



Christian Rodríguez es el joven líder de Byhours. / CHRISTIAN MAURY

## &gt; HOSTELERÍA

# El 'fair price' de Byhours llega a Europa

La empresa de reserva de habitaciones de hotel por horas firma un acuerdo con la internacional Odigeo. Por **Andrea Pelayo**

A todos nos ha pasado: estando de viaje, nuestro billete de regreso marcaba, digamos, las cinco de la tarde y, sin embargo, siempre teníamos que abandonar la habitación del hotel sobre las 12. Y llegan las preguntas y la incomodidad: ¿qué hacemos con la maleta? ¿La arrastramos todo el día mientras vemos los últimos monumentos o la dejamos en el hotel y volvemos a por ella? Pongamos ahora otra situación, también habitual desde que hace unos años se popularizaron los viajes exprés para ver todo tipo de espectáculos. El *tour* de Madonna sólo hace parada en Madrid y quieres ir al concierto pero apenas tienes un día libre así que te planteas viajar por la tarde, ver el concierto y regresar. Pero el avión de vuelta no sale hasta las 9 de la mañana. ¿Qué hacer? ¿Pagar por una habitación de hotel que sólo usarás tras el concierto para dormir un rato y ducharte? ¿Aprovechar para salir de fiesta y volver sin descansar? ¿Dormir en el aeropuerto?

Éstas son dos situaciones más o menos cotidianas que, a pesar de lo familiares que nos resultan ahora, pronto podrían dejar de darse. Porque el mercado hotelero está en

plena evolución. Forzada, pero evolucionando al fin y al cabo. Da fe de ello el éxito de la *start-up* barcelonesa Byhours.com, la primera responsable del cambio. Esta plataforma *online*, forjada a base de meses de negociaciones con todos los agentes del sector, permite al usuario decidir la hora de entrada y salida del hotel en estancias de entre tres y 48 horas y pagar, además, sólo por las horas en que ha estado alojado. Así, la empresa, liderada por el joven Christian Rodríguez, responde a una demanda histórica de los usuarios. «Este cambio de normas no es más que flexibilidad», comenta Rodríguez, convencido de que la sobresaturación del mercado permitía que el cliente exigiese un cambio en esta dirección.

Al contrario de lo que pasa en otros negocios, en el caso de Byhours, que lleva funcionando intensamente desde marzo, el consumidor ya estaba concienciado de la necesidad de esta flexibilidad horaria y tarifaria, que se apresura a aclarar Rodríguez no es *low cost*, sino *fair price*. «No le decimos el hotel vende más barato sino vende más justo. Y al cliente no le decimos compra más barato sino compra más justo». En cambio, la ne-

gociación con los hoteles costó algo más. «Nuestro discurso en un momento inicial puede parecer complicado», explica el CEO. Sin embargo, Byhours.com también ofrece flexibilidad de opciones para los propios hoteles. En palabras de Rodríguez, «no es un producto cerrado para ellos porque pueden decidir exactamente hasta dónde quieren llegar con la plataforma y cuántas habitaciones quieren vender así, a qué horas o a qué precio».

De este modo, la plataforma *online* ha adaptado toda su tecnología a las necesidades de cada establecimiento, entre los que se cuentan ya las principales cadenas en toda España, como Catalonia, Husa, H10, Abba Hoteles o Santos. «Quisimos que la operativa nueva se adaptara a la línea del propio hotel», dice Rodríguez, algo que sin duda ha motivado definitivamente a los hoteleros hacia el cambio, empujados también por una crisis que ha ayudado a Byhours a que «el discurso cale más, a que entre dentro de sus prioridades y de sus líneas estratégicas para vender más o no perder clientes». Y, además, Byhours permite lo que Rodríguez cree que es «el sueño de cualquier hotelero»: vender la habitación dos veces.

Ahora, Byhours da el salto internacional gracias a un gran acuerdo con el primer grupo de *travel online* en Europa, Odigeo, y con su primera marca, Edreams, por lo que los usuarios que busquen vuelos en esta web, en menos de tres meses tendrán la opción de hacer una reserva flexible de hotel. «Ahora, tenemos la confirmación de que es un modelo de negocio que funciona y tiene una gran ca-



La Fábrica Moritz acoge la cita. / DOMÈNEC UMBERT

## E-SHOPS NUEVA INICIATIVA

EL AUGE del 'e-commerce' es una realidad en Cataluña. Sin embargo, poder tocar los productos y verlos en directo sigue teniendo un peso determinante en las decisiones de compra, por lo que los días 3 y 4 de diciembre nueve empresas dedicadas al comercio electrónico presentarán físicamente sus productos de sectores tan diversos como la alimentación o el diseño, además de la joyería, la estética o las bicicletas.

En estas jornadas -conocidas como 'E-popping up' y que se celebrarán en la camaleónica Fábrica Moritz de la Ronda Sant Antoni de Barcelona- se darán a conocer al gran público las ideas de los emprendedores de Mymesita, Camaloon, Deskidea, Santafixie, Reboost20, Homonaturals, Context y ViNelier, además de Byhours.

Las empresas tendrán entonces la oportunidad de dialogar con los visitantes en las diez horas durante las cuales se extenderán, también, 'workshops' y algunas sorpresas. Además, los asistentes podrán aprovecharse de las ofertas exclusivas por participar en esta experiencia atípica 'offline'. En el caso de Byhours, la empresa

repartirá descuentos para reservar en el 4 estrellas Ofelias Hotel de Barcelona en los 'packs' de 3, 6 y 12 horas.

pacidad de crecimiento», se convence Rodríguez. «Si en un país como España ha funcionado, hay países de Europa mucho más maduros en el sector hotelero que se adaptarán muy rápido a nuestro modelo», asegura el director de Byhours, quien se encuentra ya en plena búsqueda de «los mejores compañeros de viaje» para esa aventura internacional en lo que se refiere a financiación.

La compañía, que cuenta con un equipo de 16 personas de una media de edad de 27 años, prevé facturar 1,2 millones en comisiones el próximo año. Sin embargo, Byhours generará en 2013 un impacto de 10 millones en el sector, que estandariza definitivamente necesidades históricas del cliente como el *early check in* y el *late check out*.

## TWITTER

La sección recoge mensajes en la red social sobre innovación, en 140 caracteres.  
Por **Andrea Pelayo**

### «Un empresario debe ser emprendedor»

@MiriamAlc

Parece que todos estamos descargando #Line una nueva moda... sustituirá whatsapp? a mí me pasa como con Google+ me da pereza

@ICTJA\_CSIC

INNOVACIENCIA certamen de ideas y proyectos innovadores para jóvenes de 16-26 años organizado por CSIC y FECYT <http://www.innovaciencia.es>

@EUinBCN

Les escoles europees han de dedicar més atenció a les habilitats en TIC i emprendedor, segons un estudi de la CE

@tic

#sabiesque el sistema Android ha liderat la venta en el mercat de sistema operatiu mòbil durant el 3r trimestre 2012 amb un 72,4% #idigital

@CCFarre

Espectacular la granja urbana vertical "Plantagon" de Linköping, Suècia. Bona idea per alimentar ciutats. #SmartCityExpo

@juanverde

China quiere más renovables y necesita empresas que las instalen, para ello las españolas de e.renovables tienen una excelente oportunidad.

@redpuntos

Las tecnologías no son un fin, deben ir orientadas al nuevo concepto de sociedad donde el ciudadano será la clave @adsuara #SmartCityExpo

@AntonioJHF

En qué puedo mejorar? La pregunta diaria de todo emprendedor y sin duda, de cualquier persona pero que apenas se hace #tmrc\_vlc

@mtascon

"Las tecnologías por si solas no son la solución, son un recurso para la innovación" via @sandopen

@evensensaciones

Un emprendedor puede ser empresario y un empresario es y ha de ser emprendedor