

ANDORRADEV.

WHITEPAPER · ABRIL 2026

Canal Directe per a Estacions d'Esquí a Andorra

Com les estacions i operadors de neu andorrans poden capturar més valor dels 2,32 milions de dies d'esquí venuts el 2024-25 amb venda directa, CRM i yield management.

andorradev.com · info@andorradev.com

La temporada rècord que amaga un problema estructural

La temporada **2024-25 ha tancat amb 2,32 milions de dies d'esquí venuts**, un **4 % més que l'any anterior** ([Grandvalira Resorts](#)). **Pal Arinsal** ha registrat **422.000 dies** (+11,8 %) i Ordino Arcalís ha sumat **197.000 dies**. L'app de Grandvalira va assolir les **68.000 descàrregues** (+38 %) amb **205.000 usuaris actius** (+84 %), i les vendes online van créixer un **19 %** ([Turiski, balanç temporada 2024-25](#)). La inversió prevista per al 2025-26 arriba als **39 milions d'euros**, un rècord històric.

Les xifres són bones. Però sota els titulars hi ha una dependència estructural que condiona tot el model: **cinc mesos d'esquí sostenen un any sencer d'operacions**. L'ocupació hotelera a l'hivern frisa el **85,27 %**, però a l'estiu cau al **64,97 %** ([estadistica.ad](#)). La neu artificial consumeix **11 milions d'euros anuals**. I el canvi climàtic projecta **pèrdues potencials de fins a 50 milions d'euros** si les temporades s'escurcen ([El Independiente, impacte climàtic estacions Andorra](#)). Esquiar és el motor, però un motor que funciona a màxim rendiment només mig any necessita una estratègia digital que aprofiti al màxim cada jornada.

Tres colls d'ampolla que limiten el creixement

Dependència de touroperadors i intermediaris. Una part significativa dels forfaits i paquets de neu es ven a través de touroperadors i plataformes externes. Cada intermediari s'emporta una comissió i, el que és pitjor, es queda amb les dades del client. Sense aquestes dades, no pots fer yield management real ni fidelització a llarg termini.

Estacionalitat extrema sense CRM de turista. L'esquiador que ve cinc dies al febrer és el mateix que podria tornar al juliol per senderisme, BTT o esdeveniments. Però si has venut el seu forfait a través d'un touroperador, no tens el seu email, no coneixes el seu perfil i no pots comunicar-te amb ell. El forfait **Plus+** ha captat **15.000 usuaris** ([La Ciutat, temporada Grandvalira](#)), però això és només una fracció del mercat total. La resta són clients invisibles.

Yield management inexistent o manual. Les estacions treballen amb tarifes escalonades (temporada alta, mitjana, baixa), però poques apliquen pricing dinàmic real basat en demanda, meteorologia, dia de la setmana i anticipació de compra. Les aerolínies porten 30 anys fent això. Les estacions d'esquí, no.

Què canvia amb un canal directe real

Venda directa amb pricing dinàmic. Un motor de vendes propi integrat amb el teu sistema d'accessos permet aplicar yield management real: ajustar preu per hora, per condicions de neu, per anticipació de compra i per segment de client. Les vendes online ja van créixer un **19 %** aquesta temporada, la qual cosa demostra que l'esquiador està disposat a comprar en digital. La pregunta és si compra al teu canal o al d'un intermediari.

CRM multicanal per trencar l'estacionalitat. Cada forfait venut directament és un client identificat: nom, email, nacionalitat, dies esquiat, nivell, preferències. Amb aquesta base de

dades pots llançar campanyes d'estiu (senderisme, BTT, esdeveniments) a l'esquiador d'hivern, campanyes de renovació d'abonament al client recurrent i promocions d'última hora quan la meteorologia és favorable. Els **205.000 usuaris actius** de l'app de Grandvalira són l'inici, però el CRM ha d'anar més enllà de l'app.

Gestió integral de temporers i operacions. El sector emplea **5.430 temporers** cada hivern. Un portal digital intern per a gestió d'onboarding, torns, formació i documentació redueix la càrrega administrativa i millora la retenció en un mercat on trobar personal és cada vegada més difícil.

Experiències digitals a pista. Mapes interactius, estat de pistes en temps real, alertes meteorològiques personalitzades, gamificació (quilòmetres esquiat, desnivell acumulat) i upselling de serveis (restauració a pista, lloguer premium, classes). Tot connectat al CRM perquè cada interacció alimenti el perfil del client.

Propers passos

Si vols que cada forfait venut sigui l'inici d'una relació amb el client i no una transacció anònima que es perd al full de càlcul d'un intermediari, necessites infraestructura digital pròpia. A AndorraDev treballem amb operadors de neu i esports a Andorra per construir motors de venda directa, CRMs i sistemes de yield management adaptats a la realitat del Principat. Si vols veure quina part de les teves vendes pots recuperar del canal intermediari, [parlem-ne](#).

PARLEM DEL TEU PROJECTE

andorradev.com/contacte

info@andorradev.com