes valorizam nos territórios para onde se deslocam, visando definir atributos relevantes para a organização da oferta turística.

Os objetivos específicos do estudo incluem refletir teoricamente sobre o conceito do nomadismo digital, identificando os tipos de nómadas digitais que são considerados turistas; compreender a sua motivação e a forma como tentam equilibrar a relação entre um determinado estilo de vida e o trabalho; acresce, identificar os atributos dos destinos turísticos mais valorizados por estes turistas. Para alcançar esse objetivo, realizou-se uma análise bibliométrica e um estudo empírico.

A bibliometria analisou a produção académica sobre o nomadismo digital e o turismo. Além disso, foram feitas reflexões teóricas sobre a origem do nomadismo digital e os nómadas digitais como um novo estilo de vida e segmento turístico. Essa primeira fase serviu como base para estruturar as escalas de análise do inquérito. O estudo empírico adotou uma metodologia mista, com a elaboração de um questionário. Essas duas fases da pesquisa permitiram obter conclusões relevantes e refletir sobre as implicações desse novo segmento do turismo, fornecendo pistas para a organização da oferta.

Deste modo, a presente dissertação encontra-se dividida em cinco capítulos. No primeiro capítulo foi realizada uma análise bibliométrica, cujo mapeamento da produção científica existente sobre o tema constituiu a base para o estudo empírico. A análise bibliométrica realizada também permitiu construir um quadro teórico da relação entre o nomadismo digital e o turismo, salientando as perspetivas tecnológica, turística, sociológica e psicológica.

Com base na bibliografia encontrada, o segundo capítulo foi dedicado a refletir sobre a evolução dos conceitos e estilos de viagem relacionados com o nomadismo digital. A revisão de literatura sustentou os pressupostos do estudo empírico e a opção pela aplicação de um inquérito por questionário, dirigido aos nómadas digitais, visando identificar características, preferências e motivações em relação aos destinos turísticos e ao estilo de vida e trabalho deste público.

A análise desta documentação permitiu também extrair alguns conceitos-chave que orientou a construção do inquérito do estudo empírico. O terceiro capítulo apresenta o estudo empírico, caracterizando a amostra e os procedimentos seguidos na recolha e análise dos dados. O capítulo quatro visa a apresentação dos resultados, sistematizados em análises descritivas e correlacionais.

O quinto capítulo refere-se à discussão dos resultados, relacionam-se as evidências empíricas obtidas com o quadro conceptual apresentado. Procuraram-se estabelecer novos padrões de associações entre as variáveis, explicando-as à luz dos conceitos e bibliografia utilizada ao longo do enquadramento conceptual nos capítulos iniciais.

Finalmente, na conclusão apresentam-se as considerações finais, onde se assinalam os contributos teóricos e práticos do estudo, bem como as limitações encontradas e linhas de investigação futuras.

PARTE I - Enquadramento Conceptual

1. NÓMADAS DIGITAIS E TURISMO: TENDÊNCIAS E DESAFIOS

Com a possibilidade de trabalhar de qualquer lugar, muitos profissionais escolhem viajar e conhecer novos lugares enquanto trabalham, fazendo com que o nomadismo digital também tenha um impacto significativo no setor de turismo. Esse estilo de vida tem dado origem ao que se chama de turismo nómada ou turismo de trabalho remoto, que consiste em viajar e trabalhar ao mesmo tempo. Isso tem mudado a forma como as pessoas viajam e tem criado novas oportunidades para a indústria do turismo. Nesse capítulo, faremos uma análise bibliométrica sobre o tema, buscando compreender a evolução e o estado atual das pesquisas sobre o nomadismo digital e o turismo. O capítulo apresenta a identificação dos artigos científicos publicados na base de dados *Scopus*, com a análise dos resultados feita pelo *software VOSviewer*, o que permitiu clarificar a opção científica que sustenta este estudo.

1.1 Nómadas digitais e turismo: análise bibliométrica

O conceito de nómadas digitais e a sua relação com o turismo é algo recente e ainda pouco estudado na literatura da especialidade (Hannonen, 2020). Esta foi a razão que motivou iniciar esta investigação com a realização de uma análise bibliométrica sobre este tema. Sentiu-se a necessidade de ter uma visão abrangente e multidisciplinar, que permitisse realizar um mapeamento da produção científica que identificasse os desafios que se colocam ao turismo com o surgimento destes novos públicos, bem como o seu efeito nas tendências de evolução do setor. Considerou-se que sendo a “Bibliometria uma técnica de análise de dados bibliográficos que usa ferramentas quantitativas para avaliar a performance de pesquisas em determinados campos científicos, realizando o mapeamento da produção científica sobre determinados temas”, seria a técnica mais adequada nesta fase da investigação (Sigala, Kumar, Donthu, Sureka& Joshi, 2021, p.274).

O uso desta técnica, bastante eficaz para explicitar conceitos ainda pouco estudados, pode ser complementada com análises qualitativas que ajudam a organizar a produção científica e realçam as diversas perspetivas que a enquadram, bem como facilitam a compreensão mais profunda dos temas. É desta reflexão e

interligação de conceitos que surgem, muitas vezes, novos construtos que permitem avançar no conhecimento. São várias as vantagens da sua utilização, das quais destacamos:

- a) captar o desenvolvimento de um campo científico através de um marco temporal, sendo realizada num momento específico para representar uma imagem estática de um certo tema (Aria & Cuccurullo, 2017).
- b) identificar as questões de investigação, seleccionar as bases bibliométricas mais pertinentes para o tema em estudo e apontar quais as técnicas mais adequadas para a recolha e análise de dados, dando orientações para a construção do plano de investigação (Zupic & Cater, 2015).
- c) “identificar a área de conhecimento de um tópico ou campo de pesquisa e a sua estrutura intelectual, examinar a linha de frente científica ou estrutura concetual de um tópico, ou área de pesquisa, e produzir uma rede social estruturada de uma comunidade científica em particular” (Aria & Cuccurullo, 2017, p. 960).

Este capítulo apresenta a identificação dos artigos científicos publicados na base de dados *Scopus*, sobre nómadas digitais e turismo, tendo-se identificado 51 publicações, cujos resultados foram tratados com o *software VOSviewer*. Esta análise, deu pistas para a elaboração do plano de investigação e permitiu clarificar a opção científica que sustenta este estudo.

1.2 Nómadas digitais: enquadramento concetual

A Internet trouxe mudanças, não apenas na forma como comunicamos, mas também na possibilidade de transformar essa interação através de novas maneiras de usar a tecnologia no dia-a-dia, criando um novo padrão sociotécnico de conexão (Lemos, 2002).

Esse novo paradigma teve como efeito, nos últimos anos, significativas mudanças na sociedade que implicaram novos formatos de consumo, observados na forma como nos relacionamos com o trabalho e com a vida social em geral. Assiste-se ao surgimento de um novo grupo social, que procura um estilo de vida marcado pela

liberdade para viajar enquanto trabalha, apoiado por profissões do mundo digital. É assim que nasce o nomadismo digital.

O termo nómada digital surgiu em 1997, com o livro *Digital Nomad* (Manners & Makimoto, 1997), onde se referia o retorno às origens nómadas proporcionadas pelo avanço da tecnologia e sistemas de informação. Com o aparecimento dos dispositivos móveis e pessoais, como telemóveis, *notebooks* e *tablets*, uma rede de comunicação de alta velocidade e a computação em nuvem, o surgimento de uma nova categoria de trabalhadores com alta mobilidade e uso de tecnologias digitais para realizar o seu trabalho em qualquer lugar do mundo, deu origem ao nomadismo digital ou estilo de vida nómada (Makimoto, 2013; Hannonen, 2020; Schlagwein; 2018). Segundo Hannonen (2020), a relação entre o aumento da mobilidade internacional e a procura pessoal por mais liberdade e satisfação pessoal, tornou-se uma tendência desde os anos 80 e tem sido estudada através de uma diversidade de termos, como: (i) turismo residencial ou de segunda-casa; (ii) migração sazonal; (iii) nomadismo global ou neonomadismo; (iv) *flashpacking* e nomadismo digital, entre outros.

A origem histórica do nomadismo digital está centrada, essencialmente, no desenvolvimento de 3 vertentes da sociedade: (i) tecnológica; (ii) empresarial; e (iii) turístico (Schlagwein, 2018).

Quadro 1. Evolução histórica do conceito Nómada Digital

PERSPETIVAS	ENQUADRAMENTO SOCIAL
Tecnológica	Após 1970, com o desenvolvimento da pré- <i>Internet</i> , surgem os primeiros estudos de trabalho flexível baseados na tecnologia da informação e no equilíbrio entre vida e trabalho, dos quais as viagens <i>hippies</i> em <i>mini-vans</i> ou a apetência pelos destinos asiáticos inspirados pelos Beatles, são um exemplo a destacar.
Empresarial	Entre 1980 e 1990 temos o avanço e a consolidação das tecnologias de <i>Internet</i> (vg. TCP/IP e WWW), aumento da flexibilidade de horários e local de trabalho (<i>home-based</i>) e novos modelos de negócios com recurso às transações online (<i>Amazon, eBay, Paypal</i>).
Turístico (início)	Já na década dos anos 90 surgem novos destinos, como a Tailândia, associados ao fenómeno de <i>backpacking</i> , que se caracteriza por viagens de longa distância, mais acessíveis economicamente. Simultaneamente, desenvolve-se na Europa o conceito de <i>low cost</i> nas companhias aéreas,

	que possibilita o surgimento de um novo segmento de viajantes de longo período suportado pela tecnologia, estabelecendo o início da ligação do fenómeno do nomadismo digital ao turismo.
Turístico	A partir dos anos 2000, o nomadismo digital torna-se mais popular, evoluindo de uma prática individualista para a noção de comunidade, da seguinte forma: a) tem início nas necessidades individuais de empresas ou trabalhadores de tecnologia da informação (TI), onde empresas e trabalhadores de TI passaram a adotar o trabalho remoto. b) seguido pelo surgimento de plataformas de <i>freelancers</i> e, posteriormente, evoluem para os primeiros espaços de <i>coworking</i> e <i>internet-cafés</i>. c) portais de conteúdo, voltados para o nomadismo digital e novas plataformas como <i>Couchsurfing</i>, <i>TripAdvisor</i>, <i>AirBNB</i>, e o surgimento de comunidades nómadas como <i>Nomadlist</i> e destinos nómadas como <i>Ubud</i>, <i>Bali</i> e <i>Bangkok</i>; na Tailândia, reforçam-se novos estilos de viagens como o <i>flashpacking</i> e novos formatos de hospedagem, como os espaços de <i>co-living</i>.

Fonte: Formulação própria com base em Schlagwein, 2018

Os estudos mais recentes do nomadismo digital focam-se em abordagens muito diversas, nomeadamente: no nomadismo digital enquanto fenómeno cultural, como ferramenta de turismo criativo, nas novidades que introduz na relação trabalho-lazer, num novo tipo de força de trabalho, numa nova economia e negócios, e ainda na descrição do nomadismo enquanto estilo de vida.

O estudo sobre esta temática ganha uma nova perspetiva em 2020, trazida pelos efeitos da pandemia COVID-19, que obrigou à ampla adesão ao teletrabalho em todo o mundo. A pandemia também trouxe implicações no estilo de vida dos nómadas digitais, com o encerramento das fronteiras, as restrições à mobilidade e o *home office* obrigatório (De Almeida, Correia, Schneider, & De Souza, 2021; Williamson, Hassanli, & Grabowski, 2022). Retomam-se, assim, novas formas de viajar, assistindo-se a um crescimento exponencial do movimento *#Vanlife* (Gretzel & Hardy, 2019).

Estas implicações da pandemia no futuro do trabalho reforçam as perspetivas psicológica e sociológica deste fenómeno, assentando em novas realidades de *home office* e trabalho remoto, e nas consequências do equilíbrio entre a vida (social e

familiar) e o trabalho. A componente psicológica é percebida na busca por um estilo de vida holístico, onde os limites de trabalho e lazer se confundem. De acordo com esta perspetiva psicológica, dá-se uma desvinculação espacial da noção de lar devido à liberdade espacial e profissional, que é reforçada pelo relacionamento com outros nómadas digitais em cada destino (Reichenberger, 2018; Loryn, 2022).

Esta conexão social é outro aspeto importante, pois ressalta a busca de formar uma comunidade de pessoas com valores compartilhados em cada novo destino. Orel (2019) aponta a flexibilidade do mercado de trabalho e fluidez do trabalho digital como fator impulsionador para o crescimento dos espaços de trabalho compartilhados utilizados por nómadas digitais. O individualismo do *home office*, forçado durante a pandemia, fortaleceu as vantagens de ter um espaço funcional de trabalho e a necessidade de integração e *networking* entre outros membros da comunidade nómada. Com isso, o conceito de *coworking* ganha relevância na perspetiva sociológica, oferecendo um espaço colaborativo, disponível em diversos destinos, favorecendo a mobilidade, acessível e sustentável, como também um espaço de produtividade e local de encontro para atividades sociais e de lazer (Sutherland & Jarrahi, 2017; Nash, Jarrahi & Sutherland 2021).

Em síntese, Hannonen (2020) aponta dois grupos de estudos contemporâneos que salientam dois tipos de abordagens:

- a) uma focada no trabalho, que considera o nómada digital como parte de um grupo maior de trabalhadores remotos que usam a tecnologia para ter mobilidade, sendo as características do estilo de vida um aspeto secundário.
- b) outra focada no estilo de vida propriamente dito, no qual se salienta, principalmente, o forte desejo de viajar constantemente, conciliando esta forma de viver com o trabalho.

É esta segunda perspetiva que se pretende investigar neste trabalho e que sustenta a investigação que se apresenta, porque enquadra a relação entre o nomadismo digital e o turismo. Neste contexto, os países voltaram os olhos para os nómadas digitais, procurando criar destinos adaptados e atrativos para este público

(Chevtaeva & Denizci-Guillet, 2021; Shawkat, Rozan, Salim & Shehzad, 2021; Tyutyuryukov & Guseva, 2021; Wang et al., 2020).

1.3 Método

1.3.1 Procedimentos de recolha de dados

A recolha de dados foi realizada na primeira semana de março de 2022, na base de dados científica *SCOPUS*, seguindo os seguintes critérios: [1] identificar artigos científicos que tivessem no título, no resumo ou nas palavras-chave as seguintes palavras previamente definidas, nomeadamente: *digital nomads and tourism*, *digital nomad tourists*, *digital nomad's lifestyle* e *infrastructure for digital nomads*; [2] foram selecionados documentos no âmbito dos domínios científicos: *Business, Management and Accounting, Social Sciences, Psychology, Environmental Science, Computer Science, Engeneering*; [3] selecionaram-se publicações escritas na língua inglesa. Não foi realizada nenhuma limitação temporal, com o objetivo de obter um marco histórico dos estudos bibliométricos sobre a temática em estudo.

1.3.2 Procedimentos de tratamento de dados

A análise dos dados foi sustentada nas métricas da *SCOPUS* e no *software VOSviewer*. O *VOSviewer* é uma ferramenta de construção e visualização de redes bibliométricas construídas com base em citações, co-citações ou relações de co-autoria, extraídos de uma base de dados de publicações científicas sobre um determinado tópico (Rafael, & Pires, 2021). Foi utilizado este *software* para o mapeamento concetual, com o intuito de apresentar as ocorrências de palavras-chave e publicações mais referenciadas. A análise da investigação produzida incluiu o tratamento de indicadores bibliométricos, nomeadamente: ano de publicação, número e tipo de documentos publicados, perspetiva científica, contribuições por países e desempenho de revistas científicas.

1.3.3 Amostra documental

1.3.3.1 Constituição da amostra documental

A investigação seguiu os pressupostos da técnica de amostragem não-probabilística “bola de neve” (Vinuto, 2014). A amostra documental é constituída por 51 documentos, que foram submetidos a uma pré-análise com base nos seguintes critérios: [1] retiveram-se documentos disponíveis em *Portable Document Format* (PDF) em formato de texto; [2] excluíram-se as publicações que não se encontravam disponíveis em texto integral; [3] retiveram-se os documentos cujo conteúdo estava diretamente relacionado com o tema em estudo, ou seja, que abordavam a questão dos nómadas digitais na perspetiva do turismo. Após a aplicação destes critérios foram excluídos 7 documentos, sendo a amostra documental constituída por 44 publicações válidas (Quadro 2).

Quadro 2. Amostra documental

BASE DE DADOS	RESULTADO INICIAL	INDISPONÍVEL EM TEXTO INTEGRAL	TOTAL
<i>Scopus</i>	51	7	44

Fonte: Elaboração própria, com base nos resultados da *SCOPUS*

1.3.3.2 Caracterização da amostra documental

O quadro 3 mostra a distribuição das publicações por domínio científico, que realça a diversidade de abordagens presentes na investigação sobre o nomadismo digital. Predominam as áreas das Ciências Sociais (29.1%), Ciências Informáticas (26.6%) e Negócios, Gestão e Contabilidade (20,3%), sendo nestes domínios que se publica a maior parte da investigação (76%).

Quadro 3. Distribuição das publicações por domínio científico

DOMÍNIO CIENTÍFICO	<i>N</i>	%
Ciências Sociais	23	29.1
Ciências Informáticas	21	26.6
Negócios, Gestão e Contabilidade	16	20.3
Engenharia	6	7.60

Psicologia	3	3.80
Ciências e Meio Ambiental	4	5.10

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da *SCOPUS*

Nota: alguns artigos científicos estão indexados em mais do que um domínio científico.

Apesar de algumas publicações serem de domínios científicos da área das ciências exatas, observa-se que 70% dos artigos adotam uma abordagem metodológica qualitativa e 18% mista, o que reforça o que já tinha sido afirmado anteriormente, sobre ser um assunto ainda pouco estudado (Quadro 4).

Quadro 4. Abordagem metodológica

ABORDAGEM METODOLÓGICA	N	%
Qualitativa	31	70
Mista	8	18
Quantitativa	1	03
n/a	2	

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da *SCOPUS*

Os estudos empíricos são, essencialmente de natureza qualitativa, como já se tinha referido, observando-se várias investigações - de natureza mais concetual (reflexões teóricas ou revisões sistemáticas da literatura) o que indica a necessidade de compreender estes conceitos e as suas interligações, de forma mais profunda (Quadro 5).

Quadro 5. Tipo de estudo

TIPO DE ESTUDO	N	%
Empírico	9	22.5
Teórico	8	20.0
Etnográfico	7	17.5
Revisão literatura/ Revisão crítica	6	15.0
Descritivo/Estudo de caso	5	12.5
Método indutivo	2	5.00

Analise comparativa	1	2.50
Exploratório	1	2.50
Experimental	1	2.50

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da SCOPUS

Na figura 1 apresenta-se a distribuição geográfica das publicações pelo país de origem do primeiro autor, destacando-se os Continentes com países com duas ou mais publicações, designadamente: Europa (n=17, 38%), Oceânia (n=10, 22.4%) e América do Norte, representada pelo Estados Unidos, (n=7, 15%).

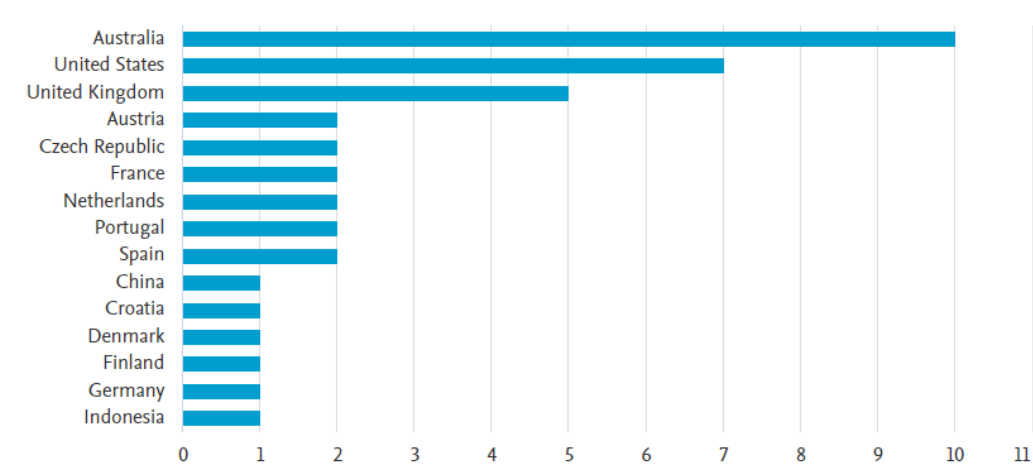


Figura 1. Distribuição geográfica das publicações pelo país de origem do primeiro autor
Fonte: SCOPUS

O quadro 6 sistematiza as revistas científicas com base no número de publicações e ordenadas pelo seu fator de impacto. Neste âmbito destacam-se as revistas *Information Technology and Tourism* e *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, com mais de 2 artigos publicados sobre a temática em apreço, e ambas de origem norte-americana.

Quadro 6. Fator de impacto das revistas científicas e número de publicações		
TÍTULO DA REVISTA	N	Fator de impacto
<i>Journal of Destination Marketing and Management</i>	1	6.952
<i>Current Issues in Tourism</i>	1	6.890
<i>Journal of the Association for Information Systems</i>	1	5.470
<i>IEEE Solid-State Circuits Magazine</i>	1	4.929
<i>Human Behavior and Emerging Technologies</i>	1	4.500

TÍTULO DA REVISTA	N	Fator de impacto
<i>Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction</i>	3	4.420
<i>Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings</i>	1	4.400
<i>Social Media and Society</i>	1	4.249
<i>New Technology</i>	1	4.231
<i>Sustainability (Switzerland)</i>	1	3.480
<i>Marketing Theory</i>	1	3.150
<i>Tourism Recreation Research</i>	1	3.030
<i>Global Networks / Journal / Sub area • Social Sciences:</i>	1	2.927
<i>Information Technology and Tourism</i>	5	2.449
<i>Mobilities</i>	2	2.336
<i>International Journal of Culture</i>	1	2.257
<i>Journal of the association for information science and technology</i>	1	2.687
<i>Annals of Leisure Research</i>	2	1.830
<i>Cultural Studies</i>	1	1.370
<i>Journal of Environmental Management and Tourism</i>	2	1.357
<i>IFAC-PapersOnLine</i>	1	1.132
<i>Identity Emergence in the Flow of Practice</i>	1	1.130
<i>World Leisure Journal</i>	1	1.037
<i>26th European Conference on Information Systems: Beyond Digitization - Facets of Socio-Technical Change</i>	1	1,180
<i>International Journal of Tourism Anthropology</i>	1	0.740
<i>Proceedings of the International Conference on Information Technology Interfaces</i>	1	0.710
<i>ACIS 2018 - 29th Australasian Conference on Information Systems</i>	1	0.590
<i>e-Review of Tourism Research</i>	1	0.480
<i>Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems</i>	1	0.310
<i>International Conference on Research and Innovation in Information Systems</i>	1	0.200
<i>Journal of Tourism Futures</i>	1	2.030
<i>24th International Conference on Computer Supported Cooperative Work in Design</i>	1	0.640
<i>Fortieth International Conference on Information Systems</i>	1	---
<i>Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction</i>	1	----
<i>International Conference on Information Systems</i>	1	-----

TÍTULO DA REVISTA	N	Fator de impacto
Total	44	

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da SCOPUS

A figura 2 ilustra a relação de citação entre os autores, destacando os que são mais citados, nomeadamente: Reichenberger (2018) com 47 citações, Sutherland e Jarrahi (2017) com 41 e Richards (2015) com 33.

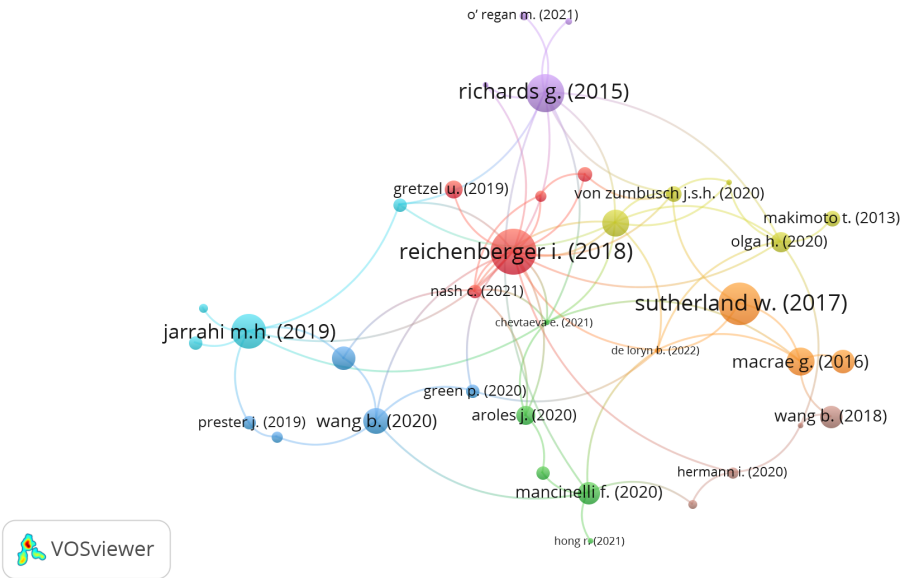


Figura 2. Autores mais citados
Fonte: Elaboração própria com base nos resultados do software **VOSviewer**

Por fim, procurou-se perceber quando é que este tema começou a interessar a comunidade científica. Verificou-se que o nomadismo digital passou a ser relevante como objeto de estudo nos anos mais recentes, principalmente a partir de 2015 As primeiras investigações surgem em 2007, mas é uma década depois (2017) que se começam a encontrar mais artigos científicos em que se aborda a relação entre nómadas digitais e turismo (Figura 3).

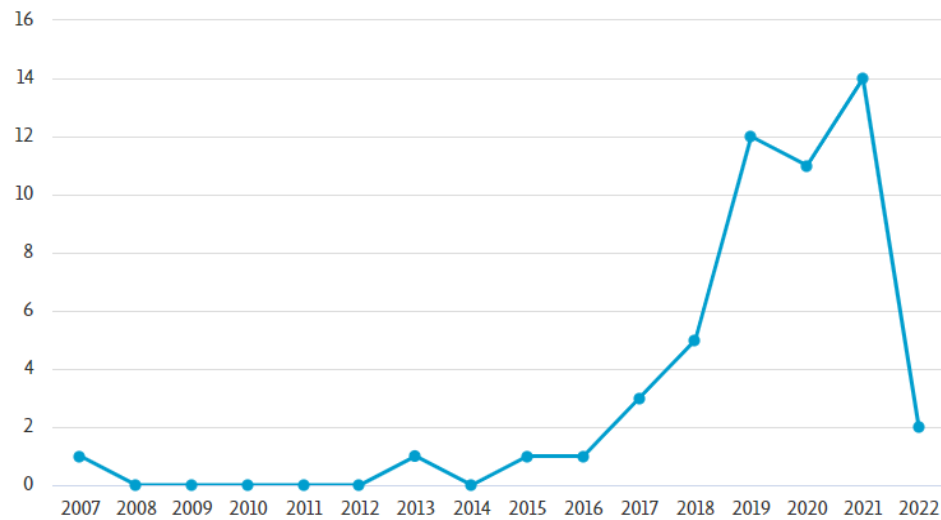


Figura 3: Número de publicações por ano

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da SCOPUS

1.4 Resultados

O tratamento de dados no *software* VOSviewer incidiu, nesta fase, na análise das palavras-chave indexadas e das palavras-chave, em geral. A figura 4 ilustra as co-ocorrências mais relevantes, bem como a forma como elas se agrupam, presentes nas palavras-chave indexadas dos 44 documentos que constituem a amostra documental. Sobressaem claramente duas perspetivas: a) no lado esquerdo da figura surgem conteúdos próximos de uma dimensão tecnológica do nomadismo digital; b) o lado direito da imagem revela uma dimensão associada ao estilo de vida, cuja interação com o turismo se faz através da ligação com destinos turísticos, que já têm uma oferta turística especializada para estes públicos.

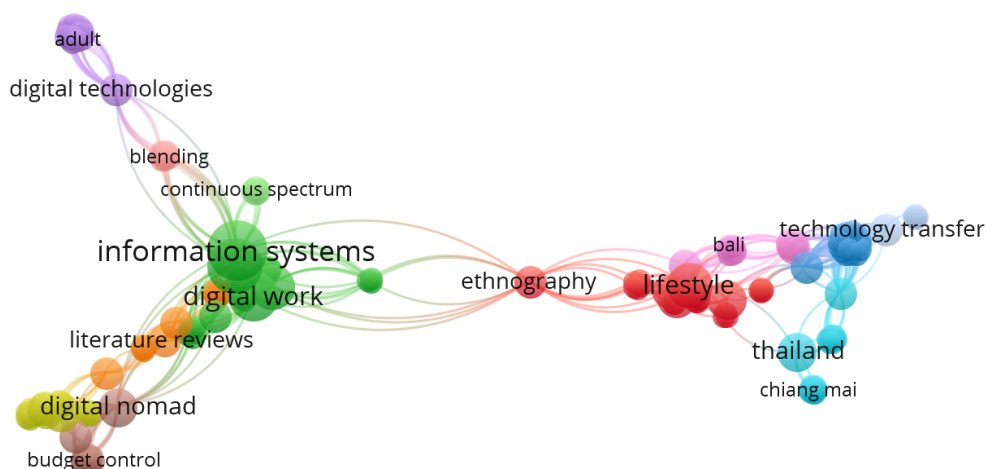


Figura 4. Coocorrências de palavras-chave indexadas

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da software *VOSviewer*

Este resultado clarifica a perspetiva que orienta esta investigação, sendo manifestamente a abordagem do estilo de vida dos nómadas digitais e a sua interação social através do turismo que se pretende aprofundar. Especificamente, aprofundar os conhecimentos acerca destes públicos que sentem uma grande apetência por viajar e que precisam de conciliar o lazer com o trabalho, a vida pessoal com a vida profissional. Estes podem ser alguns dos novos públicos do turismo (Hannonen, 2020; Wang, Schlagwein, Cecez-Kecmanovic, & Cahalane, 2018; Schlagwein, 2018).

Procurando explicitar quais as variáveis mediadoras que ajudam a explicar a relação entre nómadas digitais e turismo, construiu-se um mapa concetual no *VOSviewer* a partir da análise das co-ocorrências das palavras-chave dos 44 artigos. A grande polaridade nas discussões sobre o nomadismo digital gera uma figura pouco discriminativa quanto aos resultados, tornando difícil a sua interpretação. Por este motivo, optou-se por apresentar os resultados organizados em *Clusters*, que tornam mais evidente, tanto as dimensões que medeiam a relação estabelecida entre as variáveis definidas, como indicam com mais clareza os diferentes construtos que a permitem explicar. Os resultados estabelecem quatro *Clusters* que salientam as

abordagens tecnológica, turística, psicológica e sociológica, que se observa na relação entre os nómadas digitais e o turismo, ligação que já se tinha estabelecido no plano teórico, mas que aqui se clarifica (Wang, Schlagwein, Cecez-Kecmanovic, & Cahalane, 2018; Schlagwein, 2018).

Os resultados do *Cluster 1* dão pistas sobre as necessidades deste público para conciliar a profissão com o lazer, sendo claro que os processos organizacionais e os recursos humanos têm de se adaptar às suas necessidades tecnológicas. Por este motivo, designou-se esta dimensão '*Atributos da oferta*'. Incrementar a investigação e produzir conhecimento, principalmente sobre gestão do trabalho neste domínio, afiguram-se fundamentais para ajudar a estruturar a oferta para estes novos públicos. Nesta dimensão sobressai a perspetiva tecnológica associada aos modelos organizacionais e de gestão de empresas (Quadro 7).

Quadro 7. Variáveis mediadoras e sua relevância da dimensão '*Atributos da oferta*', na perspetiva tecnológica

Variáveis mediadoras	Itens	Ocorrências	Relevância
Informação em rede	<i>Information science</i>	1	17
	<i>Information systems</i>	7	62
	<i>information system disciplines</i>	1	11
	<i>information use</i>	6	55
	<i>Social informatics</i>	1	17
	<i>Sociotechnical</i>	1	17
	<i>Telecommuting</i>	1	9
	<i>Telework</i>	1	9
	TOTAL	19	197
Estratégia organizacional	<i>Digital work</i>	5	45
	<i>Factors of production</i>	1	19
	<i>Economic aspects</i>	1	18
	<i>Human resource management</i>	1	17
	<i>Organizational information systems</i>	1	17

	<i>Worker</i>	1	17
	<i>Work practices</i>	2	16
	<i>Commerce</i>	1	10
	<i>Market economies</i>	1	10
	<i>Work material</i>	1	10
	TOTAL	15	179
Atributos do nómada digital	<i>Global community</i>	1	10
	<i>Digital nomadism</i>	4	34
	<i>Hypermobility</i>	1	7
	<i>Lifehacking</i>	1	9
	<i>Personal knowledge management</i>	1	17
	<i>Value systems</i>	1	8
	<i>Ecology</i>	1	17
	<i>Complex Nature</i>	1	10
	TOTAL	11	112
Investigação / conhecimento	<i>Empirical studies</i>	2	17
	<i>Conceptual development</i>	1	17
	<i>Knowledge ecologies</i>	1	17
	<i>Knowledge management</i>	1	17
	<i>Ethnographic study</i>	1	10
	<i>Research frameworks</i>	1	10
	<i>Qualitative research</i>	1	8
	<i>Knowledge work</i>	1	7
	TOTAL	9	103
Infraestruturas tecnológicas	<i>Digital technologies</i>	2	27
	<i>Role of technologies</i>	1	10
	<i>Digital communication system</i>	1	9

<i>Computer applications</i>	1	7
<i>Computer supported cooperative work</i>	1	7
<i>Online channels</i>	1	7
<i>Interactive computer system</i>	1	7
<i>Safety nets</i>	1	7
TOTAL	9	81

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da *software VOSviewer (Cluster 1)*

O *Clusters 2* remete para a abordagem turística, propriamente dita, no que concerne à definição de políticas específicas para a hotelaria, à produção de estudos e criação de bases de dados e à definição de modelos de trabalho, que produzam mudanças culturais nos destinos capazes de atraírem estes novos públicos. Considerou-se que estes poderão ser os desafios que se colocam ao turismo, pelo que se designou esta dimensão de '*Tendências*'. Mais uma vez, se visualiza a importância da comunicação em rede e da interação social, o que reforça a organização em grupo dos nómadas digitais que se sentem atraídos pelo turismo. (Quadro 8).

Quadro 8. Variáveis mediadoras e sua relevância da dimensão '*Tendências*' na perspectiva turística

Variáveis mediadoras	Itens	Ocorrências	Relevância
Desafios futuros	<i>Hospitality industry</i>	2	32
	<i>Data recording</i>	1	24
	<i>Database design</i>	1	24
	<i>Digital arithmetic</i>	1	24
	<i>Population statistics</i>	1	24
	<i>Thailand</i>	3	22
	<i>Policy making</i>	1	8
	<i>Social sciences</i>	1	8

	<i>Trend analysis</i>	1	8
	<i>Global perspective</i>	1	8
	<i>Chiang Mai</i>	1	8
	<i>Home based</i>	1	8
	<i>Working models</i>	1	4
	<i>Cultural Changes</i>	1	4
	<i>Future of work</i>	1	4
	TOTAL	18	210
Comunicação e interação social	<i>Information and communication technology</i>	2	29
	<i>Communication</i>	1	24
	<i>Information technology</i>	1	24
	<i>International conference</i>	1	24
	<i>Transparency</i>	1	24
	<i>Web and walk</i>	1	24
	<i>Social aspects</i>	1	8
	<i>Social media</i>	1	8
	<i>Social relations</i>	1	8
	TOTAL	10	173
Redes / equipamentos	<i>Technology transfer</i>	2	28
	<i>Mobile phones</i>	1	24
	<i>Mobile-phones users</i>	1	24
	<i>Technology</i>	1	24
	<i>Telecommunication equipment</i>	1	24
	<i>Telephone systems</i>	1	24
	<i>Computer networks</i>	1	2
	TOTAL	8	150

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da *software VOSviewer (Cluster 2)*

As variáveis mediadoras que se visualizam nos *Clusters* três e quatro designaram-se ‘*Lifestyle*’ e ‘*Social engagement*’, respetivamente (Hannonen, 2020).

A dimensão ‘*Lifestyle*’ enfatiza uma opção de vida marcada por uma ideologia e forma de estar na vida, podendo considerar-se que o indivíduo é o centro desta atenção, sendo importante considerar fatores psicológicos na explicação da relação dos nómadas digitais com o turismo. Estes, estão mais próximas das razões que impulsionam o desejo de viajar e de adotar este estilo de vida, bem como dos atributos que este público valoriza nas viagens, nos destinos e nos equipamentos turísticos que procuram. É claramente a perspetiva psicológica que aqui emerge. (Quadro 9).

Quadro 9. Variáveis mediadoras e sua relevância da dimensão ‘*Lifestyle*’, na perspetiva psicológica

Variáveis mediadoras	Itens	Ocorrências	Relevância
Opção de vida	<i>Lifestyle</i>	4	31
	<i>Migration</i>	2	21
	<i>Mobility</i>	3	20
	<i>Nomadic people</i>	3	17
	<i>Ideology</i>	1	11
	<i>Immigrant</i>	1	11
	<i>Migrants experience</i>	1	10
	<i>Perceptions</i>	1	5
	<i>Quality of life</i>	1	5
TOTAL		17	131
Estratégia organizacional	<i>Telecommunication</i>	2	35
	<i>Entrepreneur</i>	2	16
	<i>Urbanization</i>	1	10
	<i>Corporate strategy</i>	1	6

	<i>Technological development</i>	1	6
	<i>Working conditions</i>	1	6
	<i>Implementation process</i>	1	5
	<i>Informal sector</i>	1	5
	<i>Geographical region</i>	1	4
	TOTAL	11	93
Caraterísticas do destino	<i>Indonesia (Bali)</i>	2	22
	<i>Portugal (Lisbon)</i>	2	20
	<i>Lesser Sundas islands</i>	1	11
	<i>Sundas isles</i>	1	11
	<i>Brazil</i>	1	10
	<i>Chiang Mai (northern region)</i>	1	6
	<i>Northern region Thailand</i>	1	6
	<i>Australia</i>	1	4
	TOTAL	10	90
Investigação	<i>Tourism</i>	2	35
	<i>Ethnography</i>	2	17
	<i>Tourism behavior</i>	1	11
	<i>Qualitative Analysis</i>	1	6
	<i>Tourism destination</i>	1	6
	<i>COVID-19</i>	1	4
	TOTAL	8	79

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da *software VOSviewer (Cluster 3)*

Há claramente uma apetência deste público pela descoberta de novos contextos, que estimulem a mobilidade e facilitem a vivência de novas experiências turísticas, porque tal é percecionado pelos próprios como algo que conduz à qualidade de vida que ambicionam. Esta necessidade intrínseca leva à procura de destinos que já tenham as infraestruturas e os serviços desenhados para a realização simultânea de

trabalho e lazer. Uma estratégia empresarial ou, preferencialmente, uma estratégia territorial, que associe as devidas condições tecnológicas a boas redes de telecomunicações e a processos organizacionais mais informais, afiguram-se como condições essenciais para atrair e fidelizar estes novos turistas. Os resultados salientam os destinos mais procurados por estes públicos, nos quais se inclui Portugal, realçando-se uma apetência pelo turismo urbano, o que poderá ser uma oportunidade a explorar no turismo de cidades. Também se destaca a necessidade de continuar a investigar sobre este tema (Quadro 9).

A dimensão '*Social engagement*' evidencia o conceito de comunidade. Por oposição à anterior surge o diálogo com outros (*Forum analysis*) e o sentimento de pertença a um grupo de pares (*Community model, Community-based*). É a abordagem sociológica ou de grupo que aqui sobressai. Já não se trata só de conhecer as motivações individuais dos sujeitos, mas perceber como se movimentam em grupo, como estabelecem laços, como comunicam e que meios utilizam para o fazer. Esta questão assume grande importância no turismo, porque abre um maior leque de possibilidades, na medida em que a oferta pode criar serviços especializados para comunidades ou grupos de pessoas, desde que se dote das infraestruturas tecnológicas que estes necessitam (Quadro 10).

Quadro 10. Variáveis mediadoras e sua relevância da dimensão '*Social engagement*', na perspectiva sociológica

Variáveis mediadoras	Itens	Ocorrências	Relevância
Economia / impostos	<i>Gig economy</i>	2	21
	<i>Location independent</i>	2	19
	<i>Budget control</i>	1	12
	<i>Comparative taxation</i>	1	12
	<i>Digital economy</i>	1	12
	<i>Economics</i>	1	12
	<i>Taxation in digital economy</i>	1	12
	<i>Personal income taxes</i>	1	12

	<i>Workers'</i>	1	12
	TOTAL	11	124
Infraestruturas	<i>Human computer interaction</i>	3	25
	<i>User interfaces</i>	2	19
	<i>Online platforms</i>	1	12
	<i>Digital infrastructure</i>	1	10
	<i>Working spaces</i>	1	10
	<i>Social infrastructure</i>	1	10
	<i>Information infrastructure</i>	1	9
	<i>Digital platforms</i>	1	9
	<i>Human engineering</i>	1	6
	TOTAL	12	110
Comunidade	<i>Digital nomads</i>	5	48
	<i>Digital lifestyle</i>	1	12
	<i>Professional aspects</i>	1	10
	<i>On-line Communities</i>	1	10
	<i>Sociotechnical systems</i>	1	10
	<i>Life balance</i>	1	10
	<i>Forum analysis</i>	1	9
	<i>Community model</i>	1	6
	<i>Community-based</i>	1	6
	<i>Social engagement</i>	1	6
	TOTAL	14	127

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da software VOSviewer (Cluster 4)

Outro aspeto que caracteriza os grupos ou as comunidades é uma cultura própria que lhes dá unidade e os distingue de outros. Esta transformação cultural dos nómadas digitais a partir do momento que se inserem nestas comunidades,

despoleta um compromisso com um determinado estilo de vida que, neste caso, resulta numa vivência simultânea e alternada entre trabalho e lazer (Chevtaeva & Denizci-Guillet, 2021; Shawkat, Rozan, Salim & Shehzad, 2021; Tyutyuryukov & Guseva, 2021; Wang et al., 2020). Esta é uma oportunidade para o turismo, desde que se criem nos destinos as condições para receber, já não só os nómadas digitais enquanto indivíduos, mas principalmente os nómadas digitais enquanto comunidades ou grupos. Todavia, é fulcral assegurar que se dê essa transformação digital e cultural, nos territórios e nos equipamentos turísticos, para acolher estes grupos de viajantes, transformando-os em visitantes e turistas (Reichenberger, 2018; Richards, 2015; Sutherland e Jarrahi, 2017). Além das questões tecnológicas, o custo de vida, impostos, câmbio e legislação relacionada com entrada e permanência de indivíduos estrangeiros, também são aspetos que facilitam ou inibem a captação deste público.

1.5 Considerações finais

Este estudo revela o interesse da comunidade científica sobre o nomadismo digital, apesar de a investigação sobre este tema ainda ser recente. Disso, são o exemplo das diferentes perspetivas analisadas: tecnológica, turística, psicológica e sociológica. A partir da revolução tecnológica e do seu impacto nas diversas áreas da sociedade, do surgimento de novas profissões e ferramentas de trabalho, o espaço físico de trabalho deixou de ser um obstáculo ao crescimento significativo deste novo estilo de vida. Os estudos sobre o nomadismo digital têm início no domínio científico da engenharia e tecnologia da informação, verificando-se que hoje há outras abordagens que estudam e explicam este construto. Com a liberdade de localização e a procura de destinos paradisíacos, como o sudoeste asiático, muitos nómadas digitais elegeram destinos como Bali, Ubud, entre outras, como preferenciais, pelo que, atualmente, é nesta região que se encontram os serviços mais especializados para estes públicos. Destaca-se também Portugal como um dos destinos que já é considerado de referência por este público.

A evolução da perspetiva individual para o conceito de comunidade acompanhou outro tipo de mudança, relacionada com as características do nómada digital. No

início, encontravam-se essencialmente viajantes individuais movidos pela descoberta de novos mundos, designados “*backpackers*” (Richards, 2015), que foram sendo substituídos por trabalhadores digitais empreendedores, com capacidade económica, informados e que requerem serviços turísticos e infraestruturas específicas e de qualidade adaptados ao seu estilo de vida. Este ‘novo’ tipo de turistas designa-se “*flashpackers*”, necessita de serviços turísticos flexíveis e informais, a par de infraestruturas físicas que, em simultâneo, permitam a ligação *on-line* e facilitem a interação com as comunidades de pertença (*On-line Communities; Coworkings*) (Gomes, 2019; Mancinelli, 2020). Talvez esta característica de interação social seja um dos aspetos que distinga os nómadas digitais que praticam turismo dos que se ficam pelo trabalho remoto. Esta questão será desenvolvida no capítulo seguinte.

2. UM NOVO CONCEITO DE TURISTAS: "*BACKPAKERS*", "*FLASHPACKERS*", "NÓMADAS GLOBAIS" E NÓMADAS DIGITAIS

O nomadismo digital é um estilo de vida que associa o trabalho remoto a liberdade de localização, onde o ato de viajar se torna um ponto central da vida das pessoas. Existem diferentes tipos de nómadas digitais, e nem todos se sentem atraídos pelo turismo da mesma forma. Este capítulo procura distinguir os diferentes tipos de nómadas digitais e as suas características, bem como questionar se eles podem ser considerados turistas e que tipo de nómadas devem ser o público-alvo preferencial do turismo. O texto apresenta definições de nómadas digitais e argumentos que mostram que, apesar de serem viajantes, por vezes, podem não se considerar turistas efetivamente. No entanto, apesar de serem um nicho de mercado com características e necessidades diferentes dos turistas habituais, poderá afirmar-se que fazem parte do grupo de turistas. São pessoas que trabalham remotamente e têm a possibilidade de viajar constantemente, escolhendo destinos que atendam a requisitos específicos, como uma boa conexão à *internet*. A *Adventure Travel Trade Association* (ATTA) realizou uma pesquisa com esses nómadas para entender suas características e como podem ajudar na recuperação do turismo pós-COVID19. Os resultados demonstram que estes viajantes procuram experienciar diferentes culturas, lugares com novos estilos de vida ou melhores custos de vida, além de interagirem com outros nómadas digitais. De acordo com a mesma fonte, os países mais indicados para médias e longas estadias de nómadas digitais são Indonésia, Tailândia, México, Colômbia, Portugal, Espanha e Geórgia, enquanto para estadias curtas são citados Brasil, Costa Rica, França, Islândia e Nova Zelândia. Os alojamentos ideais para estes viajantes são aqueles que possuem um espaço de trabalho confortável, um preço especial para longas estadias, uma localização próxima das atrações do destino e locais tranquilos para reuniões. Os nómadas digitais buscam se distanciar do turismo de massa e se conectarem com outras pessoas deslocadas, o que constitui um novo desafio para a indústria turística, que terá de se adaptar às novas necessidades destes públicos (Kelly, & Arelano, 2021).

2.1 Nómadas digitais: tipologias e atributos

Várias são as iniciativas para atrair os nómadas digitais para o turismo. No capítulo anterior, também se verificou que há diversos tipos de nómadas digitais e nem todos se sentem atraídos pelo turismo da mesma forma. O que se procura

distinguir aqui é quais são os diferentes tipos de nómadas digitais e as suas principais características. Por estes motivos, este capítulo procura clarificar as seguintes questões:

- I. pode-se considerar que os nómadas digitais são turistas?
- II. que tipo de nómadas digitais é que devem ser o público-alvo preferencial do turismo?

Tal como já referido anteriormente, o nomadismo digital é um estilo de vida que associa o trabalho remoto a liberdade de localização, onde o ato de viajar se torna um ponto central da vida das pessoas (Reichenberger, 2018). Mas, nem sempre a questão da associação do lazer ao trabalho está presente, sendo verdadeiramente importante a realização de atividades profissionais a partir de qualquer cidade ou país, como também de ambientes diversos, tipo: cafés, *coworkings*, hotéis e *co-livings*.

Schlagwein (2018) define o nómada digital como um profissional que usa largamente sistemas de informação e tecnologia de informação para realizar o seu trabalho digitalmente e *online*, conciliando com viagens contínuas e, no extremo, até viver como expatriado. Mancinelli (2020) caracteriza este público como indivíduos que aproveitam as vantagens dos computadores portáteis e rede de *internet* para trabalhar remotamente de qualquer lugar, usufruindo desta liberdade para explorar o mundo. Uma mistura de turismo, lazer e trabalho que se concretiza num estilo de vida focado em constantes viagens internacionais e múltiplas residências.

Os nómadas digitais, apesar de serem viajantes, podem não se considerar turistas efetivamente, por variados motivos (Mouratidis, 2018; Gomes, 2019):

- a) tendem a permanecer por mais tempo em cada destino.
- b) têm comportamentos de consumo semelhantes ao dos residentes.
- c) contribuem para a economia local de forma distribuída ao longo do tempo.
- d) utilizam toda a gama de serviços locais.

Apesar dos argumentos apresentados, este público realiza efetivamente múltiplas atividades de lazer de âmbito turístico, durante os períodos em que permanecem num determinado território. De facto, o seu foco é, simultaneamente, aliar a via profissional à experiência turística. Olhar para esta realidade levou a Organização Mundial de Turismo a considerar que os nómadas digitais se enquadram na definição de turistas, pois este estilo de vida engloba ‘atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e permanência em lugares distintos dos que vivem, por um período de tempo inferior a um ano consecutivo, com fins de lazer, negócios e outros.’(Gomes, 2019)

Esta ideia é reforçada por Gomes (2019, p. 117), que defende que os nómadas digitais “devem ser olhados pelos destinos como um nicho de mercado, com características, expectativas, impactos e necessidades diferentes dos turistas habituais”. Neste contexto, pode-se assumir que este público também faz parte do grupo de turistas, ainda que possa manifestar necessidades e uma relação com o turismo diferente do usual.

A importância de refletir sobre este conceito associa-se à diversidade de tipologias de nómadas digitais que podemos encontrar. Não estamos na presença de um grupo homogéneo, com necessidades e características uniformes:

“Existem nómadas digitais que viajam por anos, movendo-se regularmente entre países e continentes. Outros são nómadas por períodos mais curtos, tirando “férias-trabalho” e pausas sabáticas que duram de várias semanas a muitos meses. [...] Unidos por uma paixão por viagens e novas aventuras, os nómadas digitais desfrutam da capacidade de trabalhar em qualquer lugar onde se possam conectar à *Internet*” (*State of Independence in America* 2018, citado por Hannonen, 2020, p. 6).

Cook (2020) propõe uma divisão de viajantes de acordo com grau de mobilidade e foco de trabalho. Essa classificação posiciona os nómadas digitais e pessoas que viajam em negócios como viajantes com alta mobilidade e alta relação com o trabalho. Em contrapartida, viajantes com baixa relação com o trabalho, são identificados como turistas, por oposição aos expatriados que viajam por motivo de

trabalho, mas que possuem uma relação de trabalho sedentária no novo destino (Figura 5).

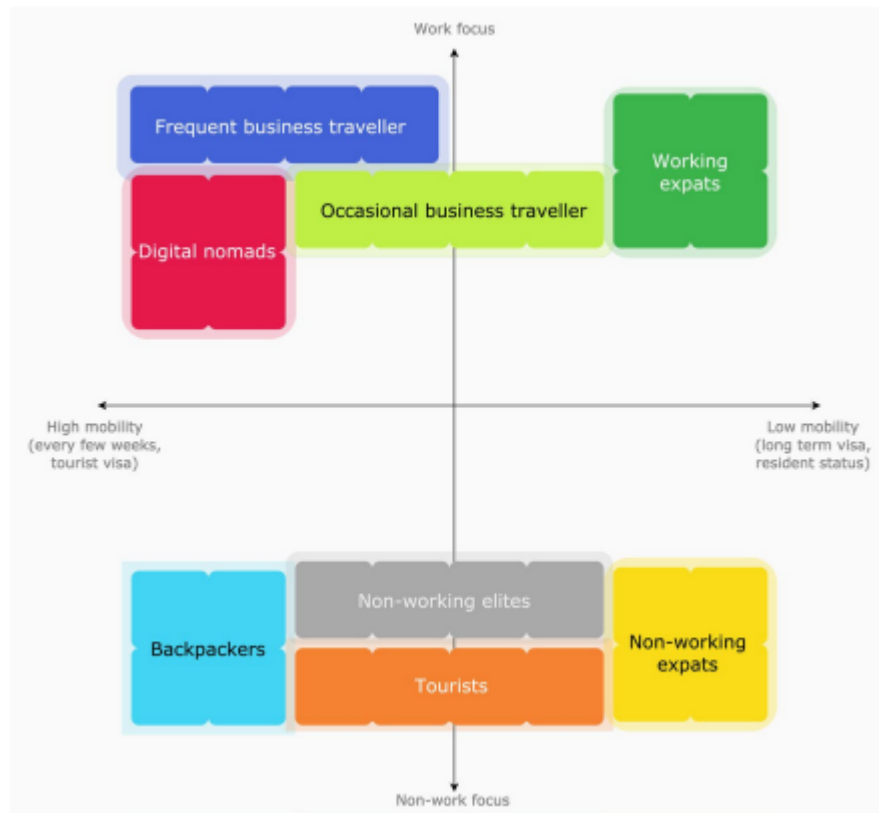


Figura 5. Dimensões de viajantes com base na Mobilidade versus Trabalho. Fonte: Cook (2020, p. 357)

Reichenberger (2018) classifica os nómadas digitais como:

- trabalhadores flexíveis que não viajam por motivos de trabalho.
- viajantes de longo prazo com residência permanente.
- adeptos de estilo de vida migratório sem residência permanente.

Também encontramos o termo nómada associado a diferentes segmentos do mercado turístico, caracterizado pela mobilidade jovem, diferenciado em três formas de nómadas digitais (Richards, 2015):

- os mochileiros (*backpackers*).
- os mochileiros modernos (*flashpackers*).
- e o nómada global.

Os mochileiros são caracterizados como viajantes de longos períodos, geralmente jovens que viajam sem destino específico e de forma independente. Como procuram permanecer vários meses em diferentes lugares, tendem a formar ‘tribos’ e usar serviços de hospedagem, alimentação e transportes mais económicos, devido a limitações financeiras. Apesar de considerado nómada, é um nomadismo com tempo delimitado, pois após alguns meses de viagem, retornam da sua experiência para o seu local de origem.

Os *flashpackers* são os mochileiros modernos, onde se observa o uso da tecnologia da comunicação e de dispositivos móveis de forma mais intrínseca. Estes ‘turistas’ combinam a vida independente e o aspeto tecnológico do nómada digital com características dos mochileiros, como longos períodos de viagens e a inexistente relação entre trabalho e viagens. Pitanatri (2019) considera os *flashpackers* como a evolução dos *backpackers*. São viajantes maioritariamente com mais de 30 anos, que priorizam o conforto, pois viajam com maior orçamento e com mais equipamentos digitais, como telemóvel, câmara de alta resolução, *laptops*, *wi-fi*, entre outros. Essas características aproximam-nos dos novos nómadas digitais mais do que os nómadas globais e dos mochileiros.

O terceiro grupo são os nómadas globais, caracterizados como viajantes de longos períodos, sem destinos logicamente definidos e que não aderem à noção de “voltar para casa” ou de nação-pátria. Ao contrário dos nómadas digitais, não guardam forte relação com a tecnologia para a execução dos seus trabalhos, que podem ser trabalhos sedentários ou esporádicos, tendo só por objetivo que este sirva para angariar fundos para seguir para o próximo destino (Gomes, 2019; Mouratidis, 2018; Richards, 2015).

Os nómadas digitais são pessoas que se aproveitam da tecnologia para trabalhar remotamente e ter um estilo de vida nómada e independente de localização. Esse estilo de vida surgiu da integração desses 3 tipos de nómadas modernos, principalmente os *flashpackers*, consolidado com o contexto digital de trabalho, de modo a perpetuar o estado de ‘estar a viajar’ constantemente (Prester, Cecez-Kecmanovic, Cahalane & Schlagwein, 2020; Frick & Marx, 2021).

Richards (2015) reforça a perspetiva de que os nómadas digitais não são movidos pela simples oposição ao sedentarismo (*global nomads*) ou pela necessidade de formar tribos (*backpackers*), mas sim pelo aumento da indefinição dos limites entre trabalho e lazer trazido pela tecnologia digital. O principal objetivo é ter liberdade para trabalhar de qualquer lugar que tenha *internet*, em lugares que ofereçam atividades de lazer que combinem com os seus estilos de vida. Também aproxima os nómadas digitais e globais de um nomadismo mais individualista, que incluem práticas minimalista, de *slow travel* e um perfil multinacional, como interesse em culturas diferentes, desejo de aprender outros idiomas ou experiências gastronómicas locais, por exemplo (Chevtaeva & Denizci-Guillet, 2021; Kelly & Arelano, 2021).

Mouratidis (2018) destaca que, este tipo de nómadas apesar de não serem movidos pela necessidade de formar tribos, também não vivem experiências solitárias. Muitos se tornam nómadas por influência de um parceiro ou de outros viajantes. Frequentemente procuram outros nómadas para interagir nos destinos, através do uso de espaços de trabalho compartilhados e redes sociais.

Em suma, o que distingue estas diferentes tipologias de nómadas digitais são as suas motivações na forma como associam o lazer com a profissão, na forma como estabelecem um vínculo com o turismo. No quadro 11 sistematizam-se os atributos e motivações dos diferentes tipos de nómadas digitais.

Quadro 11. Atributos segundo as diferentes tipologias de s nómadas digitais

Tipo	Atributos e motivações	Autores
<i>Backpackers</i>	São jovens viajantes independente e de baixo custo, que tendem a regressar para o local de origem	Richards (2015); Mouratidis (2018).
	Procuram estar em conexão com outros <i>backpackers</i> em cada destino (nómadas tribais)	Richards (2015); Gomes (2019).
	Marca, usualmente, um encerramento ou início de algum ciclo (graduação, entrada na fase adulta ou na faculdade, ano sabático, entre outros)	Cohen (2010); Gomes (2019).
<i>Flashpackers</i>	São viajantes na casa dos 30 anos, com mais orçamento, mas também tendem a regressar ao local de origem	Gomes (2019); Pitaniatri (2019).

	Procuram mais conforto e segurança e usam equipamentos digitais caros (telemóveis, câmaras, portáteis, entre outros)	Pitanatri (2019).
	Têm uma forte relação com o digital	Gomes (2019); Richards(2015); Mouratidis(2018).
	Procuram compartilhar experiências pelo mundo, em ambiente digital	Gomes (2019); Richards(2015); Mouratidis(2018).
Global nomads	São viajantes de longos períodos, sem destinos previamente definidos	Richards (2015); Mouratidis (2018).
	Menos relacionado com a tecnologia, pelo que podem não trabalhar no digital e realizar trabalhos sedentários temporários para angariar fundos para viajar.	Gomes (2019); Richards (2015); Mouratidis (2018).
	Procuram uma experiência para se encontrarem e de auto-descoberta (“ <i>find themselves</i> ”)	Mouratidis (2018).
	<i>Foco na liberdade e no lazer, em oposição ao trabalho</i>	Chevtaeva & Denizci-Guillet (2021).
Digital nomads	São empreendedores não devendo ser catalogados com um tipo de geração, por exemplo, <i>Millennials</i> , <i>Geração X</i> e <i>Baby boomers</i> .	Vagena (2021).
	Alta mobilidade devido ao trabalho 100% digital e/ou remoto, sendo o foco a produtividade	Cook (2022).
	Podem ser igualmente viajantes de longos períodos (migrantes)ou curtos períodos (workations), desde que não haja interrupção do trabalho	Chevtaeva & Denizci-Guillet (2021).

Fonte: Elaboração própria

Em síntese, as características dos nómadas digitais apresentam muitas semelhanças com as dos turistas em geral, ainda que mereçam que se destaquem algumas particularidades, tais como (Chevtaeva & Denizci-Guillet, 2021):

- tendem a ser trabalhadores remotos com liberdade de localização;
- procuram realizar atividades de lazer enquanto trabalham.
- são predominantemente *millennials* e jovens de origem ocidental.
- tendem a ser profissionais com educação superior e rendimentos financeiros acima da média.

- atuam como *freelancers* ou empreendedores.
- sentem-se atraídos, predominantemente, por regiões quentes e com baixo custo de vida, como o sudoeste asiático.
- tendem a passar um período mínimo de 3 meses, por vezes por devido a questões de validade de visto.
- utilizam as redes sociais para encontrar outros nómadas digitais.

Contudo, não deixam de constituir um grupo que exhibe valores e comportamentos muito semelhantes relativos ao trabalho, estilo de vida e preferências de viagens, o que sugere a emergência de um novo público-alvo com fortes potencialidades a serem exploradas pelo setor turístico (Schlagwein, 2018).

2.2 Motivações dos nómadas digitais: O que procuram no turismo?

Nos últimos anos, diversos destinos e entidades do turismo têm procurado entender melhor esse novo nicho de mercado que tem emergido e colocado novos desafios ao setor. Importa reforçar que apesar do nómada digital e dos frequentes viajantes de negócios estarem na mesma escala de mobilidade *versus* trabalho, os nómadas escolhem viajar, não por motivo de trabalho, mas por prazer (Mouratidis, 2018). Temos então um novo modelo de escolha de destino, que não está centrado no destino *per se*, mas em um conjunto de requisitos essenciais que existam no território (Chevtavaeva & Denizci-Guillet, 2021; Cook, 2020, Reichenberger, 2018)

Em março de 2021, a *Adventure Travel Trade Association* (ATTA) publicou uma pesquisa realizada entre os nómadas digitais para entender as suas características e como esse mercado emergente poderia ajudar a recuperação do turismo pós-COVID19 (Kelly & Arelano, 2021).

O principal objetivo do nómada digital é viajar constantemente, não se centrando apenas nos períodos de férias. Este aspeto pode ser uma oportunidade para o combate à sazonalidade, particularidade sempre tão difícil de contornar no turismo. Outras motivações salientadas no estudo referido anteriormente são: a) experienciar diferentes culturas; b) procurar lugares para novos estilos de vida ou melhores custo de vida; c) escapar de grandes centros em busca de um estilo de

vida mais simples; d) e, interagirem com outros nómadas digitais. Relativamente aos requisitos, o mais importante é sempre um ótimo serviço de *internet*, seja nos destinos, seja no alojamento (Kelly & Arelano, 2021).

Para os destinos, os principais fatores apontados pela pesquisa foram: a) bom tempo; b) baixo custo de vida; c) facilidade de entrada legal no país; d) atrativos culturais e naturais do destino; e) segurança e bom sistema de transporte (Kelly & Arelano, 2021).

Os principais países indicados para médias e longas estadias são Indonésia e Tailândia, na Ásia, México e Colômbia, na América, Portugal, Espanha e Geórgia, na Europa. Para estadias de curta duração são citados também os países: Brasil, Costa Rica, França, Islândia e Nova Zelândia (Kelly & Arelano, 2021).

Kelly & Arelano (2021) também destaca acerca dos requisitos para acomodações alojamento, destacam-se:

1. espaço de trabalho confortável.
2. preço especial para longas estadias.
3. localização próximo das diversas atrações do destino.
4. locais tranquilos para reuniões.

Em termos de mercado turístico, Richards (2015) considera que a indústria turística que está mais dirigida para o nicho de mercado ‘mochileiro’, são os *hostels* e *guest houses*. Estes, já foram considerados alojamentos estabelecimentos alternativos, mas hoje integram efetivamente a indústria turística, tendo um público bem identificado. Todavia, também há outros motivos que levam os nómadas digitais a procurar este tipo de alojamento, que já não são só frequentados pelos ‘mochileiros’. O facto de não serem infraestruturas tradicionais, que lhes permitem distanciar-se do turismo de massas e contatarem com outras pessoas deslocadas, nomeadamente estudantes.; o facto de poderem permanecer mais tempo, podendo estender a sua estada durante vários meses. Isso facilita a negociação de reservas e balanceia o custo de vida nos destinos escolhidos (Mouratidis, 2018). No entanto, este último aspeto, como já se referiu anteriormente, pode ser algo controverso na literatura, e levar a que alguns autores não considerem este público

no grupo de turistas. Mas, atualmente, não se pode ignorar a motivação para o lazer dos nómadas digitais, a sua atração por atividades culturais e, principalmente, a viagem enquanto estilo de vida. Estes são aspetos inerentes à definição de turismo. Por sua vez, a criação do próprio trabalho incentiva a criação de *hubs* em diversas cidades, para atrair nómadas modernos e oferecer novos serviços como *coworkings*, *co-livings*, *internet* de alta velocidade, eventos, entre outros (Richards, 2015).

Considera-se que os *coworkings* são espaços de trabalhos compartilhados e utilizados sob procura (Nash et al., 2021; Orel, 2019); *co-living* são espaços que mesclam serviço de hospedagem compartilhada com infraestrutura para trabalho (Chevtaeva, 2021); e *coworkations* usaremos para definir a experiência/ atividade característica do nomadismo digital, realizada pelo nómada que se encontra num destino, utilizando o serviço de um *coworking/co-living* e realizando atividades de trabalho e lazer, simultaneamente (Aroles, Granter & de Vaujany, 2020; Chevtaeva & Denizci-Guillet, 2021). De forma geral, os *coworkings* proporcionam aos nómadas uma infraestrutura flexível, compartilhada ou privada, como mesas ou salas de trabalho e oferecem uma combinação de um espaço para trabalho produtivo, com espaços que servem para integração e para *networking* entre a comunidade. (Chevtaeva & Denizci-Guillet, 2021; Cook, 2020; Green, 2020; Lee, Toombs, Erickson, Nemer, Ho, Jo & Guo, 2019; Nash et al., 2021). Em suma, os *coworking/co-living* poderão ser as infraestruturas necessárias nos serviços de alojamento para serem capazes de atraírem e fixarem estes públicos num determinado destino.

Com base nas necessidades dos nómadas digitais, a ATTA aponta algumas recomendações para atrair esse público, que podemos observar no quadro 12:

Quadro 12. Requisitos dos Nómadas digitais			
Gerais	Destino	Alojamentos	Atividades turísticas
Desconexão digital	Certeza de <i>internet</i> rápida	Boa conexão de <i>internet</i>	Conectar outros Nómadas digitais para atividades em grupo

Conexão com pessoas	Bom tempo	Oferecer espaços de trabalho	Estar e relacionar-se por Redes sociais
Facilidades financeiras	Promover um baixo custo de vida	Promover pacotes especiais de longas estadias	Diferentes horários de operação e atividades
Comunidade local	Vistos facilitados ou não necessários	Divulgar serviços, facilidades e atrações próximas	Oferecer experiências da cultura local
Acessibilidade 24h para trabalhar	Apresentar locais imperdíveis ou <i>hidden gems</i>	Ajudar manterem motivados com eventos e comunidade	Promover experiências gastronómicas

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados pesquisa realizada pela ATTA (2021).

2.3 Considerações finais

Para concluir, considera-se que os nómadas digitais são turistas. Podem apresentar características, necessidades e expetativas diferentes dos turistas tradicionais, mas apresentam igualmente uma forte motivação para viajar, sentindo também, um forte impulso para ocupar os seus momentos de lazer com atividades turísticas. Para este público, a viagem é algo essencial e um aspeto central no seu estilo de vida. A sua origem parte das consequências do avanço tecnológico juntamente com o amadurecimento da mobilidade jovem. Antecipada pelos três tipos de nómadas atuais - os *backpackers*, *flashpackers* e os *global nomads*, os nómadas digitais trouxeram uma nova perspetiva para os estudos do turismo.

Respondendo à outra questão com que se iniciou este capítulo, ou seja, que tipo de nómadas digitais é que são o público-alvo do turismo, conclui-se que os diferentes nómadas digitais realizam atividades turísticas ao longo da sua vida. O foco não é mais a migração e o propósito de viajar para um novo destino, mas o seu próprio estilo de vida nómada (Mouratidis, 2018). O que importa compreender é que dentro deste público há vários segmentos de mercado, há que os diferenciar e diversificar a oferta de acordo com as suas motivações, expetativas e capacidade económica.

Este será o assunto que abordaremos nos próximos capítulos, para entender como os destinos podem beneficiar com esse novo nicho de mercado.

PARTE II - Estudo Empírico

3. METODOLOGIA

Este capítulo visa explicar as opções metodológicas adotadas para responder às diferentes questões de investigação que foram surgindo ao longo deste trabalho. Tendo em conta o crescimento e visibilidade do nomadismo digital, bem como a sua importância para o turismo, como se explicou nos capítulos anteriores, é fulcral conhecer a perceção da procura sobre esta problemática. Considera-se este tema de grande atualidade, já que Portugal vem sendo reconhecido como um dos principais destinos escolhido pelos nómadas digitais (Nomad List, 2023).

3.1 Método

Na área das ciências sociais tem sido, cada vez mais, comum a integração de dados quantitativos e qualitativos na investigação, utilizando metodologias mistas que combinam estas duas abordagens (Creswell, 2003). Esses modelos de investigação permitem a aplicação de técnicas avançadas de análise de dados e a compreensão de objetos de estudo mais complexos. As análises quantitativas fornecem uma visão objetiva dos fatos relacionados com os fenómenos investigados, enquanto as análises qualitativas complementam a informação fornecendo uma interpretação e compreensão mais profunda dos dados recolhidos (Vargas-Hernández, 2014).

3.1.1. Objetivos

3.1.1.1 Objetivo geral

O estudo realizado pretende analisar em detalhe quem são os nómadas digitais enquanto turistas, as suas motivações para a realização das suas viagens, bem como as suas expetativas e necessidades nos destinos que visitam e escolhem para o desenvolvimento das suas atividades de trabalho e lazer. Acresce, compreender o nomadismo digital enquanto estilo de vida e a sua relação com o turismo, identificando novas relações teóricas e práticas entre estes dois construtos.

3.1.1.2 Objetivos específicos

Os objetivos específicos deste estudo são os seguintes:

- a) Refletir teoricamente sobre o conceito do nomadismo digital e a sua relação com o turismo.
- b) Conhecer os atributos dos destinos turísticos mais valorizados pelos nómadas digitais, extraíndo os determinantes chave que mais contribuem para a atratividade deste público.
- c) Compreender as características do estilo de vida dos nómadas digitais e como estes equilibram a relação do trabalho com as atividades turísticas.
- d) Refletir sobre as implicações deste novo tipo de turista para o setor do turismo, indicando algumas propostas de organização da oferta e dos destinos turísticos.

3.1.2 População-alvo e amostra

A população alvo desta investigação é composta por pessoas que possam já ter tido, ou não, experiências enquanto trabalhadores remotos ou nómadas digitais, em Portugal ou em outros destinos turísticos. Utilizou-se uma amostragem não probabilística de conveniência e intencional, procurando-se garantir a heterogeneidade da amostra (Coutinho, 2015; Lopes, 2005). Neste tipo de técnica, o investigador tem influência na seleção da população-alvo, mas não na sua representatividade em relação ao número de participantes, à sua distribuição geográfica, idade ou habilitações literárias, entre outros discriminantes que caracterizam a amostra.

Quadro 13. Caracterização da amostra por características dos respondentes

		<i>N</i>	%
Género	Feminino	23	67.6
	Masculino	11	32.4
	<i>Missing value</i>	0	0
	Total	34	100
Idade	Entre 25 e 34 anos	15	44.1
	Entre 35 e 49 anos	11	32.4

	Entre 50 e 64 anos	8	23.5
	Entre 18 e 24 anos	0	0
	Mais de 65 anos	0	0
	<i>Missing value</i>	0	0
	Total	34	100
Habilitações literárias	Licenciatura	8	23.5
	Mestrado	7	20.6
	Pós-Graduação	6	17.6
	Doutoramento	5	14.7
	Bacharelato	4	11.8
	Ensino Secundário (12º ano)	2	5.9
	Outros (PHD)	1	2.9
	Outros (Curso Executivo)	1	2.9
	<i>Missing value</i>	0	0
	Total	34	100
Trabalho	Trabalho por conta de outrem	21	61.8
	Trabalho por conta própria (freelancer)	9	26.5
	Empresário/ empreendedor	2	5.9
	Outros (Bolseiro)	1	2.9
	Outros (Desempregado)	1	2.9
	<i>Missing value</i>	0	0
	Total	34	100
Residência atual	Portugal	30	88.8
	Espanha	1	2.9
	Italia	1	2.9
	USA	1	2.9
	Missing values	1	2.9

	Total	34	100
--	--------------	----	-----

Fonte: Elaboração própria com base no *output* do *software* SPSS (24.0)

A maioria dos inquiridos é do sexo feminino (67.9%), com idades compreendidas entre 25 e 49 anos, representando um total de 76.50%. Quanto às habilitações literárias, a maioria dos sujeitos possui habilitação superior, ao nível do bacharelato (11.8%), licenciatura (23.5%), mestrado (20.6%), pós-graduação (17.6%) e doutoramento (14.7%).

Quanto às profissões, predominaram atividades relacionadas com a Tecnologia, Publicidade e *Marketing* digital, observando-se 11 tipos de profissões. Destas, destacam-se *Customer services* (n=7) e a docência (n=6) (Figura 6).

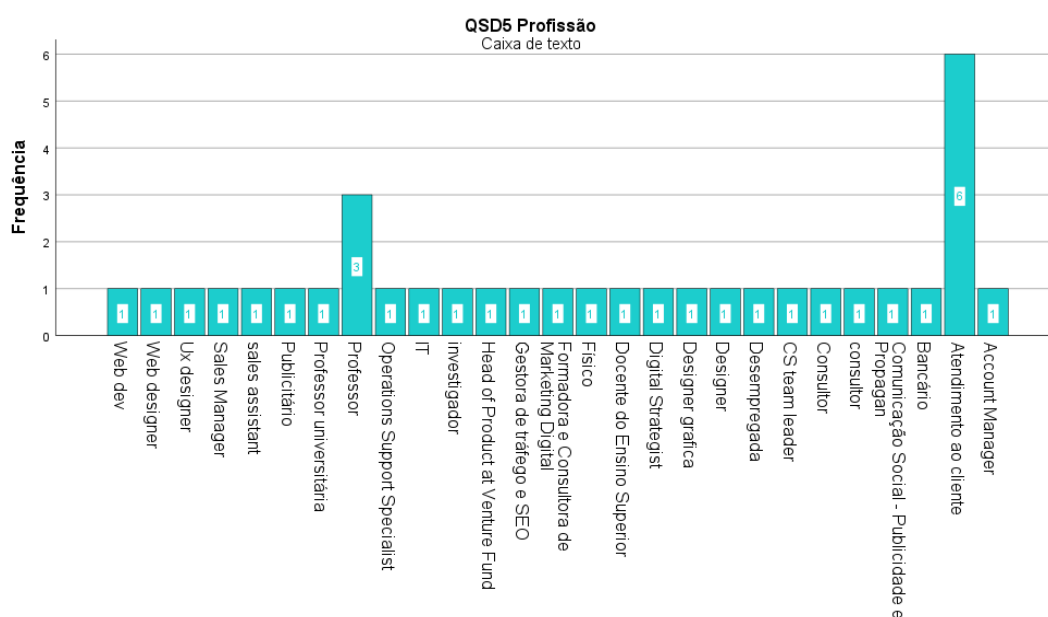


Figura 6. Profissões dos respondentes, com base no *output* do *software* SPSS (24.0)

Sobre o vínculo de trabalho, 61.8% são trabalhadores por conta de outrem, 26.5% trabalhadores por conta própria (*freelancer*) e 5.9% são empreendedores ou empresários. Também se verifica que 61.8% (n=21) são sujeitos que se avaliam

como trabalhadores remotos e 26.5% (n=9) adotam este estilo de vida há pelo menos três anos (Quadro 14).

Quadro 14. Caracterização da amostra por perfil de respondentes e destinos turístico

		<i>N</i>	%
Perfil	Trabalhador remoto	21	61.8
	Nómada Digital	5	14.7
	Outras	4	11.7
	<i>Missing value</i>	4	11.7
Tempo como nómada digital /trabalhador remoto	3 anos	9	26.5
	1 ano	5	14.7
	5 anos	2	5.9
	Menos de 1 ano	2	5.9
	2 anos	1	2.9
	4 anos	1	2.9
	6 anos	1	2.9
	8 anos	1	2.9
	10 anos	1	2.9
	12 anos	1	2.9
	15 anos	1	2.9
	<i>Missing value</i>	5	14.7
	Total	34	100
Destinos escolhidos para médias ou longas estadas mais citados	Portugal	26	76.4
	Brasil	7	20.5
	Tailândia	5	14.7
	Alemanha	4	11.7
	Espanha	3	8.8
	Inglaterra	3	8.8

	França	3	8.8
	Indonésia	3	8.8
	México	3	8.8
	Colômbia	2	5.8
	EUA	2	5.8
	Moçambique	2	5.8
	<i>Missing value</i>	1	2.9
	Total	34	100
Destinos escolhidos para estadas curtas mais citados	França	21	61.7
	Brasil	14	41.1
	Espanha	9	26.4
	Italia	4	11.7
	Alemanha	3	8.8
	Inglaterra	3	8.8
	Islândia	2	5.8
	EUA	2	5.8
	Suiça	2	5.8
	Irlanda	2	5.8
	<i>Missing value</i>	3	8.8
	Total	34	100
Aplicação de visto de Nómada Digital	Não	34	100
	Sim	0	0
	Total	34	100

Fonte: Elaboração própria com base no *output* do *software* SPSS (24.0)

Nota: alguns respondentes citaram mais de um destino.

Dos países escolhidos para estadas longas destaca-se Portugal com 26 (76.4%) sujeitos a elegerem este destino como um dos seus preferidos. Já para estadas de curta duração a preferência recaiu sobre França, com 61.7% das respostas (n=21).

Relativamente à experiência turística em Portugal do total dos participantes neste estudo, 52.9% (n=18) nunca tiveram uma experiência como nómada digital em Portugal, apesar de 79.4% (n=27) ter a intenção de visitar o nosso país num futuro próximo. Centros urbanos e cidades costeiras (Litoral) são as regiões que mais atraem este público, correspondendo a 35.2% (n=12) das respostas (Quadro 15).

Quadro 15. Caraterização da amostra por caraterísticas da experiência turística em Portugal

		<i>N</i>	%
Experiência como nómada digital em Portugal	Não	18	52.9
	Sim	16	47.1
	<i>Missing value</i>	0	0
	Total	34	100
Preferência territorial em Portugal *	Centos urbanos	6	17.6
	Cidades costeiras (e ilhas)	6	17.6
	Cidades do interior	4	11.7
	Zonas Rurais	4	11.7
	<i>Missing value</i>	0	0
	Total	34	100
Intenção de vir a Portugal nos próximos 24 meses	Sim	27	79.4
	Talvez	5	14.7
	Não	2	5.9
	<i>Missing value</i>	0	0
	Total	34	100

Fonte: Elaboração própria com base no *output* do *software* SPSS (24.0)

Nota: alguns respondentes indicaram mais de uma preferência territorial

3.2 Técnicas de recolha de dados

Sendo este tema algo ainda pouco estudado na literatura da especialidade (Hannonen, 2020), sentiu-se a necessidade de recolher dados em fases

diferenciadas, que pela sua natureza, também permitiram aprofundar o conhecimento sobre a relação entre o nomadismo digital e o turismo, bem como compreender melhor a relação entre os diferentes conceitos que lhes surgem associados.

Numa primeira fase, recolheram-se dados documentais, clarificando a família científica que apoia esta investigação, assumindo-se que é o tipo de opção por um determinado estilo de vida que harmoniza a ligação deste público com o turismo (Mouratidis, 2018). Estes resultados foram apresentados no capítulo um, tendo sido tratados segundo a técnica da análise bibliométrica.

A análise desta documentação permitiu extrair alguns conceitos-chave que orientaram a organização do inquérito em escalas e deram pistas para a formulação dos itens, tal como se observa no quadro 16.

Quadro 16. Tabelas assuntos autores Revisão da literatura por temas

Escala	Tema	<i>Autores</i>
ADT / AIDT	Informação em rede / tecnologias e equipamentos digitais	Makimoto, 2013; Hannonen, 2020; Schlagwein; 2018.
	Mobilidade internacional	Hannonen, 2020.
	Comunidade nómada	Sutherland & Jarrahi, 2017; Nash, Jarrahi & Sutherland 2021.
	Caraterísticas do destino	Chevtaeva& Denizci-Guillet,2021; Cook, 2020, Reichenberger, 2018; Shawkat, Rozan, Salim & Shehzad,2021; Tyutyuryukov & Guseva, 2021; Wang et al., 2020.
	Destinos	Mouratidis, 2018; MacRae G. (2016) Richards, 2015.
EVND / PPET	Viajar como opção de vida	Reichenberger, 2018.
	Atributos dos nómadas	Chevtaeva & Denizci-Guillet, 2021; Schlagwein, 2018.
	Equilíbrio lazer-trabalho	Hannonen, 2020; Wang, Schlagwein, Cecez-Kecmanovic, & Cahalane, 2018; Schlagwein, 2018.

Infraestrutura de trabalho e <i>networking</i>	Chevtaeva & Denizci-Guillet, 2021; Cook, 2020; Green, 2020; Lee, Toombs, Erickson, Nemer, Ho, Jo&Guo, 2019; Nash et al., 2021; Orel, 2019.
Empreendedorismo e Estratégia organizacional	Aroles J., Granter E., de Vaujany F.-X. (2020); Cook (2022); Kong D., Schlagwein D., Cecez-Kecmanovic D. (2020); O' Regan, M. (2021); Reichenberger, 2018; Vagena (2021).
Economia / impostos	Kulakhmetova G.A., Shcherbakova N.A., Tsypko V.V. (2018); Prester, J., Cecez-Kecmanovic, D., Cahalane, M., Schlagwein, D. (2020); Sutherland W., Jarrahi M.H. (2017) Wang, B., Schlagwein, D., Cecez-Kecmanovic, D., Cahalane, M. (2019); Woldoff R.A., Litchfield R.C. (2021).

Fonte: Elaboração própria

A sistematização teórica aí produzida, bem como a análise dos estudos prévios, sugeriu Portugal como um dos destinos preferenciais deste público. Nesta medida, considerou-se fulcral conhecer a perceção das pessoas sobre como é que o turismo em Portugal se deveria organizar para ser atrativo para este público. Esta foi uma das razões que levou a construir um questionário e a divulgá-lo através de diversos grupos em redes sociais de acesso livre, bem como em grupos específicos e comunidades *online* de grupos de nómadas digitais. Por fim, importa referir que o questionário foi disponibilizado de quinze de dezembro de 2022 a cinco de março de 2023.

Para garantir uma maior pluralidade de respostas e diversidade de opiniões traduziu-se este instrumento na língua inglesa, estando disponível para preenchimento nas duas versões: em português e em inglês.

3.2.1 Instrumento de recolha de dados: Inquérito DigitalPort

De acordo com o objetivo desta pesquisa e as características do público-alvo, foi escolhida a técnica de questionário autoadministrado. Esta é uma técnica de pesquisa em que os participantes respondem às perguntas de um questionário de forma autónoma, sem a presença de um entrevistador. Esta técnica é muito

utilizada em sondagens de opinião, estudos de mercado e em pesquisas académicas.

De acordo com Bell (2010), a principal vantagem da técnica do questionário autoadministrado é que ela permite que os participantes respondam às perguntas com mais honestidade e sinceridade, pois não há a pressão social ou a influência do entrevistador para moldar as respostas. Além disso, essa técnica é mais eficiente e económica, pois não requer a presença física do investigador.

Para Quivy e Campenhoudt (1998), a técnica de questionário autoadministrado pode ser aplicada em diversos formatos, como questionários impressos, questionários *online* e questionários por correio. O importante é que as perguntas sejam claras e objetivas, e que o questionário seja projetado de forma apropriada para o público-alvo.

Os autores ressaltam, no entanto, que a técnica de questionário autoadministrado também apresenta algumas limitações. Por exemplo, é possível que os participantes não entendam bem as perguntas e respondam de forma equivocada ou incompleta. Além disso, a taxa de resposta pode ser baixa, o que pode comprometer a validade e a confiabilidade dos resultados.

Em resumo, a técnica de questionário autoadministrado é uma ferramenta útil que apresenta vantagens em termos de eficiência e sinceridade das respostas, mas também requer cuidados na elaboração das perguntas e na análise dos resultados.

Optou-se por esta técnica devido “à sua facilidade em inquirir um número alargado de sujeitos em simultâneo, e dar aos participantes a possibilidade de irem respondendo ao seu ritmo” (Alferes, 1997; Ghiglione & Matalon, 2005).

Após a construção do questionário, foi enviada uma versão preliminar a seis peritos selecionados pelo seu conhecimento sobre o tema e as questões do turismo em geral. Esta fase de validação de conteúdo tem por objetivo corrigir alguns aspetos na construção dos itens que se revelam ambíguos, de difícil compreensão e/ou que apresentam repetições semânticas. Pretendeu-se, especificamente, avaliar o grau de concordância entre peritos no que concerne aos itens que são relevantes e

representam adequadamente os construtos. Foram propostas algumas alterações na formulação das questões, bem como foi sugerido que se acrescentassem novos itens. Concluída a validação de conteúdo, na qual participaram três pessoas ligadas ao ensino superior e três pessoas ligadas ao setor empresarial, redigiu-se a versão final do questionário (Apêndice 1) e a sua tradução na língua inglesa (Apêndice 2)

Este questionário designou-se por *DigitalPort*. O *DigitalPort* é constituído por quatro escalas e um conjunto de questões que permitem caracterizar a tipologia dos inquiridos, apresentadas no final do inquérito (variáveis sociodemográficas).

[grupos / qtd de pessoas]

A escala de medida foi construída no formato de *Rating scale* de Tipo Likert, com sete opções de resposta: (1) Nada importante; (2) Pouco importante; (3) Moderadamente importante; (4) Neutro; (5) importante; (6) Muito importante; (7) Extremamente importante.

A estrutura das escalas é a seguinte:

- ADT – Medida de Atributos dos Destinos Turísticos - constituída por 34 itens avalia a importância dos atributos dos destinos turísticos para os nómadas digitais.
- AIDT – Medida de Atributos Ideais dos Destinos Turísticos - constituída por 36 itens avalia a importância dos atributos ideais dos destinos turísticos para os nómadas digitais.
- EVND – Medida de Estilo de Vida - constituída por 30 itens avalia a importância dos atributos mais valorizados no estilo de vida dos nómadas digitais.
- PPET – Medida de Preferências Pessoais - constituída por 34 itens avalia a importância dos elementos mais valorizados sobre as condições e estilo de trabalho dos nómadas digitais.

No final de cada uma das Escalas existia uma questão aberta “Outro”, dando a possibilidade aos inquiridos de especificarem algum assunto que considerassem que ainda não estava devidamente explorado.

3.3 Tratamento estatístico dos dados

Os dados foram tratados através de estatísticas descritivas, com recurso ao programa SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), versão 24.0 para o sistema operativo *Windows*. Analisada a taxa de não-respostas (*missing values*), verificou-se que esta era igual ou inferior a 3%, o que não comprometia a fiabilidade dos resultados (Mâroco & Garcia-Marques, 2006).

A análise desenvolvida foi efetuada, inicialmente através da realização de análises exploratórias, no domínio das estatísticas descritivas (média, mediana, moda, desvio-padrão, valor mínimo e máximo por opção de resposta e *outliers*), com o intuito de compreender o comportamento das diversas variáveis (itens da escala). Relativamente às medidas de dispersão (desvio-padrão, valor mínimo e máximo de cada resposta), mostram que as respostas se distribuem pelas diferentes opções da escala (entre 1 e 7). As medidas de tendência central (média, mediana e moda) evidenciam que os valores da média, mediana e moda estão relativamente próximos, o que assegura a variabilidade da resposta e uma baixa dispersão por valores extremos (*outliers*) da escala, onde um representa ‘nada importante’ e sete significa ‘extremamente importante’.

Alferes (1997) destaca a importância das estatísticas descritivas para descrever as características dos dados e facilitar a compreensão das informações. Este autor destaca a utilização de medidas de tendência central, como média, mediana e moda, e de medidas de dispersão, como o desvio padrão, para analisar a distribuição dos dados. Gil (1999) também enfatiza a importância das estatísticas descritivas e da análise exploratória de dados para se obter uma visão geral dos dados e identificar possíveis padrões. Acrescenta a importância da utilização de gráficos, tabelas e medidas de posição e dispersão para descrever os dados. Howell (1997) apresenta um guia completo para a análise exploratória de dados, enfatizando a importância da visualização dos dados e da utilização de técnicas estatísticas para identificar possíveis padrões. Também reforça o benefício da utilização de gráficos, tabelas e medidas de posição e dispersão, bem como a análise de correlações e a identificação de *outliers*. Kiess e Bloomkist (1985)

ênfatisam a importância das análises exploratórias de dados para a sua devida compreensão. Estes autores destacam a utilização de gráficos e tabelas para visualizar os dados, bem como a utilização de técnicas estatísticas para identificar possíveis padrões, como a análise de correlações e a identificação de *outliers*.

Com base nas recomendações dos autores referidos, optou-se por privilegiar um estudo descritivo dos dados, cujas estatísticas permitissem salientar novos padrões de relações entre os construtos em análise, devido ao facto de estarmos na presença de um estudo exploratório e de termos uma amostra de sujeitos algo reduzida ($n=34$).

Todavia, para explicitar os resultados que permitem explicar os objetivos específicos deste estudo, optou-se por aplicar o coeficiente de correlação linear de Pearson (r), entre itens da mesma escala e de escalas diferentes (Pestana & Gageiro, 2005).

Para as análises da correlação consultou-se Cohen e Cohen (1983), Howell (1997), Neale e Liebert (1986) e Rosenthal e Rosnow (1984). Cohen e Cohen (1983) enfatizaram a importância de se considerar o tamanho do efeito na análise de correlação. Estes autores propõem a utilização do coeficiente de correlação parcial, que permite controlar o efeito de outras variáveis na relação entre duas variáveis de interesse. Além disso, realçam a necessidade de se levar em conta a distribuição das variáveis envolvidas na correlação.

Howell (1997) discutiu a questão do poder estatístico na análise de correlação. Refere que o tamanho da amostra é um fator crítico na determinação do poder estatístico de um estudo de correlação, bem como a importância de se considerar a não-linearidade nas relações entre as variáveis e de se utilizar técnicas mais avançadas, como a análise de regressão não-linear, quando necessário.

Neale e Liebert (1986) abordaram a questão da correlação entre variáveis categóricas. Abordam o uso do coeficiente de contingência, que é uma medida de associação entre duas variáveis categóricas, que leva em conta a frequência de ocorrência conjunta de cada categoria. Para estes autores, a questão da interpretação dos resultados da análise de correlação implica que correlação não implica causalidade.

Rosenthal e Rosnow (1984) discutiram vários aspetos da análise de correlação, incluindo a questão da interpretação dos coeficientes de correlação e a influência de *outliers* nos resultados. Enfatizaram a importância de se realizarem análises exploratórias antes das análises de correlação, visando identificar possíveis problemas nos dados. Além disso, discutiram o problema do tamanho da amostra na análise de correlação, enfatizando que um tamanho de amostra grande não é garantia de que a correlação encontrada seja estatisticamente significativa.

Pelas razões apresentadas, e após a realização das estatísticas exploratórias considerou-se que era adequado aplicar a correlação de Pearson (r), porque permitiria encontrar associações sem implicação de causalidade entre variáveis e porque os pressupostos para realizar esta análise estavam assegurados, nomeadamente: a amostra não se diferenciava da distribuição normal (assimetria (Sk) e curtose (Ku) e contemplar mais de 30 inquiridos (Cohen, 1988). Seguiram-se os critérios do autor acima referido para valores de magnitude que variam entre -1 e 1, considerando o valor de $|r| < .10$ uma correlação negligenciável, $|r| < .30$ uma correlação fraca, $|r| < .50$ uma correlação moderada e $|r| \geq .50$ uma correlação boa e $|r| \geq .70$ uma correlação forte. O que se pretende observar com esta análise é conhecer o grau de associação entre itens da mesma escala e, posteriormente, entre itens de escalas diferentes, tentando encontrar padrões de congruência teórica que validem os construtos previamente apresentados.

Por fim, a consistência interna refere-se à capacidade dos itens que compõem uma determinada escala medirem a mesma construção ou traço psicológico subjacente à escala global. Para avaliar a consistência interna, foi utilizado o coeficiente *alpha de Cronbach* (α), que é uma medida estatística que avalia a correlação média entre os itens da escala (Hair, Black, Babin e Anderson, 2009). Esse coeficiente varia de 0 a 1, sendo que valores mais altos indicam uma maior consistência interna. Para avaliar se a consistência interna é adequada, foram utilizados os critérios dos autores acima referenciados, que sugerem que coeficientes de consistência interna superiores a $.70(\alpha)$ indicam uma adequada convergência e consistência interna. Além disso, o valor de $.80(\alpha)$ é geralmente considerado um indicador de uma boa consistência

interna. Foram calculadas as pontuações globais das escalas e dos seus itens constituintes.

3.4 Considerações finais

Neste capítulo, o percurso da investigação é apresentado de forma detalhada, enfatizando a interligação entre as diversas etapas no caminho que foi construído à medida que os resultados das diferentes fontes de informação foram analisados. Os objetivos de investigação foram formulados nos primeiros passos, justificando a abordagem abrangente e a pluralidade das metodologias consideradas, que são fundamentais para a compreensão do problema de investigação de partida e das opções metodológicas tomadas. A opção de investigação que articula abordagens qualitativas e quantitativas é recomendada na análise de fenómenos sociais complexos. A análise foi realizada a partir de uma grande quantidade de documentação de variadas fontes e da construção de um inquérito por questionário para aprofundar o conhecimento sobre o tema da investigação.

Iniciar esta investigação com uma análise bibliométrica justificou-se devido à necessidade de explicitar construtos teóricos, identificar variáveis mediadoras e compreender melhor um tema sobre o qual a produção científica ainda é um pouco incipiente. Também deu pistas para desenhar a investigação e orientar a construção dos capítulos seguintes.

Desta forma, optar por uma abordagem metodológica descritiva, exploratória, compreensiva e explicativa, que procurasse conhecer a opinião dos nómadas digitais e do público em geral sobre este tema, mas cujas análises estatísticas se enquadraram nos estudos descritivos e qualitativos surgiu como a opção de investigação mais adequada.

Em síntese, ao longo deste capítulo, o objeto de estudo e as opções metodológicas foram claramente definidos para atingir os objetivos traçados. A análise e apresentação dos resultados desta investigação serão apresentadas no capítulo seguinte.

4. RESULTADOS

O objetivo deste capítulo é apresentar os resultados obtidos no estudo empírico realizado. Para isso, são explicados os passos envolvidos nos diversos estudos de validação do instrumento construído para este fim, relacionados com a validade de construto e confiabilidade, uma vez que a validade de conteúdo foi apresentada no capítulo anterior. As secções seguintes apresentam a descrição de cada uma das escalas, incluindo os itens constituintes e as estatísticas descritivas correspondentes, seguidas pela análise das correlações entre itens da mesma escala e de escalas diferentes.

4.1 Escalas de avaliação das características dos destinos turísticos

4.1.1 ADT – Medida de Atributos dos Destinos Turísticos

Foram realizadas análises exploratórias dos dados da escala 'Atributos dos Destinos Turísticos', com o objetivo de examinar o comportamento das diferentes variáveis (itens da escala de medida) por meio de estatísticas descritivas como média, mediana, moda, desvio-padrão, valor mínimo e máximo por opção de resposta e *outliers*. A partir dessas medidas, foi possível observar que a tendência de resposta se distribui por quase todas as opções da escala, indicando uma grande variabilidade na resposta. Além disso, a média, mediana e moda aproximaram-se em quase todos os itens, o que sugere menor dispersão pelos valores extremos (*outliers*) da escala. É importante ressaltar que a escala de medida possui sete opções, sendo que um representa 'nada importante' e sete significa 'extremamente importante' (Quadro 17).

Quadro 17. Escala de Atributos dos Destinos Turísticos (ADT)

	N	Média	Mediana	Moda	Desvio Padrão	Variância
ADT7 Redes de <i>internet</i> rápidas	34	6.18	7.00	7	1.678	2.816
ADT6 Redes de <i>internet</i> seguras	34	5.97	7.00	7	1.732	2.999
ADT23 Destino seguro	34	5.97	7.00	7	1.784	3.181
ADT1 Infraestruturas tecnológicas	34	5.76	7.00	7	1.776	3.155
ADT33 Tolerância Religiosa/Racial/Sexual	34	5.68	6.00	7	1.753	3.074
ADT4 Sistemas de comunicação digital	34	5.47	6.00	7	1.958	3.832
ADT16 Infraestruturas básicas do território	34	5.47	6.00	7	1.813	3.287
ADT11 Transportes no interior do território	34	5.44	6.00	7	1.812	3.284

ADT2 Informação em rede que facilite a troca de informação	34	5.41	6.00	7	1.940	3.765
ADT3 Tecnologias digitais	34	5.41	6.00	7	1.940	3.765
ADT32 Existências de ginásios ou áreas ao ar livre para atividades físicas	34	5.38	6.00	7	1.596	2.546
ADT14 Hospitalidade da comunidade local	34	5.29	5.50	7	1.697	2.881
ADT18 Nível de qualidade de vida no território	34	5.29	6.00	7	1.784	3.184
ADT30 Custo de vida inferior ao do país de origem	34	5.26	6.00	7	2.064	4.261
ADT28 Existência de hotéis e alojamentos com pacotes de longa estadia	34	5.24	5.50	7	1.653	2.731
ADT13 Espaços de trabalho confortáveis	34	5.21	6.00	7	2.226	4.956
ADT15 Transportes para o território	34	5.21	6.00	7	1.805	3.259
ADT24 Boa rede de transportes	34	5.21	6.00	7	1.981	3.926
ADT8 Boas acessibilidades entre cidades/regiões	34	5.09	6.00	7	1.960	3.840
ADT9 Recursos naturais ou culturais do território	34	5.06	5.00	7	1.774	3.148
ADT31 Presença de outros nómadas ou Amigos/Conhecidos	34	4.97	5.50	7	2.007	4.029
ADT25 Existência de "coworkings"	34	4.85	5.00	5	1.893	3.584
ADT19 Fornecedores de suporte à atividade das empresas	34	4.79	5.50	6	2.012	4.047
ADT22 Benefícios fiscais (impostos)	34	4.71	5.00	7	2.023	4.093
ADT21 Incentivos / benefícios financeiros	34	4.65	5.00	7	1.998	3.993
ADT12 Infraestruturas turísticas do território	34	4.62	4.50	7	1.923	3.698
ADT29 Existência de excursões e experiências em grupo	34	4.59	5.00	5	1.861	3.462
ADT26 Existência de <i>colivings</i>	34	4.56	5.00	5	1.779	3.163
ADT17 Oportunidades de negócios no território	34	4.53	5.00	7	1.988	3.954
ADT20. Distribuição espacial dos recursos naturais e culturais no território	34	4.53	5.00	7	1.911	3.651
ADT27 Existência de <i>Hostel/Couchsurfing</i>	34	4.53	5.00	5	1.846	3.408
ADT5 O conceito nómada digital ser conhecido no destino /território	34	4.38	5.00	7	2.030	4.122
ADT34 Existência de vida Noturna (festas, bares, eventos)	34	4.38	4.50	7	1.939	3.758
ADT10 Empresas turísticas no território	34	4.03	4.00	3	1.946	3.787

Fonte: Elaboração própria a partir de *output* do SPSS

No Quadro 17, os itens apresentam-se ordenados por ordem decrescente, no que se refere à pontuação média. Pode-se verificar que os valores médios mais elevados correspondem aos itens: ADT 7 'Redes de *internet* rápida', ADT6 'Redes de *internet* segura', ADT23 'Destino seguro', ADT1 'Infraestrutura tecnológica' e ADT33 'Tolerância religiosa/racial/sexual'. Pelo contrário, os itens que apresentam uma pontuação média mais baixa são: ADT10 'Empresas turísticas no território', ADT34 'Existência de vida Noturna (festas, bares, eventos)', ADT5 'O conceito nómada

digital ser conhecido no destino /território' e ADT27 'Existência de *Hostel/Couchsurfing*'. Relativamente à resposta à questão aberta e facultativa "Outra. Qual?" obtiveram-se duas respostas, que foram 'Exploração de aldeias abandonadas' e 'Bancos para abertura de conta corrente facilitada para poder receber pagamentos'. Em síntese, os aspetos mais valorizados associam-se a:

- a) Infraestruturas tecnológicas, rapidez e segurança na rede de *Internet*.
- b) Segurança no destino.

O estudo da fiabilidade desta escala foi realizado pela análise da consistência interna através do cálculo do coeficiente *alpha* de Cronbach (α). Considera-se que o instrumento é classificado como tendo um índice de fiabilidade adequado quando o α apresenta valores iguais ou superiores a .70 (Marôco & Garcia-Marques, 2006). O cálculo da estimativa do *alpha* de Cronbach para a globalidade da escala ADT indica um valor de .980. A análise da relação item-total em cada um dos itens revela que os valores do α melhoram se se excluir o item 'ADT 10 Empresas turísticas no território', passando a .981. No entanto, esse item não foi retirado da análise, pois não gerava uma mudança significativa do valor do α total e do ponto de vista concetual faz sentido.

4.1.2 AIDT – Medida de Atributos Ideais dos Destinos Turísticos

As estatísticas exploratórias aplicadas à escala 'Atributos Ideais dos Destinos Turísticos' (AIDT) apresentam resultados similares aos encontrados para a escala anterior, no que concerne às medidas de tendência central e às medidas de dispersão (Quadro 18).

Quadro 18. Escala de Atributos Ideais dos Destinos Turísticos (AIDT)

	N	Média	Mediana	Moda	Desvio padrão	Variância
AIDT2 <i>Internet</i> rápida	34	6.21	7.00	7	1.629	2.653
AIDT6 Redes de telecomunicações	34	5.82	7.00	7	1.749	3.059
AIDT10 Facilidades de vistos para turistas	34	5.56	6.00	7	1.744	3.042
AIDT29 Boa estrutura de apartamentos de temporada (AirBNB)	34	5.50	6.00	7	1.830	3.348
AIDT27 Existência de redes de computadores	34	5.47	7.00	7	2.259	5.105

AIDT28 Alojamentos com pacotes especiais de longas estadias	34	5.47	6.00	7	1.879	3.529
AIDT4 Baixo custo de vida	34	5.44	6.00	7	1.878	3.527
AIDT8 Hospitalidade das populações locais	34	5.41	6.00	6	1.635	2.674
AIDT9 Políticas 'amigáveis' para atrair os nómadas digitais	34	5.41	6.00	7	2.032	4.128
AIDT24 Existência de equipamentos de telecomunicação	34	5.41	6.50	7	2.017	4.068
AIDT26 Recursos naturais e culturais do destino	34	5.41	6.00	7	1.777	3.159
AIDT1 Equipamentos tecnológicos	34	5.35	6.00	7	1.952	3.811
AIDT18 Existência de comunidades de nómadas em redes sociais	34	5.26	6.00	6	1.601	2.564
AIDT15 Valorização da multiculturalidade e do globalismo	34	5.24	6.00	7	1.939	3.761
AIDT11 Existência de visto para nómada digital	34	5.15	6.00	7	2.245	5.038
AIDT36 Presença de outros nómadas, amigos ou influenciadores	29	5.14	5.00	5	1.597	2.552
AIDT5 Acessibilidade para trabalhar 24/7	34	5.12	6.00	7	2.306	5.319
AIDT16 Produtos ou serviços turísticos que refletem a identidade do destino	34	5.12	5.00	5	1.647	2.713
AIDT17 Atividade turística apoiada no conhecimento	34	5.12	5.00	5	1.665	2.774
AIDT7 Fluência no Idioma do local ou em inglês	34	5.09	5.00	5	1.730	2.992
AIDT19 Comunidade local ativa	34	5.09	5.00	7	1.848	3.416
AIDT3 Clima ameno	34	5.03	5.00	7	1.714	2.939
AIDT34 O destino ter locais desconhecidos do turismo tradicional (<i>hidden gems</i>)	34	5.00	5.00	7	1.775	3.152
AIDT14 Contextos culturais diferentes	34	4.94	5.00	7	1.687	2.845
AIDT25 Qualidade da indústria hoteleira	34	4.91	5.00	7	1.782	3.174
AIDT35 Destino amigável para públicos LGBTQIA+	34	4.88	5.50	7	1.950	3.804
AIDT33 Facilidades e atrações turísticas do destino	34	4.85	5.00	7	1.844	3.402
AIDT12 Benefícios fiscais (impostos)	34	4.82	5.50	7	2.067	4.271
AIDT13 Benefícios financeiros	34	4.79	6.00	7	2.171	4.714
AIDT20 Proximidade do destino a outros centros turísticos	34	4.79	5.00	7	1.887	3.562
AIDT30 Horários de atividades de animação e atrações turísticas compatíveis com diferentes fusos horários	34	4.71	5.00	5	1.915	3.668
AIDT21 Capacidade do destino de atrair investimento	34	4.68	5.00	7	2.011	4.044
AIDT22 Necessidade de trabalhadores de profissões digitais no destino	34	4.65	4.50	7	2.173	4.720
AIDT23 Existência de eventos e conferências internacionais no destino	34	4.50	4.50	7	1.895	3.591
AIDT32 Divulgação / Marketing de destino	34	4.50	5.00	5	1.927	3.712
AIDT31 Fuso Horário equivalente ao do país de origem	34	3.59	4.00	4	1.987	3.947

Fonte: Elaboração própria a partir de *output* do SPSS

Os dados apresentados no quadro anterior permitem observar variabilidade de resposta pelas opções de resposta da escala e uma menor dispersão da resposta pelos valores extremos (*outliers*), correspondendo o valor um a 'nada importante' e o valor sete a 'extremamente importante'. Também se apresentam os itens por ordem decrescente de pontuação média, verificando-se que os itens que denotam valores médios mais elevados são os seguintes: AIDT2 '*Internet* rápida', AIDT6 'Redes de telecomunicações', AIDT10 'Facilidades de vistos para turistas', AIDT29 'Boa estrutura de apartamentos de temporada (AirBNB)', AIDT27 'Existência de redes de computadores', AIDT28 'Alojamentos com pacotes especiais de longas estadias' e AIDT4 'Baixo custo de vida'. Os itens que revelam valores médios mais baixos são os seguintes: AIDT31 'Fuso Horário equivalente ao do país de origem', AIDT32 'Divulgação / Marketing de destino', AIDT23 'Existência de eventos e conferências internacionais no destino', AIDT22 'Necessidade de trabalhadores de profissões digitais no destino' e AIDT21 'Capacidade do destino de atrair investimento'. A questão de resposta aberta 'Outros. Quais?' não produziu resultados relevantes. O cálculo da estimativa do *alpha* de Cronbach para a globalidade da escala AIDT indica um valor de .976, o que sugere elevado grau de fiabilidade e consistência interna, não revelando melhorias no resultado global da escala com a exclusão de algum dos seus itens constituintes. Em síntese, os inquiridos referem que os destinos turísticos, em termos ideais, para serem atrativos para este tipo de público se deveriam organizar com os seguintes equipamentos/serviços:

- a) *Internet* rápida, redes de comunicações e redes de computadores.
- b) Boa estrutura de apartamentos de temporada, tipo *AirBNB*, ou alojamentos com pacotes especiais para estadias prolongadas.
- c) Facilidades na atribuição de visto de permanência, para estadias mais prolongadas.
- d) Preferência por territórios com baixo custo de vida.

4.1.3 Determinantes dos atributos dos destinos turísticos para os Nómadas digitais

O objetivo desta análise é extrair os atributos que, na opinião dos inquiridos, são os que determinam a opção dos Nómadas digitais por um determinado destino turístico. Nesse sentido, aplicou-se a correlação de Pearson (r) entre os itens que constituem as escalas de avaliação dos atributos do destino (ADT e AIDT). No quadro 19, apresenta-se a intercorrelação dos itens das duas escalas analisadas anteriormente (ADT e AIDT), que obtiveram pontuação média maior que cinco e maior congruência e harmonia entre a média e mediana.

No tocante a relação entre itens de escalas diferentes, e considerando os critérios de Cohen (1988) ($|r| < .30$), apenas 3 variáveis apresentam correlações fracas;

- a) 'ADT16 Infraestruturas básicas do território' e 'AIDT 36 Presença de outros nómadas, amigos ou influenciadores' ($r=.238$).
- b) 'ADT13 Espaços de trabalho confortáveis' e 'AIDT3 Clima ameno' ($r=.268$).
- c) 'ADT18 Nível de qualidade de vida no território' e 'AIDT36 Presença de outros nómadas, amigos ou influenciadores' ($r=.274$).

Todas as outras relações entre as variáveis são correlações moderadas ($<.50$) e correlações fortes ($|r| \geq .50$) e extremamente fortes ($|r| \geq .70$), como se pode ver no Quadro 19.

A título de exemplo, destacam-se aqui as associações entre itens cujas correlações são superiores a .80, porque estas indicam que, na opinião dos inquiridos, são atributos estruturantes dos destinos turísticos, quanto à capacidade de atratividade deste tipo de público.

Nota-se que o item que possui a maior média de resposta em ambas escalas são: 'ADT7 Redes de internet rápidas' ($\mu= 6.18$) e 'AIDT2 Internet rápida' ($\mu= 6.21$) que apresentam correlação extremamente forte ($r=.962$).

Principais associações com 'AIDT2 Internet rápida' são:

- a) 'ADT6 Redes de internet seguras' ($r = .905$).
- b) 'ADT1 Infraestruturas tecnológicas' ($r = .876$).
- c) 'ADT23 Destino seguro' ($r = .930$).
- d) 'ADT16 Infraestruturas básicas do território' ($r = .818$).
- e) 'ADT33 Tolerância Religiosa/Racial/Sexual' ($r = .862$).

E de 'ADT7 Redes de *internet* rápidas' são:

- a) 'AIDT8 Hospitalidade das populações locais' ($r = .812$).
- b) 'AIDT16 Produtos ou serviços turísticos que refletem a identidade do destino' ($r = .727$).
- c) 'AIDT17 Atividade turística apoiada no conhecimento' ($r = .773$).
- d) 'AIDT26 Recursos naturais e culturais do destino' ($r = .778$).
- e) 'AIDT28 Alojamentos com pacotes especiais de longas estadias' ($r = .771$).

Também importa salientar associações fortes entre outros itens, tais como:

- a) 'ADT6 Redes de *internet* seguras' e 'AIDT10 Facilidades de vistos para turistas' ($r = .868$).
- b) 'ADT6 Redes de *internet* seguras' e 'AIDT17 Atividade turística apoiada no conhecimento' ($r = .789$).
- c) 'ADT23 Destino seguro' e 'AIDT4 Baixo custo de vida' ($r = .827$).
- d) 'ADT23 Destino seguro' e 'AIDT7 Fluência no Idioma do local ou em inglês' ($r = .787$).
- e) 'ADT16 Infraestruturas básicas do território' e 'AIDT26 Recursos naturais e culturais do destino' ($r = .803$).

O principal atributo relacionado com o estilo de trabalho também aparece na associação 'AIDT5 Acessibilidade para trabalhar 24/7' com 'ADT13 Espaços de trabalho confortáveis' ($r = .892$). A comunidade e hospitalidade local também apresenta fortes correlações:

- a) 'AIDT8 Hospitalidade das populações locais' e 'ADT14 Hospitalidade da Comunidade local' ($r = .883$).

- b) 'ADT14 Hospitalidade da Comunidade local' e 'AIDT9 Políticas 'amigáveis' para atrair os Nómadas digitais' ($r = .790$).
- c) 'AIDT19 Comunidade local ativa' e 'ADT24 Boa rede de transportes' ($r = .831$).
- d) ADT30 Custo de vida inferior ao do país de origem com AIDT19 Comunidade local ativa ($r = .883$).

Estes resultados podem-se observar detalhadamente no quadro 19, que se apresenta de seguida.

Quadro 19 - Correlação de Pearson entre as escalas

	AIDT 2	AIDT 5	AIDT 6	AIDT 3	AIDT 4	AIDT 7	AIDT 1	AIDT 8	AIDT 9	AIDT 10	AIDT1 1	AIDT 15	AIDT 16	AIDT1 7	AIDT1 8	AIDT1 9	AIDT2 4	AIDT2 6	AIDT2 7	AIDT2 8	AIDT2 9	AIDT3 4	AIDT3 6
ADT1	.876**	.665**	.747**	.381*	.750**	.707**	.715**	.723**	.599**	.748**	.511**	.641**	.714**	.675**	.609**	.717**	.679**	.646**	.685**	.706**	.625**	.663**	.529**
ADT2	.691**	.666**	.692**	.424*	.647**	.567**	.824**	.680**	.624**	.664**	.549**	.626**	.610**	.669**	.832**	.725**	.792**	.503**	.742**	.644**	.529**	.598**	.677**
ADT3	.644**	.680**	.728**	.379*	.597**	.612**	.824**	.661**	.524**	.628**	.563**	.602**	.506**	.585**	.754**	.691**	.784**	.406*	.646**	.552**	.444**	.528**	.649**
ADT4	.700**	.692**	.751**	.411*	.675**	.641**	.851**	.685**	.597**	.693**	.598**	.648**	.574**	.680**	.781**	.725**	.824**	.500**	.695**	.630**	.516**	.575**	.624**
ADT6	.905**	.600**	.929**	.398*	.712**	.780**	.756**	.860**	.787**	.868**	.711**	.589**	.713**	.789**	.582**	.616**	.750**	.742**	.654**	.777**	.703**	.651**	.422*
ADT7	.962**	.582**	.785**	.451**	.753**	.767**	.693**	.812**	.680**	.752**	.516**	.676**	.727**	.773**	.580**	.708**	.614**	.778**	.649**	.771**	.740**	.692**	.488**
ADT8	.649**	.594**	.553**	.423*	.598**	.686**	.427*	.631**	.622**	.606**	.596**	.473**	.701**	.749**	.552**	.667**	.535**	.746**	.545**	.746**	.596**	.679**	.352
ADT9	.730**	.420*	.550**	.378*	.565**	.660**	.458**	.608**	.489**	.537**	.378*	.612**	.672**	.726**	.506**	.654**	.425*	.790**	.446**	.710**	.560**	.673**	.350
ADT11	.769**	.473**	.675**	.376*	.600**	.703**	.503**	.694**	.632**	.696**	.490**	.530**	.703**	.745**	.596**	.657**	.513**	.770**	.510**	.774**	.626**	.706**	.398*
ADT14	.789**	.618**	.763**	.424*	.662**	.734**	.663**	.883**	.790**	.762**	.625**	.577**	.692**	.802**	.651**	.648**	.610**	.803**	.619**	.754**	.624**	.684**	.453*
ADT15	.748**	.525**	.645**	.468**	.723**	.722**	.477**	.638**	.579**	.646**	.546**	.540**	.715**	.788**	.578**	.757**	.567**	.785**	.525**	.784**	.619**	.709**	.319
ADT13	.615**	.892**	.663**	.268	.514**	.601**	.652**	.684**	.610**	.633**	.661**	.697**	.596**	.696**	.732**	.717**	.649**	.522**	.589**	.541**	.443**	.560**	.567**
ADT18	.688**	.536**	.532**	.552**	.656**	.659**	.456**	.674**	.634**	.569**	.602**	.444**	.565**	.671**	.502**	.571**	.521**	.773**	.543**	.699**	.603**	.612**	.274
ADT23	.930**	.539**	.775**	.486**	.827**	.787**	.647**	.773**	.656**	.707**	.501**	.580**	.703**	.766**	.491**	.663**	.610**	.778**	.590**	.782**	.710**	.651**	.334
ADT24	.662**	.664**	.544**	.319	.651**	.560**	.647**	.581**	.460**	.474**	.381*	.642**	.605**	.709**	.765**	.831**	.630**	.621**	.594**	.641**	.472**	.681**	.491**
ADT28	.792**	.493**	.644**	.479**	.717**	.713**	.640**	.737**	.674**	.784**	.513**	.625**	.635**	.749**	.583**	.638**	.616**	.740**	.716**	.812**	.701**	.744**	.496**
ADT30	.758**	.744**	.609**	.512**	.837**	.681**	.683**	.631**	.580**	.648**	.515**	.695**	.659**	.793**	.721**	.883**	.737**	.713**	.726**	.764**	.646**	.752**	.639**
ADT16	.818**	.573**	.753**	.366*	.685**	.701**	.542**	.710**	.637**	.671**	.534**	.562**	.742**	.794**	.530**	.665**	.542**	.803**	.477**	.698**	.594**	.640**	.238
ADT32	.563**	.407*	.503**	.561**	.498**	.525**	.344*	.519**	.529**	.444**	.331	.352*	.593**	.564**	.517**	.512**	.364*	.520**	.428*	.524**	.410*	.471**	.331
ADT33	.862**	.542**	.682**	.477**	.753**	.689**	.663**	.788**	.642**	.626**	.436**	.593**	.675**	.750**	.582**	.701**	.579**	.764**	.606**	.710**	.638**	.652**	.403*
AIDT2	1	.614**	.822**	.486**	.821**	.832**	.710**	.843**	.752**	.822**	.596**	.665**	.759**	.806**	.583**	.729**	.684**	.839**	.722**	.839**	.798**	.734**	.478**

AIDT5		1	.606"	.421"	.631"	.605"	.583"	.694"	.688"	.639"	.693"	.630"	.563"	.675"	.681"	.723"	.693"	.542"	.722"	.539"	.517"	.600"	.723"
AIDT6			1	.325	.643"	.686"	.764"	.768"	.695"	.788"	.686"	.531"	.628"	.694"	.472"	.558"	.760"	.619"	.535"	.662"	.587"	.556"	.364
AIDT3				1	.711"	.612"	.323	.536"	.623"	.521"	.550"	.417"	.460"	.583"	.428"	.468"	.487"	.424"	.661"	.579"	.584"	.408"	.458"
AIDT4					1	.809"	.617"	.729"	.690"	.755"	.588"	.628"	.688"	.806"	.575"	.774"	.751"	.761"	.785"	.850"	.807"	.745"	.574"
AIDT7						1	.538"	.801"	.714"	.807"	.613"	.743"	.805"	.869"	.582"	.689"	.589"	.806"	.625"	.826"	.752"	.671"	.412"
AIDT1							1	.694"	.551	.590"	.486"	.610"	.477"	.611"	.706"	.697"	.862"	.507"	.703"	.631"	.526"	.638"	.596"
AIDT8								1	.869"	.809"	.734"	.590"	.657"	.794"	.675"	.639"	.655"	.795"	.717"	.744"	.699"	.658"	.532"
AIDT9									1	.831"	.857"	.459"	.628"	.782"	.562"	.506"	.645"	.698"	.795"	.686"	.717"	.554"	.471"
AIDT10										1	.799"	.578"	.757"	.822"	.542"	.605"	.717"	.754"	.723"	.833"	.802"	.685"	.519"
AIDT11											1	.465"	.536"	.725"	.486"	.457"	.649"	.508"	.655"	.580"	.601"	.441"	.377"
AIDT15												1	.636"	.732"	.653"	.730"	.563"	.569"	.562"	.609"	.521"	.590"	.441"
AIDT16													1	.845"	.551"	.693"	.551"	.770"	.555"	.765"	.674"	.663"	.283
AIDT17														1	.670"	.764"	.671"	.823"	.702"	.844"	.776"	.738"	.488"
AIDT18															1	.831"	.688"	.557"	.727"	.612"	.481"	.650"	.683"
AIDT19																1	.746"	.699"	.737"	.764"	.623"	.803"	.666"
AIDT24																	1	.543"	.821"	.731"	.632"	.711"	.657"
AIDT26																		1	.622"	.866"	.764"	.816"	.351
AIDT27																			1	.760"	.740"	.733"	.767"
AIDT28																				1	.873"	.881"	.540"
AIDT29																					1	.830"	.581"
AIDT34																						1	.653"
AIDT36																							1

Fonte: Elaboração própria a partir de *output* do SPSS

4.2 Escala de estilo de vida

4.2.1 EVND – Medida de Estilo de Vida

Foram realizadas análises exploratórias dos dados da escala 'Escala de Estilo de Vida' (EVND), com o objetivo de compreender o comportamento das diferentes variáveis (itens da escala de medida), tendo-se aplicado estatísticas descritivas como: média, mediana, moda, desvio-padrão, valor mínimo e máximo por opção de resposta (*outliers*). A partir dessas medidas, foi possível observar que a tendência de resposta se distribui por quase todas as opções da escala, indicando uma grande variabilidade na resposta. Além disso, a média, mediana e moda se aproximaram em todos os itens, o que sugere menor dispersão pelos valores extremos (*outliers*) da escala. É importante ressaltar que a escala de medida possui sete opções, sendo que um representa 'nada importante' e sete significa 'extremamente importante' (Quadro 20).

Quadro 20. Escala de Medida de Estilo de Vida

	N	Média	Mediana	Moda	Desvio padrão	Variância
EVND13 Qualidade de vida	34	6.03	7.00	7	1.660	2.757
EVND19 Equilíbrio de vida e trabalho	34	6.00	7.00	7	1.723	2.970
EVND12 Liberdade	34	6.00	7.00	7	1.651	2.727
EVND11 Mobilidade	34	5.88	7.00	7	1.771	3.137
EVND10 Adotar modelos de trabalho flexíveis	34	5.68	6.00	7	1.770	3.135
EVND24 Conhecer pessoas	34	5.65	6.00	7	1.574	2.478
EVND3 Viver em contacto com a natureza	34	5.65	6.00	7	1.574	2.478
EVND5 Procurar locais para experimentar outros estilos de vida	34	5.59	6.00	7a	1.559	2.431
EVND23 Ter uma vida diferente do tradicional/convencional	34	5.59	6.00	7	1.777	3.159
EVND4 Conviver com outras culturas	34	5.53	6.00	7	1.600	2.560
EVND26 Interagir com outros nómadas digitais	34	5.47	6.00	7	1.710	2.923
EVND14 Empreendedorismo	34	5.35	6.00	7	1.704	2.902
EVND21 Escolher destinos com as estações climáticas preferidas (inverno/verão)	34	5.32	6.00	7	1.870	3.498
EVND20 Flexibilidade dos recursos humanos para lidar com estes profissionais	34	5.32	6.00	7	1.804	3.256
EVND9 É um estilo de vida	34	5.32	6.00	7	1.870	3.498
EVND1 'Escapar' de grandes centros urbanos	34	5.29	6.00	7	1.851	3.426
EVND25 Integrar comunidades <i>online</i>	34	5.26	5.50	7	1.693	2.867
EVND29 Trabalhar num espaço que permita o <i>networking</i> com a comunidade nómada digital	34	5.21	5.00	7	1.737	3.017

EVND2 Ter uma vida mais simples e minimalista	34	5.21	6.00	7a	1.629	2.653
EVND22 Fazer turismo durante o ano todo	34	5.15	5.50	7	1.909	3.644
EVND15 Qualidade da experiência turística	34	5.12	6.00	7	1.950	3.804
EVND6 Viajar por estadias longas	34	5.03	5.00	6a	1.660	2.757
EVND27 Participar em eventos nas comunidades locais	34	4.97	5.00	7	1.749	3.060
EVND28 Pertencer a uma comunidade “freelancer” para conseguir trabalho “Gig economy”	34	4.85	5.00	5	1.811	3.281
EVND16 Experiência corporativa	34	4.82	5.00	5	1.678	2.816
EVND17 Contribuir para desenvolvimento tecnológico do destino	34	4.82	5.00	6a	1.749	3.059
EVND18 Flexibilidade dos horários da indústria hoteleira	34	4.76	5.00	7	1.970	3.882
EVND30 Facilidade para vender os meus produtos e serviços	34	4.68	5.00	6	1.886	3.559
EVND8 Saber viver como imigrante	34	4.65	5.00	6	1.998	3.993
EVND7 Viajar por estadias curtas	34	4.62	5.00	5	1.954	3.819

Fonte: Elaboração própria a partir de *output* do SPSS

No Quadro 20, os itens apresentam-se ordenados por ordem decrescente, no que se refere à pontuação média. O cálculo da estimativa do *alpha* de Cronbach para a globalidade da escala EVND indica um valor de .975, não melhorando o resultado global com a exclusão de algum dos itens constituintes, o que revela uma elevada consistência interna da escala. Podem-se verificar que os valores médios mais elevados correspondem aos itens que remetem para valores ou preferências pessoais do tipo: ‘EVND13 Qualidade de vida’, ‘EVND19 Equilíbrio de vida e trabalho’, ‘EVND12 Liberdade’, EVND11 Mobilidade, ‘EVND10 Adotar modelos de trabalho flexíveis’, ‘EVND24 Conhecer pessoas’, ‘EVND3 Viver em contacto com a natureza’, ‘EVND5 Procurar locais para experimentar outros estilos de vida’, ‘EVND23 Ter uma vida diferente do tradicional/convencional’, ‘EVND4 Conviver com outras culturas’. Itens que não apresentaram médias tão relevantes foram: ‘EVND18 Flexibilidade dos horários da indústria hoteleira’, ‘EVND30 Facilidade para vender os meus produtos e serviços’, ‘EVND8 Saber viver como imigrante’ e ‘EVND7 Viajar por estadias curtas’. Relativamente à resposta à questão aberta e facultativa “Outra. Qual?” obteve-se um resposta: ‘Ter novas experiências e não precisam de ser turísticas.’.

4.2.2 PPET – Medida de Preferências Pessoais

Por fim, apresentam-se os resultados para a ‘Escala Medida de Preferências Pessoais’, que seguiram procedimentos similares aos utilizados nas análises anteriores.

No Quadro 21, os itens também se apresentam ordenados por ordem decrescente, no que se refere à pontuação média. O cálculo da estimativa do *alpha* de Cronbach para a globalidade da escala PPET indica um valor de .961, não se registando melhoria na pontuação global com a exclusão de algum dos itens constituintes da escala, indicando elevada consistência interna da medida e fiabilidade do construto.

Quadro 21. Escala de Medida de Preferências Pessoais

	N	Média	Mediana	Moda	Desvio padrão	Variância
PPET27 <i>WiFi</i>	34	6.35	7.00	7	1.631	2.660
PPET33 Liberdade de horários	34	5.97	7.00	7	1.784	3.181
PPET12 Ter liberdade de localização	34	5.74	7.00	7	1.912	3.655
PPET4 Trabalhar em casa	34	5.71	6.50	7	1.835	3.365
PPET20 Climatização (ar condicionado, aquecimento, etc)	34	5.59	6.50	7	1.794	3.219
PPET13 Poder realizar atividades de lazer enquanto trabalho	34	5.56	6.00	7	1.829	3.345
PPET21 Cozinha equipada	34	5.53	6.00	7	1.745	3.045
PPET14 Trabalhar como freelancer ou empreendedor	34	5.41	6.00	7	1.893	3.583
PPET32 <i>Transfers</i> para o aeroporto/terminal de autocarros/deslocação no destino	34	5.38	6.00	7	1.970	3.880
PPET31 Mobiliário de escritório nos alojamentos	34	5.32	6.00	7	1.965	3.862
PPET29 Jardins, parques, campos de ténis, etc	34	5.32	6.00	7	1.821	3.316
PPET19 Serviços de apoio (limpeza, lavandaria, etc)	34	5.29	6.00	7	1.750	3.062
PPET2 Alterar ocasionalmente a minha localização de trabalho	34	5.21	6.00	7	1.839	3.381
PPET9 Contribuir para a economia local	34	5.21	6.00	7	1.839	3.381
PPET15 Viajar para climas tropicais/temperados	34	5.21	6.00	7	1.903	3.623
PPET17 Alojamento particular	34	5.06	6.00	7	1.808	3.269
PPET5 Trabalhar em <i>coworking</i>	34	5.06	6.00	6	1.999	3.996
PPET28 Impressora, <i>webcam</i> e outros equipamentos de escritório	34	5.03	6.00	7	2.067	4.272
PPET16 Alojamento licenciado	34	5.00	5.50	7	1.792	3.212
PPET8 Integrar-me nas comunidades locais dos destinos	34	5.00	5.00	7	1.859	3.455
PPET22 Serviço de refeições	34	4.97	5.00	7	1.766	3.120
PPET1 Ter uma cidade de base fixa	34	4.94	5.00	7	1.969	3.875
PPET24 Piscina, ginásio, e outras facilidades de lazer	34	4.91	5.00	7	1.881	3.537
PPET10 Ser viajante de longo prazo com residência permanente	34	4.79	5.00	7	1.903	3.623
PPET25 Acessibilidades para pessoas com mobilidade reduzida	34	4.76	5.00	7	2.031	4.125
PPET6 Trabalhar em hotéis, cafés, restaurantes, bares,	34	4.76	5.00	7	1.724	2.973

etc						
PPET7 Ficar muito tempo em cada destino	34	4.71	5.00	5	1.508	2.275
PPET30 Aceitar animais de companhia nos alojamentos	34	4.53	5.00	7	2.364	5.590
PPET34 Fuso horário diferente do meu país de origem	34	4.29	4.50	6a	1.978	3.911
PPET23 Estacionamento	34	4.26	4.00	7a	1.928	3.716
PPET26 <i>Babysitting</i>	34	4.12	4.00	7a	2.157	4.652
PPET3 Alterar constantemente a minha localização de trabalho	34	4.03	4.50	5	1.800	3.242
PPET11 Ter um estilo de vida migratório sem residência permanente	34	4.03	4.00	6a	2.125	4.514
PPET18 Alojamento partilhado, tipo <i>colivings</i>	34	3.88	4.00	4	1.935	3.743

Fonte: Elaboração própria a partir de *output* do SPSS

Podemos verificar que os valores médios mais elevados correspondem aos itens PPET27 'Wifi', PPET33 'Liberdade de horários' e PPET12 'Ter liberdade de localização'. Vale também mencionar os itens: PPET4 'Trabalhar em casa', PPET20 'Climatização (ar condicionado, aquecimento, etc)', PPET13 'Poder realizar atividades de lazer enquanto trabalho', PPET21 'Cozinha equipada', PPET32 '*Transfers* para o aeroporto/terminal de autocarros/deslocação no destino', PPET31 'Mobiliário de escritório nos alojamentos', PPET29 'Jardins, parques, campos de ténis, etc', PPET19 'Serviços de apoio (limpeza, lavandaria, etc)', PPET2 'Alterar ocasionalmente a minha localização de trabalho'. O item com média mais baixa foi PPET18 'Alojamento partilhado, tipo *colivings*' com média $\mu = 3.88$, seguido de: PPET11 Ter um estilo de vida migratório sem residência permanente PPET3 Alterar constantemente a minha localização de trabalho, PPET26 *Babysitting*, PPET23 Estacionamento e PPET34 Fuso horário diferente do meu país de origem. A questão de resposta aberta 'Outros. Quais?' não produziu resultados relevantes.

4.2.3 Determinantes do estilo de vida e preferências dos nómadas digitais.

Apresenta-se a matriz de intercorrelações de Pearson (r) de cada uma das escalas. Verifica-se a existência de associações estatisticamente significativas e positivas entre todas as escalas e itens constituintes. No quadro 22, apresentam-se as associações entre itens de escalas diferentes (EVND e PPET), que obtiveram pontuação média maior que cinco e maior congruência e harmonia entre a média e mediana. À semelhança das análises anteriores, aplicaram-se os pressupostos para a análise das correlações de Cohen (1988). A análise da relação entre itens de escalas diferentes sugere que nem todos se associam da mesma forma. De forma global, as correlações entre as variáveis não são tão fortes como as encontradas para

as escalas de atributos do destino. Contudo, ainda se estabelecem ligações entre as características do estilo de vida e as preferências pessoais, que se enquadram nos valores de correlações consideradas fortes ou muito fortes ($| r | \geq .70$), que se apresentam de seguida (Quadro 22).

Nota-se que o item que possui a maior média de resposta ‘PPET27 *WiFi*’ apresenta fortes relações com diversos valores do estilo de vida:

- a) EVND5 ‘Procurar locais para experimentar outros estilos de vida’ ($r=.810$)
- b) EVND13 ‘Qualidade de vida’ ($r=.880$).
- c) EVND19 ‘Equilíbrio de vida e trabalho’ ($r= .819$).
- d) EVND12 ‘Liberdade’ ($r=.878$).

O mesmo item, também apresenta fortes relações com diversos valores de trabalho:

- a) PPET12 ‘Ter liberdade de localização’ ($r=.731$).
- b) PPET4 ‘Trabalhar em casa’ ($r=.795$).
- c) PPET13 ‘Poder realizar atividades de lazer enquanto trabalho’ ($r=.795$).

Por outro lado, o item ‘PPET27 *WiFi*’ com relação a preferências na escolha dos alojamentos:

- a) PPET17 ‘Alojamento particular’ ($r=.743$).
- b) PPET19 ‘Serviços de apoio (limpeza, lavandaria, etc)’ ($r= .770$).
- c) PPET20 ‘Climatização (ar condicionado, aquecimento, etc)’ ($r= .776$).
- d) PPET21 ‘Cozinha equipada’ ($r= .774$).

Aspetos relacionados aos tipos de alojamentos mostram preferências por ‘PPET16 Alojamento licenciado’ e ‘PPET17 Alojamento particular’ ($r= .804$) e entre estes e aspetos principais dos alojamentos entre si:

- a) ‘PPET19 Serviços de apoio (limpeza, lavandaria, etc)’ ($r= .831$ e $r=.722$).
- b) ‘PPET20 Climatização (ar condicionado, aquecimento, etc)’ ($r=.820$).
- c) ‘PPET20 Climatização (ar condicionado, aquecimento, etc)’ e ‘PPET21 Cozinha equipada’ ($r=.924$).
- d) ‘PPET19 Serviços de apoio (limpeza, lavandaria, etc)’ e ‘PPET21 Cozinha equipada’ ($r=.860$).

Também encontramos fortes relações entre as preferências de alojamentos ‘(PPET16 Alojamento licenciado’ e ‘PPET17 Alojamento particular)’ com as características de estilo de

vida, como 'EVND22 Fazer turismo o ano todo' ($r=.735$ e $r=.682$). Algumas correlações apresentam vantagens e/ou desvantagens entre as duas preferências de alojamentos:

- a) 'PPET16 Alojamento licenciado' com 'EVND22 Fazer turismo o ano todo' ($r=.735$); e com 'EVND15 Qualidade da experiência turística' ($r=.702$).
- b) 'PPET17 Alojamento particular' com 'EVND21 Escolher destinos com as estações climáticas preferidas (inverno/verão)' ($r=.792$) com 'EVND19 Equilíbrio de vida e trabalho' ($r=.700$), 'EVND13 Qualidade de vida' ($r=.696$) e 'EVND12 Liberdade' ($r=.680$).

Quadro 22. Correlação entre EVND versus PPET

	PPET2	PPET4	PPET5	PPET8	PPET9	PPET1 2	PPET1 3	PPET1 4	PPET1 5	PPET1 6	PPET1 7	PPET1 9	PPET2 0	PPET2 1	PPET2 7	PPET2 8	PPET3 1	PPET3 2	PPET3 3
EVND1	.480	.267	.462	.449	.391	.228	.424	.146	.180	.265	.266	.356	.384	.391	.467	.180	.198	.375	.544
EVND2	.319	.315	.406	.631	.613	.320	.479	.257	.240	.363	.304	.435	.382	.387	.474	.439	.376	.456	.586
EVND3	.508	.593	.392	.621	.549	.643	.765	.518	.601	.623	.604	.633	.677	.732	.782	.385	.371	.690	.763
EVND4	.384	.519	.502	.673	.580	.582	.673	.466	.550	.592	.555	.646	.627	.635	.704	.536	.541	.645	.675
EVND5	.485	.624	.407	.627	.559	.704	.795	.552	.642	.683	.632	.679	.739	.740	.810	.455	.500	.704	.802
EVND6	.097	.232	.127	.216	.316	.470	.404	.372	.257	.183	.242	.091	.177	.235	.388	.009	.071	.191	.358
EVND9	.306	.452	.384	.645	.606	.491	.628	.406	.432	.588	.478	.627	.583	.587	.607	.538	.333	.508	.666
EVND10	.496	.632	.434	.424	.366	.672	.656	.520	.569	.554	.640	.599	.653	.675	.775	.326	.466	.541	.678
EVND11	.529	.660	.421	.350	.324	.653	.666	.575	.574	.620	.665	.637	.690	.688	.791	.365	.394	.613	.728
EVND12	.579	.720	.459	.434	.399	.749	.763	.601	.646	.665	.680	.692	.736	.726	.878	.373	.467	.671	.802
EVND13	.584	.739	.474	.393	.345	.690	.723	.546	.640	.672	.696	.706	.747	.737	.880	.371	.471	.682	.788
EVND14	.179	.306	.181	.067	.170	.374	.265	.442	.425	.258	.259	.228	.208	.231	.412	.178	.372	.338	.303
EVND15	.492	.594	.402	.276	.221	.464	.516	.430	.663	.702	.625	.664	.638	.658	.663	.428	.361	.666	.602
EVND19	.622	.748	.501	.397	.363	.717	.750	.595	.647	.677	.700	.703	.774	.766	.819	.281	.421	.580	.759
EVND20	.518	.570	.566	.443	.409	.544	.568	.474	.580	.637	.607	.746	.698	.627	.671	.526	.517	.629	.634
EVND21	.491	.770	.481	.209	.200	.542	.610	.441	.713	.651	.792	.655	.700	.698	.726	.374	.399	.591	.675
EVND22	.475	.592	.419	.307	.233	.476	.514	.461	.634	.735	.682	.631	.620	.622	.586	.414	.375	.573	.518
EVND23	.518	.687	.399	.385	.296	.618	.651	.493	.662	.685	.640	.673	.686	.727	.752	.267	.395	.592	.637
EVND24	.528	.635	.450	.456	.434	.663	.702	.589	.601	.666	.625	.633	.634	.677	.699	.236	.381	.573	.687
EVND25	.274	.367	.309	.481	.449	.687	.548	.731	.556	.629	.460	.454	.416	.382	.459	.543	.292	.459	.474
EVND26	.344	.403	.417	.563	.518	.679	.592	.669	.575	.544	.461	.418	.381	.381	.471	.510	.305	.431	.521
EVND29	.451	.495	.459	.573	.556	.747	.697	.674	.793	.662	.594	.508	.514	.503	.605	.555	.317	.525	.599
PPET2	1	.674	.739	.452	.328	.602	.623	.454	.620	.616	.625	.593	.587	.626	.642	.206	.241	.471	.584
PPET4	-	1	.534	.373	.306	.694	.764	.516	.712	.728	.800	.726	.754	.779	.795	.298	.405	.594	.766
PPET5	-	-	1	.449	.351	.401	.438	.282	.586	.431	.594	.532	.480	.434	.560	.476	.350	.402	.519
PPET8	-	-	-	1	.904	.631	.758	.525	.480	.600	.469	.503	.518	.551	.450	.521	.332	.472	.594
PPET9	-	-	-	-	1	.619	.740	.523	.464	.607	.461	.489	.477	.494	.379	.469	.308	.455	.566
PPET12	-	-	-	-	-	1	.867	.868	.748	.778	.636	.622	.692	.688	.731	.401	.378	.535	.709
PPET13	-	-	-	-	-	-	1	.702	.723	.841	.705	.742	.811	.816	.795	.372	.395	.637	.841
PPET14	-	-	-	-	-	-	-	1	.640	.741	.559	.530	.596	.629	.550	.423	.411	.485	.560
PPET15	-	-	-	-	-	-	-	-	1	.799	.806	.673	.691	.687	.718	.545	.371	.593	.645
PPET16	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	.804	.831	.820	.824	.695	.515	.422	.738	.749
PPET17	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	.722	.736	.797	.743	.510	.412	.649	.705
PPET19	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	.918	.860	.770	.517	.535	.766	.780
PPET20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	.924	.776	.469	.537	.723	.801
PPET21	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	.774	.348	.426	.706	.774
PPET27	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	.491	.606	.806	.879
PPET28	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	.572	.585	.510
PPET31	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	.719	.539
PPET32	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	.762
PPET33	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1

4.3 Considerações finais

Em suma, este capítulo foi dedicado à apresentação dos resultados do estudo empírico e tendo-se tratados os dados através de análises descritivas de cada uma das escalas, análises de confiabilidade consistência interna, através do *alpha* de Cronbach, bem como foram aplicadas estatísticas inferências através da análise de intercorrelação de Pearson $|r|$. Para extrair as variáveis determinantes na identificação dos: ‘atributos dos destinos turísticos’ e do ‘estilo de vida e preferências dos nómadas digitais, agruparam-se as quatro escalas iniciais em dois grupos por semelhança de construto. Os resultados encontrados indiciam informações bastante interessantes, já abordadas na componente teórica desta dissertação, aspeto que será explorado de forma mais detalhada no capítulo seguinte.

5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Este estudo apoiou-se numa linha de investigação sobre o nomadismo digital relacionado com o turismo, apresentando dados sobre a avaliação de diferentes aspetos do turismo, na perspetiva de nómadas digitais ou potenciais nómadas digitais. Desta forma, foi possível verificar que se destacam as ligações entre as variáveis relacionadas com a tecnologia digital, sistemas de comunicação e *internet* e as características do destino (infraestrutura e atrativos), bem como com diversos aspetos relacionados com a qualidade e estilos de vida.

Pode-se observar que há uma forte associação entre os atributos reais e ideais dos destinos e a presença de boas redes de *internet* e infraestruturas tecnológicas, o que reforça a perspetiva tecnológica associada aos destinos turísticos, já abordada na literatura estudada (Frick & Marx, 2021; Hong, 2021; Schlagwein, 2018). Os aspetos sociais e psicológicos, tais como: segurança no destino, tolerância religiosa/racial/sexual e hospitalidade da população local, além do nível de qualidade de vida no território também sobressaem e são valorizados pelos inquiridos. Conforme a literatura indicava a escolha de destino não está centrada no destino *per si*, mas em requisitos essenciais que existam no território, tais como *internet* de alta velocidade, atividades de lazer, coworking/co-living, eventos (Chevtaeva & Denizci-Guillet, 2021; Cook, 2020; Reichenberger, 2018; Richards, 2015). Esta premissa foi confirmada nos resultados encontrados e expostos no capítulo quatro.

Também é importante realçar que o item tolerância religiosa/racial/sexual, foi uma sugestão de um dos peritos que participou na análise de construto do inquérito, que também é nómada digital, e encontra eco na literatura sobre o turismo em geral (Hoffmann, Duarte, Traverso & Bobsin, 2018; Oliveira, 2021; Salinas, 2020).

Na perspetiva dos destinos turísticos os resultados sugerem que o mais atrativo para os nómadas digitais será ter facilidades na obtenção de vistos para turistas, boa estrutura de apartamentos de temporada e recursos naturais e culturais do destino. De acordo com Chevtaeva e Denizci-Guillet (2021), as características dos nómadas digitais, como a capacidade de trabalhar remotamente de qualquer lugar, desfrutar de atividades de lazer enquanto trabalham e passar pelo menos três meses num local - muitas vezes devido a restrições de visto - podem ser refletidas em atributos ideais, tais como:

- a) Ofertas de hospedagem com pacotes especiais para estadias prolongadas.
- b) Disponibilidade de opções de trabalho 24 horas por dia, 7 dias por semana.
- c) Existência de vistos específicos para nómadas digitais.

Chevtaeva e Denizci-Guillet (2021) também referem que os nómadas digitais são atraídos, principalmente, por regiões quentes e com baixo custo de vida, como o sudoeste asiático. Em concordância, a variável ‘Clima ameno’ apresentou ser um item relevante para os inquiridos, com uma correlação forte com os atributos ‘Nível de qualidade de vida no território’, ‘Custo de vida inferior ao do país de origem’ e ‘Existências de ginásios ou áreas ao ar livre para atividades físicas’. De acordo com estudos anteriores, a comunidade de nómadas digitais cresce constantemente, tanto *online* quanto *offline*. Além das comunidades locais nos destinos, há uma grande comunidade virtual de nómadas digitais em plataformas como redes sociais e sites especializados, incluindo o *Nomad List*. A comunidade *online* é importante, pois ajuda os nómadas a decidir para onde ir. As comunidades presenciais, por sua vez, são úteis para conhecer pessoas ao chegar ao destino e encontrar atividades para realizar em grupo. Este aspeto surge reforçado nos resultados através das relações fortes entre os itens ‘AIDT18 Existência de comunidades de nómadas em redes sociais’ com ‘ADT2 Informação em rede que facilite a troca de informação’ e ‘ADT13 Espaços de trabalho confortáveis’, fortalecendo a importância do conceito de *coworking* na comunidade nómada, como um espaço de produtividade e local de encontro para atividades sociais e de lazer (Getman, 2021; Schlagwein, 2018; Sutherland & Jarrahi, 2017; Nash, Jarrahi & Sutherland 2021; Von Zumbusch, 2020).

Relativamente à perspetiva sobre o estilo de vida e preferências pessoais, constata-se que os itens com valores de média superiores, na escala de estilo de vida, são: ‘EVND13 Qualidade de vida’ ($\mu= 6.03$), ‘EVND19 Equilíbrio de vida e trabalho’ ($\mu= 6.00$) e ‘EVND12 Liberdade’ ($\mu= 6,00$). Estes relacionam-se fortemente com as variáveis de preferências pessoais que tiveram pontuações médias de resposta mais elevadas ‘PPET27 WiFi’ ($\mu= 6.35$) ‘PPET33 Liberdade de horários’ ($\mu= 5.97$), ‘PPET12 Ter liberdade de localização’ ($\mu= 5.74$), ‘PPET4 Trabalhar em casa’ ($\mu= 5,71$). Os dados apresentados mostram que os nómadas digitais que se sentem motivados para o turismo valorizam fortemente a qualidade de vida, a liberdade e a mobilidade, o equilíbrio entre vida e trabalho, bem

como se sentem motivados para o empreendedorismo porque lhe atribuem uma maior flexibilidade na gestão dos recursos humanos. Já na revisão da literatura tínhamos encontrado diversos estudos que salientavam estes valores e os associavam aos nómadas digitais que optavam por um estilo de vida em que procuravam conciliar o trabalho com o lazer; isto é, integrarem atividades turísticas no seu modo de vida (Aroles et al.,2020; Frick & Marx, 2021; Prester et al.,2020). Por esses mesmos motivos, este tipo de público aprecia conhecer pessoas, experimentar diferentes estilos de vida, conviver com outras culturas e interagir com outros nómadas, de acordo com o que foi referido por Gomes (2019). Viver em contacto com a natureza, escolher destinos com estações climáticas amenas, escapar dos grandes centros urbanos e fazer turismo durante todo o ano, procurando sempre uma qualidade de experiência turística, constituem, também, motivações que orientam as suas opções de viagem (Kelly & Arelano, 2021).

Outro dado interessante, no que concerne a atributos do destino, é que os valores médios mais elevados correspondem a itens como a disponibilidade de *Wifi*, mobiliário de escritório nos alojamentos, impressora, *webcam* e outros equipamentos de escritório, cozinha equipada, climatização e serviços de apoio. Além disso, os nómadas digitais valorizam a liberdade de horários e a liberdade de localização, bem como a possibilidade de trabalhar em casa ou em *coworking*, e realizar atividades de lazer enquanto trabalham. Por fim, privilegiam facilidades como *transfers* para o aeroporto/terminal de autocarros, terem possibilidade de deslocação no destino e a presença de jardins, parques, campos de ténis, entre outros equipamentos de lazer. Também preferem viajar para climas tropicais ou temperados. Todas essas características são referenciadas na literatura estudada, uma vez que representam aspetos encontrados nos principais destinos nómadas, com boas conexões entre cidades e opções de locais para momentos de lazer ou atividade físicas (Chevtaeva & Denizci-Guillet, 2021; Gomes, 2019; Garcez, 2022; Kelly, & Arelano, 2021)

Garcez (2022) reforça que os nómadas digitais são atraídos por locais que ofereçam um ambiente acolhedor, confortável e cénico, além de uma ampla variedade de opções de alimentação e hospedagem. Apesar de experiências gastronómicas serem citadas na literatura estudada, esse aspeto não aparece evidente nos resultados, mas pode ser percebido nos itens 'EVND4 Conviver com outras culturas' que possui alta média de

respostas e alta correlação com ‘EVND24 Conhecer pessoas’ e ‘EVND5 Procurar locais para experimentar outros estilos de vida’; e ‘AIDT15 Valorização da multiculturalidade e do globalismo’ com ‘AIDT19 Comunidade local ativa’ e ‘AIDT17 Atividade turística apoiada no conhecimento’. Os locais que desejam atrair nómadas digitais devem oferecer uma boa conexão à *internet*, bem como atividades que acrescentem valor ao seu quotidiano, como aulas de culinária e eventos sociais. (Chevtaeva & Denizci-Guillet, 2021; Garcez, 2022; Gomes, 2019; Schlagwein, 2018).

Simultaneamente, verifica-se que os nómadas digitais preferem destinos com preços flexíveis e descontos antecipados, sendo estes essenciais para atender as necessidades financeiras incertas dessas pessoas (Kelly, H., & Arelano, D., 2021, Schlagwein, 2018). É interessante notar que apenas uma pessoa mencionou a importância de ter novas experiências e que não precisam ser turísticas. Isso demonstra como a experiência dos nómadas digitais pode ser muito mais holística que turística (Reichenberger, 2018).

Em geral, esses resultados indicam que os nómadas digitais privilegiam um estilo de vida bastante flexível e livre, no qual possam gerir o equilíbrio entre trabalho e lazer, associando uma experiência turística de qualidade. Esses valores refletem de forma muito clara o nomadismo digital no que toca ao estilo de vida que procuram e o que precisam ter para mantê-lo. Podemos agrupar esses valores em quatro grupos, cada um deles interfere em maior ou menor grau na escolha dos destinos, mas aparecem como determinantes na organização da oferta, porque refletem algumas das condições fulcrais para atrair e manter este público num determinado destino (Figura 7):

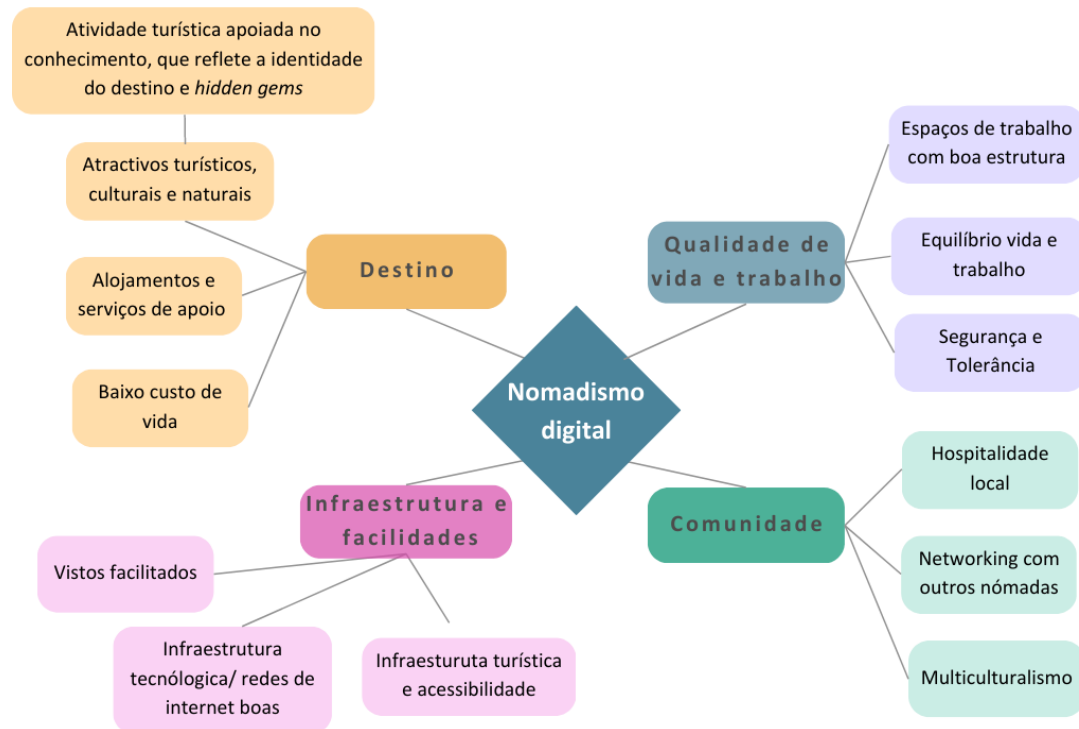


Figura 7: Requisitos intrínsecos e extrínsecos de atratividade dos nómadas digitais
 Fonte: Elaboração própria.

Para resumir, a figura 7 ilustra e ajuda a visualizar, por um lado, os atributos do destino, e por outro, as características do estilo de vida dos nómadas digitais e o que esperam encontrar nas suas viagens. Aqui, espelham-se as variáveis mediadoras que ajudam a explicar a relação entre nomadismo digital e turismo, apresentadas no capítulo um, que salientam as abordagens tecnológica, turística, psicológica e sociológica, que sustentam a relação entre estas variáveis (Chevtaeva & Denizci-Guillet, 2021; Schlagwein, 2018; Shawkat, Rozan, Salim & Shehzad, 2021; Tyutyuryukov & Guseva, 2021; Wang et al., 2020). Também se clarifica que tipo de nómadas digitais se sentem atraídos pelo turismo, que tipo de experiência turística pretendem viver, qual a sua motivação por este tipo de vida e quais as condições mínimas que esperam da oferta turística.

Os resultados desta investigação indicam que os nómadas digitais valorizam muito a qualidade de vida, liberdade e mobilidade, o equilíbrio entre vida e trabalho, a flexibilização dos recursos humanos e a possibilidade de conhecer novas pessoas, experimentar estilos de vida diferentes e conviver com outras culturas (Cook, 2020; de

Loryn, 2022; Orel, 2019 Périssé, Vonthron & Vayre, 2021) Também é importante para eles viver em contato com a natureza, escapar dos grandes centros urbanos, fazer turismo durante todo o ano e viajar por longas estadias (Chevtaeva & Denizci-Guillet, 2021; Garcez, 2022; Kelly, H., & Arelano, D., 2021). Além disso, o estudo destaca a importância de ter acesso a *WiFi* de qualidade, mobiliário de escritório nos alojamentos e serviços de apoio, como cozinha e climatização, assim como liberdade de horários e localização e alojamento preparado e com preços específicos para estadas de temporadas longas.

CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E FUTURAS LINHAS DE INVESTIGAÇÃO

O objetivo desta dissertação foi analisar o nomadismo digital e a sua relação com o turismo, com o intuito de entender o seu estilo de vida e preferências no tocante aos destinos. Esse conhecimento é essencial para que a indústria do turismo se possa adaptar e oferecer serviços específicos para esse grupo que possui necessidades e desejos particulares.

Para atingir esse objetivo, foi realizada uma análise bibliométrica e um estudo empírico. A bibliometria analisou a produção académica sobre o nomadismo digital e o turismo. Além disso, teoricamente refletiu-se sobre a origem do nomadismo digital e os nómadas digitais como um novo estilo de vida e segmento turístico. Essa primeira fase serviu como base para a estruturar as escalas de análise do inquérito. O estudo empírico adotou uma metodologia mista, com elaboração de um inquérito por questionário. Essas duas fases da pesquisa permitiram obter conclusões relevantes e refletir sobre as implicações desse novo segmento do turismo, dando pistas para a organização da oferta.

Essa investigação pode contribuir para projetos de planeamento e *marketing* de destinos, bem como servir de *input* para estudos de comportamento do consumidor. Relativamente ao comportamento do consumidor no turismo, acredita-se que a pesquisa tenha contribuído para identificar o perfil deste segmento, com padrões específicos de comportamento. Essas informações podem ajudar a desenvolver produtos turísticos específicos para os nómadas digitais, atendendo às necessidades específicas que surgem durante as suas viagens, garantindo a oferta de serviços que anteriormente não eram considerados por parte da oferta turística. Ao entender melhor os atributos dos destinos valorizados pelos nómadas digitais, a investigação também contribui para a criação de produtos turísticos específicos para esse grupo. É importante considerar o público dos nómadas digitais na estruturação e planeamento dos destinos turísticos, a fim de adaptar e oferecer produtos e serviços específicos para atender às suas necessidades. Isso requer a divulgação direcionada desses serviços para esse público, a fim de garantir que a indústria do turismo possa se adaptar e oferecer o melhor atendimento possível para um novo segmento de mercado.

Como qualquer trabalho de investigação, esta dissertação enfrentou algumas dificuldades durante a sua execução e apresenta limitações. Devido à novidade do tema, não há informação suficiente sobre o nomadismo digital e o turismo de nómadas digitais. Devido à pequena amostra, os resultados não refletem uma visão alargada deste tipo de público, até porque uma parte dos respondentes consideram-se trabalhadores remotos com interesse na temática do nomadismo digital. Esta distinção não foi aqui analisada em profundidade, uma vez que a própria literatura estudada ainda aponta uma certa fluidez com relação aos conceitos de trabalho remoto e nomadismo digital (Cook, 2020; Hannonen, 2020).

É importante complementar esta dissertação com outros projetos de investigação que possam fornecer mais informações sobre o estilo de vida nómada digital e as características e comportamentos dos praticantes desta opção de vida. Isso ajudaria os destinos que recebem esses viajantes a estarem mais bem preparados para atrair e reter esse segmento de turistas.

Seria interessante replicar o estudo numa amostra mais diversificada, incluindo nómadas digitais de diferentes nacionalidades em todo o mundo. Isso permitiria uma compreensão mais abrangente dos vários tipos de nómadas digitais existentes e também a possibilidade de identificar possíveis diferenças entre nómadas digitais de diferentes origens culturais. Também seria importante analisar a perceção dos nómadas com relação a Portugal enquanto destino, por regiões, para além de Lisboa, Porto e Madeira, incluindo destinos de interior. Esta questão era importante, por exemplo, para entender as diferenças de comportamentos e estilo de vida dos que buscam locais mais alternativos e seus contributos em cidades de baixa densidade demográfica.

Além disso, como este é um tema relativamente novo e pouco estudado, seria interessante aprofundar os estudos sobre o estilo de vida nómada, principalmente em português, e identificar outras características deste grupo. Também seria interessante aprofundar os estudos relacionados com os impactos económicos e sociais dos nómadas digitais no turismo, bem como analisar a perspetiva da oferta turística relativamente a esse segmento de mercado em Portugal e realizar comparações com outros destinos. No

entanto, acredita-se que esta investigação revela diversos contributos que merecem ser realçados:

- ao nível teórico contribuiu para clarificar o conceito de nómada digital, no âmbito da perspetiva turística.
- ao nível metodológico, a análise bibliométrica realizada reúne toda a produção científica produzida sobre nómadas digitais e turismo, dando pistas para investigações futuras, bem como estabelece orientações para novos *designs* de investigação pela associação estabelecida entre as variáveis mediadoras retidas.
- ao nível prático, clarifica as necessidades deste segmento de mercado dando sugestões para a organização da oferta, o que se poderá refletir no desenvolvimento de produtos ou nichos de mercado diversificados e inovadores.

Finalmente, com essa investigação podemos concluir que nómadas digitais dividem-se em dois grupos principais: os nómadas digitais não-turista que são essencialmente trabalhadores remotos, ou seja, se apoiam na tecnologia e em novos formatos de trabalho para ter mais liberdade e qualidade de vida. E os nómadas digitais turistas, em que o foco é o estilo de vida, atraídos por viajar e conciliar o trabalho, vida pessoal e o lazer e viagens e portanto que devem ser o público-alvo preferencial do turismo.

BIBLIOGRAFIA

Alferes, V. R. (1997). *Investigação científica em psicologia: Teoria e prática*. Coimbra: Almedina.

Aria, M., Corrado-Cuccurullo, C., (2017). Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959-975. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>

Aroles, J., Granter, E., & de Vaujany, F. (2020). 'Becoming mainstream': The professionalisation and corporatisation of digital nomadism. *New Technology, Work and Employment*, 35(1), 114-129. <https://doi.org/10.1111/ntwe.12158>

Atanasova, A., & Eckhardt, G. M. (2021). The broadening boundaries of materialism. *Marketing Theory*, 21(4), 481-500. <https://doi.org/10.1177/14705931211019077>

Barroso, C. F., & Moreira Silva, M. (2020). From backpacker to digital nomad-footpaths of a digital transformation. *RTIC-Revista de Tecnologias, Informação e Comunicação*, 1(2), 5-14.

Bassyiouny, M., & Wilkesmann, M. (2023). Going on workation – Is tourism research ready to take off? Exploring an emerging phenomenon of hybrid tourism. *Tourism Management Perspectives*, 46, 101096. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101096>

Bell, J. (2010). *Como realizar um projeto de investigação: Um guia para a pesquisa em Ciências Sociais e de educação* (5ª ed.). Lisboa: Gradiva.

Bozzi, N. (2020). #digitalnomads, #solotravellers, #remoteworkers: A cultural critique of the traveling entrepreneur on Instagram. *Social Media and Society*, 6(2). <https://doi.org/10.1177/2056305120926644>

Braathén, N. S. (2022). Virtually Anywhere, Physically In Lisbon-A study of gentrification and the new work-lifestyle among digital nomads in Lisbon. *Master thesis, University of Oslo*. <https://www.duo.uio.no/handle/10852/100356>

Castells, M. (2003). *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Castells, M. (2005). *A Sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.

Chevtaeva, E. (2021). Coworking and Coliving: The Attraction for Digital Nomad Tourists. In Wörndl, W., Koo, C., Stienmetz, J.L. (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2021*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-65785-7_17

Chevtaeva, E., & Denizci-Guillet, B. (2021). Digital nomads' lifestyles and coworkation. *Journal of Destination Marketing and Management*, 21. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100633>

Cohen, S. (2010). Re-conceptualising lifestyle travellers: contemporary 'drifters'. In K. Hannam & A. Diekmann (Eds.), *Beyond Backpacker Tourism: Mobilities and Experiences*, 64-84. <https://doi.org/10.21832/9781845411329-008>

Cohen, J., Cohen, P., West, S. G., & Aiken, L. S. (2003). Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral sciences (3rd ed.). Lawrence Erlbaum Associates Publishers. <https://doi.org/10.4324/9780203774441>

Cook, D. (2020). The freedom trap: Digital nomads and the use of disciplining practices to manage work/leisure boundaries. *Information Technology and Tourism*, 22(3), 355-390. <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00172-4>

Creswell, J. (2003). Research design: Qualitative, quantitative and mixed methods approaches (2nd ed.). Thousand Oaks, California: SAGE Publications.

Creswell, J. (2007). Projeto de pesquisa. Métodos qualitativo, quantitativo e misto (2ª ed.). Porto Alegre: Artmed Editora.

De Almeida, M. A., Correia, A., Schneider, D., & De Souza, J. M. (2021). COVID-19 as opportunity to test digital nomad lifestyle. Paper presented at the *Proceedings of the 2021 IEEE 24th International Conference on Computer Supported Cooperative Work in Design*, CSCWD 2021, 1209-1214. <https://doi.org/10.1109/CSCWD49262.2021.9437685>

de Loryn, B. (2022). Not necessarily a place: How mobile transnational online workers (digital nomads) construct and experience 'home'. *Global Networks*, 22(1), 103-118. <https://doi.org/10.1111/glob.12333>

- Dukić, B., Ružić, D., & Katić, M. (2007). Mobile visitor information system on available accommodation capacity. *Paper presented at the Proceedings of the International Conference on Information Technology Interfaces, ITI*, 101-106. <https://doi.org/10.1109/ITI.2007.4283752>
- Ferreira, P., Helms, K., Brown, B., & Lampinen, A. (2019). From nomadic work to nomadic leisure practice: A study of long-term bike touring. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 3(CSCW). <https://doi.org/10.1145/3359213>
- Frick, N., & Marx, J. (2021). Integrating digital nomads in corporate structures: Managerial contemplations. *Paper presented at the Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences, 2020-January*, 2111-2120. Retrieved from www.scopus.com
- Garcez, A. C. S. (2022). Nomadismo Digital: O Caso de Estudo das Terras de Trás-os-Montes. ESACT/IPB. Dissertações de Mestrado. Disponível em: <https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/25882/1/Ana%20Garcez.pdf>
- Getman, N. (2021). Developing a digital nomads destination from the ground up [Dissertação de mestrado, Iscte - Instituto Universitário de Lisboa]. Repositório Iscte. <http://hdl.handle.net/10071/26267>
- Ghiglione, R. & Matalon, B. (2005). O inquérito teoria e prática (4a ed.). Oeiras: Celta Editora.
- Gil, A. C. (1999). SPSS: Métodos e técnicas de pesquisa social. São Paulo: ATLAS.
- Green, P. (2020). Disruptions of self, place and mobility: Digital nomads in Chiang Mai, Thailand. *Mobilities*, 15(3), 431-445. <https://doi.org/10.1080/17450101.2020.1723253>
- Gretzel, U., & Hardy, A. (2019). #VanLife: Materiality, makeovers and mobility amongst digital nomads. *E-Review of Tourism Research*, 16(2-3), 1-9. <https://ertr-ojs-tamu.tdl.org/ertr/article/view/325>
- Gretzel, U., Fesenmaier, D., Formica, S., & O'Leary, J. (2006). Searching for the future: Challenges faced by destination marketing organizations. *Journal of Travel Research*, 45(11), 116-126 <https://doi.org/10.1177/0047287506291598>

Gomes, L. (2020) Nação Nómada Digital: Que Fronteira Entre Trabalho E Lazer?. FCSH: DA - Dissertações de Mestrado Disponível em: <http://hdl.handle.net/10362/101127>

Gomes, N (2019). Nômades digitais: quem são estes novos turistas?. Dissertação de mestrado Universidade de Évora. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10174/25455>

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>

Neale, J. M., & Liebert, R. M. (1986). Science and behavior: An introduction to methods of research (3rd ed.). New York: Prentice Hall.

Hermann, I., & Paris, C. M. (2020). Digital nomadism: The nexus of remote working and travel mobility. *Information Technology and Tourism*, 22(3), 329–334.
<https://doi.org/10.1007/s40558-020-00188-w>

Hoffmann, C., Duarte, R., Traverso, L.D., Bobsin, B. (2018). Turismo Gay-Friendly: Segmento de Demanda Latente. *Rosa dos Ventos*, 10(4), 798-813.
<https://doi.org/10.18226/21789061.v10i4p798>

Hong, R. (2021). Road warriors to digital nomads: Portable computers, habitats, and remote work. *Cultural Studies*, 37(3), 508-535,
<https://doi.org/10.1080/09502386.2021.1992462>

Howell, D. C. (1997). Statistics methods for psychology (4th ed.). Belmont, CA: Duxbury Press.

Jarrahi, M. H., Philips, G., Sutherland, W., Sawyer, S., & Erickson, I. (2019). Personalization of knowledge, personal knowledge ecology, and digital nomadism. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 70(4), 313-324.
<https://doi.org/10.1002/asi.24134>

Jung, P. R., & Buhr, F. (2022). Channelling mobilities: Migrant-owned businesses as mobility infrastructures. *Mobilities*, 17(1), 119-135.
<https://doi.org/10.1080/17450101.2021.1958250>

Kelly, H., & Arelano, D. (2021). Work and Wander: Meet Today's Digital Nomads. *Adventure Travel Trade Association*: <https://usou.edu/wp-content/uploads/2021/09/ATTA-2.pdf>

Kiess, H. O., & Bloomquist, D. W. (1985). Psychological research methods: A conceptual approach. Boston: Allyn and Bacon.

Kulakhmetova, G. A., Shcherbakova, N. A., & Tsytko, V. V. (2018). Modeling and optimization of socio-economic aspects for the development of tourism. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 9(8), 1696-1705. [https://doi.org/10.14505/jemt.v9.8\(32\).08](https://doi.org/10.14505/jemt.v9.8(32).08)

Lee, A., Toombs, A. L., & Erickson, I. (2019). Infrastructure vs. community: Co-spaces confront digital nomads' paradoxical needs. *Paper presented at the Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*, <https://doi.org/10.1145/3290607.3313064>

Lee, A., Toombs, A. L., Erickson, I., Nemer, D., Ho, Y. -, Jo, E., & Guo, Z. (2019). The social infrastructure of co-spaces: Home, work, and sociable places for digital nomads. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 3(CSCW) <https://doi.org/10.1145/3359244>

Lemos, A; Cunha, P. (2003). Olhares sobre a cibercultura. Porto Alegre: Sulina.

Lemos, A; Lévy, P. (2010). O futuro da internet - Em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus.

Lévy, P. (1999). Cibercultura. São Paulo: 34.

MacRae, G. (2016). Community and cosmopolitanism in the new Ubud. *Annals of Tourism Research*, 59, 16-29. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.03.005>

Mahadewi, N. M. E. (2019). Nomadic tourism, education tourism, digital tourism and event tourism for sustainable tourism. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 11(11), 360-367. <http://repo.ppb.ac.id/id/eprint/18>

Makimoto, T. (2013). The age of the digital nomad: Impact of CMOS innovation. *IEEE Solid-State Circuits Magazine*, 5(1), 40-47. <https://doi.org/10.1109/MSSC.2012.2231498>

Mancinelli, F. (2018). A practice of togetherness: Home imaginings in the life of location-independent families. *International Journal of Tourism Anthropology*, 6(4), 307-322. <https://doi.org/10.1504/IJTA.2018.096359>

Mancinelli, F. (2020). Digital nomads: Freedom, responsibility and the neoliberal order. *Information Technology and Tourism*, 22(3), 417-437. <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00174-2>

McGarrigle, J. (2021). The Locational Choice of Urban Lifestyle Migrants in Lisbon: Beyond Tourism Imaginaries. In: Dominguez-Mujica, J., McGarrigle, J., Parreño-Castellano, J.M. (eds) *International Residential Mobilities. Geographies of Tourism and Global Change*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-77466-0_7

Marôco, J., & Garcia-Marques, T. (2006). Qual a fiabilidade do alfa de Cronbach? Questões antigas e soluções modernas?. *Laboratório de Psicologia*, 4(1), 65-90. <http://hdl.handle.net/10400.12/133>

Mouratidis, G.E. (2018). Digital Nomads: Travel, Remote Work and Alternative Lifestyles. <https://lup.lub.lu.se/student-papers/search/publication/8948916>

Nash, C., Jarrahi, M. H., & Sutherland, W. (2021). Nomadic work and location independence: The role of space in shaping the work of digital nomads. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 3(2), 271-282. <https://doi.org/10.1002/hbe2.234>

Naz, A., Kopper, R., McMahan, R. P., & Nadin, M. (2017). Emotional qualities of VR space. *Paper presented at the Proceedings - IEEE Virtual Reality*, 3-11. <https://doi.org/10.1109/VR.2017.7892225>

Neale, J. M., & Liebert, R. M. (1986). *Science and behavior: An introduction to methods of research* (3rd ed.). New York: Prentice Hall.

Nomad List, (2023). The 2023 State of Digital Nomads. <https://nomadlist.com/digital-nomad-statistics>

Nomad List, (2023). Fastest growing remote work hubs of 2023. <https://nomadlist.com/fastest-growing-remote-work-hubs>

- O' Regan, M. (2021). From its drifter past to nomadic futures: Future directions in backpacking research and practice. *Tourist Studies*, 21(1), 45-56. <https://doi.org/10.1177/1468797621990974>
- Oliveira, N. A. (2021). Negros e Turismo: Análise da Produção Acadêmica sobre o Tema em Revistas Vinculadas aos Programas de Pós-Graduação em Turismo no Brasil Rosa dos Ventos, 13 (1), 219-238. <https://www.redalyc.org/journal/4735/473565472011/html/>
- Orel, M. (2019). Coworking environments and digital nomadism: Balancing work and leisure whilst on the move. *World Leisure Journal*, 61(3), 215-227. <https://doi.org/10.1080/16078055.2019.1639275>
- Orel, M. (2021). Life is better in flip flops. digital nomads and their transformational travels to Thailand. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 15(1), 3-9. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-12-2019-0229>
- Périsse, M., Vonthron, A. -, & Vayre, É. (2021). Nomadic, informal and mediatised work practices: Role of professional social approval and effects on quality of life at work. *Sustainability (Switzerland)*, 13(22) <https://doi.org/10.3390/su132212878>
- Pestana, M. H., & Gageiro, J. N. (2000). Análise de dados para ciências sociais: A complementaridade do SPSS (2a ed.). Lisboa: Edições Sílabo.
- Pitanatri, P. D. S. (2019). What Do We Know About Flashpacker? A Review. Proceeding of The 3Rd Bali International Tourism Conference, 23 – 33. https://www.balitourism.or.id/wp-content/uploads/2019/09/The_3rd_BITC_2019.pdf
- Prester, J., Cecez-Kecmanovic, D., Cahalane, M., & Schlagwein, D. (2020). Emerging leaders in digital work: Toward a theory of attentional leadership. *ICIS 2020 Proceedings*, 12. https://aisel.aisnet.org/icis2020/is_workplace_fow/is_workplace_fow/12
- Prester, J., Cecez-Kecmanovic, D., & Schlagwein, D. (2019). Becoming a digital nomad: Identity emergence in the flow of practice. *ICIS 2019 Proceedings*, 5. https://aisel.aisnet.org/icis2019/future_of_work/future_work/5
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. V. (1998). Manual de investigação em ciências sociais (2a ed). Lisboa: Gradiva Edições.

Rafael, C., & Pires, A. (2021). Analysis of scientific production on Technological Innovation in Tourism. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 11(1), 22-33. <https://doi.org/10.2478/ejthr-2021-0003>

Reichenberger, I. (2018). Digital nomads – a quest for holistic freedom in work and leisure. *Annals of Leisure Research*, 21(3), 364-380. <https://doi.org/10.1080/11745398.2017.1358098>

Richards, G. (2015). The new global nomads: Youth travel in a globalizing world. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 340-352. <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1075724>

Rosenthal, R., & Rosnow, R. L. (1984). *Essentials of behavioral research: Methods and data analysis*. New York: McGraw-Hill.

Salinas, M. J. M., & Rangel, C. T. (2020). La tolerancia en el destino turístico, un factor de competitividad en el desarrollo del Turismo de la comunidad LGBTTTI. (Estudio de Caso, Centro Histórico de Querétaro). *Boletín Científico INVESTIGIUM De La Escuela Superior De Tizayuca*, 5(10), 38-44. <https://doi.org/10.29057/est.v5i10.5046>

Schlagwein, D. (2018). "Escaping the rat race": Justifications in digital nomadism. *Research-in-Progress Papers*, 31. https://aisel.aisnet.org/ecis2018_rip/31

Schlagwein, D. (2018). The history of digital nomadism. *6th International Workshop on the Changing Nature of Work (CNoW)*, 1-5. <https://communities.aisnet.org/sigcnw/priorworkshops/6th-san-francisco>

Shawkat, S., Zaidi Abd Rozan, M., Bt Salim, N., & Muhammad Faisal Shehzad, H. (2021). Digital nomads: A systematic literature review. *7th International Conference on Research and Innovation in Information Systems (ICRIIS)*, 1-6. <https://doi.org/10.1109/ICRIIS53035.2021.9617008>

Sigala, M., Kumar, S., Donthu, N., Sureka, R., & Joshi, Y. (2021). A bibliometric overview of the Journal of Hospitality and Tourism Management: Research contributions and influence. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 273-288. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.04.005>

- Šímová, T. (2022). A research framework for digital nomadism: A bibliometric study. *World Leisure Journal*, 65(2), 1-17. <https://doi.org/10.1080/16078055.2022.2134200>
- Sutherland, W., & Jarrahi, M. H. (2017). The gig economy and information infrastructure: The case of the digital nomad community. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 1(CSCW). <https://doi.org/10.1145/3134732>
- Tyutyuryukov, V., & Guseva, N. (2021). From remote work to digital nomads: Tax issues and tax opportunities of digital lifestyle. *IFAC-PapersOnLine*, 54(13), 188-193. <https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2021.10.443>
- Vagena, A. (2021). Digital Nomads and Tourism Industry. *Academia Letters*, Article 765. <https://doi.org/10.20935/AL765>
- Vargas-Hernández, J. (2014). Research methodology strategies in strategic management. In U.Bacher, D. Barković, K. Dernoscheg, M. Lamza-Maronić, B. Matić, N. Pap, & B. Runzheimer (Eds.), *Interdisciplinary management research*, 10, 106-147. <https://EconPapers.repec.org/RePEc:osi:journl:v:10:y:2014:p:106-147>
- Vinuto, J. (2014). A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: Um debate em aberto. *Temáticas*, 22(44), 203-220. <https://doi.org/10.20396/temáticas.v22i44.10977>
- von Zumbusch, J. S. H., & Lalicic, L. (2020). The role of co-living spaces in digital nomads' well-being. *Information Technology and Tourism*, 22(3), 439-453. <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00182-2>
- Wang, B., Schlagwein, D., Cecez-Kecmanovic, D., & Cahalane, M. (2019). Digital nomadism and the market economy: Resistance and compliance. *ICIS 2019 Proceedings*. 3. https://aisel.aisnet.org/icis2019/future_of_work/future_work/3
- Wang, B., Schlagwein, D., Cecez-Kecmanovic, D., & Cahalane, M. C. (2020). Beyond the factory paradigm: Digital nomadism and the digital future(s) of knowledge work post-COVID-19. *Journal of the Association for Information Systems*, 21(6), 1379-1401. <https://doi.org/10.17705/1jais.00641>
- Wang, B., Schlagwein, D., Cecez-Kecmanovic, D., & Cahalane, M. C. (2018). Digital work and high-tech wanderers: Three theoretical framings and a research agenda for digital

nomadism. In: Australasian Conference on Information Systems, (ed.), Australasian Conference on Information Systems 2018. <https://doi.org/10.5130/acis2018.bl>

Williamson, J., Hassanli, N., & Grabowski, S. (2022). OzNomads: A case study examining the challenges of COVID-19 for a community of lifestyle travellers. *Current Issues in Tourism*, 25(2), 232-246. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1928009>

WYSE. (2018). Digital nomads – the next darling of tourism destinations worldwide? In: *World Youth and Student Travel Conference (WYSTC)* <https://www.wysetc.org/2018/08/digital-nomads-the-next-darling-of-tourism-destinations-worldwide/>

World Tourism Organization. (2019). UNWTO Tourism Definitions. UNWTO, Madrid. <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

Zupic, I., & Cater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429–472. <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>

Apêndices

Apêndice 1 - [Inquérito DigitalPort](#)

NOMADISMO DIGITAL EM PORTUGAL - DIGITALPORT

Instruções

As questões que seguidamente se apresentam destinam-se a recolher dados sobre o estilo de vida e hábitos dos nómadas digitais e /ou trabalhadores remotos que já passaram por Portugal.

A sua participação é imprescindível para o sucesso deste trabalho, pelo que se agradece desde já a sua colaboração. Não existem respostas certas ou erradas, sendo todas elas confidenciais e os dados utilizados apenas para fins estatísticos.

Para responder a este questionário é **fundamental que se assuma como Nómada Digital** e que, em simultâneo, tenha **vivido uma experiência turística em Portugal**.

Muito obrigada pela sua participação!

Nas questões que se seguem, avalie a importância de cada um dos elementos apresentados segundo o grau de importância que atribui a cada um, em que 1 é Nada importante e 7 Extremamente importante.

1. Na sua opinião, quais os atributos dos destinos turísticos (território, alojamento, infraestruturas, etc.), que considera mais importantes para os nómadas digitais?

1.1 Infraestruturas tecnológicas	1	2	3	4	5	6	7
1.2 Informação em rede que facilite a troca de informação	1	2	3	4	5	6	7
1.3 Tecnologias digitais	1	2	3	4	5	6	7
1.4 Sistemas de comunicação digital	1	2	3	4	5	6	7
1.5 O conceito nómada digital ser conhecido no destino /território	1	2	3	4	5	6	7
1.6 Redes de internet seguras	1	2	3	4	5	6	7
1.7 Redes de internet rápidas	1	2	3	4	5	6	7
1.8 Boas acessibilidades entre cidades/regiões	1	2	3	4	5	6	7
1.9 Recursos naturais ou culturais do território	1	2	3	4	5	6	7
1.10 Empresas turísticas no território	1	2	3	4	5	6	7
1.11 Transportes no interior do território	1	2	3	4	5	6	7

1.12 Infraestruturas turísticas do território	1	2	3	4	5	6	7
1.13 Espaços de trabalho confortáveis	1	2	3	4	5	6	7
1.14 Hospitalidade da Comunidade local	1	2	3	4	5	6	7
1.15 Transportes para o território	1	2	3	4	5	6	7
1.16 Infraestruturas básicas do território	1	2	3	4	5	6	7
1.17 Oportunidades de negócios no território	1	2	3	4	5	6	7
1.18 Nível de qualidade de vida no território	1	2	3	4	5	6	7
1.19 Fornecedores de suporte à atividade das empresas	1	2	3	4	5	6	7
1.20. Distribuição espacial dos recursos naturais e culturais no território	1	2	3	4	5	6	7
1.21 Incentivos / benefícios financeiros	1	2	3	4	5	6	7
1.22 Benefícios fiscais (impostos)	1	2	3	4	5	6	7
1.23 Destino seguro	1	2	3	4	5	6	7
1.24 Boa rede de transportes	1	2	3	4	5	6	7
1.25 Existência de “coworkings”	1	2	3	4	5	6	7
1.26 Existência de “colivings”	1	2	3	4	5	6	7
1.27 Existência de Hostel/Couchsurfing	1	2	3	4	5	6	7
1.28 Existência de hotéis e alojamentos com pacotes de longa estadia							
1.29 Existência de excursões e experiências em grupo	1	2	3	4	5	6	7
1.30 Custo de vida inferior ao do país de origem	1	2	3	4	5	6	7
1.31 Presença de outros nómadas ou Amigos/Conhecidos	1	2	3	4	5	6	7
1.32 Existências de ginásios ou áreas ao ar livre para atividades físicas	1	2	3	4	5	6	7
1.33 Tolerância Religiosa/Racial/Sexual	1	2	3	4	5	6	7
1.34 Existência de vida Noturna (festas, bares, eventos)	1	2	3	4	5	6	7
Outros?							
Porquê?							

2. Quando imagina um destino turístico ideal para atrair Nómadas digitais, a que atributos dá mais importância?

2.1 Equipamentos tecnológicos	1	2	3	4	5	6	7
2.2 Internet rápida	1	2	3	4	5	6	7
2.3 Clima ameno	1	2	3	4	5	6	7
2.4 Baixo custo de vida	1	2	3	4	5	6	7
2.5 Acessibilidade para trabalhar 24/7	1	2	3	4	5	6	7
2.6 Redes de telecomunicações	1	2	3	4	5	6	7
2.7 Fluência no Idioma do local ou em inglês	1	2	3	4	5	6	7
2.8 Hospitalidade das populações locais	1	2	3	4	5	6	7
2.9 Políticas ‘amigáveis’ para atrair os Nómadas digitais	1	2	3	4	5	6	7
2.10 Facilidades de vistos para turistas	1	2	3	4	5	6	7
2.11 Existência de visto para nómada Digital	1	2	3	4	5	6	7
2.12 Benefícios fiscais (impostos)	1	2	3	4	5	6	7
2.12 Benefícios financeiros	1	2	3	4	5	6	7
2.13 Contextos culturais diferentes	1	2	3	4	5	6	7
2.14 Valorização da multiculturalidade e do globalismo	1	2	3	4	5	6	7
2.15 Produtos ou serviços turísticos que refletem a identidade do destino	1	2	3	4	5	6	7
2.16 Atividade turística apoiada no conhecimento	1	2	3	4	5	6	7
2.17 Existência de comunidades de nómadas em redes sociais	1	2	3	4	5	6	7
2.18 Comunidade local ativa	1	2	3	4	5	6	7
2.19 Proximidade do destino a outros centros turísticos	1	2	3	4	5	6	7
2.20 Capacidade do destino de atrair investimento	1	2	3	4	5	6	7
2.21 Necessidade de trabalhadores de profissões digitais no destino	1	2	3	4	5	6	7
2.22 Existência de eventos e conferências internacionais no destino	1	2	3	4	5	6	7
2.23 Existência de Equipamentos de telecomunicação	1	2	3	4	5	6	7
2.24 Qualidade da indústria hoteleira	1	2	3	4	5	6	7
2.25 Recursos naturais e culturais do destino	1	2	3	4	5	6	7

2.26 Existência de Redes de computadores	1	2	3	4	5	6	7
2.27 Alojamentos com pacotes especiais de longas estadias	1	2	3	4	5	6	7
2.28 Boa estrutura de Apartamentos de Temporada (Airbnb)	1	2	3	4	5	6	7
2.29 Horários de atividades de animação e atrações turísticas compatíveis com diferentes fusos horários	1	2	3	4	5	6	7
2.30 Fuso Horário equivalente ao do país de origem	1	2	3	4	5	6	7
2.31 Divulgação / Marketing de destino	1	2	3	4	5	6	7
2.32 Facilidades e atrações turísticas do destino	1	2	3	4	5	6	7
2.33 O destino ter locais desconhecidos do turismo tradicional ("hidden gems")	1	2	3	4	5	6	7
2.34 Destino amigável para públicos LGBTQIA+	1	2	3	4	5	6	7
2.35 Presença de outros nómadas, amigos ou influenciadores	1	2	3	4	5	6	7
Outros?							
Porquê?							

3. Tendo em conta o que mais valoriza no estilo de vida dos nómadas digitais, avalie a importância dos seguintes aspetos::

3.1 'Escapar' de grandes centros urbanos	1	2	3	4	5	6	7
3.2 Ter uma vida mais simples e minimalista	1	2	3	4	5	6	7
3.3 Viver em contacto com a natureza	1	2	3	4	5	6	7
3.4 Conviver com outras culturas	1	2	3	4	5	6	7
3.5 Procurar locais para experimentar outros estilos de vida	1	2	3	4	5	6	7
3.6 Viajar por estadias longas	1	2	3	4	5	6	7
3.7 Viajar por estadias curtas	1	2	3	4	5	6	7
3.8 Saber viver como imigrante	1	2	3	4	5	6	7
3.9 É um estilo de vida	1	2	3	4	5	6	7

3.10 Adotar modelos de trabalho flexíveis	1	2	3	4	5	6	7
3.11 Mobilidade	1	2	3	4	5	6	7
3.12 Liberdade	1	2	3	4	5	6	7
3.13 Qualidade de vida	1	2	3	4	5	6	7
3.14 Empreendedorismo	1	2	3	4	5	6	7
3.15 Qualidade da experiência turística	1	2	3	4	5	6	7
3.16 Experiência corporativa	1	2	3	4	5	6	7
3.17 Contribuir para desenvolvimento tecnológico do destino	1	2	3	4	5	6	7
3.18 Flexibilidade dos horários da indústria hoteleira	1	2	3	4	5	6	7
3.19 Equilíbrio de vida e trabalho	1	2	3	4	5	6	7
3.20 Flexibilidade dos recursos humanos para lidar com estes profissionais	1	2	3	4	5	6	7
3.21 Escolher destinos com as estações climáticas preferidas (inverno/verão)	1	2	3	4	5	6	7
3.22 Fazer turismo durante o ano todo	1	2	3	4	5	6	7
3.23 Ter uma vida diferente do tradicional/convencional	1	2	3	4	5	6	7
3.24 Conhecer pessoas	1	2	3	4	5	6	7
3.25 Integrar comunidades <i>online</i>	1	2	3	4	5	6	7
3.26 Interagir com outros nómadas digitais	1	2	3	4	5	6	7
3.27 Participar em eventos nas comunidades locais	1	2	3	4	5	6	7
3.28 Pertencer a uma comunidade “freelancer” para conseguir trabalho (“Gig economy”)	1	2	3	4	5	6	7
3.29 Trabalhar num espaço que permita o “networking” com a comunidade nómada digital	1	2	3	4	5	6	7
3.30 Facilidade para vender os meus produtos e serviços	1	2	3	4	5	6	7
Outros?							
Porquê?							

--

4. Tendo em conta o que mais valoriza nas preferências pessoais sobre as condições de trabalho dos nómadas digitais, avalie a importância dos seguintes aspetos:

4.1 Ter uma cidade de base fixa	1	2	3	4	5	6	7
4.2 Alterar ocasionalmente a minha localização de trabalho	1	2	3	4	5	6	7
4.3 Alterar constantemente a minha localização de trabalho	1	2	3	4	5	6	7
4.4 Trabalhar em casa	1	2	3	4	5	6	7
4.5 Trabalhar em <i>coworking</i>	1	2	3	4	5	6	7
4.6 Trabalhar em hotéis, cafés, restaurantes, bares, etc	1	2	3	4	5	6	7
4.7 Ficar muito tempo em cada destino	1	2	3	4	5	6	7
4.8 Integrar-me nas comunidades locais dos destinos	1	2	3	4	5	6	7
4.9 Contribuir para a economia local	1	2	3	4	5	6	7
4.10 Ser viajante de longo prazo com residência permanente	1	2	3	4	5	6	7
4.11 Ter um estilo de vida migratório sem residência permanente	1	2	3	4	5	6	7
4.12 Ter liberdade de localização	1	2	3	4	5	6	7
4.13 Poder realizar atividades de lazer enquanto trabalho	1	2	3	4	5	6	7
4.14 Trabalhar como <i>freelancer</i> ou empreendedor	1	2	3	4	5	6	7
4.15 Viajar para climas tropicais/temperados	1	2	3	4	5	6	7
4.16 Alojamento licenciado	1	2	3	4	5	6	7
4.17 Alojamento particular	1	2	3	4	5	6	7
4.18 Alojamento partilhado, tipo <i>colivings</i>	1	2	3	4	5	6	7
4.19 Serviços de apoio (limpeza, lavandaria, etc)	1	2	3	4	5	6	7
4.20 Climatização (ar condicionado, aquecimento, etc)	1	2	3	4	5	6	7
4.21 Cozinha equipada	1	2	3	4	5	6	7
4.22 Serviço de refeições	1	2	3	4	5	6	7
4.23 Estacionamento	1	2	3	4	5	6	7

4.24 Piscina, ginásio, e outras facilidades de lazer	1	2	3	4	5	6	7
4.25 Acessibilidades para pessoas com mobilidade reduzida	1	2	3	4	5	6	7
4.26 <i>Babysitting</i>	1	2	3	4	5	6	7
4.27 WiFi	1	2	3	4	5	6	7
4.28 Impressora, webcam e outros equipamentos de escritório	1	2	3	4	5	6	7
4.29 Jardins, parques, campos de ténis, etc	1	2	3	4	5	6	7
4.30 Aceitar animais de companhia nos alojamentos	1	2	3	4	5	6	7
4.31 Mobiliário de escritório nos alojamentos	1	2	3	4	5	6	7
4.32 <i>Transfers</i> para o aeroporto/terminal de autocarros/deslocação no destino	1	2	3	4	5	6	7
4.33 Liberdade de horários	1	2	3	4	5	6	7
4.34 Fuso horário diferente do meu país de origem	1	2	3	4	5	6	7
Outros?							
Porquê?							

Complete, por favor, respondendo às seguintes questões:

[dados para fins exclusivamente estatísticos]

■ Género ☐ Masculino ☐ Feminino	■ Habilitações Literárias ☐ Ensino Secundário (12º ano) ☐ Bacharelato ☐ Licenciatura ☐ Pós-Graduação ☐ Mestrado ☐ Doutoramento	■ Trabalho ☐ Trabalho por conta própria (freelancer) ☐ Trabalho por conta de outrem ☐ Empresário/ empreendedor (tenho a minha própria empresa)	■ Considera-se: ☐ Nómada digital ☐ Trabalhador remoto ☐ Outro: _____
			■ Considera -se nómada digital /trabalhador remoto há quanto

Idade: ☐ Entre 18 e 24 anos ☐ Entre 25 e 34 anos ☐ Entre 35 e 49 anos ☐ Entre 50 e 64 anos ☐ Mais de 65 anos	☐ Outra	Profissão: -----	tempo? ----- -
Em que País e cidade está atualmente? -----/-----		Dos países indicados para estadas curtas, indique aqueles em que já esteve ☐ Brasil ☐ Costa Rica ☐ França ☐ Islândia ☐ Nova Zelândia ☐ Outro -----	Já teve alguma experiência como nómada digital em Portugal? ☐ Sim ☐ Não
Dos países indicados para médias ou longas estadas, indique aqueles em que já esteve ☐ Indonésia ☐ Tailândia ☐ México ☐ Colômbia ☐ Portugal ☐ Geórgia ☐ Outro -----		Já aplicou ou tentou aplicar para algum visto de Nómada Digital? Se sim, qual país? ☐ Estónia ☐ Emirados Árabes ☐ Países do Caribe	Se já esteve em Portugal como nómada digital, preferiu os centros urbanos, cidades costeiras, cidades do interior ou zonas rurais? ☐ Centros urbanos ☐ Cidades no interior ☐ Cidades costeiras ☐ Zonas rurais Pretende vir a Portugal nos próximos 24 meses? ☐ Sim ☐ Não

Caso deseje receber os resultados deste estudo deixe a indicação do seu correio eletrónico: _____

Obrigada pela sua colaboração!

Apêndice 2 - [Inquérito DigitalPort em Inglês](#)

NOMADISMO DIGITAL EM PORTUGAL - DIGITALPORT

Instructions

The following questions are intended to collect data on the lifestyle and habits of digital nomads and/or remote workers who have already passed through Portugal.

Your participation is essential for the success of this work, so we thank you in advance for your collaboration. There are no right or wrong answers, they are all confidential and the data is only used for statistical purposes.

Thank you very much for your participation!

In the questions below, please evaluate the importance of each of the elements presented according to the degree of importance that you attribute to each one, where 1 is Not at all important and 7 is Extremely important.

- Referring to the attributes of tourist destinations (territory, accommodation, infrastructure, etc.), how important are the following attributes when selecting a particular tourist destination for digital nomads?

1.1 Technological infrastructures	1	2	3	4	5	6	7
1.2 Networked information that facilitates the exchange of information	1	2	3	4	5	6	7
1.3 Digital technologies	1	2	3	4	5	6	7
1.4 Digital communication systems	1	2	3	4	5	6	7
1.5 The digital nomad concept to be known at the destination/territory	1	2	3	4	5	6	7
1.6 Secure Internet networks	1	2	3	4	5	6	7
1.7 Fast Internet networks	1	2	3	4	5	6	7
1.8 Good accessibility between cities/regions	1	2	3	4	5	6	7
1.9 Natural or cultural resources of the territory	1	2	3	4	5	6	7
1.10 Tourism companies in the territory	1	2	3	4	5	6	7
1.11 Transport within the territory	1	2	3	4	5	6	7
1.12 Tourist infrastructures in the territory	1	2	3	4	5	6	7

1.13 Comfortable workplaces	1	2	3	4	5	6	7
1.14 Hospitality of the local community	1	2	3	4	5	6	7
1.15 Transport to the territory	1	2	3	4	5	6	7
1.16 Basic Infrastructures of the territory	1	2	3	4	5	6	7
1.17 Business opportunities in the territory	1	2	3	4	5	6	7
1.18 Level of quality of life in the territory	1	2	3	4	5	6	7
1.19 Suppliers of support for business activity	1	2	3	4	5	6	7
1.20 Spatial distribution of natural and cultural resources in the territor	1	2	3	4	5	6	7
1.21 Financial incentives/benefits	1	2	3	4	5	6	7
1.22 Fiscal benefits (taxes)	1	2	3	4	5	6	7
1.23 Safe destination	1	2	3	4	5	6	7
1.24 Good transport network	1	2	3	4	5	6	7
1.25 Existence of “coworkings”	1	2	3	4	5	6	7
1.26 Existence of “colivings”	1	2	3	4	5	6	7
1.27 Existence of Hostel/Couchsurfing	1	2	3	4	5	6	7
1.28 Existence of hotels and accommodation with long stay packages							
1.28 Existence of excursions and group experiences	1	2	3	4	5	6	7
1.29 Cost of living lower than in the country of origin	1	2	3	4	5	6	7
1.30 Presence of other nomads or friends/acquaintances	1	2	3	4	5	6	7
1.31 Existence of gyms or outdoor areas for physical activities	1	2	3	4	5	6	7
1.32 Religious/Racial/Sexual Tolerance	1	2	3	4	5	6	7
1.33 Existence of nightlife (parties, bars, events)	1	2	3	4	5	6	7
Others?							
Why?							

2. When imagining an ideal tourist destination to attract Digital Nomads, which attributes do you give most importance to?

2.1 Technological equipment	1	2	3	4	5	6	7
2.2 Fast Internet	1	2	3	4	5	6	7
2.3 Mild climate	1	2	3	4	5	6	7
2.4 Low cost of living	1	2	3	4	5	6	7
2.5 Accessibility to work 24/7	1	2	3	4	5	6	7
2.6 Telecommunication networks	1	2	3	4	5	6	7
2.7 Fluency in the local language or in English	1	2	3	4	5	6	7
2.8 Hospitality of local people	1	2	3	4	5	6	7
2.9 Friendly policies to attract digital nomads	1	2	3	4	5	6	7
2.10 Visa facilities for tourists	1	2	3	4	5	6	7
2.11 Existence of Digital Nomad visa	1	2	3	4	5	6	7
2.12 Fiscal benefits (taxes)	1	2	3	4	5	6	7
2.12 Financial benefits	1	2	3	4	5	6	7
2.13 Different cultural contexts	1	2	3	4	5	6	7
2.14 Appreciation of multiculturalism and globalism	1	2	3	4	5	6	7
2.14 Tourism products or services that reflect the identity of the destination	1	2	3	4	5	6	7
2.15 Tourism activity supported by knowledge	1	2	3	4	5	6	7
2.16 Existence of nomadic communities in social networks	1	2	3	4	5	6	7
2.17 Active local community	1	2	3	4	5	6	7
2.18 Proximity of the destination to other tourist centres	1	2	3	4	5	6	7
2.19 Destination's capacity to attract investment	1	2	3	4	5	6	7
2.20 Need for workers in digital professions in the destination	1	2	3	4	5	6	7
2.21 Existence of international events and conferences in the destination	1	2	3	4	5	6	7
2.22 Existence of telecommunications equipment	1	2	3	4	5	6	7
2.23 Quality of the hotel/hospitality industry	1	2	3	4	5	6	7

2.24 Natural and cultural resources of the destination	1	2	3	4	5	6	7
2.25 Existence of computer networks	1	2	3	4	5	6	7
2.26 Accommodation with special packages for long stays	1	2	3	4	5	6	7
2.27 Good structure of Holiday Apartments (Airbnb)	1	2	3	4	5	6	7
2.27 Schedules of entertainment activities and tourist attractions compatible with different time zones	1	2	3	4	5	6	7
2.29 Time zone equivalent to the country of origin	1	2	3	4	5	6	7
2.28 Publicity / Marketing of the destination	1	2	3	4	5	6	7
2.29 Tourist attractions and facilities of the destination	1	2	3	4	5	6	7
2.30 The destination has places unknown to traditional tourism ("hidden gems")	1	2	3	4	5	6	7
2.31 LGBTQIA+ friendly destination	1	2	3	4	5	6	7
2.33 Presence of other nomads, friends or influencers	1	2	3	4	5	6	7
Others?							
Why?							

3. Regarding the lifestyle of digital nomads, taking into account what you most value about being a digital nomad, please evaluate the importance of the following aspects:

3.1 'Escape' from large urban centres	1	2	3	4	5	6	7
3.2 Having a simpler and more minimalist life	1	2	3	4	5	6	7
3.3 Living in contact with nature	1	2	3	4	5	6	7
3.4 Living with other cultures	1	2	3	4	5	6	7
3.5 Search for places to experience other lifestyles	1	2	3	4	5	6	7
3.6 Travelling for longer stays	1	2	3	4	5	6	7
3.7 Travelling for short periods	1	2	3	4	5	6	7
3.8 Knowing how to live as an immigrant	1	2	3	4	5	6	7

3.9 It is a lifestyle	1	2	3	4	5	6	7
3.10 Adopt flexible working models	1	2	3	4	5	6	7
3.11 Mobility	1	2	3	4	5	6	7
3.12 Freedom	1	2	3	4	5	6	7
3.13 Quality of life	1	2	3	4	5	6	7
3.14 Entrepreneurship	1	2	3	4	5	6	7
3.15 Quality of tourism experience	1	2	3	4	5	6	7
3.16 Corporate experience	1	2	3	4	5	6	7
3.17 Contribute to technological development of the destination	1	2	3	4	5	6	7
3.18 Flexibility of schedules in the hotel industry	1	2	3	4	5	6	7
3.19 Life and work balance	1	2	3	4	5	6	7
3.20 Flexibility of human resources to deal with these professionals	1	2	3	4	5	6	7
3.21 Choose destinations with preferred seasons (winter/summer)	1	2	3	4	5	6	7
3.22 Be a tourist all year round	1	2	3	4	5	6	7
3.23 Have a life different from the traditional/conventional	1	2	3	4	5	6	7
3.24 Meet people	1	2	3	4	5	6	7
3.25 Join online communities	1	2	3	4	5	6	7
3.26 Interact with other digital nomads	1	2	3	4	5	6	7
3.27 Participate in events in local communities	1	2	3	4	5	6	7
3.28 Belonging to a freelance community to get work ('Gig economy')	1	2	3	4	5	6	7
3.29 Working in a space that allows networking with the digital nomad community	1	2	3	4	5	6	7
3.30 Ease of selling my products and services	1	2	3	4	5	6	7
Others?							
Why?							

4. Referring to personal preferences about the conditions and working style of digital nomads, please rate the importance of the elements you value most when adopting this lifestyle:

4.1 Have a fixed base city	1	2	3	4	5	6	7
4.2 To change my work location occasionally	1	2	3	4	5	6	7
4.3 To change my work location constantly	1	2	3	4	5	6	7
4.4 Working from home	1	2	3	4	5	6	7
4.5 Working in coworking	1	2	3	4	5	6	7
4.6 Working in hotels, cafés, restaurants, bars, etc.	1	2	3	4	5	6	7
4.7 To stay a long time in each destination	1	2	3	4	5	6	7
4.8 Integrate myself into the local communities of the destinations	1	2	3	4	5	6	7
4.9 Contribute to the local economy	1	2	3	4	5	6	7
4.10 Be a long term traveller with permanent residence	1	2	3	4	5	6	7
4.11 Have a migratory lifestyle without permanent residence	1	2	3	4	5	6	7
4.12 To have freedom of location	1	2	3	4	5	6	7
4.13 Being able to undertake leisure activities while working	1	2	3	4	5	6	7
4.14 Working as a freelancer or entrepreneur	1	2	3	4	5	6	7
4.15 Travel to tropical/temperate climates	1	2	3	4	5	6	7
4.16 Licensed accommodation	1	2	3	4	5	6	7
4.17 Private accommodation	1	2	3	4	5	6	7
4.18 Shared accommodation such as <i>colivings</i>	1	2	3	4	5	6	7
4.19 Support services (cleaning, laundry etc.)	1	2	3	4	5	6	7
4.20 Air conditioning (air conditioning, heating, etc.)	1	2	3	4	5	6	7
4.21 Fully equipped kitchen	1	2	3	4	5	6	7
4.22 Meals service	1	2	3	4	5	6	7
4.23 Parking facilities	1	2	3	4	5	6	7
4.24 Swimming pool, gym, and other leisure facilities	1	2	3	4	5	6	7

4.25 Accessibility for people with reduced mobility	1	2	3	4	5	6	7
4.26 Babysitting	1	2	3	4	5	6	7
4.27 WiFi	1	2	3	4	5	6	7
4.28 Printer, webcam and other office equipment	1	2	3	4	5	6	7
4.29 Gardens, parks, tennis courts, etc	1	2	3	4	5	6	7
4.30 Pet friendly accommodation	1	2	3	4	5	6	7
4.31 Office furniture in the accommodation	1	2	3	4	5	6	7
4.32 Transfers to airport/bus terminal/destination	1	2	3	4	5	6	7
4.33 Schedule freedom	1	2	3	4	5	6	7
4.34 Time zone different from my home country	1	2	3	4	5	6	7
Others?							
Why?							

Please complete by answering the following questions:

[data for statistical purposes only]

Gender ☐ Male ☐ Female ☐	Qualifications ☐ Secondary Education (12th grade) ☐ Baccalaureate ☐ Undergraduate ☐ Postgraduate ☐ Master's ☐ Master's ☐ PhD ☐ Other	Work situation ☐ Self-employment (freelance) ☐ Employee ☐ Entrepreneur/entrepreneur (have my own company)	It is considered to be: ☐ Digital nomad ☐ Remote worker ☐ Other: _____
			How long have you considered yourself a digital nomad /remote

■ Age: ☐ Between 18 and 24 years old ☐ Between 25 and 34 years old ☐ Between 35 and 49 years old ☐ Between 50 and 64 years old		■ Profession: -----	worker?----- -
■ Which country and city are you currently in? -----/-----		■ Of the countries listed for short stays, please indicate those in which you have already been ☐ Brazil ☐ Costa Rica ☐ France ☐ Iceland ☐ New Zealand ☐ Other -----	■ Have you had any experience as a digital nomad in Portugal? ☐ Yes ☐ No
■ Of the countries listed for medium or long stays, please indicate those in which you have already been to: ☐ Indonesia ☐ Thailand ☐ Mexico ☐ Colombia ☐ Portugal ☐ Georgia ☐ Other -----		■ Have you applied or tried to apply for a Digital Nomad visa? If yes, which country? ☐ Estonia ☐ United Arab Emirates ☐ Caribbean countries	■ If you have been in Portugal as a digital nomad, have you preferred urban centres, coastal towns, inland cities or rural areas? ☐ Urban centres ☐ Inland towns ☐ Coastal towns ☐ Rural areas ■ Do you intend to come to Portugal in the next 24 months? ☐ Yes ☐ No

If you wish to receive the results of this study, please leave your e-mail address: _____

Thank you for your collaboration!