



LIGA
Panameña
de Fútbol

REGLAMENTO COMERCIAL 2024



LPF



LFF



**LIGA
PROM**



**LIGA
JUVENIL**

CONTENIDO

CAPÍTULO PRIMERO: INTRODUCCIÓN

1. Aplicación del Reglamento
2. “Por una liga más profesional”
3. Comisión de Competencia

CAPÍTULO SEGUNDO: DERECHOS COMERCIALES

4. Derechos comerciales
5. Repartición de beneficios

CAPÍTULO TERCERO: PATROCINIO

6. Documentación de patrocinios
7. Compromiso de marketing no autorizado
8. Prohibiciones comerciales
9. Exclusividades comerciales

CAPÍTULO CUARTO: PLANOGRAMA Y VALLAS

10. Colocación, supervisión y remoción de vallas
11. Patrocinios nuevos y/o eliminación de patrocinadores
12. Especificaciones de la valla
13. Prohibiciones de marcas
14. Activaciones y material de la LPF
15. Estado de vallas

CAPÍTULO QUINTO: REQUISITOS COMERCIALES

16. Especificaciones oficiales
17. Ventas
18. Venta de merchandising
19. Logos
20. Transmisión de partidos
21. Boletería
- 21-A. Costo mínimo de boletos

CAPÍTULO SEXTO: COMPROMISO COMERCIAL

22. Entrevistas
- 22-A. Backing
23. Uso de drones
24. Comunicación
- 24-A Juego de las Estrellas
25. Vulneración de imagen
26. Jornadas finales

- 27. Sanciones y/o multas aplicables
- 28. Validez de los informes
- 29. Modificaciones al reglamento

Anexo #1: Restricciones Comerciales

Anexo #2: Planogramas Oficiales (Sin LED / Con LEDs)

DEFINICIONES

1. **MARKETING AUTORIZADO:** Es el acuerdo pactado con todos los Clubes Profesionales en este Reglamento de cumplir con los requisitos, derechos y compromisos dentro de este documento. Es decir, llevar un mercadeo y publicidad ejemplar dentro de los eventos deportivos realizados por la Liga Panameña de Fútbol basado en la constante comunicación y relación con los miembros de la liga para organizar y ejecutar estrategias de mercadeo transparentes e igualitarias.
2. **MARKETING NO AUTORIZADO:** Significa cualquier intento por parte de los Clubes Profesionales afiliados de llevar a cabo una decisión de trade marketing ilegal o no comunicada previamente a la liga organizadora; Además, aprovecharse de la buena voluntad y publicidad de la LIGA PANAMEÑA DE FÚTBOL de un modo no autorizado.
3. **MERCHANDISING:** Conjunto de productos que tienen como objetivo promocionar a un club.
4. **PLANOGRAMA OFICIAL:** Esquema realizado por la LPF que determina el posicionamiento de las vallas publicitarias de un partido.
5. **LPF:** Liga Panameña de Fútbol.
6. **FEPAFUT:** Federación Panameña de Fútbol.
7. **COMPETICIONES:** Todas las ligas y/o torneos organizados por la LPF.
8. **BACKING:** Acrílico que contiene la marca de patrocinadores de la LPF, el cual, debe estar visible en las entrevistas después del partido. El mismo es suministrado por la LPF.

CAPÍTULO PRIMERO: INTRODUCCIÓN

ARTÍCULO 1 – APLICACIÓN DEL REGLAMENTO

El presente Reglamento Comercial es aplicable para todos los torneos que organice la **LIGA PANAMEÑA DE FÚTBOL (LPF)** y es de observación obligatoria para todos los Clubes, debidamente afiliados a la **FEDERACIÓN PANAMEÑA DE FÚTBOL (FEPAFUT)**, que en conjunto integran la **LPF, LFF, LIGA PROM y LIGA JUVENIL**.

ARTÍCULO 2 – “POR UNA LIGA MÁS PROFESIONAL”

Por medio del presente documento se busca la unificación de criterios para ser la guía comercial de todos los torneos que organice la **LPF**. Esto se logrará definiendo los siguientes puntos y obligaciones descritas a continuación:

1. Definir la estructura comercial de los Clubes con el propósito de tener un enlace comercial entre el club y la **LPF**.
2. Hacer cumplir el Reglamento Comercial en cada partido y a lo largo de todo el torneo.
3. Entregar toda la documentación e información comercial necesaria a la **LPF** y partes interesadas.
4. Coordinar temas comerciales con tiempo de anticipación al próximo torneo.
5. Coordinar estos temas con el Comisionado y equipo de la **LPF**.
6. Tratar todos los temas relacionados a la consecución de un Marketing Autorizado.
7. Proveer a la **LPF** con cualquier solicitud comercial necesaria.

ARTÍCULO 3 - COMISIÓN DE COMPETENCIA

La Comisión de Competencia de la FEPAFUT, será el órgano encargado de sancionar cualquier violación o incumplimiento a las normas que rigen la competencia, en los términos del presente Reglamento y de conformidad con el Reglamento de la Comisión de Competencia de la FEPAFUT.

La Comisión de Competencia de la FEPAFUT estará integrada por un mínimo de tres (3) y un máximo de cinco (5) miembros, quienes deberán ser personas de reconocida solvencia moral con conocimientos en la actividad futbolística federada; designadas por el Comité Ejecutivo de la FEPAFUT.

Las decisiones adoptadas por la Comisión de Competencia, en lo que respecta al presente reglamento, son definitivas y obligatorias, por lo que no son susceptibles a recursos.

CAPÍTULO SEGUNDO: DERECHOS COMERCIALES:

ARTÍCULO 4. DERECHOS COMERCIALES

Los clubes ostentarán los siguientes derechos comerciales cuando participen como club local en las **COMPETICIONES**:

1. Cincuenta por ciento (50%) de las vallas estáticas en el estadio y un lapso de tiempo de valla digital (en los partidos señalados en el calendario de las **COMPETICIONES**).
2. Cien por ciento (100%) de los derechos de taquilla. Su emisión, distribución y venta debe estar aprobada por la LPF.
3. Cien por ciento (100%) de los derechos de hospitalidad. Estos derechos incluyen, pero no se limitan a:
 - a. Venta de bebidas y alimentos.
 - b. Disposición de palcos vip (según sea el caso).
 - c. Disposición de áreas especiales en el estadio.
 - d. Servicio de atención al cliente (acomodadores y otros).

La **LPF** podrá gestionar el **Hospitality** del partido en conjunto con el club.

Se tendrá como excepción a este numeral las fases finales de las **COMPETICIONES**, las cuales, el cien por ciento (100%) de los derechos de hospitalidad serán de la **LPF**, la cual estará a cargo de la organización del evento.

4. Oportunidad de realizar activaciones para sus patrocinadores y clientes, siempre y cuando las mismas no choquen ni exista conflicto de intereses directamente en imagen o comercialmente con los patrocinadores de la **LPF**. la **LPF** se reserva el derecho de realizar activaciones con sus patrocinadores con previa comunicación y coordinación con el club, respetando lo antes mencionado.
5. Derechos BTL dentro y fuera del estadio, para la promoción de sus patrocinadores. Las activaciones BTL dentro del estadio estarán supeditadas a la aprobación de la LPF.

Todos los derechos previamente enumerados son única y exclusivamente para el club, sin embargo, pueden ser enajenables y cedibles a terceros bajo aprobación escrita de la LPF.

Los derechos de vallas digitales estarán supeditados a la disponibilidad de las mismas que tenga la **LPF** en las diferentes **COMPETICIONES**.

ARTÍCULO 5 – REPARTICIÓN DE BENEFICIOS

La **LPF** le otorgará a los clubes participantes de las diferentes **COMPETICIONES** la repartición de los beneficios comerciales que emanen de los ingresos obtenidos en el desarrollo de las **COMPETICIONES** en las que participe y que incluyen, pero no se limitan a:

1. La venta de derechos de imagen.
2. Mercadotecnia.
3. Audiovisual.
4. Transmisión.
5. Retransmisión.
6. Derechos de nombre.
7. Cualquier otro derecho comercial que la LPF pueda desarrollar.

La distribución económica de este beneficio será notificada por escrito a los clubes.

CAPÍTULO TERCERO: PATROCINIOS

ARTÍCULO 6 – DOCUMENTACIÓN DE PATROCINIOS

La **LPF** previo al arranque de los torneos, le solicitará a todos los Clubes participantes la entrega de un listado provisional de patrocinadores oficiales del Club para tener un registro de todas las marcas presentes en el torneo y así evitar el choque de marcas competencia o el uso incorrecto de la marca en alguno de los partidos que se vayan a disputar en la temporada. Esta entrega de documentación se hará **DOS (2) SEMANAS** previo al arranque del torneo.

El listado de patrocinadores oficiales del Club podrá modificarse durante la temporada siempre y cuando sea notificado y autorizado por escrito por la LPF.

ARTÍCULO 7 – COMPROMISO DE MARKETING NO AUTORIZADO

Cada miembro o club participante se asegurará que en todos los partidos del torneo, ya sea de local o visitante, no exista ninguna actividad publicitaria y/o promocional que pudiera ser considerada lesiva a los derechos exclusivos de los patrocinadores y aliados estratégicos tanto de la **LPF** como de los clubes, inclusive se debe evitar cualquier actividad publicitaria y/o promocional que pudiere derivar en la presunción razonable de que se está realizando una práctica comercial con mala fe y fuera de los lineamientos descritos en este Reglamento Comercial. La LPF se reserva el derecho de solicitar el retiro de cualquier tipo de marketing no autorizado pudiendo sanciones al respecto.

ARTÍCULO 8 – PROHIBICIONES COMERCIALES

Los clubes tendrán **prohibido** exhibir de cualquier forma:

1. Lemas, mensajes o imágenes de índole política, religiosa, discriminatoria o de interés social.
2. Publicidad política, religiosa o social visible en el estadio.
3. Cualquier otra exhibición no autorizada por la **LPF**.

Esto incluirá exhibiciones antes, durante o después de un partido (ya sea dentro del estadio o en las afueras del estadio), indumentaria general del futbolista o miembro de cuerpo técnico, bolsas, gorras, recipientes o cualquier otro material visible de la delegación de los clubes participantes en cualquier instancia de un partido de la **LPF**.

ARTÍCULO 9 – EXCLUSIVIDADES COMERCIALES

Podrán existir patrocinios de la **LPF** que limiten la exposición de marcas patrocinadoras de Clubes que compitan en la misma industria.

La **LPF** anunciará a través de sus versiones de Reglamentos Comerciales en sus anexos, los cambios que se realicen en los contratos de patrocinio y sus cláusulas de exclusividades comerciales. Ver **ANEXO #1**.

CAPÍTULO CUARTO: PLANOGRAMA Y VALLAS

ARTÍCULO 10 – COLOCACIÓN, SUPERVISIÓN Y REMOCIÓN DE VALLAS

El Club local será el responsable de la colocación y remoción de vallas para el partido, por lo cual, deberá cumplir con las siguientes obligaciones:

1. Por lo menos una (1) hora antes del pitazo inicial, deberá ubicar todas las vallas siguiendo el **PLANOGRAMA OFICIAL DE VALLAS** adjuntado en el **ANEXO #2**. Si el club local no tiene las cantidades de vallas suficientes para cumplir con el **PLANOGRAMA OFICIAL DE VALLAS** deberá colocar como mínimo cinco (5) vallas en los tres (3) lados correspondientes de la cancha.
2. Durante el partido, vigilar que todas las vallas estén bien posicionadas.
3. Acomodar las vallas que lleguen a caerse o moverse después del pitazo inicial.
4. Al finalizar el partido deberá remover las vallas de la cancha y ubicarlas en el lugar asignado de reposo de vallas para cada estadio.

ARTÍCULO 11 – PATROCINIOS NUEVOS Y/O ELIMINACIÓN DE PATROCINADORES

Posterior al arranque de la temporada, los clubes que hayan agregado o eliminado a algún patrocinador deberán comunicarle a la **LPF** cuarentaiocho (48) horas antes del inicio del próximo partido del Club mediante una carta escrita solicitando añadir o remover dicho patrocinador.

ARTÍCULO 12 – ESPECIFICACIONES DE LA VALLA

Las vallas tienen un tamaño oficial de **SIETE METROS DE LARGO x UN METRO DE ALTO (7x1)** en un ángulo de **NOVENTA GRADOS (90°)**. Las vallas deben contar con **TRES (3) SOPORTES** en la parte posterior de la valla, uno en cada esquina y otro en el centro. La LPF contará con **dieciséis (16) espacios** disponibles para vallas y los Clubes participantes con **quince (15) espacios** disponibles para vallas. Conforme a lo estipulado en el **PLANOGRAMA OFICIAL DE VALLAS** adjuntado en el **ANEXO #2**.

ARTÍCULO 13 – PROHIBICIONES DE MARCAS

Los clubes participantes se comprometen a **EVITAR** el choque o ubicación inmediata de dos o más marcas de una misma categoría (comercializan productos similares o que compiten entre sí) en los eventos organizados por la **LPF**; ya sea en el orden de vallas, activaciones o cualquier otro material publicitario, conforme al **ANEXO #1**.

ARTÍCULO 14 – ACTIVACIONES Y MATERIAL DE LA LPF

Los clubes deberán avisar por escrito al Comisionado o al Coordinador de Mercadeo de la **LPF** cualquier activación que se haga en alguna de las fechas del torneo con un mínimo de tres (3) días previo al partido. De igual forma la **LPF** también se compromete a informar al club local cualquier activación que realizará dentro de un partido con el mismo tiempo de antelación.

ARTÍCULO 15 – ESTADO DE LAS VALLAS

El Club que coloque vallas en mal estado (oxidadas, rotas y/o destruidas) en el partido, será sancionado con una multa.

CAPÍTULO QUINTO: REQUISITOS COMERCIALES

ARTÍCULO 16 – ESPECIFICACIONES OFICIALES

El parche oficial de la **LPF** debe ser de una medida de **tres CENTÍMETROS DE ANCHO POR cinco CENTÍMETROS DE ALTO (3x5)**, su ubicación es en la manga derecha a un mínimo de un (1) centímetro de la costura y las opciones para colocar el parche son las siguientes:

1. Estampado del parche.
2. Sublimado del parche.

Cualquier opción **DEBE** ser del tamaño, color y logo proporcionado por la **LPF**; es importante mencionar que se podrá colocar patrocinadores en esa manga derecha, pero dejando una sangría de **tres (3) CENTÍMETROS ARRIBA DEL PARCHÉ**. En caso de que algún club no pueda cumplir con la especificación mencionada anteriormente por fuerza mayor, deberá comunicarle a la LPF la ubicación de su parche con anticipación de quince minutos (15) antes que empiece el torneo.

En caso de incumplir con lo impuesto se le podrá sancionar tomando en cuenta los reglamentos de competencia.

ARTÍCULO 17 - VENTAS

El club local podrá contar con empresas de ventas de comida y bebidas dentro del estadio, a su vez, podrá permitirle el acceso a otros comerciantes afuera de las instalaciones del estadio para que puedan vender sus productos a los fanáticos. De igual manera, la **LPF** podrá proporcionar espacio de venta a empresas patrocinadoras de la misma, siempre y cuando, no intervenga con los contratos del club local y sus patrocinadores.

La **LPF** se reserva el derecho de comercialización y venta de todos los patrocinadores, incluyendo los patrocinadores de los Clubes; que existan en las finales de los torneos, Fan Fest o cualquier otro producto de la **LPF** previa autorización del club cuyo patrocinador participara en el/los eventos.

ARTÍCULO 18 – VENTA DE MERCHANDISING

La venta de **MERCHANDISING** y cualquier otro producto comercial oficial de los Clubes Profesionales estará permitida en los eventos, siempre y cuando se informe al Comisionado o el Director de Mercadeo sobre la venta de dichos objetos **TRES (3) DÍAS ANTES** del partido. Todo esto se debe cumplir para poder tener una correcta organización del evento y exista igualdad de condiciones.

ARTÍCULO 19 - LOGOS

Los Clubes participantes deberán enviar sus logos originales y versiones alternativas oficiales a la **LPF** y demás clubes para poder utilizar la imagen correcta del Club en cualquier arte oficial de la **LPF**. Los logos deben ser enviados en los siguientes formatos:

1. PNG (Portable Graphics Format)
2. AI (Adobe Illustrator)
3. JPG (Joint Photographic Experts Group)
4. PDF (Portable Document Format)

De esta forma evitamos el uso indebido de algún logo y actualizamos los logos de los Clubes participantes por lo menos treinta (30) días antes del siguiente torneo, de existir algún cambio.

ARTÍCULO 20 – TRANSMISIÓN DE PARTIDOS

El Club local podrá transmitir un partido **exclusivamente** en sus redes sociales debidamente identificadas con el nombre del Club, siempre y cuando:

1. El partido no sea televisado por un tercero autorizado por la **LPF**.
2. La **LPF** haya autorizado la transmisión del partido.
3. El club visitante haya autorizado la transmisión del partido.

Ningún Club podrá ceder su derecho de transmisión a un tercero una vez ya estén cedidos por la LPF.

ARTÍCULO 21 – BOLETERÍA

El club local deberá cumplir con las siguientes obligaciones:

1. Al inicio de cada torneo, deberá subir a una plataforma de boletería digital sus primeros cinco (5) partidos de locales y subir el resto de partidos a la venta en la plataforma por lo menos siete (7) días calendario antes del partido.
2. Enviar a más tardar los días lunes de cada semana los boletos cortesía a la LPF (en jornadas irregulares, al menos cinco (5) días calendario antes del partido). Las cantidades de cortesías podrán variar según se incorporen nuevos patrocinadores a la LPF y la capacidad del estadio donde se jueguen los partidos.
3. Si el club local mantiene venta de taquilla antes del partido (cintillos, boletos físicos u otros), deberá tener el personal idóneo para validar ambos tipos de boletos (digitales y físicos) con los fanáticos.

ARTÍCULO 21-A – COSTO MÍNIMO DE BOLETOS

El club local deberá cumplir con los precios de venta de boletos **mínimos** estipulados a continuación:

	Ronda regular	Playoff/Semifinales	Final
LPF	US\$5.00	US\$8.00	US\$10.00
LFF	US\$3.00	US\$5.00	US\$5.00
Liga PROM	US\$3.00	US\$5.00	US\$8.00
Liga Juvenil	US\$2.00	US\$2.00	US\$4.00

El costo del boleto para la fanaticada del club visitante no podrá ser mayor al 50% del costo del boleto para fanáticos del club local.

Las promociones de venta de boletos no estarán supeditadas al mínimo de precio pero, deberán cumplir con el máximo de 50% de diferencia con los boletos del club visitante.

ARTÍCULO 22 – ENTREVISTAS

El club local y visitante deberá tener disponible a un jugador que haya disputado por lo menos cuarenta y cinco (45) minutos de juego o haya anotado un gol y, un miembro del cuerpo técnico antes y después del partido, para que los medios de comunicación acreditados por la LPF le puedan realizar entrevistas. Esta obligación solo aplicará en partidos televisados o con presencia de uno o más periodistas acreditados en el estadio.

ARTÍCULO 22 A - BACKING

El club local deberá colocar el **backing (acrílico)** en las entrevistas después del partido en una posición en la cual sea completamente visible en la transmisión televisiva (en visión de

la cámara). Esta obligación solo aplicará para los clubes que disputen partidos televisados en un estadio con **backing (acrílico)** suministrado por la **LPF**.

El club local deberá asegurarse que el **backing (acrílico)** se mantenga en buen estado y resguardado de manera segura para su uso en próximos partidos.

ARTÍCULO 23 – USO DE DRONES

Se permitirá el uso de drones hasta sesenta (60) minutos antes del inicio del partido.

Se prohíbe el uso de drones en el pitazo inicial, el transcurso de un partido y descanso intermedio, salvo que la **LPF** apruebe su uso.

El club local es responsable de restringir y prevenir el uso de drones cuando no esta autorizado por la **LPF**.

CAPÍTULO SEXTO: COMPROMISO COMERCIAL

ARTÍCULO 24 – COOPERACIÓN Y CONSENTIMIENTO

Como principio general, todos los Clubes participantes deberán cumplir estrictamente los términos y condiciones descritos en el presente Reglamento Comercial en relación con su participación en la Competencia. Además, los Clubes serán plenamente responsables del total cumplimiento del presente Reglamento Comercial de parte de sus Miembros, de la Delegación del Equipo y cualquier tercero contratado por los Clubes participantes y, por tanto, deberán notificar de inmediato a sus patrocinadores, aliados y demás terceros contratados sobre el contenido del presente Reglamento Comercial.

Todos los Clubes Profesionales participantes defenderán y mantendrán indemnes a la **LPF** y sus funcionarios, directores, empleados, representantes, agentes y todas las personas auxiliares de toda responsabilidad, obligación, pérdida, daño, perjuicio, sanción, reclamo, multa y gasto (incluyendo los gastos jurídicos razonables) de cualquier tipo o naturaleza que resulten, surjan o se puedan atribuir a cualquier incumplimiento del presente Reglamento por parte de los Clubes, sus Miembros de la Delegación del Equipo, sus afiliadas y cualquier tercero contratado por estos.

ARTÍCULO 24-A – JUEGO DE LAS ESTRELLAS

La **LPF** organizará una (1) vez al año el **Juego de las Estrellas**, en el mismo participarán los doce (12) clubes de la Primera División de la LPF, divididos en dos (2) equipos:

1. Equipo Este, que tendrá participación de los seis (6) clubes de la conferencia este de la Primera División.
2. Equipo Oeste, que tendrá participación de los seis (6) clubes de la conferencia oeste de la Primera División.

A su vez, la **LPF** seleccionará a un cuerpo técnico para cada equipo.

Para el Juego de las Estrellas, la **LPF** junto con el cuerpo técnico seleccionado, convocará a mínimo dos (2) y máximo cuatro (4) jugadores de cada club participante de la Primera División de la **LPF**. Todo jugador que sea convocado tendrá la obligación de participar salvo que tenga una causa justificada por la que no pueda asistir.

El club que no ceda a mínimo dos (2) de sus jugadores que sean seleccionados por la **LPF** para que participen en el Juego de las Estrellas sin tener causa justificada, será sancionado con la disminución de tres (3) puntos de la tabla general de puntuaciones de la Primera División del torneo en curso.

ARTÍCULO 25 – VULNERACIÓN DE IMAGEN

La **LPF** se reserva el derecho de exigir que se retire o elimine cualquier fotografía y/o video que atente contra la imagen de la **LPF** y sus **COMPETICIONES** en las redes sociales, medios de comunicación, y cualquier otro medio donde se pueda vulnerar su imagen. En caso de que un club no siga las indicaciones de la **LPF** de retirar o eliminar cualquier cosa, podrá recibir sanciones conforme al reglamento.

ARTÍCULO 26 – JORNADAS FINALES

En las jornadas finales de todos los torneos y categorías, la **LPF** será la única entidad autorizada de ordenar, modificar y, en general, administrar toda la logística del partido.

Los Clubes finalistas tendrán el derecho de exponer sus marcas aliadas o patrocinadores con activaciones BTL o material publicitario de complemento, previa coordinación con la **LPF**.

ARTÍCULO 27 – SANCIONES Y/O MULTAS

Las siguientes sanciones y medidas podrán imponerse a los clubes en caso de incumplir con el presente reglamento:

1. advertencia;
2. apercibimiento;
3. multa u otra medida pecuniaria;
4. partido a puerta cerrada;
5. partido en terreno neutral;
6. reducción de puntos en la tabla general;

Las multas no serán inferiores a cincuenta dólares (US\$50.00) ni superiores a cincuenta mil dólares (US\$50,000.00).

Las sanciones y medidas contenidas en el presente artículo pueden combinarse.

La Comisión de Competencia de la FEPAFUT será la entidad encargada de ponderar y sancionar los incumplimientos al reglamento comercial de conformidad con el presente artículo, considerando la categoría del club, la gravedad del incidente y su reincidencia.

ARTÍCULO 28 – VALIDEZ DE LOS INFORMES

Se presumirá que los informes de los comisarios de partido y del departamento de mercadeo de la **LPF** reflejan verazmente los hechos narrados y dan plena fe de lo reportado. Los mismos tendrán validez oficial, y podrán ser utilizados por la Comisión de Competencia como apoyo en los asuntos de su competencia.

ARTÍCULO 29 – MODIFICACIONES AL REGLAMENTO

La **LPF** podrá modificar el Reglamento Comercial después de cada torneo de la categoría masculina.

El presente Reglamento y sus anexos fueron aprobados por el Comité Ejecutivo de la FEPAFUT en la Ciudad de Panamá, a los veinte (20) días del mes de junio de 2024 y son de aplicación inmediata.

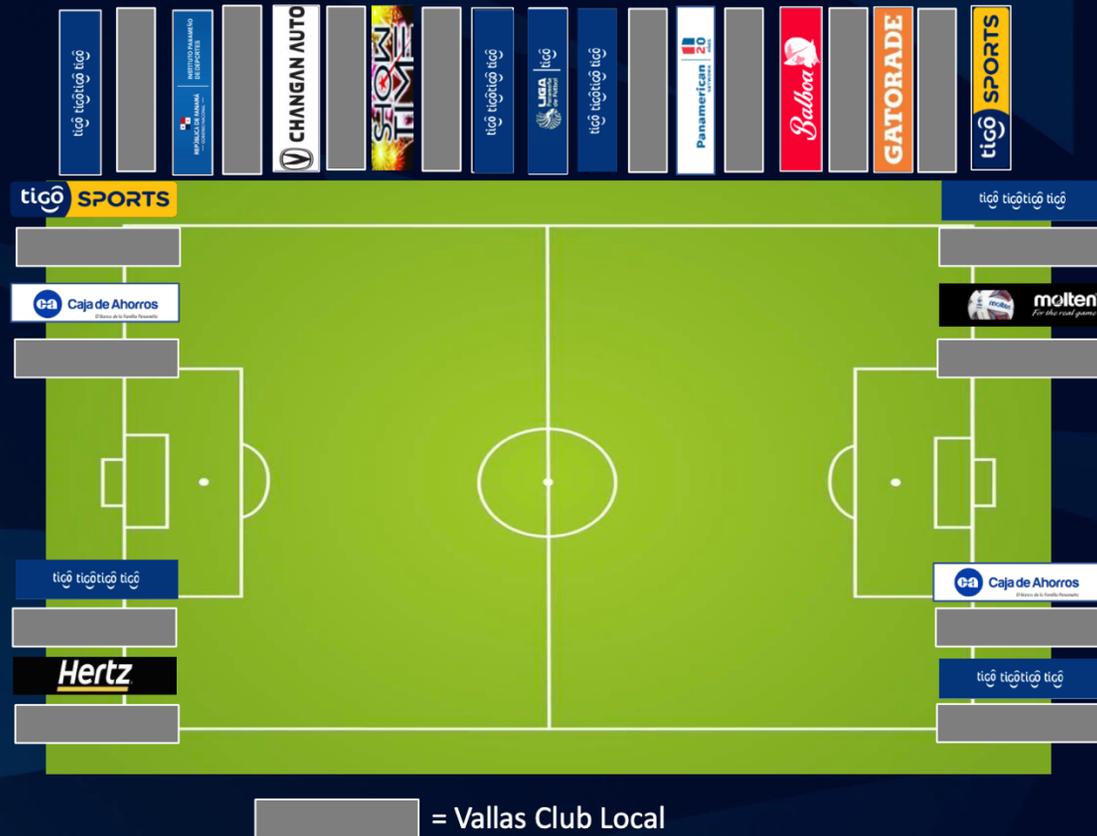
ANEXO #1 : RESTRICCIONES COMERCIALES

MARCA	CATEGORÍA	DENTRO DE TERRENO				FUERA DE TERRENO Y GRADAS		
		VALLAS ESTÁTICAS	VALLAS LEDS	UNIFORME	BTL	VENTA	BTL	FAN FEST
TIGO	TELECOMUNICACIONES	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
BALBOA	CERVEZAS	✓	✓	X	✓	✓ (sin branding)	✓	✓
MOLTEN	VENTA DE BALONES	✓	✓	X	✓	X	X	X
HERTZ	ARRENDADORA DE AUTOS	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓

ANEXO #2 : PLANOGRAMAS OFICIALES (SIN LED / CON LEDS)

Indicaciones y especificaciones:

- Si el club no cuenta con la cantidad de vallas requeridas, es prioritario completar la línea horizontal (tiro de cámara).
- Los clubes deben tener en cuenta que no deben existir espacios vacíos entre las vallas.
- En caso de que existan marcas del mismo sector comercial, ubicarlas con vallas de separación.
- El club debe encargarse de ubicar las vallas al menos una hora antes del partido y de recogerlas al finalizar el encuentro.
- En caso de que se caiga una valla durante el encuentro, el club debe tener personal para recogerla.



LPF.COM.PA

#TODOSXLACOPA

La LPF notificará cualquier cambio al presente anexo

