

champion tecnológico y uno industrial para ayudarlos en sus próximos pasos. Además, IBM mantiene abiertas las puertas a la colaboración de la empresa con las *start up* para dar una propuesta de valor extra a sus clientes. Actualmente, la compañía tiene abierta la convocatoria del *IBM Global Entrepreneur Program for Cloud Startups* que, además de *mentoring* y acceso a clientes, ofrece hasta 120.000 dólares anuales para cubrir el coste del uso de servicios *cloud*.

Tras la eliminatoria europea, el evento celebra su final mundial en el primer trimestre de este año. ¿Pero qué hay que tener para ganarlo? «La estrategia debe estar alineada con la de IBM, muy centrada en *data*, *cloud* y nuevos modelos de relación», adelanta Respalda, quien habla también de la importancia de la «tracción en el mercado» y el equipo.

Expertos en eventos son también los jóvenes de *Byhours*, la web y *app* barcelonesa que permite alquilar habitaciones de hotel por horas y que este año ha estado presente en citas internacionales como *MLOVE*, *NOAH* o *First Tuesday*. «También han sido muy útiles aquellos donde nos hemos acabado posicionando como una alternativa clara en el sector como *Fitur*, los *Ecommerce Awards* o concursos



Aurélie Salvaire es impulsora del *TedxBarcelonaWomen* y el *TedxBarcelonaED* que se celebra este 22 de enero.

JOAN MANUEL BALIELLAS

Son gratuitos, breves y altamente inspiradores, sólo aptos para quienes deseen transformar la realidad en la que viven y mejorar el mundo. Son los eventos TED –o *Tedx*, la *marca blanca* licenciada a cualquier persona de cualquier país– y han conseguido revolucionar por completo el concepto de conferencia.

Con un máximo de 18 minutos sobre el escenario, los ponentes –que son expertos internacionales y nacionales en el sector del que trata la conferencia pero, esencialmente, son personas con una historia detrás– deben conseguir «transmitir, difundir un mensaje con impacto positivo», explica Aurélie Salvaire, curadora de *TedxBarcelonaWomen* y *TedxBarcelonaEducation*, quien sostiene que ahora se aburre cuando va a una conferencia tradicional.

No es de extrañar, porque el formato TED es tan atípico como adictivo. Sobre el escenario, buena luz y buen sonido. «Es muy importante que el sitio sea acogedor por sí mismo e invite a la confianza», indica Salvaire, convencida de que la cuidada parte técnica es una de las claves del éxito de estas conferencias que se basan, eso sí, en ponentes «que tienen una llama» pero no una agenda comercial. En palabras de esta francesa residente en Barcelona, «no quieren venderte algo: lo que está sobre el escenario son las ideas y no productos o empresas e incumplir esto puede hacerte perder la licencia».

Salvaire consiguió la suya –y logra renovarla anualmente– tras un viaje a Brasil, donde conoció a las organizadoras de un evento *Tedx* con 100 personas. «Había inspiración, artistas y muy buena vibración», recuerda sobre un momento que hizo cambiar su vida. Al regresar a Barcelona, esta

joven quiso replicar la idea, algo que permite la existencia de la *marca blanca* de TED, *Tedx*. Más de 10.000 eventos en cinco años dan buena cuenta del éxito de un modelo abierto de conferencia que se ha celebrado en lugares tan dispares como la Antártida o Nigeria y escenarios tan variopintos como el jardín de un particular o un auditorio con 10.000 personas. El pretexto siempre es el mismo: difundir ideas que valgan la pena y con pocas normas que corten alas. Una de ellas, sagrada, es que no se puede ser *spea-*

quieres que trabajar cuál es tu mensaje e ir de la idea a la solución que aportas y cuál es tu llamada a la acción», relata Salvaire.

Y es que *Tedx* no es una *state of art*. «Es una conferencia que quiere despertar algo, inspirar, invitar a cambiar una actitud, mostrar a quienes hacen cosas positivas y hacer que el público sea parte de algo». Y todo a través de la voz de alguien que es «sólo un mensajero» ya que los ponentes deben ilustrar un mensaje más global, una experiencia común. En palabras de Salvaire, «todos so-

mos historias únicas que ilustran un destino colectivo».

La comunidad es otro de los ejes de estas conferencias que recuperan la emoción, organizadas por voluntarios con el mismo espíritu de cambio de los ponentes y donde lo más frecuente es que incluso los *speakers* se paguen el viaje si deben salir de su país para dar la charla. Según Salvaire, «es un reto organizar algo tan profesional con voluntarios pero la falta de dinero hace que surjan ideas creativas para difundir».

La francesa está organizando actualmente –y desde hace un año– el evento de educación que acogerá Barcelona el próximo

22 de enero, con más de 20 expertos locales e internacionales en el Auditorio Telefónica de la Torre Zero, un trabajo que combina con la preparación del *TedxBarcelonaWomen* que tendrá lugar el 10 de junio en el Casino de Poble Nou.

«Lo más complicado es el bajón emocional de después porque una parte de tu corazón se queda ahí pero también encontrar *sponsors* que financien o tener disciplina con los ponentes para que se preparen con la antelación requerida», confiesa Salvaire, a quien sin embargo todo le compensa. «Es un milagro lo que se puede conseguir con poco».

> INICIATIVA

TEDx: organizar y comunicar desde el corazón

La educación será el eje de una nueva edición barcelonesa de la 'marca blanca' de estos eventos altamente inspiradores para quienes quieren transformar el mundo. Por **A. P.**

ker y *sponsor* del evento. «O hablas o pagas, lo que asegura un contenido muy puro», apunta Salvaire.

Precisamente el contenido es la estrella de estas conferencias de formato corto y, según Salvaire, «democrático» porque todos cuentan con el mismo tiempo y las mismas reglas. ¿Pero cómo hacer la presentación? Aquí empieza la transgresión, porque los organizadores de *Tedx* están convencidos de que el aprendizaje es emocional y que, ante el exceso de información, lo mejor es ir al corazón. «Hay un trabajo de *coaching* muy importante durante los seis meses anteriores porque

En horizontal, tres momentos del *Web Summit de Dublín* de este año. Arriba Bono (U2) durante una ponencia. Abajo, detalle de un expositor en la capital irlandesa y 'stands' de los participantes. En vertical, representante de *Green Momit*, ganador del *IBM Smart Camp*.

de *apps* de referencia», cuenta Christian Rodríguez, CEO de *Byhours*, quien destaca también las ventajas de eventos como los foros de inversión de *IESE*, donde consiguieron cerrar su primera ronda, o concursos como el *Emprendedor XXI* de *La Caixa*.

Pero si de conseguir financiación se trata, Rodríguez lo tiene claro: «El inversor te tiene que tener en su mapa y saber que existes antes de que necesites la ronda, de modo que cuando volváis a coincidir pueda analizar si has cumplido los objetivos», aconseja. Y se aplica su propia medicina. En este 2015, *Byhours* quiere cerrar una nueva ronda de inversión, por lo que ha empezado ya a mantener las primeras reuniones. También tuvieron una oportunidad en el *Web Summit*. «Es otra liga: la documentación, las preguntas y el *approach* es diferente: cambia la cantidad de dinero y cambia, también, la metodología», asegura.