

## EVENTOS DE BMX FLATLAND

Puntos importantes para el desarrollo de un evento de BMX Flatland:

### 1. Definir el lugar

*El lugar dónde se va a realizar el evento es muy importante. En él hay que ver ¿Cómo es el piso? ¿Tiene suficiente espacio? ¿Es un lugar cubierto? ¿Hay baños? ¿Tiene conexiones eléctricas?*

*Al realizar un análisis por lo menos de estas preguntas se puede definir si el lugar es adecuado para realizar un evento de Flatland.*

### 2. Definir qué tipo de evento y actividades se van a realizar

*Podríamos definir dos tipos de actividades que podemos realizar, las competencias y los Jams. A nivel competitivo podemos tener en cuenta algunos aspectos como, por ejemplo: El formato de la competencia (Batallas o por tiempo), la cantidad de categorías (Novatos, Expertos, PRO, Femenina), el tiempo de presentación de los participantes y los jueces que realizarán el juzgamiento a los deportistas. En cuanto a los Jams, es un encuentro más informal, en dónde, en algunas ocasiones también se realizan competencias, pero podrían ser pensados más en una actividad de buscar una interacción entre los deportistas que no necesariamente debe ser competitiva.*

### 3. Recursos económicos

*Cuando se realiza una actividad, también es importante tener en cuenta que se requerirán recursos económicos. Para ello, lo que debe hacerse es un presupuesto, en dónde todos los aspectos que se necesiten para hacer el evento estén incluidos. De tener un buen análisis presupuestal, dependerá en gran medida el éxito del evento, así como evitar contratiempos y dificultades que se pueden presentar en cualquier momento por haber olvidado detalles.*

*La pregunta clave es ¿Cómo obtener los recursos? Y la respuesta tiene mucho que ver con dos aspectos: Los ingresos por inscripciones de los participantes y los patrocinios o apoyos de marcas y empresas que estén interesadas en ayudar al evento. Aquí existe el desarrollo de toda una estrategia de beneficios que se debe explicar a todas las personas interesadas en apoyar el evento. En otras palabras, definir el beneficio que tendrán ellos por invertir en el evento.*

***Dato importante: “El valor o recursos que podremos solicitar a las marcas y empresas que pueden patrocinar, saldrá del análisis al presupuesto que se haya elaborado para hacer el evento.”***

### 4. Medios de Comunicación

*Podríamos definirlos como aquellas personas o empresas que se encargan de realizar la difusión y promoción del evento. Hacen parte estratégica del evento, porque a través de ellos se logra convocar a los participantes y mostrar al mundo lo que ocurre con el evento tanto antes, durante y después. Gran parte de la estrategia de beneficios mencionada en el punto anterior tiene que ver con los medios de comunicación que se utilicen para mostrar la actividad.*

## 5. Política y Gobierno

*Este es un aspecto muy importante porque nuestra organización social tiene a los deportes cómo una actividad fundamental del bienestar humano. Por esta razón los entes gubernamentales están muy interesados en apoyar los eventos deportivos. Pero el punto importante a tratar acá, es que la actividad esté apoyada desde un aspecto político con la intención de promover el deporte desde un punto de vista, recreativo y deportivo, y no desde una mirada con la intención de afiliar un pensamiento o corriente política con el deporte.*

*Si esto no está claro, por ejemplo, si es un partido político o una corriente política la que está en determinado momento en el poder gubernamental, cuándo llegase a haber un cambio de gobierno con otra corriente política diferente y esta simplemente porque hace ver que el deporte era una filiación política del anterior, podría decidir no continuar apoyando. De ahí que lo fundamental sea negociar y mostrar a los entes gubernamentales que lo importante son los diferentes beneficios que genera el deporte a la sociedad por su promoción y no que se haga una relación de un deporte con determinado pensamiento político.*

## 6. Propuesta

*¿Cómo se comienza a hacer el evento? Luego de haber analizado los puntos anteriores. Lo primero que se debe hacer es una propuesta o proyecto. Es decir, en un documento se escriben todos los aspectos que se analizaron para realizar la actividad. La idea del evento, en qué lugar se va a hacer, qué categorías en el caso de las competencias, cuáles serán los premios, qué fecha y días se realizará, el formato de la competencia, los medios de comunicación que participarán, los patrocinadores, etc. Seguramente, al inicio, cuándo se comienza con la idea de hacer el evento, por ejemplo, no se tenga concretado el lugar, que es uno de los aspectos más importantes. Entonces ¿Cómo conseguir el lugar? Para esto, se puede, comenzar a escribir la propuesta con las ideas de lo que se quiere hacer e ir pensando en cada una de las cosas que se necesitará. Si no se tienen los datos exactos, entonces se van proyectando. Por ejemplo, no tenemos la cantidad exacta de participantes, pero podemos proyectar, pueden ser, 10, 20 o 50, etc., que este dato lo obtendremos de un análisis que haremos de las personas que podrán asistir. A medida que se van sumando marcas y empresas interesadas en apoyar, iremos completando el proyecto y el documento, colocándole más información con certeza.*

*A medida que se van consiguiendo cosas, esto va provocando un efecto muy beneficioso para el evento. Por ejemplo, si tienes confirmado un lugar, entonces las marcas podrían interesarse más. O por ejemplo si ya se logró el apoyo de una marca, también a un lugar le puede interesar que se haga el evento porque esa marca está.*

Obviamente, esto es una descripción muy superficial de los diferentes aspectos que se deben tener en cuenta para escoger cada una de las cosas que se necesitan. Pero es un bosquejo general puede ayudar a que tenga una guía de ¿Cómo hacer un evento?