

**ANDORRADEV.**

WHITEPAPER · ABRIL 2026

# Omnicanalidad Premium para Perfumerías en Andorra

Cómo las perfumerías duty-free de Andorra pueden romper la estacionalidad turística y competir con el ecommerce español construyendo una experiencia omnicanal con catálogo digital, fidelización VIP y click-and-collect.

---

[andorradev.com](https://andorradev.com) · [info@andorradev.com](mailto:info@andorradev.com)

## Un paraíso fiscal del perfume, pero solo cinco meses al año

Andorra lleva décadas siendo sinónimo de perfume barato. La razón es matemática: con un **IGI del 4,5 %** frente al **IVA del 21 % en España**, el ahorro real en fragancias de gama alta oscila entre el **20 % y el 30 %** sobre el precio de retail peninsular (*Govern d'Andorra, fiscalidad*). Esa ventaja ha construido imperios locales como **Júlia**, con más de **20 tiendas** y operando desde 1939, o **Gala**, con una red de cobertura media a lo largo de la **Avinguda Meritxell**, el eje comercial principal del Principat (*Visit Andorra*).

El problema es que esa ventaja solo se activa cuando el turista está físicamente en Andorra. Y el turismo es estacional: entre el **70 % y el 80 %** de la facturación del retail se concentra en temporada alta (esquí en invierno, escapadas de verano). El resto del año, las tiendas de Meritxell operan a media carga. Mientras tanto, el **83 % de los consumidores españoles** ha comprado o prefiere comprar perfumes online, y competidores como **Druni** (con más de **240 tiendas** en España y ecommerce agresivo) capturan esa demanda sin moverse de la península.

## El cliente se va y no vuelve (porque no le das motivos)

El modelo actual de las perfumerías andorranas es transaccional puro: el turista entra, compara precios, compra y se va. No hay base de datos de clientes, no hay programa de fidelización documentado, no hay comunicación post-compra. El **0 % de adopción omnicanal** entre las perfumerías del Principat es un dato que habla solo (*Cambra de Comerç d'Andorra*).

Esto genera tres problemas encadenados. Primero, **cero recurrencia**: cada cliente es un desconocido nuevo, aunque haya comprado cinco veces. Segundo, **vulnerabilidad al ecommerce**: Amazon no es especialmente competitivo en perfumería (márgenes estrechos, problema de falsificaciones), pero las cadenas españolas con tienda online sí lo son, y no necesitan que el cliente cruce la frontera. Tercero, **falta de click-and-collect**: el turista que planifica su viaje no puede reservar productos online para recogerlos en tienda, una funcionalidad estándar en retail desde hace años.

La ventaja fiscal sigue ahí, pero si no la combinas con experiencia digital, se convierte en tu único argumento, y los argumentos únicos son frágiles.

## Construir el canal propio antes de que el margen se erosione

**Catálogo digital con stock en tiempo real.** El primer paso es que tu inventario exista online, con precios actualizados, disponibilidad por tienda y fichas de producto con atributos reales (notas olfativas, tamaños, marcas). No hace falta un marketplace: hace falta un catálogo consultable que el turista español o francés revise antes de cruzar la frontera y que le confirme que el producto que busca está disponible en tu tienda.

**Programa de fidelización VIP con wallet digital.** Cada compra debería generar puntos,

historial y una relación. Un sistema de fidelización con app o wallet permite lanzar ventas privadas, notificar ofertas por marca favorita y activar al cliente en temporada baja con envío a domicilio. El objetivo es convertir una transacción turística en una relación recurrente, especialmente con los clientes españoles y franceses que viven a menos de tres horas.

**Click-and-collect y reserva online.** El cliente mira el perfume en tu web, lo reserva, y lo recoge en tienda al llegar a Andorra. Sin colas, sin riesgo de rotura de stock, con el ahorro fiscal garantizado. Es la combinación perfecta entre ventaja fiscal y comodidad digital, y ninguna perfumería andorrana lo ofrece hoy.

**SEO multilingüe orientado a precio.** Las búsquedas tipo "perfume X precio Andorra" tienen volumen real desde España y Francia. Landings optimizadas en **ES, CA y FR** con comparativas de precio reales capturan tráfico de intención alta, el tráfico que convierte.

## La ventaja fiscal no es eterna, la relación con el cliente sí

Si tu único argumento de venta es "aquí es más barato", cualquier cambio regulatorio o cualquier oferta agresiva de Druni o Sephora te deja fuera. Si además tienes un catálogo digital, una base de datos de 10.000 clientes con historial de compra y un programa VIP que activa ventas en temporada baja, tienes un negocio resiliente. En AndorraDev desarrollamos plataformas ecommerce, apps de fidelización y catálogos conectados a ERP para retail andorrano. Si quieres dejar de depender solo del tráfico de Meritxell, [hablemos](#).

HABLEMOS DE TU PROYECTO

[andorradev.com/contacto](https://andorradev.com/contacto)

[info@andorradev.com](mailto:info@andorradev.com)