

ANDORRADEV.

WHITEPAPER · ABRIL 2026

Plan Anti-OTAs para Hoteles en Andorra

Cómo recuperar margen sin perder ocupación en un mercado donde el 75 % de hoteles son independientes, el turismo genera el 80 % del PIB y Booking se queda hasta el 30 % de cada reserva.

andorradev.com · info@andorradev.com

Un mercado enorme, pero capturado

Andorra recibió **4,17 millones de turistas internacionales en 2024**, un **2,9 % más que en 2023** ([Govern d'Andorra, estadística oficial de turismo](#)). Con **92.858 habitantes**, el país tiene uno de los ratios viajero-habitante más altos del mundo: alrededor de **45 turistas por cada residente al año**. El turismo representa hasta el **80 % del PIB**, según análisis económicos del Principat.

El problema no es el volumen, es **quién captura el valor de ese volumen**. De los cerca de **834 establecimientos de alojamiento listados en Booking** para Andorra, **solo un 25 % pertenece a cadenas internacionales**. El **75 % restante son hoteles familiares e independientes** ([Hosteltur, "Retos del mercado hotelero de Andorra"](#)). Y son precisamente esos hoteles los que más dependen de las OTAs para llenar habitaciones, porque no tienen marca directa, ni equipo de marketing, ni motor de reservas propio.

El peaje invisible: 15-30 % de cada reserva

Las grandes OTAs (Booking Holdings y Expedia Group copan el duopolio) **cobran entre un 15 % y un 30 % de comisión** por cada reserva ([Cloudbeds, OTA Commissions Guide 2025](#)). En un hotel de 60 habitaciones con **ocupación media del 59,67 %** (el dato oficial del sector en 2023, [AgentTravel](#)) y ADR de 120 €, eso son más de **155.000 € al año** que se van en comisiones. Dinero que podría estar financiando personal fijo, renovación de habitaciones o un plan de desestacionalización.

La paradoja del sector es esta: el **67 % de los operadores andorranos afirma que la marcha del negocio en 2024 "va bien"**, el mejor resultado en cinco años según el Forbes Summit Andorra 2025. Pero los márgenes reales están erosionados por las comisiones y por el coste laboral disparado de los **temporeros** (el 80 % de los eventuales viene de fuera, y la nueva normativa Entry/Exit afecta a entre **1.500 y 2.000 trabajadores** del sector).

Los tres cuellos de botella reales

Dependencia estructural de intermediarios. Cuando Booking es tu principal canal, tus datos de cliente pertenecen a Booking. Sin CRM propio no puedes hacer upselling, ni email marketing, ni programa de fidelización. Cada reserva es una transacción aislada.

Estacionalidad sin plan B. El esquí concentra el grueso del negocio en cinco meses; el verano lo ha rescatado con senderismo y experiencias, pero la brecha entre temporadas sigue siendo brutal. El objetivo oficial del Ministerio de Turismo es **"calidad sobre cantidad"**: más ingresos por viajero, menos volumen agotado. Eso requiere segmentación digital, y segmentación digital requiere datos propios.

Digitalización fragmentada. Muchos hoteles andorranos siguen usando PMS legacy o incluso Excel. Sin integraciones, sin channel manager unificado y sin un motor de reservas que capture tráfico directo, la estructura técnica condena al hotel a pagar comisiones en perpetuidad.

Qué puedes hacer desde hoy

Monta un motor de reservas directo integrado con tu PMS. No hablamos de una web decorativa: hablamos de un sistema transaccional con pricing dinámico, multi-divisa, gestión de cupos y conexión a pasarelas de pago. Cada reserva directa ahorra 18-36 € de comisión sobre una estancia media.

SEO local y multilingüe real. El **64 % de tus turistas es español**, un volumen enorme llega desde Francia y tenemos mercado portugués en crecimiento. Necesitas **landings por mercado** (ES, FR, PT, EN) con contenido propio, no traducciones automáticas. Google Hotel Ads es otra vía directa poco usada en Andorra.

Chatbot IA multilingüe 24/7. Contestar dudas de FAQ, disponibilidad, check-in, parking o forfaits en ES/CA/FR/PT sin personal. Integrado con tu PMS, resuelve el 70 % de consultas previas a reserva y libera al equipo para la atención de valor.

Cumplimiento APDA como diferenciador. La **Ley 29/2021 de protección de datos** está en vigor desde mayo de 2022 y está armonizada con el RGPD europeo. Exhibir una política seria de datos tranquiliza al cliente francés y español, y te evita sanciones de hasta **100.000 €** en los casos graves.

Próximos pasos

Si quieres recuperar margen sin sacrificar ocupación, la única salida es **construir infraestructura digital propia** y **capturar al cliente antes de que llegue a Booking**. En AndorraDev llevamos años desarrollando motores de reservas, integraciones con PMS, portales multilingües y asistentes IA específicamente para el mercado andorrano. Si quieres auditar cuánto estás pagando hoy en comisiones y qué parte puedes recuperar en 12 meses, **cuéntanoslo**.

HABLEMOS DE TU PROYECTO

andorradev.com/contacto

info@andorradev.com