

ANDORRADEV.

WHITEPAPER · ABRIL 2026

Canal Directo para Estaciones de Esquí en Andorra

Cómo las estaciones y operadores de nieve andorranos pueden capturar más valor de los 2,32 millones de días de esquí vendidos en 2024-25 con venta directa, CRM y yield management.

andorradev.com · info@andorradev.com

La temporada récord que esconde un problema estructural

La temporada **2024-25 ha cerrado con 2,32 millones de días de esquí vendidos**, un **4 % más que el año anterior** ([Grandvalira Resorts](#)). [Pal Arinsal](#) ha registrado **422.000 días** (+11,8 %) y Ordino Arcalís ha sumado **197.000 días**. La app de Grandvalira alcanzó las **68.000 descargas** (+38 %) con **205.000 usuarios activos** (+84 %), y las ventas online crecieron un **19 %** ([Turiski, balance temporada 2024-25](#)). La inversión prevista para 2025-26 alcanza los **39 millones de euros**, un récord histórico.

Los números son buenos. Pero debajo de los titulares hay una dependencia estructural que condiciona todo el modelo: **cinco meses de esquí sostienen un año entero de operaciones**. La ocupación hotelera en invierno roza el **85,27 %**, pero en verano cae al **64,97 %** ([estadistica.ad](#)). La nieve artificial consume **11 millones de euros anuales**. Y el cambio climático proyecta **pérdidas potenciales de hasta 50 millones de euros** si las temporadas se acortan ([El Independiente, impacto climático estaciones Andorra](#)). Esquiar es el motor, pero un motor que funciona a máximo rendimiento solo medio año necesita una estrategia digital que exprima cada jornada.

Tres cuellos de botella que limitan el crecimiento

Dependencia de tour operadores e intermediarios. Una parte significativa de los forfaits y paquetes de nieve se venden a través de tour operadores y plataformas externas. Cada intermediario se queda una comisión y, lo que es peor, se queda con los datos del cliente. Sin esos datos, no puedes hacer yield management real ni fidelización a largo plazo.

Estacionalidad extrema sin CRM de turista. El esquiador que viene cinco días en febrero es el mismo que podría volver en julio para senderismo, BTT o eventos. Pero si compraste su forfait a través de un tour operador, no tienes su email, no conoces su perfil y no puedes comunicarte con él. El forfait **Plus+** ha captado **15.000 usuarios** ([La Ciutat, temporada Grandvalira](#)), pero eso es solo una fracción del mercado total. El resto son clientes invisibles.

Yield management inexistente o manual. Las estaciones trabajan con tarifas escalonadas (temporada alta, media, baja), pero pocas aplican pricing dinámico real basado en demanda, meteorología, día de la semana y anticipación de compra. Las aerolíneas llevan 30 años haciendo esto. Las estaciones de esquí, no.

Qué cambia con un canal directo real

Venta directa con pricing dinámico. Un motor de ventas propio integrado con tu sistema de accesos permite aplicar yield management real: ajustar precio por hora, por condiciones de nieve, por anticipación de compra y por segmento de cliente. Las ventas online ya crecieron un **19 %** esta temporada, lo que demuestra que el esquiador está dispuesto a comprar digital. La pregunta es si compra en tu canal o en el de un intermediario.

CRM multicanal para romper la estacionalidad. Cada forfait vendido directamente es un

cliente identificado: nombre, email, nacionalidad, días esquiados, nivel, preferencias. Con esa base de datos puedes lanzar campañas de verano (senderismo, BTT, eventos) al esquiador de invierno, campañas de renovación de abono al cliente recurrente y promociones de última hora cuando la meteorología es favorable. Los **205.000 usuarios activos** de la app de Grandvalira son el inicio, pero el CRM tiene que ir más allá de la app.

Gestión integral de temporeros y operaciones. El sector emplea a **5.430 temporeros** cada invierno. Un portal digital interno para gestión de onboarding, turnos, formación y documentación reduce la carga administrativa y mejora la retención en un mercado donde encontrar personal es cada vez más difícil.

Experiencias digitales en pista. Mapas interactivos, estado de pistas en tiempo real, alertas meteorológicas personalizadas, gamificación (kilómetros esquiados, desnivel acumulado) y upselling de servicios (restauración en pista, alquiler premium, clases). Todo conectado al CRM para que cada interacción alimente el perfil del cliente.

Próximos pasos

Si quieres que cada forfait vendido sea el inicio de una relación con el cliente y no una transacción anónima que se pierde en la hoja de cálculo de un intermediario, necesitas infraestructura digital propia. En AndorraDev trabajamos con operadores de nieve y deportes en Andorra para construir motores de venta directa, CRMs y sistemas de yield management adaptados a la realidad del Principat. Si quieres ver qué parte de tus ventas puedes recuperar del canal intermediado, [hablemos](#).

HABLEMOS DE TU PROYECTO

andorradev.com/contacto

info@andorradev.com