

## Guía para armar un "Palermo Valley"

### **INTRO**

Palermo Valley es un emprendimiento sin fines de lucro que busca reunir y propulsar a la comunidad de emprendedores web de Argentina a través de eventos periódicos. Su objetivo es el de facilitar y articular relaciones entre las organizaciones y los individuos vinculados con la industria de internet, impulsando la creación de valor a través de las conexiones espontáneas que se crean, ya sean profesionales y comerciales o personales.

Palermo Valley se originó como una idea de un grupo de gente en Twitter, un servicio de microblogging. En su forma básica, surgió como denominador de la zona de Palermo en Buenos Aires, que concentra un gran número de empresas de internet. Sin embargo el concepto se ha extendido desde entonces como común integrador de los emprendimientos web de Argentina.

Palermo Valley utiliza su blog como mecanismo de difusión de sus eventos y de información relevante para la industria. Cuenta con una lista de start ups locales, de blogs de interés y de eventos relevantes.

El equipo coordinador de Palermo Valley esta conformado por un grupo de voluntarios profesionales que aportan, desde múltiples disciplinas, su experiencia en la industria de internet. La lista completa se puede encontrar en [palermovalley.com](http://palermovalley.com)

Palermo Valley no lucra con la organización de los eventos: somos todos voluntarios y el dinero que juntamos por esponsoros es exclusivamente para poder armar los eventos y pagarle a los que proveen servicios que no podemos conseguir por donación o canje.

### **PALERMO VALLEYS EN OTRAS CIUDADES**

Palermo Valley quiere facilitar la creación de eventos de características similares, o "valleys" en todo el país. Para ello creó esta guía para ordenarlos y organizarlos, para minimizar el trabajo de los organizadores y maximizar su éxito.

#### **El network**

El principal concepto de aquellos que deseen ser voluntarios para llevar adelante Valleys en otras ciudades es que **forman parte del network de Palermo Valley**. Si bien son grupos independientes, con poder de decisión descentralizados, **forman parte de una entidad mayor que los agrupa y con normas bajo las cuales aceptan participar**.

Las normas no son otras que el respeto mutuo, la búsqueda del bien de la comunidad sobre el bien individual, el no lucro con esta actividad, la deliberación de las decisiones que afecten a todos y el carácter vinculante de las mismas en post de la permanencia de los individuos como parte de la red.

#### **La marca**

Para que esto sea efectivo, consideramos fundamental **respetar la marca Palermo Valley**, que no sólo incluye el nombre sino también el logo y el sitio.

1- Sugerimos que las reuniones se denominen “Palermo Valley” y luego el nombre de la ciudad (Ej: “Palermo Valley Mendoza”) para unificar nuestros esfuerzos bajo una misma marca y poder contar con el apoyo de difusión de PVBsAs. Palermo Valley, como sostuvo correctamente Santi Siri al escribir los principios, no está en un lugar sino que esta en todas partes, es una marca como Barcamp, a la que se regionaliza al agregarle la ciudad.

2- Cada ciudad puede hacer su logo, manteniendo algún rasgo que lo una al logo principal y el logo de PV deberá estar presente en el sitio: se va requerir poner en el home page un gráfico que diga “parte del Palermo Valley Network”, para incrementar la identificación de manera gráfica.

3- Palermo Valley va a requerir que las diferentes ciudades monten sus blogs sobre la plataforma de publicación que ya estamos utilizando, usando el subdomino ciudad.palermovalley.com, para facilitar la integración de contenido a nivel global. Los voluntarios de cada ciudad tendrán libertad de publicar información y noticias en el mismo, donde un editor general unificará criterios de contenido en caso de que sea necesario.

### **Los beneficios**

Creemos que hay poder real en armar una red sólida y efectiva, que permita ser un nodo de influencia a nivel nacional, facilitando la realización de inversiones, de creaciones de empresas y de puestos de trabajo. Si formamos una red de organizaciones que trabaja en conjunto, será mas sencillo poner temas en al agenda de los decision-makers y obtener beneficios para todos.

A nivel puntual, formar parte de la red de Palermo Valley beneficia de la siguiente manera:

- Compartir mejores prácticas a nivel nacional
- Conseguir speakers de relevancia
- Conseguir sponsoreos nacionales
- Obtener acceso a recursos gubernamentales nacionales
- Lograr ser una red de relevancia que movilice un numero de participantes importante

### **Comunicación con PV Buenos Aires y los demás PV**

Así mismo, como forma de comunicación entre los integrantes de los diferentes PV, hemos creado un foro al que todos pedimos que se sumen. Todas las preguntas e inquietudes serán respondidas desde el foro para crear una base de datos y minimizar la carga de emails para todos. Les ruego que todos los voluntarios se anoten a la brevedad en: <http://palermovalley.com/foro/index.php>

Preguntas puntuales, delicadas o que no corresponda poner en el foro (apelamos al sentido común de cada uno) pueden ser enviadas por mail a Vanesa Kolodziej

(mail@vanesak.com) o a Rodolfo Llanos (rllanos@soloingles.com). Estamos armando un mail único de comunicación con lo de más valleys pero aun no lo tengo.

## **ORGANIZACION**

### **El equipo**

El equipo organizador de cada PV está integrado por lo que denominamos facilitadores, voluntarios que posibilitan la organización de los eventos. El armado de comisiones entre los facilitadores permite a cada uno concentrarse en su tarea y eliminar la burocracia tradicional en las tareas realizadas por comités. En Palermo Valley Buenos Aires tenemos 6 comisiones principales: Eventos, Prensa y Difusión, Website, Asuntos Públicos (desarrollo de oportunidades con el gobierno, etc.), Relaciones con otros Valleys, desarrollo de fondos, etc.

Si bien no es necesario tener estas comisiones para organizar los eventos, sugerimos que utilicen algún tipo de estructura que permita identificar a los responsables de cada función.

### **La comunicación entre facilitadores**

Nosotros nos reunimos una vez por evento y luego hacemos toda la planificación por mail, utilizando una lista de mail que le llega a todos. Quisimos utilizar un foro pero no funcionó, pero creemos que puede ser diferente en otros lugares.

Creemos que algo de interacción cara a cara facilita las cosas, así como tener una persona que haga de project manager, llevando nota de todos los todos y de las personas que se comprometieron a hacerlo

### **Las decisiones internas**

Las decisiones respecto a la organización de los eventos se toman en conjunto dentro de cada valley, por consenso y apelando al sentido común y el interés de la comunidad. No hay restricción respecto al número de eventos anuales, tipo de eventos (desayunos, almuerzo, networking a la noche, con o sin cerveza, con o sin speaker, etc.)

## **EL EVENTO**

Como nuestro foco esta centrado en los Eventos, la organización y la logística de cada encuentro es vital.

**El lugar.** Es fundamental encontrar un espacio de fácil acceso publico y seguro, que sirva cerveza o permita que la sirvan (hay muchas universidades en las que no se puede servir), que tenga con WIFI y que tenga capacidad suficiente para la gente que esperan, y de ser posible que sea gratis (o a cambio de la barra). Es preferible que sea un lugar con una sola planta, si hay más de un piso la gente se dispersa y eso daña al networking. Que no haya mesas y si las hay que al menos que no entorpezcan la circulación. Nosotros hicimos cada PV en un lugar diferente y fue una de las cosas más complicadas de hacer el evento. Si pueden conseguir cerrar un deal con un solo lugar y hacer todos los eventos ahí, mejor.

**Preinscripciones:** usar un sistema para preinscribir a los participantes es muy efectivo para realizar la organización previa del evento. Si sabemos que hay 100 inscriptos es más fácil prever un lugar que para 70 va a quedar chico y no encontrarse con ese problema el día del evento. Hay múltiples herramientas online para hacer esto (nosotros comenzamos usando eventioz.com) o se puede desarrollar un producto propio para facilitar la integración con el blog. Lo importante es unificar la herramienta o esta muy al tanto de lo que sucede en grupos de Facebook u otras redes sociales para que no se dupliquen preinscriptos ni se dejen de calcular los dispersos.

**Inscripción:** es bueno saber quien vino de las personas que se inscribieron, y quienes vinieron de los que no se inscribieron para mantener un registro. A la entrada tiene que haber una mesa donde se distribuyen las identificaciones y donde se anotan lo que concurren. Una persona debe quedarse ahí la mayoría del evento. No recomendamos que pongan cupos o que no dejen entrar a alguien.

**Identificaciones:** aunque mucha gente es reticente a usarlos, el uso de Identificadores o Credenciales es muy útil para el networking y las presentaciones. La manera más sencilla es preparar carteles blancos y repartirlos en la entrada para que cada asistente le agregue su nombre. Otra opción es repartir portacredenciales para que cada asistente coloque su tarjeta de presentación personal, pero no todos la tienen. El cartel unifica a la audiencia y la integra. Separar los carteles por colores para identificar a los distintos integrantes (diseñadores, emprendedores, inversores, etc.) ha probado no ser efectivo.

**La barra:** nuestra estructura nació de forma espontánea: consultamos con el dueño de un bar si tenía inconveniente en que fuera mucha gente y le comprara mucha cerveza y como no lo había se hizo la primer Palermo Valley Night en el bar Monk a donde acudieron 70 personas. Eso mismo se instrumentó en cada encuentro: el bar cede el lugar y genera sus ingresos vía la barra (y la promoción gratuita). Sin embargo es un modelo que resulta bien a escalas chicas pero a gran escala entorpece la organización.

En caso en el que cuenten con un lugar donde no se sirva cerveza, pueden obtenerla por canje con alguna marca local o conseguir alguna persona que quiera llevar adelante la venta. En la medida de lo posible dar cerveza gratis es lo mejor. Si no se puede, es importante que el precio no sea caro.

**Networking:** el networking o las presentaciones cara a cara son el alma de los encuentros. El lugar debe estar pensado para favorecer que la gente se conozca entre si, converse y ante todo circule con comodidad. Si el lugar es chico la gente se mueve poco. Si hay música que el nivel del sonido este bajo y no dificulte el habla.

**Conectividad a Internet:** No lo logramos nunca (los bares carecen de buenas redes inalámbricas todavía) pero seguimos considerando la conexión a Internet vía WiFi como una prioridad. Si no hay no es la muerte, pero si la hay las posibilidades se multiplican.

**Proyección:** un detalle menor que complicó todos los encuentros. Asegúrense de que cuentan con una Notebook con las conexiones adecuadas para conectar al Proyector y

que hay una pantalla o superficie adecuada para proyectar. El presentador debe estar visible, frente a la pantalla en lo posible sin tajarla. La luz ambiente debe ser la adecuada para que se vea sin problemas. El sonido ambiente debe reducirse al mínimo. Siempre tener un repuesto de cada ítem (notebook, proyector, cables, micrófono, etc.)

**Sponsors:** muchas veces los eventos implican gastos de operación que han de ser cubiertos de alguna manera. El uso de sponsors que aportan dinero a cambio de la colocación de banners publicitarios durante el evento es muy eficaz: se comunican marcas puntuales e interesantes para una audiencia específica. Sin embargo esto requiere la capacidad de emitir facturas o recibos. Una manera de evitarlo es pedir a los sponsors que cubran los gastos directamente. Ejemplos de gastos: alquiler de equipos, catering, camisetas o regalos, etc.

Así mismo, incentivamos toda clase de sorteos o beneficios para la gente que viene, donde el participante se pueda beneficiar sin que eso pase por nuestras manos.

Palermo valley no cuenta con una fundación o asociación civil, por lo que se recomienda pedirle a cada sponsor que pague algo específico, como por ejemplo las remeras o el sonido.

**La agenda del evento:** tener armada una agenda básica con horarios y los hitos más importantes de la noche. Respetarla. Es muy importante hacer una apertura del evento: que una persona tome un micrófono y de la bienvenida es suficiente para invitar al networking. Si hay presentaciones, no hacerlas todas al principio porque eso mata el networking, en lo posible dejar la presentación más importante para el final y al menos una hora de networking par que la gente se conozca. Al final hacer un cierre e invitar a seguir conectados en la web.

**Presentaciones:** es una modalidad donde un invitado especial da una charla a la audiencia sobre temas generales de interés para todos. Pueden ser reflexiones del mercado actual, estado de la industria, motivacionales, etc. Se suele invitar a figuras de renombre en la industria. Esto permite la interacción entre los consagrados y los que recién comienzan, dando pie a interesantes intercambios y la posibilidad de aprender de la experiencia ajena.

**Speakers:** son personas que vienen a contar sus experiencias y dar una charla durante el evento. Hemos hecho eventos con y sin speakers, y los que hicimos con speakers la gente se fue más contenta. Tiene que ser personas que vengan a hablar de temas relevantes para los emprendedores y no a vender sus productos, tiene que ser instructivos y entretenidos. Hicimos 4 presentaciones en una noche y fue mucho, lo ideal es 2 speakers.

**Elevator Pitches:** es una modalidad de presentación donde un emprendedor da una pequeña charla acerca de su empresa, sus proyectos, sus planes en un período de tiempo muy breve. 7 minutos alcanzan para dar una idea general. Una cosa que implementamos fue tener un pequeño panel de expertos que preguntaban al emprendedor acerca de su empresa o proyectos y le daban sugerencias específicas. La idea es que el público en general que pueda tener inquietudes similares a las del que presenta se lleve un consejo

práctico del evento. A la vez da gran visibilidad a los proyectos que se presentan, ya sea ante el resto de la comunidad y ante inversores potenciales.

**Consejos prácticos:** recolectar todas las presentaciones de antemano, guardarlas en la computadora donde se realizará la proyección en pantalla gigante y guardar copia de todas en algún dispositivo USB a modo de backup. Ser estrictos con los tiempos, todo el mundo tiende a hablar de más, ir guiando a los presentadores para indicarles cuanto tiempo les falta para terminar. No tenemos VIPS ni áreas especiales: todos pueden hablar con todos. Así mismo, es importante que todos recuerden que son responsables del evento y que tienen que participar en resolver los problemas que se presenten ese día.

## **OTROS**

**Periodicidad:** Nosotros no dijimos que lo hacíamos cada x tiempo, lo hicimos siempre que se dio. Nuestro consejo es que hagan uno, vean como sale, y un par de meses después hagan otro, para poder ver si el entusiasmo del grupo se mantiene. Creemos que lo mejor es más de 2 al año y menos de 8.

**Difusión:** es fundamental mantener el website actualizado, y que sea el punto único de comunicación. Un sitio de referencia desde donde se comunican las fechas de los eventos y se organiza de a poco a la comunidad. Un blog es la herramienta más efectiva, sin embargo es conveniente utilizar cuanta herramienta esté a nuestra disposición para brindarle a la comunidad servicios que le sean de utilidad y que ayuden a concretar nuestros objetivos.

**Prensa:** la difusión de los encuentros se hace a través de website pero es necesario ser proactivos en la comunicación con los blogs, la prensa especializada y la generalista. Cuanto más gente este al tanto del movimiento y de los objetivos que tenemos más efectiva será nuestra tarea. Para esto resulta muy conveniente designar un encargado de prensa y armar un kit de prensa donde se respondan las preguntas más frecuentes, se expongan las ideas y objetivos del grupo y se muestren por medio de fotografías y otros elementos visuales (logo en alta, etc.) la vida de la comunidad. Esto será de mucha utilidad cuando se haga frente a las preguntas de los bloggers o periodistas y se intente explicar el alcance del movimiento. Así mismo, tenemos mucho cuidado de no espamear ni insistir más de lo debido.

**Relaciones con otros eventos:** hacemos en la medida de lo posible difusión de eventos similares, incluyéndolos en nuestra página. Les dejamos saber de nuestros eventos

**Listas:** no compartimos las listas de nuestros eventos con nadie y no brindamos ningún tipo de datos personales. No enviamos mensajes a los asistentes, solamente a los usuarios del grupo de facebook para anunciarles los eventos

## **DIVISIÓN BÁSICA DE TRABAJO (una persona por rol)**

- logística de la difusión: armar grupo en Facebook, mandar invitaciones, mandar info a bloggers
- conseguir lugar, cerveza y speakers: conseguir todas esas cosas

- logística del día: una persona que este de temprano viendo que el lugar este OK, que los sponsors pongan los carteles, que el micrófono funciones, etc., y que responda a cualquier problema durante el día
- otros: sponsoreos, logística de audio, etc.