



## Manual de organización para Copa de S.M. El Rey y la Reina – Play Off de División de honor y torneos internacionales de las selecciones absolutas

El presente manual es una guía de introducción para la organización de los Eventos Oficiales de Nivel Superior de Hockey que se detallan a continuación:

- Copa de S.M. El Rey
- Copa de S.M. La Reina
- Play Off de División de Honor
- Torneos Internacionales de las Selecciones Absolutas

El Manual especificará los requisitos y responsabilidades mínimas que deberá asumir el responsable de la organización de un Evento Oficial de Nivel Superior de la Real Federación Española de Hockey.

El Manual se presenta como un documento flexible que se adaptará a las especiales condiciones que requiera cada Evento y cada organización.

Esta flexibilidad no significará, en ningún caso, dejar de respetar el objetivo fundamental de este Manual de dotar a los Eventos más relevantes de HOCKEY de la estructura organizativa necesaria para que sea un producto deportivo de primer nivel.

*"En caso de organizar eventos de la Federación Internacional y/o de la Federación Europea, el organizador (LOC) deberá cumplir DE FORMA ADICIONAL el manual de la Federación internacional y/o Federación europea (en su caso) trabajando de manera conjunta con la RFEH de acuerdo a los compromisos adquiridos y regulados en el MANUAL DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS y el contrato de organización específico."*

## ÍNDICE

<b>1</b>	<b>Introducción y Finanzas</b>	<b>4</b>
.		
1.1	Colaboración entre RFEH y LOC	4
1.2	Condiciones Generales y Presupuesto	5
1.3	Organigrama	5
1.4	Dietas Oficiales y Árbitros	7
1.5	Seguros del Evento	7
<b>2</b>	<b>Gestión Deportiva</b>	<b>8</b>
.		
2.1	Calendario Partidos	8
2.2	Enlace entre RFEH/LOC y Equipos	8
2.3	Reuniones in situ entre RFEH y LOC	9
2.4	Protocolos pre y post partido	9
2.5	Servicios de Médicos y Control de dopaje	10
<b>3</b>	<b>Recinto, Instalaciones y Operaciones</b>	<b>11</b>
.		
3.1	Plan Recinto y Requerimientos	11
3.1.1	Campo de Hockey	13
3.1.2	Vestuarios	14
3.1.3	Oficinas	15
3.1.4	Otros	15
3.2	Operaciones	18
3.2.1	Gradas y Asientos	18
3.2.2	Seguridad y Sanidad	18
3.2.3	Acreditaciones	19
3.2.4	Voluntarios	21
3.2.5	Branding y Señalización	22
3.2.6	Materiales	22
3.2.7	Servicios Tecnológicos - Luz, Sonido y Internet	22
3.2.8	Taquilla Entradas	23
3.2.9	Catering	23
3.2.10	Mantenimiento/Limpieza y Residuos	24
3.2.11	Video Umpire	25
<b>4</b>	<b>Servicios del Evento</b>	<b>25</b>
.		
4.1	RRPP y Protocolo	25



4.2	Alojamientos	26
4.3	Transporte	27

<b>5. Experiencia en Evento y Presentación del Deporte</b>	<b>28</b>
5.1 Experiencia en Evento	28
5.2 Presentación del Deporte	29
<b>6. Marketing y Comunicación</b>	<b>31</b>
6.1 Plan de Marketing y Comunicación	31
6.2 Ticketing	32
6.3 Look & Feel	32
6.4 Presencia Digital	34
<b>7. Media</b>	<b>35</b>
7.1 Acreditación y Control Acceso	35
7.2 Centro de Medios	35
7.3 Presentación Oficial del evento	36
7.4 Sorteo	36
<b>8. Retransmisión/TV</b>	<b>37</b>
8.1 Derechos Audiovisuales	37
8.2 Producción Televisiva	37
<b>9. Derechos Comerciales</b>	<b>38</b>
9.1 Asignación de derechos comerciales	39
9.2 Activación, Exclusividad y derechos patrocinadores RFEF	39
9.3 VIP & Hospitalidad	43
<b>10. Anexo</b>	<b>44</b>

## **1. Introducción y Finanzas**

Esta sección describe los roles y responsabilidades de la RFEH, el Comité Organizador Local (LOC) y Oficiales de Eventos. También aborda cómo colaboran RFEH y LOC, así como la organización y estructura del LOC.

El futuro ORGANIZADOR deberá presentar su Dossier de Candidatura para obtener la organización del Evento, que responderá a las condiciones de la RFEH tanto del Reglamento de Partidos y Competiciones como de la presente normativa, especificando también el programa de actividades y el presupuesto total del Evento.

Tanto el ORGANIZADOR como la RFEH deberán mantener un espíritu de buena voluntad y de cooperación constante. Muestra de ello, el Organizador deberá dar cuenta a la RFEH del avance de la organización mensualmente y semanalmente durante el mes previo del Evento se mantendrá un contacto diario entre la RFEH y el LOC para tratar cualquier tema relacionado con el desarrollo del Evento y con el calendario de competición.

El ORGANIZADOR deberá poner todos los medios posibles para organizar el Evento con la mayor calidad posible, cumpliendo en todo momento el dossier de candidatura presentado y respetando los acuerdos que la RFEH tenga con sus instituciones y/o empresas colaboradoras (y/o socios comerciales). La RFEH podrá realizar recomendaciones, en todo momento, sobre cómo implementar la organización del Evento y podrá modificar unilateralmente la Guía de Competición que incluye el calendario/horario del Evento debido a sus instituciones y/o sus socios comerciales, así como con el tenedor de los derechos de televisión del Evento.

### **1.1 Colaboración entre RFEH y LOC**

Los eventos se llevan a cabo bajo la propiedad y dirección conjunta de la RFEH, con el Comité Organizador Local (LOC) como responsable de la entrega del evento. La RFEH proporciona orientación y apoyo al LOC sobre la planificación y entrega de eventos, con la información inicial provista en este Manual de eventos.

RFEH y LOC establecerán una asociación efectiva y colaborativa para conseguir el éxito del evento como resultado final. En ese sentido, ambas partes deben establecer canales de comunicación eficientes y establecer un enlace frecuente y transparente durante la planificación y las operaciones para garantizar que todos los arreglos necesarios para el Evento estén a tiempo y que el Evento se entregue según lo pactado

### **CHECKLIST Y LLAMADAS REGULARES**

Para ayudar durante la fase de planificación, RFEH proporcionará una

lista de verificación ("lista de requisitos añadida en el Anexo") de eventos que ambas partes utilizarán para monitorear el progreso de los preparativos previos al evento. Esta lista incluye la parte responsable de cada tarea y los plazos que correspondan.

Después del anuncio del anfitrión, la RFEH establecerá una llamada regular cada dos semanas con el LOC, y el mes previo al evento el seguimiento será semanal.

## **OPERACIONES**

Aunque el LOC es responsable de entregar el evento, el evento permanece bajo la autoridad y propiedad de la RFEH.

Desde el momento de la llegada del personal y directivos de la RFEH (mínimo tres días antes) hasta el día posterior a la finalización de la competición, se realizan reuniones diarias entre RFEH y el LOC para monitorear el estado de los preparativos finales, abordar cualquier problema que surja durante el evento y garantizar que los planes establecidos para el evento están siendo cumplidos. Cualquier problema que surja en estas reuniones debe abordarse de inmediato según sea necesario.

Puede encontrar una lista completa de reuniones adicionales en la sección 2.3.

### **1.2 Condiciones Generales y Presupuesto**

#### **CANON MÍNIMO DE ORGANIZACIÓN:**

**5.000€** organización conjunta masculino y femenino

*Este canon corresponde para Copa SM El Rey & Reina y para Final Play Off.*

*NO para partidos y Torneos de las Selecciones Nacionales.*

Un presupuesto (ver Anexo por plantilla) que indica todos los costes y responsabilidades económicos entre LOC y RFEH debe formar parte del Dossier de Candidatura. Antes de obtener la organización del evento, la RFEH tiene que aprobar este presupuesto que formará la base de la organización del evento entre LOC y RFEH.

### **1.3 Organigrama**

Es a discreción del LOC establecer sus necesidades de personal según los recursos existentes y el nivel de habilidades necesarias, así como proporcionar un personal capacitado,

competente e integrado, ya sea remunerado, voluntario o contratista. Como mínimo, el LOC debe incluir las posiciones y roles clave que se muestran en la tabla a continuación.

<b>Posición LOC</b>	<b>Trabajo y responsabilidad</b>
Protocolo	Invitaciones, confirmaciones, control y gestión del palco, coordinación premiación
Marketing	Patrocinio Local y coordinación con Marketing RFEH
Operaciones	Producción, logística, montajes, seguridad, acreditaciones, mantenimiento y coordinación con Eventos RFEH
Prensa	Gestión y control sala de prensa, Coordinación con Comunicación RFEH
Voluntarios	Búsqueda, selección y formación de voluntarios así como coordinación de función durante el evento
Alojamiento y Transporte	Gestión de reservas y movilidad de los diferentes colectivos
Competición	Gestión y desarrollo de las actividades de competición, entrenamientos, coordinación con el CNA, equipos y con Competición RFEH

Tenga en cuenta que los puestos enumerados no son necesariamente personas individuales, particularmente durante los preparativos del Evento, donde una persona puede cubrir varias áreas diferentes. Sin embargo, en el momento del evento, las demandas de los roles requerirán potencialmente a varias personas para llevar a cabo estas tareas y cada uno puede necesitar un equipo de diferente tamaño.

Cuando hablamos del colectivo de los voluntarios, algunas de las funciones que los mismos deberán realizar idealmente son:

- o Medios de comunicación: Atención a las necesidades de los medios de comunicación. Información sobre la gestión de resultados,

listas, notas de prensa, convocatorias de ruedas de prensa, su montaje y preparación. Ayuda en la acomodación de medios en sus áreas asignadas y "espacios de foto" en el campo, porterías, etc. Apoyo en la gestión de áreas de impresión y reprografía si la hubiera. Distribución de resultados en las tribunas de prensa. Apoyo en la gestión de entrevistas en zona mixta.

- o Marketing: Atención a los patrocinadores. Colaborar en la animación o ceremonias según necesidades. Colaboración en eventos de promoción previos y durante el campeonato. Activaciones de los patrocinadores en el campo y/o en el Village comercial.
- o Competición: Apoyo al desarrollo de la actividad deportiva del campeonato. Voluntariado especializado conocedor del deporte apoyando en áreas de vestuarios, competición, mesa de resultados, y zonas específicas de jugadores. Atención a los participantes en el evento y a todas sus demandas específicas. Team Attachée.
- o Seguridad: A disposición de las autoridades de seguridad para garantizar el orden en los eventos organizados. Control de accesos a gradas y estadio. Parking de personalidades y equipos.
- o Protocolo: Atención a autoridades, invitados y personas relevantes. Participación en la gestión de incidencias en: envío, confirmación asistencia, elaboración listados... Atender y acompañar a autoridades en puntos de llegada y salida en los hoteles y en la instalación. Apoyo en el área VIP. Apoyo en el montaje y organización de reuniones, recepciones, y actividades sociales de presidencia. Apoyo en las ceremonias de entrega de premios y trofeos, gestión de los jugadores premiados, control de trofeos y medallas.
- o Transporte: Gestión de los centros de transporte si los hubiera (hoteles e instalación deportiva), vehículos, rutas, administración de gastos.
- o Alojamiento: Actividades relacionadas con los hoteles y otros lugares de alojamiento. Welcome desk.
- o Servicios Sanitarios/ Antidoping: Apoyo al personal médico, requisitos de conocimientos médicos o sanitarios o fisioterapia, masajista, etc. Área de control antidoping. Asistencia y ayuda en las funciones administrativas/clínicas de los jugadores, información, transporte, etc.
- o Tecnología: Apoyo en los sistemas informáticos y de telecomunicaciones. Distribución, asignación y control de los elementos de comunicación (walkies - móviles). Montaje y desmontaje de equipos tecnológicos.



- o Información: Puesta a disposición de la información necesaria para cada colectivo. Colaboración junto a profesionales de los accesos, y control de áreas de público en general y atender a su información (control de accesos en los vomitorios del estadio).
- o Acreditaciones: Implicación en la producción de las acreditaciones para toda la organización, su distribución y atención a las necesidades de los acreditados. El área de acreditaciones empezara a funcionar unos días antes del campeonato con la impresión de las mismas.
- o Logística: Dar servicios materiales a cada uno de los departamentos (hidratación, uniformidad, preparación de regalos...)
- o Incidencias: Grupos encargados específicamente de resolver incidencias de voluntarios que se puedan producir (no asistencia, incremento de necesidades, etc).

#### **1.4 Dietas Oficiales y Árbitros**

##### **COPA REY & REINA- CAMPEONATOS DE ESPAÑA (PLAY OFF)**

El LOC asumirá los siguientes gastos:

- Gastos de viaje del Delegado Técnico y Manager de árbitros: pago de 0.19 € / Km.
- Gastos de alojamiento (ver sección 4.2) y comidas de Delegado(s) Técnico(s), Manager(s) de árbitros y árbitros en la competición según la siguiente opción, previa aceptación del CNA:
- *Opción: Alojamiento y Desayuno y 40 € en concepto de comida y cena para Delegado(s) Técnico(s), Manager(s) de árbitros y árbitros.*

Se harán cargo del transporte interno (ver sección 4.3) de todos los oficiales, incluida recogida y salida de aeropuertos, estaciones, etc.

El LOC asume estos gastos en Copa del Rey y de la Reina. Cuando hablamos de la organización de los Play Offs, estos gastos se reparten entre los equipos participantes en función de los partidos jugados por cada equipo. Tanto en cuartos de finales como semifinales y finales.

##### **JUECES**

En todos los Campeonatos INCLUIDO PLAY OFF, la Federación Territorial nombrará a dos jueces locales con conocimientos, para todo el campeonato, de no disponer de los mismos, la

Federación Española los nombrará directamente y la organización correrá con los gastos de los mismos.

### **1.5 Seguros del Evento**

El LOC debe contratar y mantener en vigencia para el Evento y, en todo momento relevante, una cobertura de seguros adecuados, con un asegurador nacionalmente reconocido. El LOC debe proporcionar copias de las políticas del evento y/o contratos del seguro responsabilidad civil con suficiente cobertura a la RFEH antes del Evento. Los costes de los seguros para el evento deben ser cubiertos por el LOC, ya que, aunque el evento pertenece a la RFEH, es esta la que cede la gestión del evento y por tanto la responsabilidad, al LOC.

El LOC debe establecer un sistema de registro e informe de incidentes que incluya, entre otros, daños a la propiedad, lesiones corporales, incumplimiento de la legislación y daños a la reputación causados por o a cualquier participante, proveedor o espectador del Evento e indemnizará a la RFEH contra cualquier reclamo financiero como resultado de la falta de implementación o cumplimiento de dicho sistema de registro y presentación de informes.

## **2. Gestión Deportiva**

### **2.1 Calendario Partidos**

La RFEH es el único responsable de la formulación del Calendario de Partidos, pero mantiene un enlace con el LOC sobre la secuencia de los días de partido y descanso, los tiempos de partido para el juego de cada día / sesión, la secuencia de Partidos dentro de cada día y sesión. El calendario de partidos no solo reflejará los requisitos de transmisión de televisión, sino que también considerará las circunstancias locales, como las condiciones climáticas y ayudará a maximizar la asistencia de los espectadores.

La RFEH anunciará el Calendario de partidos una vez que se confirmen los equipos participantes y se haya consultado a las partes interesadas relevantes (por ejemplo, los broadcasters). La RFEH se reserva el derecho de cambiar el horario del partido según sea necesario para fines de transmisión, clima o cualquier otro motivo que pueda afectar la integridad de la competición.

### **2.2 Enlace entre RFEH/LOC y Equipos**

El LOC debe proporcionar la siguiente información esencial del

evento al punto de contacto oficial de cada equipo calificado. Se recomienda que la información se comunique cuando esté disponible, por ejemplo, en forma de una serie de correos electrónicos o boletines electrónicos, y que el LOC establezca comunicaciones regulares y continuas con cada equipo participante tan pronto como sea posible.

Información	Descripción
Boletín Equipos	El material informativo incluye el calendario de partidos (si está disponible), el lugar, la superficie, el tipo de pelota, el alojamiento y la restauración, el transporte local, el médico, las condiciones climáticas, los requisitos de seguro, las reuniones a las que asistir
Logísticas Equipos	Formularios para recopilar información logística de cada equipo, incluyendo solicitud de alojamiento, detalles de viaje, lista de acreditación para atletas y personal del equipo, música de goles, uso de radios y frecuencias asociadas, solicitud de hielo

## Entrenamientos

Los Equipos participantes recibirán un formulario de solicitud de cronograma de capacitación por parte del LOC como parte del boletín del equipo. Después de considerar todas las solicitudes recibidas de los equipos, el LOC envía el programa de entrenamientos a los clubes. El horario final se enviará a los equipos con un mínimo de cuatro (4) días de antelación a la competición.

### 2.3 Reuniones in situ entre RFEH y LOC

El LOC es responsable de organizar las salas de reuniones y cualquier equipo necesario (si es necesario), así como del transporte de los participantes según sea necesario para las reuniones de Competición que se enumeran a continuación. La RFEH desarrollará el cronograma de la reunión en consulta con el LOC y lo confirmará como tarde un (1) mes antes del evento. El cronograma se redactará de manera general como muestra el

siguiente esquema, el cronograma final estará sujeto a confirmación de la RFEH:

<b>Reunión</b>	<b>Asistentes</b>	<b>Cuando</b>
<b>Inspección Recinto</b>	RFEH Director Evento, RFEH Director Comercial, RFEH Director Marketing, Director LOC	3 días antes de la competición
<b>Inspección del Campo</b>	RFEH Director Evento, Delegados Técnicos, Director LOC	2 día antes de la competición
<b>Información Evento</b>	RFEH Directores, Equipo LOC, Jefes de Equipos, Entrenadores Delegados Técnicos	1 día antes de la competición
<b>Ensayo de Difusión televisiva</b>	RFEH Directores, Equipo Broadcaster, Equipo LOC, Delegados Técnicos	2 día antes de la competición
<b>Información Shoot-Out</b>	RFEH Director Evento, Delegado Técnico, Broadcaster	2 día antes de la competición
<b>Ensayo de Entrega Premios</b>	RFEH Directores, Equipo Broadcaster, Equipo LOC	1 día antes de la competición
<b>Briefing Presentación del Deporte</b>	RFEH Directores, Director LOC, Presentador, Animador, DJ, Proveedor Tecnología, Broadcaster	2 día antes de la competición

Además del personal mencionado anteriormente, otros miembros del personal de la RFEH pueden asistir a cada una de las reuniones.

## **2.4 Protocolos pre y post partido**

### **PRE PARTIDO**

Con al menos un (1) mes de antelación, la RFEH informará al LOC del protocolo previo al Partido. En caso de partidos internacionales, la RFEH proporcionará los himnos que se utilizarán en formato MP3 (o similar). Los himnos que no sean los proporcionados por la RFEH solo se podrán usar previa aprobación de la RFEH. Como regla general cualquier solicitud de presentaciones o demostraciones previas al partido se considerará según su mérito individual caso por caso.

Según el protocolo, los locutores deben hacer, entre otros, los siguientes anuncios durante los procedimientos previos al partido:

- Nombres de clubes/ países de los equipos compitiendo
- Nombres de los atletas y entrenadores
- Nombres de los árbitros
- Anuncios de hitos, si los hay
- Instrucciones apropiadas para los espectadores
- Menciones a los Socios comerciales, previo acuerdo con la RFEH.
- Protocolo de desfile de equipos pre partido
- Protocolo de sorteo de capitanes y árbitro para televisión.

### **POST PARTIDO**

Al final de cada partido, ocurrirá lo siguiente:

- Se anunciará el resultado final
- Los jefes de equipo y los oficiales del evento asignados firmarán el informe del partido
- Si se va a realizar una prueba de dopaje: los oficiales de control de dopaje y/o acompañantes notificarán al atleta identificado para las pruebas antidopaje y permanecerán con el atleta hasta su llegada a la estación de control de dopaje
- Los equipos saldrán del campo de juego a través de la zona mixta para cualquier entrevista con los medios
- Es posible que se requiera que los entrenadores y los capitanes de los equipos vayan a la sala de conferencias de prensa para preguntas de los medios de comunicación y las emisoras. Se puede solicitar la asistencia de otras personas (atletas o

personal del equipo) si hay interés de los medios.

Tenga en cuenta que el último día, el protocolo posterior al partido será significativamente diferente debido a la entrega de premios (ver sección 4.1).

## **2.5 Servicios de Médicos y Control de dopaje**

### **AMBULANCIA**

Es obligatoria la presencia de un servicio de ambulancia de acceso inmediato al terreno de juego para los participantes y espectadores durante todos los partidos de la competición. Es responsabilidad del LOC el proveerla.

### **BOTIQUÍN**

Es obligatoria la existencia de un espacio físico destinado a botiquín y la presencia de un médico de la organización para los participantes y espectadores durante todos los partidos de la competición.

Este servicio de botiquín y médico de la organización puede ser sustituido por el servicio de ambulancia si este servicio cuenta con médico.

### **CENTROS MÉDICOS**

Informar a todos los equipos de los Centros Médicos de referencia.

### **CONTROL DE DOPAJE**

Sólo para las competiciones de División de Honor y Copa de S.M. El Rey y la Reina (ver Normativas del Control de Dopaje).

El área que se habilite deberá tener durante la competición uso exclusivo como sala de control anti-dopaje, con acceso restringido exclusivamente a las personas autorizadas para ello.

Las llaves del área de control deberán entregarse con la suficiente antelación al responsable de la recogida de muestras en la competición.

- Constará como mínimo, de las siguientes dependencias:
  - o Una de trabajo.
  - o Una de toma de muestras (dos, una para hombres y otra para mujeres), comunicada con la sala de trabajo o en el interior de ella. Esta sala deberá encontrarse en el interior del área de control anti-dopaje.
  - o Una sala de espera.

- La dotación mínima será la siguiente:
  - o Sala de toma de muestras: Un retrete, un lavabo, un espejo y artículos de higiene.
  - o Sala de trabajo: Mesa, sillas y, para las competiciones de más de un día de duración, nevera o frigorífico con cerradura.
  - o Sala de espera: Sillas y nevera o frigorífico con abundante agua, refrescos, zumos y refrescos sin cafeína, en envases precintados y de uso individual.
- La zona deberá contar con suficiente ventilación y mantenerse en adecuadas condiciones.

### **3. Recinto, Instalaciones y Operaciones**

#### **3.1 Plan Recinto y Requerimientos**

Además de los requisitos técnicos que se deben cumplir para la competición, los servicios tanto en el recinto como en todo el evento, forman parte integral de la experiencia general de los participantes. La idoneidad de cada instalación para su propósito, así como el diseño integrado del recinto considerando las ubicaciones relativas de cada espacio, deben ser adyacentes y estar separadas ya que afectan a la experiencia de los atletas, medios de comunicación, espectadores, VIPs y otros.

Al diseñar la distribución y el diseño del recinto, se recomienda que el LOC considere las siguientes necesidades operativas:

- La operación del recinto dentro de las instalaciones debe integrarse con el plan para la operación del recinto fuera de las mismas.
- El espacio fuera de las instalaciones, además de continuar sus operaciones normales para las empresas locales y los residentes, se utilizará para la entrada y salida de vehículos y peatones o público. Posteriormente, el plan debe incluir puntos de entrada y salida, áreas de inspección de seguridad (si es necesario de acuerdo con el plan de seguridad), áreas de espera, zonas de carga de vehículos, etc).

Dependiendo de la distancia desde las paradas de transporte público hasta el punto de entrada del recinto para espectadores, se pueden proporcionar varios servicios a lo largo de la ruta, tales como señalización o puntos de información, establecimientos de restauración y baños públicos. Los miembros del personal del evento generalmente también necesitarán proporcionar instrucciones y otra información a los espectadores. Es posible que se necesiten medidas de gestión del tráfico para gestionar la demanda de estacionamiento cerca del

recinto, al tiempo que se permite el acceso a las empresas y residentes locales. Algunos estacionamientos específicos para el evento también pueden ubicarse fuera de la cercanía del lugar.

- Se deben considerar las distancias para caminar hacia y desde los puntos de entrega de vehículos; se pueden necesitar transportes para personas con movilidad limitada.
- El área "front-of-house" del recinto, es decir, el área accesible para los espectadores y todos los demás clientes, debe proporcionar una variedad de comodidades y servicios, incluyendo una zona de información, baños públicos, puntos de venta y catering, señalización, primeros auxilios, sombra y refugio. También necesita suficiente espacio para el movimiento seguro de las multitudes que entran o salen de las gradas o zona de asiento del recinto.
- Los flujos para los vehículos de trabajo internos deben planificarse, por ejemplo, vehículos de recolección de desechos, carritos de golf.
- Los flujos de vehículos de servicios de emergencia deben planificarse para garantizar que su entrada y salida no se vean obstaculizadas.
- Las zonas del recinto a las que los espectadores no pueden acceder (o también denominadas "back-of-house") deben planificarse de manera que se pueda gestionar el acceso a ellas. Esto incluye puestos para catering, limpieza y desperdicio, oficinas, estacionamientos, áreas VIP, áreas de equipo, áreas de medios, etc.
- Se debe considerar introducir, si el espacio dentro del lugar y la gestión del flujo lo permiten sin dificultad, un área donde la familia, los amigos y los fans puedan encontrarse con los atletas después de los partidos.
- Los flujos de clientes deben considerarse a partir de los espacios dentro del recinto a los que cada cliente (atletas, medios de comunicación, espectadores, etc.) puede necesitar o desea acceder, y el flujo deseado de un espacio a otro. Por ejemplo, los espacios que usan los equipos, desde el transporte hasta el punto de entrada del recinto, los vestuarios, el campo de juego, etc., deben estar lógicamente vinculados, evitando el cruce con otros clientes cuando sea posible. Del mismo modo, el flujo después de un partido desde el campo de juego a la zona mixta, a la estación de control de dopaje y / o sala de conferencias de prensa y / o vestuarios, debe estar lógicamente vinculado.



- Otros espacios deben estar separados lógicamente. No debe haber contacto entre afición y deportistas. La zona de tránsito de los deportistas debe ser libre entre el vestuario y el banquillo. Los espacios para deportistas deben separarse también de los espacios para medios y los broadcasters. Otras separaciones de este tipo deben considerarse como parte del diseño del recinto.

Se recomienda que todas las instalaciones del recinto sean accesibles para personas con movilidad reducida, incluidas personas en sillas de ruedas, personas con cochecitos de bebé, etc.

El LOC debe asegurarse de que el recinto y toda la infraestructura relacionada sea completamente funcional y operativa, y que se use exclusivamente para el evento durante todo el período de acceso. El LOC es responsable de todos los costes de alquiler y operación de la sede.

### **3.1.1 Campo de Hockey**

#### **SUPERFICIE SINTÉTICA**

Superficie sintética de "agua" vallada perimetralmente (idealmente con una altura de 1m desde la valla hasta el piso del campo), marcada y homologada según la normativa de la FIH y la RFEH

#### **PORTERÍAS**

Homologadas por la FIH y la RFEH.

#### **SISTEMA DE RIEGO**

El sistema de riego es uno de los elementos esenciales para la celebración adecuada de una competición nacional de hockey. Sistema de riego suficiente para mantener la superficie sintética en óptimas condiciones de juego para todos los partidos de la competición. Se deberá especificar las características del sistema de riego tanto con relación a los cañones de riego como en cuanto a la bomba y depósito de agua.

#### **ILUMINACIÓN**

- Competiciones TELEVISADAS:
  - Máxima iluminación Horizontal Eh: 1500-3000 Máxima iluminación Vertical Ev:>1400. Se recomienda utilizar iluminación LED o de bajo consumo tanto para mejorar las retransmisiones televisivas como por compromiso con el medio ambiente y la sostenibilidad.

#### **MARCADOR ELECTRÓNICO**

Con tamaño y visibilidad suficiente para el público, jugadores, zona de banquillo y mesa de jueces. Conectado a la zona de la mesa de jueces para su utilización remota desde esa zona. Marca el tiempo en minutos y segundos, así como el resultado.

La RFEF fomenta el uso de una solución combinada de marcador y pantalla LED- consulte la sección 5.2.

### **BANQUILLOS**

Situados a los lados de la mesa de jueces. A una distancia no superior a 5 metros de esta.

Características mínimas:

- 6 metros de largo x 2 metros x 2 metros de alto
- 9 asientos mínimo
- Toma de electricidad
- Abiertos al terreno de juego
- Protección para el riego
- Parte trasera y lateral despejada para la ubicación de soportes.

### **MESA DE JUECES**

Situada en el centro del campo con un banquillo a cada lado. Abierta para que los oficiales puedan ver todas las partes del campo (Banquillos, marcador, campo...etc.). Debe existir una distancia mínima de 4 metros y máxima de 8 metros desde la línea de banda hasta la mesa.

Características mínimas:

- Un habitáculo de 6 metros de largo x 2 metros x 2 metros de alto
- Protección contra el sol, el riego y los impactos.
- La altura no debe obstaculizar la visibilidad de los espectadores.
- Elevado 250mm sobre el nivel del terreno de juego.
- Una mesa de jueces de 3 x 1 metros.
- El frontal y los dos laterales de la mesa deben estar cerrados.
- Mesa y sillas a una altura suficiente para escribir y ver el campo.
- Asientos para 6 personas
- Asientos próximos para el personal autorizado.
- Corriente eléctrica
- 4 asientos para los jugadores temporalmente suspendidos.

Equipamiento:

- Control remoto en mesa para el marcador y el reloj.
- Ordenador con conexión a internet
- 2 cronómetros (Relojes).
- 2 bocinas (De gas).
- Bote de solución etílica (80%) y 3 piezas de ropa para limpiar la sangre derramada en el campo.
- Guantes de látex.
- Papeleras de recogida selectiva de residuos

#### *RECOMENDABLE*

- *1 set oficial de tarjetas.*
- *1 silbato.*
- *2 anillos de control para los palos (FIH).*
- *2 plantillas aprobadas para el control de las guardas.*
- *2 brazaletes de capitán de diferentes colores.*

El frontal de la mesa de jueces se considera soporte publicitario y por tanto la RFEH podrá incluir la publicidad que considere oportuno de acuerdo a su programa de patrocinio.

#### **RECOGEBOLAS**

Es obligatoria la utilización de **4 RECOGEBOLAS** como mínimo en cada partido de la competición y un máximo de 6. Cada recogebolas deberá disponer de 1 bola que será igual a la bola del partido (mínimo 1 bola/recoge-bolas, recomendable 2 bolas/recoge-bolas).

La equipación de los recoge-bolas se considera soporte publicitario y deberán ir debidamente uniformados con la uniformidad que RFEH considere oportuno según su programa de patrocinio.

#### **3.1.2 Vestuarios**

Los vestuarios de los equipos participantes y de los árbitros deben estar situados a una distancia de menos de 200 metros del terreno de juego.

#### **EQUIPOS PARTICIPANTES**

Características mínimas:

- 4 vestuarios
- Asientos con capacidad para 20 personas
- 4 Duchas
- 2 Aseos
- Camilla de fisioterapia

- El vestuario se tiene que poder cerrar con llave

Zona para dejar el material de cada equipo durante la competición (Material de porteros, bolas, etc.). Información para los equipos para la obtención de hielo, agua y otros elementos de uso necesario por parte de los equipos durante todo el protocolo de un partido de hockey.

## **ÁRBITROS**

Características mínimas:

- 2 vestuarios separados e independientes de los de los equipos a menos de 200m. del terreno de juego.
- Asientos con capacidad para 4 personas
- Mínimo 1 ducha
- Mínimo 1 aseo
- Mesa y dos sillas
- El vestuario se tiene que poder cerrar con llave

### **3.1.3 Oficinas**

#### **OFICINA DE ORGANIZACIÓN**

Oficina para la Secretaría Técnica de la Organización de la Competición con un espacio mínimo para 4 personas y dotada con el siguiente equipamiento mínimo:

- Mesas y sillas para 4 personas
- 2 ordenadores con conexión a internet
- 1 impresora en color conectada a los ordenadores
- Fotocopiadora

#### **OFICINA DEL DELEGADO TÉCNICO**

Oficina para el Delegado Técnico y Mánager de árbitros con el siguiente equipamiento mínimo:

- Mesa y 4 sillas
- Conexión a internet

### **3.1.4 Otros**

#### **TORRE DE GRABACIÓN TÉCNICA PARA LOS EQUIPOS**

Situada detrás de una de las porterías y con una altura superior a la valla de protección.

- Espacio mínimo para 4 personas (recomendable 8 personas)
- Debe reunir las medidas de seguridad vigentes según normativa de plataformas desmontables y con altura superior a dos metros
- Conexión eléctrica
- Cubierta para el sol y la lluvia (recomendable)

### **ZONA DE CALENTAMIENTO**

Especificar la zona de calentamiento de los equipos participantes previamente a su acceso al campo de juego oficial.

### **ZONA DE PRENSA**

Oficina para los medios de comunicación con el siguiente equipamiento:

- Mesas y sillas para 8 personas
- Conexión eléctrica
- Conexión a internet (con un mínimo de 15 megas de subida)
- Área específica y restringida en la grada cubierta para los medios de comunicación acreditados. (Al menos 5 asientos en alguna zona de la grada)
- Acreditación específica de la organización para el acceso de fotógrafos al terreno de juego
- Delimitación del espacio de ubicación de los fotógrafos en el terreno de juego
- La sala de prensa deberá tener una pantalla donde poder verse los partidos del torneo que se emitan a través de televisión o streaming. El equipo de producción de la señal televisiva será quien se encargue de hacer la conexión para que se puedan ver los partidos.
- La sala de prensa deberá estar a una distancia menor a los 100 metros del campo principal de juego.
- La sala de prensa deberá recibir, al menos, 5 copias en papel con el start list y 5 actas en papel, una vez finalizado cada uno de los encuentros que se disputen en la competición.
- La sala de prensa deberá tener, al menos, botellas de agua para uso de los periodistas y fotógrafos que cubran el evento.
- La sala de prensa deberá estar gestionada y vigilada en todo momento por personal del LOC ya que los medios de comunicación así como los fotógrafos suelen utilizar este espacio dejando cosas que no necesitan en la pista. Sería recomendable sino el uso de taquillas con llave o armarios donde poder guardar los equipos informáticos o fotográficos que traen.

La solicitud de acreditaciones para medios de comunicación y fotógrafos, se hará conjuntamente entre el LOC y la RFEF.

### **ZONA VIP**

El LOC proporcionará y gestionará una (1) zona VIP del evento que ofrecerá refrescos y alimentos fríos y calientes durante la duración del evento. La zona de hospitalidad estará dedicada a las autoridades (que incluyen, los invitados VIP de la RFEH y del LOC, e invitados VIP de los Socios comerciales que entran en el programa de patrocinio).

La zona VIP debe estar en una ubicación principal idealmente con una vista del campo de juego o cerca de él. Solo aquellos específicamente acreditados pueden acceder a la zona VIP del evento. Idealmente, se establecería un mostrador de bienvenida / información dentro del salón para proporcionar información a los VIPs y otros invitados, incluido el calendario de partidos, resultados, estadísticas, horarios de transporte local, etc. En ausencia de un mostrador de bienvenida / información, esta información debería hacerse disponible en un tablero de información.

La RFEH informará del número de invitados que necesiten acceso a la zona VIP del evento pero como número inicial, deberemos contar con una zona VIP para 75 personas, 10 de las cuales serán los invitados del LOC. Si posteriormente el número de personas VIP aumentara porque la RFEH necesitaran cubrir más invitaciones, la RFEH será la que apruebe esos nuevos cupos o personas extra.

La zona de hospitalidad del evento debe estar abierta desde una (1) hora antes del comienzo del primer partido del día y cerrados al menos 30 minutos después del final del último partido cada día. La comida caliente se debe servir al menos una vez al día durante un mínimo de un (1) período de tres horas, con refrigerios disponibles durante todo el horario de atención de la zona de hospitalidad del evento. Los refrescos, el té, el café y, si lo permiten las leyes locales, el vino y la cerveza deben proporcionarse desde el horario de apertura hasta el final de la jornada. El concepto de la zona (espacio y ubicación, mobiliario, equipo, horarios de apertura, comidas y menú, etc.) debe enviarse a la RFEH con una antelación de al menos dos (2) meses antes de la Competición para su aprobación.

En línea con los derechos comerciales, los socios comerciales pueden optar por tener su propia área de hospitalidad a su propio costo, por ejemplo, esta podría ser un área separada en la zona de hospitalidad del evento ya existente dedicada a socios comerciales. En tal caso, el LOC debe proporcionar el espacio relevante, así como el acceso a la electricidad y al agua de forma gratuita.

La RFEH también tiene derecho a tener su propia área de hospitalidad a su propio costo. En caso de que la RFEH ejerza este derecho, el LOC debe proporcionar de forma gratuita un área

separada en una ubicación primaria, idealmente con vista al Campo de Juego o cerca de él, así como acceso a electricidad y agua. La RFEH informará al LOC un (1) mes antes de la Competición, si se requiere un área de hospitalidad adicional / separada según lo anterior para la RFEH o para cualquiera de sus Socios Comerciales.

## **VILLAGE**

La zona del "Village" está determinada por la zona donde se ubican las tiendas comerciales, espacios de promoción para patrocinadores y zonas de restauración y cafetería. Situada en un área preferiblemente entre la entrada del público y el campo que anima a los espectadores a pasear hasta su llegada al estadio y acceder a los asientos. En función de la previsión de espectadores es necesaria una capacidad determinada para el "Village" pero, en todo caso, son necesarias unas condiciones mínimas obligatorias de restauración y cafetería próximas al terreno de juego para el público asistente. El village debe incluir actividades para los aficionados, baños públicos e informaciones del evento.

Así mismo, en la zona de tiendas y patrocinadores, el LOC proporcionará por lo menos uno o varios stands (3x3 mts) con conexión eléctrica a cada uno de los patrocinadores oficiales de la RFEH de acuerdo con el programa de patrocinio y sus propios derechos (ver sección 9.1).

## **APARCAMIENTOS**

El LOC facilitará a la RFEH un número adecuado de plazas de parking debidamente acreditadas (acceso preferente) en todos los lugares del Evento donde se celebren los campeonatos (en caso de que estos fueran en un lugar diferente), necesarias tanto para la RFEH como para terceros que las puedan necesitar, incluido marcas patrocinadoras ya sea para el desarrollo de su activación como para la promoción de las marcas (ejemplo: prueba de vehículo oficial).

Zona de aparcamiento restringido para los equipos y oficiales:	<ul style="list-style-type: none"><li>-Espacio para <b>un</b> autobús, <b>tres</b> furgonetas o <b>seis</b> coches por equipo</li><li>-Espacio para <b>un</b> coche para el presidente de cada club participante</li><li>- Espacio para <b>tres</b> coches para los oficiales de la competición</li></ul>
--	---

Zona de aparcamiento restringido o para autoridades:	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Espacio para <b>cinco</b> coches de la RFEH</li> <li>-Espacio para <b>cinco</b> coches del LOC</li> <li>-Espacio para <b>diez</b> coches de autoridades, instituciones, etc</li> <li>-Espacio para <b>treinta</b> coches Socios Comerciales VIP</li> </ul>
--	--

### 3.2 Operaciones

La RFEH y el LOC deben trabajar juntos en gestionar los proveedores para las tareas de las operaciones del evento. Un calendario para montaje y desmontaje debe estar establecido con una antelación de al menos dos (2) semanas antes del evento.

#### 3.2.1 Gradas y Asientos

En función de la relevancia de la competición será necesaria una capacidad determinada de gradas para los espectadores asistentes, así como una infraestructura de aseos públicos en función de la previsión de espectadores asistentes:

Copa S.M. EL Rey y S.M. La Reina	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Capacidad mínima para 1.500 personas (200 cubiertas)</li> <li>-Palco para autoridades (60 personas en la zona cubierta)</li> </ul>
Play Offs División de Honor	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Patrocinadores (2 personas en zona cubierta por marca anunciante)</li> <li>-Zona de prensa (10 personas en la zona cubierta)</li> </ul>
Partidos Selección Nacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Zona para personas con movilidad limitada (2% de su capacidad total)</li> </ul>

#### 3.2.2 Seguridad y Sanidad

La consideración de la salud y la seguridad y la protección de todos los interesados dentro del recinto es vital en todo momento durante el evento. El LOC debe tomar todas las medidas necesarias, incluida la implementación de políticas y procedimientos operativos apropiados, medidas de seguridad y gestión de riesgos para garantizar que todos los que ingresen al recinto con cualquier propósito para el evento estén seguros y no sufran lesiones o pérdidas como resultado de la puesta en escena del



evento.

El LOC debe garantizar que se desarrolle un plan de seguridad, que se hayan implementado medidas de plan de evacuación y que se haya desarrollado un plan de víctimas masivas con los servicios de emergencia de la autoridad local. Esto debe estar disponible para la RFEH tres (3) meses antes de la Competición. Se debe designar un Oficial de seguridad desde el momento del período de acceso hasta el final del evento y en todo momento cuando el recinto esté operativo.

Las inspecciones de salud y seguridad deben realizarse al comienzo de cada día y el informe debe estar disponible para la RFEH. Se debe poner a disposición de la RFEH una evaluación completa del riesgo operativo un (1) mes antes del evento.

El LOC debe garantizar la seguridad de todas las personas que asisten al recinto durante el período de acceso. EL LOC debe organizar una evaluación de amenazas a la seguridad que se llevará a cabo antes del evento por un organismo de confianza e independiente en un momento determinado por la RFEH. Sobre la base de esta evaluación, se debe desarrollar un plan de seguridad y enviarlo a la RFEH.

Se debe presentar un plan de seguridad resumido como mínimo (3) meses antes de la Competición. Se recomienda que este plan de seguridad aborde todas las instalaciones involucradas en el evento (hoteles, recinto de competición, etc.) y considere el perímetro del recinto, el control de vehículos, personas y equipos, las políticas con respecto a los artículos prohibidos y el plan de evacuación del recinto. El plan de seguridad también debe incluir detalles sobre los recursos de seguridad que se utilizarán en el evento, incluidos los de las autoridades públicas y el sector privado. La RFEH también puede organizar una evaluación de amenazas a la seguridad que se llevará a cabo y, según las recomendaciones de la evaluación de amenazas a la seguridad y si, en opinión de la RFEH, no se han implementado suficientes medidas de seguridad, la RFEH instruirá al LOC para que aumente la provisión de seguridad de acuerdo con las recomendaciones, a coste del LOC. La RFEH también puede nombrar asesores de seguridad para apoyar y supervisar las instalaciones y servicios de seguridad en el evento. En este caso, el LOC debe proporcionar a estos asesores designados por la RFEH acreditación y acceso a todas las instalaciones y personal de seguridad. El LOC debe garantizar la seguridad de todos los equipos o propiedades bajo su control y pertenecientes a la RFEH, equipos, oficiales de eventos o socios comerciales de la RFEH. Las instalaciones en el recinto de seguridad dependen del plan de seguridad acordado. Las consideraciones incluyen una sala de incidentes, una sala de control, áreas de control, áreas de inspección para vehículos y/o peatones, un área de transferencia

de material, etc.

### **3.2.3 Acreditaciones**

El LOC debe asegurarse de que el acceso al recinto y a las áreas dentro del recinto estén restringidas y controladas para permitir una circulación eficiente y para asegurar que cualquier área restringida sólo sea accesible para personal debidamente acreditadas.

El LOC debe asegurarse de que todos aquellos que requieren acceso al recinto para llevar a cabo sus funciones tengan acceso durante el período de acceso, incluidos la RFEH, sus representantes y socios comerciales de la RFEH.

El LOC debe desarrollar un plan de acreditación que explique cómo propone gestionar el acceso durante todo el evento. Este plan debe incluir el proceso para solicitar la acreditación, zonas designadas del recinto, puntos de acceso, categorías de acreditación (incluida la especificación de zonas de acceso para diferentes categorías), matriz de acreditación, diseño de dispositivos de acreditación (que debe incluir una fotografía y el nombre del individuo), diseño de cualquier dispositivo de control de acceso adicional, como baberos de fotógrafos, impresión y distribución de todos los pases y dispositivos de acreditación, oficina de acreditación, control de acceso y personal para monitorear las zonas de acreditación dentro y alrededor del recinto. El plan de acreditación debe enviarse a la RFEH al menos dos (2) semanas antes del evento para su aprobación.

Las acreditaciones, así como las entradas de cualquier tipo, se considerarán como un soporte publicitario y por tanto la RFEH podrá incluir la publicidad que considere oportuno de acuerdo a su programa de patrocinio. El LOC deberá proponer una creatividad con todos los elementos necesarios incluidos las cintas de enganche (landyard) de cada acreditación.

#### **ZONAS Y PUNTOS DE ACCESO**

El plan del recinto debe usarse para determinar las diferentes zonas e identificar los puntos de acceso. Para facilitar la implementación del control de acceso, el número de zonas debe mantenerse al mínimo necesario.

Las siguientes áreas deben ser zonas controladas accesibles solo con el dispositivo o código de acreditación correspondiente:

- Campo de juego (campo de competición, campo de entrenamiento y

área de calentamiento, incluidos los banquillos del equipo y el área de la mesa técnica);

- Áreas de equipo (vestuarios, sala de reuniones, sala de servicios médicos, estación de control de dopaje);
- Áreas de la oficina del evento (oficinas, salas de reuniones, oficina de acreditación, sala de oficiales de eventos);
- Áreas VIP (asientos, zona VIP)

Áreas de medios (zona de prensa, sala de conferencias de prensa, zona mixta, tribunas de prensa);

- TV Compound

El agente de ticketing de la RFEF ofrecerá un servicio informático de validación de entradas y la vinculación con una pulsera que se da al asistente del evento. Así como todo el software y hardware necesario para ello.

Para la validación de las entradas y posterior acreditación de los usuarios, el personal del LOC escaneará la entrada del asistente y la vinculará a una pulsera que se le entregará al espectador del evento. Esta vinculación se puede hacer a través de un dispositivo móvil o a través de un pack compuesto por ordenador + pistola lectora + lector NFC. El LOC y la RFEF tendrá acceso a toda esta información en tiempo real.

Para realizar el control de acceso en tiempo real, se escanearán las entradas de la zona delimitada del recinto. El agente de ticketing proporcionará los terminales para su lectura. Los terminales suministrados cumplen con todas las normativas europeas referentes a seguridad, y ofrecen al asistente una experiencia rápida en el acceso, evitando colas gracias a la velocidad y optimización de los sistemas de lectura, tanto de radiofrecuencia como ópticos.

El sistema, además, genera un panel de estadísticas en tiempo real, para poder planificar y organizar de manera óptima los diferentes accesos y a diferentes horas. Todo el sistema funciona online y offline, pudiendo realizar escaneos en pulseras y que el móvil te muestre la información relativa a ese asistente al evento.

#### **MATRIZ DE ACREDITACIÓN**

A las siguientes categorías de participantes se les debe asignar acceso a las zonas correspondientes a sus necesidades y responsabilidades:

- Equipos participantes;
- LOC;
- Voluntarios;

- Oficiales del evento;
- Personal de la RFEH;
- Medios de comunicación;
- Televisión;
- Socios comerciales;
- VIPs (incluidos las autoridades y los clientes VIP);
- Proveedores (incluidos contratistas y proveedores de servicios)

El LOC debe desarrollar una matriz de acreditación que muestre qué zonas son accesibles para cada categoría de participantes, para la aprobación de la RFEH. La matriz también debe mostrar el número de personas de cada categoría.

La RFEH informa al LOC cuántas acreditaciones requiere para los oficiales del evento, oficiales de la RFEH, personal de la RFEH, socios comerciales de la RFEH e invitados. Estos deben ser proporcionados de forma gratuita.

El LOC debe proporcionar un máximo de 28 acreditaciones por equipo participante. Esto incluye un máximo de 18 atletas y un máximo de 10 miembros del staff u oficiales para cada equipo. Las acreditaciones del personal del equipo incluyen entrenadores, entrenadores asistentes, entrenadores físicos o entrenadores de fuerza y acondicionamiento, jefes de equipo, médicos, fisioterapeutas, psicólogos, analistas de video y un (1) Jefe de Delegación que tiene acceso a asientos VIP y hospitalidad.

En caso de que se instale una plataforma de video cada equipo recibirá además dos (2) dispositivos de acceso suplementarios que permiten el acceso a dicha plataforma.

Estos dispositivos son transferibles y sólo son válidos en combinación con la acreditación del equipo, de modo que cada equipo puede tener personal diferente en la plataforma de video en diferentes momentos, pero nunca más de dos (2) personas a la vez.

#### **OFICINA DE ACREDITACIÓN**

Una oficina de acreditación debe estar ubicada en el recinto, fuera del perímetro y los puntos de entrada del recinto. La oficina debe tener la funcionalidad y el equipo para producir y distribuir pases y cintas de acreditación, así como el espacio para abordar cualquier problema de acreditación, desde de un (1) día antes de la competición.

Así mismo, el proveedor de ticketing deberá facilitar a la RFEH y el LOC las entradas con la suficiente antelación como para que los Socios comerciales fidelizar con tiempo a sus clientes y/o invitados.

#### **3.2.4 Voluntarios**

Los voluntarios son críticos para el éxito del evento y tienen un tremendo impacto en la creación de experiencias y recuerdos positivos para todos los participantes y espectadores. En la mayoría de los eventos, los voluntarios representan un grupo significativo que deben ser reclutados y desplegados. Es extremadamente importante desde el principio que los voluntarios sean educados en sus respectivos roles durante el período del evento.

El LOC debe tratar de definir la estrategia general de un programa de voluntarios para construir un programa que atraerá, capacitará y desplegará efectivamente a un gran número de personas.

El personal y los voluntarios necesitan instalaciones para registrarse y un área de descanso para comidas o descanso, según sea necesario. Se deben proporcionar instalaciones de almacenamiento para que el personal y los voluntarios almacenen artículos personales mientras están de servicio.

La equipación de los voluntarios se consideran soporte publicitario y deberán ir debidamente uniformados con la equipación que RFEH considere en su programa de patrocinio.

### **3.2.5 Branding y Señalización**

#### **BRANDING**

Los elementos de "branding" o publicitarios son importantes para dotar al evento de un "Look & Feel" profesional que de visibilidad a todos los patrocinadores.

Según la guía de la imagen corporativa del evento, la RFEH suministrará una propuesta del "Look & Feel" que deberá ser aprobada por ambas partes, aunque la responsabilidad de la decisión final la tiene la RFEH. Esta propuesta indicará el reparto de las responsabilidades de producción entre el LOC y la RFEH.

#### **SEÑALIZACIÓN Y/O SEÑALETICA**

La señalización en el recinto incluye señalización direccional, señalización informativa (como precios en restaurantes) y señalización publicitaria (como reconocimiento de patrocinadores).

El LOC debe proporcionar una señalización direccional clara alrededor y dentro del recinto para garantizar que todos los públicos puedan localizar fácilmente los servicios e instalaciones que buscan. Se recomienda que el contenido y la ubicación de la señalización direccional se consideren desde la perspectiva de cada cliente y donde posiblemente necesiten o deseen ir dentro del recinto, para asegurarse de que se den las instrucciones apropiadas para ellos.

El diseño de la señalización y cualquier marca en la señalización deben ser aprobados por la RFEH al menos un (1) mes antes de la competición.

Cuando sea apropiado y aconsejado por la RFEH, el faldón de patrocinadores que contiene los logotipos de los socios comerciales deberán incluirse en la señalización del evento. El LOC deberá proporcionar como mínimo tres (3) tótems de señalización informativa y publicitaria con cuatro caras en el recorrido del espectador.

El LOC debe proporcionar la mano de obra para la instalación de todo el branding y de la señalización conforme a la presentación del "Look & Feel".

### **3.2.6 Materiales**

La RFEH compartirá una lista de materiales necesarios para el evento como mínimo tres meses (3) antes de la competición con el LOC. Esta lista debe contener los materiales necesarios para todas las tareas de la organización del evento y distinguir las responsabilidades del suministro entre el LOC y la RFEH. Este documento será un documento de trabajo en las llamadas regulares.

### **3.2.7 Servicios Tecnológicos - Luz, Sonido y Internet**

Los servicios tecnológicos son críticos para el éxito del evento, ya que afectan prácticamente todos los aspectos de las operaciones del evento, desde el momento del partido hasta los anuncios y la cobertura de los medios. La RFEH tiene contratado un proveedor a largo plazo que suministra todos los servicios tecnológicos en todos los eventos de la RFEH. La RFEH indica en el presupuesto del evento qué responsabilidades económicas tendrán que ser cubiertas por el LOC y cuáles por la RFEH.

La pantalla LED siempre será cubierta por el LOC. El LOC debe proporcionar todos los requerimientos para las siguientes necesidades.

La RFEH y el LOC deben proporcionar los siguientes elementos totalmente equipados para el campo de competición, estando disponibles para cada locutor del estadio y para reproducir música y contenido audiovisual como parte del programa de presentación del deporte.

En detalle:

- Sistema sonido campo/gradas suficientes y de calidad para recibir mensajes claros, con una buena ubicación y reparto de los altavoces, con una potencia de entre 90 y 110 dB, como manera de mejorar la experiencia del espectador).
- Efectos especiales de Entrada jugadores

- Efectos Iluminación gradas/porterías/banquillos
- Mesa Realizador/ DJ / Animador
- Pantalla LED (min. 6,5m x 4,4m)

Es muy importante que la ubicación del sonido esté en la grada de público, con una altura y posición correctas, para así no necesitar tanta potencia y los mensajes que el speaker o animador dé, lleguen correctamente a los asistentes.

El espacio alrededor de la pantalla de LED (laterales, parte inferior y superior) se considera soporte publicitario y por tanto la RFEH podrá incluir la publicidad que considere oportuno de acuerdo a su programa de patrocinio.

A medio plazo la RFEH intentará cambiar los soportes de los patrocinadores alrededor del campo y de la U-Televisiva a LEDs. La RFEH tiene que informar al LOC como mínimo dos (2) meses antes de la competición. En caso de haber LEDs el LOC debe proporcionar los requerimientos necesarios para instalar los LEDs.

Los requerimientos (ver sección 3.1) indican las necesidades de Internet. Un plan de contingencia debe ser implementado antes del inicio del evento para proporcionar redes LAN de Internet en caso de que las redes inalámbricas de Internet fallen durante el evento.

### **3.2.8 Taquilla Entradas**

Se necesita una taquilla y debe ser proporcionada por el LOC para la venta de entradas situada en el recinto (por ejemplo, para el día), para la distribución de entradas pre-ordenadas y para la resolución de cualquier problema relacionado con las entradas.

### **3.2.9 Catering**

El plan de catering para el evento debe enviarse a la RFEH para su revisión con una antelación de al menos tres (3) meses de la competición, incluida la gama completa de alimentos y bebidas disponibles en cada lugar, y los precios de los establecimientos de restauración (ver más abajo).

En todo momento la distribución de los alimentos y bebidas deberá realizarse de acuerdo a la normativa vigente en el lugar del evento.

Del mismo modo, los espacios de las barras y mobiliario abiertos al público se consideran soportes publicitarios por lo que la RFEH podrá incluir la publicidad que considere oportuno de acuerdo a su programa de patrocinio.



## **CATERING PÚBLICO**

Los puntos de venta de alimentos y bebidas pagados por el usuario en el recinto deben ofrecer una variedad de alimentos y bebidas frías y calientes, no solo bocadillos o "comida rápida", accesibles para todos los participantes del evento. Los precios no deben ser más que los precios estándar del mercado local. Estos puntos de venta deben estar en la plaza del recinto y también accesibles para los medios y la televisión.

## **CATERING STAFF/VOLUNTARIOS Y PROVEEDORES**

Además, los refrigerios calientes y fríos (un mínimo de café, té y agua) deben estar disponibles en la sala de oficiales del evento, en la sala de medios y en todas las instalaciones de oficina para el personal del evento. También se debe proporcionar de alimentos a la sala de prensa cada día del evento (mínimo bocadillos / sándwiches).

## **AGUA Y HIELO**

Además de lo que se necesita para oficinas y salas, el LOC debe proporcionar gratuitamente agua embotellada y hielo para el tratamiento de lesiones en los campos de competición para los equipos y los oficiales durante el evento.

Respecto al agua embotellada, se debe proporcionar un mínimo de veinte (20) litros por equipo para cada partido y se deben proporcionar un (1) litro por Oficial de evento para cada partido.

Para el hielo para el tratamiento de lesiones, se debe proporcionar un mínimo de cinco (5) kg de hielo fresco por equipo y por partido.

La RFEF podrá proporcionar de manera preferente y exclusiva una marca de alimentación, bebidas y/o aguas para su distribución por el LOC como consecuencia de su acuerdo en el programa de patrocinio y por tanto la RFEF podrá solicitar que la visibilidad publicitaria y de productos sea exclusiva para su marca patrocinadora.

### **3.2.10 Mantenimiento/Limpieza y Residuos**

#### **MANTENIMIENTO**

Se deben proporcionar niveles suficientes de servicios de mantenimiento y servicios públicos en el recinto durante la competición.

El Jefe de Operaciones del recinto del LOC debe concertar contratos de servicio con los técnicos necesarios en caso de problemas con la iluminación, el campo, la calefacción, la ventilación y el aire



acondicionado o cualquier otra instalación del recinto durante el evento.

### **LIMPIEZA Y RESIDUOS**

Para garantizar la presentación coherente del recinto durante todo el período del evento, debe haber un buen nivel de servicios de limpieza y desperdicio proporcionados en el recinto y sus alrededores.

El LOC es responsable de la limpieza del recinto antes y durante el evento, y de la desinstalación del recinto después del evento. Por lo general, el lugar tiene un contrato de limpieza y residuos existente o se necesita un contrato de limpieza y residuos específico para el evento. El contrato debe abordar las fechas y horas de los servicios de limpieza y desechos, la frecuencia de la limpieza de ubicaciones específicas, la respuesta ad hoc a derrames e incidentes, los uniformes que deben usar los contratistas, etc.

Se recomienda que el LOC trabaje con las autoridades públicas para garantizar que el área alrededor del recinto, más allá de la línea de la cerca del recinto, se mantenga durante todo el período del evento.

Para la RFEH es muy importante la sostenibilidad así como el legado que la limpieza y residuos generados en este tipo de eventos tiene sobre el entorno, por lo que se recomienda seguir un plan de residuos y basuras sostenibles para intentar obtener una huella residual lo menor posible.

#### **3.2.11 Video Umpire**

En el caso de que la CNA y la RFEH decidan la instalación del Video Umpire en uno de los Eventos, el LOC debe proporcionar los siguientes requerimientos:

- Una sala para el Video Umpire, preferiblemente con una vista clara del campo de juego para acomodar una mesa, dos sillas, el equipo técnico necesario y un photocall
- Dos (2) radios como respaldo de emergencia del Video Umpire (con un canal dedicado al Video Umpire)

### **4. Servicios del Evento**

#### **4.1 RRPP y Protocolo**

El LOC debe disponer a una persona dedicada a gestionar los enlaces con las instituciones y autoridades (instituciones, federaciones nacionales y autonómicas, presidentes de los clubes, así como los directivos de los principales Socios comerciales). Parte de la

responsabilidad de esta persona es la organización y el protocolo de la ceremonia de entrega de premios, la organización de una cena oficial y la coordinación de las entradas y acreditaciones para las autoridades.

### TROFEOS Y MEDALLAS

La RFEH asumirá el coste de las medallas entregadas a los tres primeros clasificados:

HOCKEY: 22 de Oro 22 de Plata y 22 de Bronce.

Las medallas, así como las cintas o landyards que las soportan, se considerarán como un soporte publicitario y por tanto la RFEH podrá incluir la publicidad que considere oportuno de acuerdo a su programa de patrocinio.

En todas las competiciones se entregarán los trofeos a:

CATEGORIA MASCULINA	CATEGORÍA FEMENINA
- Árbitros de la final y el Manager. (#4)	- Árbitras de la final y el Manager. (#4)
- Mejor jugador del torneo (MVP). (#1)	- Mejor jugadora del torneo (MVP). (#1)
- Mejor Portero del torneo. (#1)	- Mejor Portera del torneo. (#1)
- Premio promesa del torneo. (#1)	- Premio promesa del torneo. (#1)
- Tercer clasificado. (#24)	- Tercer clasificado. (#24)
- Segundo clasificado. (#24)	- Segundo clasificado. (#24)
- Primer clasificado. (#24)	- Primer clasificado. (#24)

Estos trofeos serán proporcionados por la RFEH salvo que se comunique lo contrario (al menos 30 días antes del inicio de la competición) y sea el LOC el encargado de proporcionar el trofeo.

Los trofeos serán entregados de acuerdo al protocolo que se establezca en cada ocasión para cada Campeonato.

Junto con la documentación del Campeonato y dentro del informe del mismo, el Delegado Técnico deberá especificar a quien se han entregado estos trofeos para que pueda ser publicado en la web de la RFEH junto con los resultados de la competición. La designación de los ganadores de estos trofeos será realizada por los seleccionadores nacionales asistentes a la competición junto con el Delegado Técnico de la competición.

## **PROTOCOLO DE ENTREGA DE PREMIOS**

La RFEH definirá el protocolo de entrega de premios de acuerdo a los compromisos vigentes de la RFEH y se coordinará con el LOC para atender en la medida de lo posible a sus compromisos institucionales y de las autoridades presentes (descritos en el punto Trofeos y Medallas), teniendo siempre en cuenta en la misma a los patrocinadores de la RFEH. Los trofeos serán entregados en el orden que se establezca en cada ocasión para cada Campeonato. Las necesidades mínimas para la entrega de trofeos y medallas son:

- Mesa y acordonamiento para la colocación de Copas y medallas.
- Megafonía para el protocolo de entrega.
- Presentador y coordinador del acto.
- Escenario para al menos un equipo

La entrega se realizará ubicándose el pódium al principio de la línea de borde de área hacia la portería más cercana, de manera paralela a la línea 22 que será el margen de ubicación de la prensa gráfica. De esta manera se podrá ver desde las cámaras en el lateral de banquillos y desde la grada principal del público. La elección de la portería a realizar la entrega la hará el productor televisivo. El presentador del acto de clausura correrá a cargo del LOC. El LOC debe realizar un ensayo general para la entrega de premios y forma parte de las reuniones in situ entre la RFEH y el LOC.

## **CENA DE GALA RFEH**

El LOC de la Copa del Rey / Copa de la Reina debería organizar y asumir los gastos organizativos de la misma, antes o durante el evento, una cena oficial para al menos dos personas por equipo, los oficiales, instituciones y dos personas por cada patrocinador oficial.

El coste del cubierto será cubierto por cada invitado/persona que asista a la cena.

El lugar de desarrollo de la Cena de Gala de la RFEH, lo propondrá el club o federación territorial organizadora del evento pero será responsabilidad de la RFEH aprobar el lugar. El mismo deberá contar, al menos, con 150 plazas para los invitados y comensales. El recinto deberá estar provisto de una tarima, de al menos 7 metros de largo y cuatro de ancho, provisto de atril, micrófono y mínimo seis (6) altavoces, para el presentador/a del evento. De igual manera, de cuatro monitores, con mínimo de 40 pulgadas, para proyección de diferentes exposiciones audiovisuales a lo largo del evento.

El presentador de la misma correrá a cargo de la Real Federación Española de Hockey. La Real Federación Española de Hockey, se encargará de la asistencia de un fotógrafo y de cualquier otro medio audiovisual relativo al desarrollo de la misma.

## 4.2 Alojamientos

Se requiere alojamiento durante el evento para los equipos participantes, trabajadores de la RFEH, oficiales de la RFEH, personal de la RFEH, socios comerciales de la RFEH, invitados, los aficionados, los proveedores generales y la empresa de radiodifusión televisiva. Los hoteles oficiales deben confirmarse con una antelación de al menos tres (3) meses al inicio de la competición, incluidos los detalles de las instalaciones y servicios.

La RFEH y el LOC deben seleccionar un Hotel Oficial para todos los equipos, funcionarios de la RFEH, personal de la RFEH, socios comerciales de la RFEH e invitados. El Hotel Oficial debe tener un mínimo de 4 estrellas de acuerdo con los estándares internacionales. Idealmente, debería tener un restaurante y gimnasio.

La RFEH y el LOC también deben nominar dos (2) hoteles adicionales de un nivel de costes distintos ("Hoteles Oficiales 2 y 3"), incluida una (1) opción barata para ofrecer a los equipos, los aficionados, los proveedores generales y la empresa de radiodifusión televisiva.

La RFEH y el LOC deben establecer contratos con los tres (3) hoteles, asegurando las tarifas, el uso de las instalaciones del hotel, como salas de reuniones, estacionamiento y cualquier otro servicio relevante. Idealmente, los productos y servicios de socios comerciales se ponen a disposición en los hoteles, cuando sea relevante y factible.

Los hoteles oficiales deben estar marcados con el branding y la señalización del evento.

El LOC junto con la RFEH podrán comercializar el alojamiento directamente o con la ayuda de una agencia de viajes. Todos los ingresos generados serán distribuidos de la siguiente manera: 50% LOC y 50% RFEH.

### RESUMEN DE LOS HABITACIONES

La siguiente tabla muestra el tipo de habitación y la responsabilidad del costo de las habitaciones requeridas por las diferentes partes:

	<b>Tipo de Habitación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Responsabilidad costo</b>
Equipos	Doble / Individual	11 / 2	A su propio costo
Directivos RFEH	Individual	6	RFEH
Oficiales RFEH	Doble/Individual	*	LOC
Personal RFEH	Individual	6	LOC
Socios	Individual	tbd	A su propio costo

Comerciales RFEH			
Invitados RFEH	Doble/Individual	tbd	A su propio costs/RFEH
Proveedores	Doble/Individual	tbd	A su propio costo
Empresa TV	Doble/Individual	tbd	A su propio costo
Aficionados/Familias	Doble/Individual	tbd	A su propio costo
<b>Oficiales RFEH</b>	<b>Tipo de Habitación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Responsabilidad costo</b>
<i>PLAY OFF Semis - Árbitros</i>	<i>Doble</i>	<i>4</i>	<i>LOC</i>
<i>PLAY OFF Semis - Delegados</i>	<i>Individual</i>	<i>4</i>	<i>LOC</i>
<i>PLAY OFF Finales - Árbitros</i>	<i>Doble</i>	<i>2</i>	<i>LOC</i>
<i>PLAY OFF Finales - Delegados</i>	<i>Individual</i>	<i>2</i>	<i>LOC</i>
<i>COPA - Árbitros</i>	<i>Doble</i>	<i>8</i>	<i>LOC</i>
<i>COPA - Delegados</i>	<i>Individual</i>	<i>4</i>	<i>LOC</i>

### 4.3 Transporte

El LOC debe desarrollar y presentar un plan de transporte local que deberá ser aprobado por la RFEH dos (2) meses antes de la competición.

El LOC debe ofrecer a los equipos clasificados un servicio de transporte privado en forma de un autobús o furgonetas durante la duración completa del evento. Este servicio debe ser pagado por el club demandando este servicio.

El LOC debe proporcionar servicios regulares de transporte entre el Hotel Oficial y el recinto que pueden ser utilizados por personal acreditado, incluidos los funcionarios del evento, directivos de la RFEH, personal de la RFEH y socios comerciales de la RFEH e invitados, comenzando un (1) día antes del inicio de la competición.

Como parte de sus paquetes de patrocinadores, los socios comerciales tienen derecho a una serie de permisos de estacionamiento en el recinto. También se debe proporcionar transporte hacia y desde la cena oficial.

#### **TRANSPORTE PÚBLICO Y APARCAMIENTOS**

El uso del transporte público por parte de los espectadores y el personal debe ser ofrecido y recomendado por el LOC. Se debe establecer una política que requiera que los espectadores y la mayoría

del personal utilicen el transporte público, basándose en un plan de transporte sostenible y espacios de estacionamiento limitados.

A pesar de recomendar el uso del transporte público, existe la necesidad de algún estacionamiento operativo en el recinto. Como el espacio es típicamente limitado, el LOC debe desarrollar un plan de estacionamiento (que se incluirá en el plan de transporte local) que tenga en cuenta el espacio disponible, la demanda, la necesidad de proximidad al recinto, los permisos de acceso, etc. También se podría considerar para proporcionar acceso al recinto a algunos vehículos que dejen a sus pasajeros, pero no permanezcan en ningún espacio de estacionamiento limitado disponible.

## **5. Experiencia en Evento y Presentación del Deporte**

### **5.1 Experiencia en Evento**

Es importante enganchar al público objetivo, ya que crea oportunidades a través de las cuales el público puede conectarse al evento tomando medidas concretas para involucrarse; ya sea participando en una actividad, comprando entradas o respondiendo a las instrucciones de las redes sociales. Por lo tanto, el compromiso y la experiencia del espectador son componentes vitales en el éxito a corto y largo plazo del evento y el crecimiento nacional del hockey: el éxito operativo por sí solo ya no es suficiente.

Para que el Evento se considere verdaderamente exitoso, deben estar presentes elementos como estadios completos, un ambiente festivo y legados fácilmente reconocibles.

#### **PRE EVENTO**

Los servicios que se proporcionarán a los espectadores comienzan antes del Evento, específicamente en forma de información sobre el Evento. Los espectadores necesitan detalles como fechas, horarios y sorteos, precios de las entradas, programas de eventos paralelos y planes de transporte. Esta información debe comunicarse a través del sitio web del evento y, según corresponda, a través de los medios de comunicación.

#### **DURANTE EL EVENTO - FUERA DEL RECINTO**

Durante el Evento, los servicios para los espectadores comienzan ya fuera del recinto. Además de ver continuamente la información del Evento a través del sitio web del Evento y los Medios de comunicación, la experiencia del espectador comienza en su viaje al Evento. Los carteles de los eventos en la ciudad y la señalización hacia y desde el transporte público causan una primera impresión.

Al acercarse al recinto, la emoción de los espectadores aumenta y la atmósfera se puede mejorar mediante la apariencia, los anuncios y la música a través del sistema de megafonía mientras los espectadores hacen cola para ingresar al recinto. El proceso de entrada es un aspecto importante que debe explicarse por adelantado a los espectadores. Esto podría presentarse en el sitio web del Evento y también impreso en las entradas, informándoles sobre cualquier restricción de acceso o seguridad, artículos prohibidos, el proceso de entrada, etc.

#### **DURANTE EL EVENTO – DENTRO DEL RECINTO**

El LOC debe proporcionar un village de espectadores para exhibiciones y/o puestos de venta para diferentes expositores (por ejemplo, socios comerciales) para mejorar la experiencia y el disfrute del espectador. La información anticipada a los espectadores debe animarlos a llegar a tiempo para explorar y disfrutar el village donde se ofrecen servicios de catering y merchandising (incluidos los programas de eventos), baños públicos, áreas de descanso, sombra y refugio. El plan para esta área debe enviarse a la RFEF para su aprobación como mínimo dos (2) meses antes de la Competición.

Para garantizar que los espectadores puedan ubicar fácilmente sus asientos, es importante una señalización clara, así como también el personal debe estar presente para responder preguntas, proporcionar instrucciones y llevar a las personas a sus asientos. Este mismo personal o voluntarios deben administrar el flujo de espectadores de una manera que garantice la seguridad pública, utilizando barreras, áreas de espera, etc.

### **5.2 Presentación del Deporte**

La presentación deportiva es un factor crítico de éxito que contribuye a la experiencia positiva de todos los participantes del evento, desde los atletas hasta los espectadores. El objetivo debe ser educar, informar, entusiasmar, involucrar y entretener a la audiencia en el recinto de tal manera que también mejore la experiencia de los participantes.

Entretener, entusiasmar y atraer a los espectadores es de vital importancia y puede ser potenciado de manera creativa. Esto debe hacerse de una manera que no perjudique indebidamente el desempeño de los equipos. Las consideraciones son el uso de música, video e iluminación dentro del recinto, y actuaciones animadas en la plaza del espectador o alrededor de las colas de entrada.

La RFEF desarrollará un protocolo de presentación del deporte que compartirá con el LOC al menos dos (2) meses antes de la Competición.

Este plan debe incluir entretenimiento, música, actividades durante los descansos, competiciones multitudinarias, presentadores en el campo, etc.

El LOC debe contratar presentadores, animadores y DJs que serán presentados en el protocolo. Un briefing sobre la presentación del deporte se realizará un día antes de la competición in situ.

### **PANTALLA LED**

El campo de competición debe tener pantalla LED para espectadores con los siguientes parámetros:

- Tamaño mínimo de la pantalla: 6.5 mx 4.4 m;
- Superficie de pantalla mínima utilizable: 23 m<sup>2</sup>;
- Resolución mínima: 6,000 LED / m<sup>2</sup>;
- Intensidad mínima: 4.000 cd / m<sup>2</sup>.

El proveedor de Tecnología debe operar la pantalla LED en todo momento.

La RFEH proporcionará guías para el contenido de la pantalla LED que debe incluir, pero no se limita a, la transmisión en vivo, imágenes de la grada, repeticiones, resultados, tiempo de partido, gráfico pantallas, información y estadísticas de atletas y equipos, anuncios de socios comerciales, así como elementos de entretenimiento como competiciones de medio tiempo y entrevistas previas o posteriores al partido. La RFEH es responsable de la supervisión y aprobación del contenido en la pantalla LED.

La RFEH fomenta el uso de una solución combinada de marcador y pantalla LED. ( Consultar sección 3.1.1.)

El LOC debe contratar presentadores, animadores y DJs que trabajen en estrecha colaboración con el personal de presentación deportiva de la RFEH y del LOC. Un briefing sobre la presentación del deporte se realizará un día antes de la competición.

Además del sistema de sonido, la información y la infraestructura de la pantalla LED que se mencionan a continuación, se debe proporcionar instalaciones para la presentación efectiva del evento, incluyendo una mesa de control y las posiciones del presentador, animador y DJ.

El equipamiento de la presentación deportiva incluye:

- Equipamiento de producción que incluye fuentes de entrada y reproducción, mezclador, micrófonos, radio / cable, etc.;
- Sistemas de comunicaciones cableados e inalámbricos;
- Equipamiento de control para la pantalla LED;
- Iluminación y efectos especiales específicos según sea necesario;



## **6. Marketing y Comunicación**

Además de organizar un evento de alta calidad con buenos servicios e instalaciones para espectadores, equipos, directivos del LOC, socios comerciales, directivos de la RFEH, medios y emisoras, personal y voluntarios, reunir e implementar una estrategia integral de marketing es crucial para el éxito del evento.

Promocionar el evento es esencialmente contarle a la gente sobre el evento con el objetivo de crear conciencia y generar interés entre los grupos potencialmente interesados. Es la base de todos los esfuerzos para vender entradas, reclutar socios comerciales, obtener cobertura de medios, reclutar personal y voluntarios, etc.

En la promoción del evento, RFEH y el LOC son socios con objetivos comunes. Ambos se benefician igualmente de:

- Proyectar cualidades atractivas tales como emoción, pasión, velocidad, habilidad, entretenimiento y estilo de vida;
- Crear una propiedad de hockey fuerte para mejorar la imagen de la RFEH y el club o la federación del LOC;
- Maximizar el valor comercial del evento y el deporte en su conjunto;
- Generar negocios para todos los socios comerciales asociados con el evento, así como para la RFEH y el LOC;
- Impulsar el interés por el evento para maximizar el público local y nacional;
- Generar oportunidades para que los atletas se conviertan en profesionales y se conviertan en "Héroes del Hockey";
- Evaluar los datos de transmisión y los detalles de exposición de los socios comerciales para demostrar los rendimientos de las inversiones realizadas por los socios comerciales, las autoridades y otras partes interesadas;
- Crear una relación a largo plazo poderosa y productiva entre la RFEH y el club o la federación del LOC;
- Crear conciencia del hockey para aficionados a los deportes en general.

### **6.1 Plan de Marketing y Comunicación**

Para ser efectivo y eficiente, para optimizar las actividades y maximizar las oportunidades, los esfuerzos de marketing del evento deben planificarse, coordinarse y centrarse; las actividades momentáneas no conectadas están destinadas a fallar.

Por lo tanto, el LOC debe desarrollar un plan de marketing que se compartirá con la RFEH con antelación de al menos cuatro (4) meses

del comienzo de la Competición, y el LOC debe comprometerse a destinar un nivel apropiado de gasto de marketing con respecto al evento.

El plan de marketing debe tener en cuenta la coordinación entre la RFEH y el LOC: nacionalmente, la RFEH toma la delantera, el LOC lo hará a nivel local. Sin embargo, la RFEH y el LOC trabajan en estrecha colaboración para garantizar que todas las actividades sean convincentes, consistentes e integradas para transmitir un mensaje sólido.

Para ayudar al LOC, la RFEH pone a disposición las guías del Look & Feel del evento como se explica en más detalle en la sección 6.3. El manual proporciona orientación y asesoramiento sobre la promoción y el desarrollo de la marca del evento, así como una serie de pautas y plantillas para creativities. La RFEH también tiene personal experto a disposición del LOC para consultas y apoyo o aportes que puedan necesitar.

Una lista en la sección 6.3 con todas las producciones de todos los materiales impresos, promocionales y de branding indican las responsabilidades entre la RFEH y el LOC

## **6.2 Ticketing**

La RFEH trabaja con la empresa CASFID como agente de entradas para todos sus eventos nacionales con venta de entradas. Los servicios de CASFID incluyen la provisión y gestión de una marca blanca de ticketing en la propia página web de la RFEH e in situ del evento, encargándose del sistema de acreditaciones, el control de acceso y opcional del cashless payment.

1. CASFID, como proveedor central del ticketing de la RFEH y suministrará siempre los servicios pulseras a ORGANIZADORES para eventos nacionales de clubes y selección.
2. MARCA BLANCA será integrado dentro página web de la RFEH
3. RFEH y ORGANIZADOR deciden juntos los precios del evento y "objetivo económico entradas"
4. RFEH y CASFID gestionaran MARCA BLANCA
5. RFEH, CASFID y ORGANIZADOR trabajan juntos campañas de marketing y Ticketing para maximizar ingresos de ticketing.
6. Los datos generados serán gestionados por la RFEH y el ORGANIZADOR.
7. ORGANIZADOR y la RFEH se repartirán los ingresos de entradas (y del cashless payment) al 50% y pagarán a partes iguales los costes de gestión y de los servicios de pulseras
8. La explotación comercial del espacio VIP es exclusiva de la RFEH

### **LOS COSTES:**

- Gastos de Gestión - 4% del precio de la entrada (IVA incluido).

- Servicios pulsera
  - o Evento 2 días - 350,00€
  - o Evento 3 días - 500,00€
- Servicio de pulsera, servicio de acreditación y control de acceso
  - o Evento 2 días -550,00€
  - o Evento 3 días -750,00€
- Servicio de pulsera, servicio de acreditación y control de acceso y Cashless payment (esta opción es opcional).
  - o Evento 2 días - 1.100,00€
  - o Evento 3 días - 1.500,00€

La estrategia de ticketing es un parte esencial del plan de marketing. La RFEH y el LOC deben acordar los precios, los puntos de venta y las acciones en las que usamos los datos accesibles.

### 6.3 Look & Feel

#### **IMAGEN CORPORATIVA**

La imagen corporativa del evento, que incluye el logo, el título oficial del evento, el logo del socio presentador y una guía con informaciones detalladas sobre formato, estilo y posiciones concretas para todas las creatividades, será suministrado por la RFEH y no puede modificarse de ninguna manera.

El logo del evento es un elemento clave de identificación para el evento y debe ser parte de todas las campañas de promoción visual desde el principio. Además, el título oficial del Evento, según lo confirmado por la RFEH, debe usarse en cualquier referencia al evento.

Todas las creatividades del evento, incluido el logo del evento, los logos de los socios comerciales, los logos compuestos o cualquier propiedad intelectual de la RFEH deben ser aprobadas por escrito por la RFEH antes de su producción.

El LOC puede crear o designar una canción / música de evento. Cualquier canción o música creada o designada sirve principalmente para promover el evento en actividades de publicidad, fuera del recinto y en el recinto. Cualquier canción / música idealmente debería reflejar las cualidades del evento (por ejemplo, élite, pasión, velocidad, habilidad, lo mejor de lo mejor) y / o simbolizar rasgos o costumbres locales o regionales. Además, cualquier canción / música debe ser un elemento central del programa de presentación deportiva. Cualquier canción / música del evento debe ser aprobada por la RFEH el menos dos (2) meses antes del comienzo de la Competición.

La RFEH tiene el derecho de desarrollar y emplear una mascota para el evento. Además de facilitar el suministro de cualquier artículo de

mercancía de la mascota, el LOC debe apoyar todas las actividades con la mascota, incluidas, entre otras, actividades de promoción, sorteos y oportunidades para tomar fotografías. En caso de que la RFEH no ejerza sus derechos de mascota, el LOC será informado en consecuencia al menos cuatro (4) meses antes del evento. En tal caso, la RFEH puede liberar los derechos de la mascota a su sola discreción al LOC o a un tercero.

## **PRODUCCIONES MATERIALES IMPRESOS, PROMOCIONES, BRANDING Y SEÑALIZACIÓN**

La imagen corporativa y la presentación del Look & Feel del evento definirá el uso del logo del evento y concretará todos los soportes y formatos publicitarios del evento. La RFEH y el LOC trabajarán juntos en preparar el documento del Look & Feel, garantizando siempre los acuerdos vigentes con los patrocinadores. La RFEH tiene que aprobar el documento al menos dos (2) meses antes del evento e identificar las responsabilidades para las producciones de acuerdo con la siguiente lista:

Activo	Creatividad	Producción	Coste Producción
Vallas UTV Socios Comerciales RFEH	RFEH	RFEH	RFEH
Vallas UTV Socios Comerciales LOC	LOC	RFEH / LOC	LOC
Vallas 2UTV Socios Comerciales RFEH	RFEH	RFEH	RFEH
Lonas parabolas detrás de portería	RFEH	LOC	LOC
Valla frontal Campo + UTV Mesa jueces	RFEH	LOC	LOC
Porterías (interior y exterior)	RFEH	RFEH	RFEH
Toblerones desfile jugadores	RFEH	RFEH	RFEH
Atril de Copa (vinilos)	RFEH	RFEH	RFEH
Podium - Faldón Tarima	RFEH	RFEH	RFEH
Banquillos - 2 traseras asientos (vinilos)	RFEH	RFEH	RFEH
Photocall Comentaristas	RFEH	LOC	LOC
Photocall Zona Mixta	RFEH	LOC	LOC
Photocall Pie de campo	RFEH	LOC	LOC
Photocall Comentaristas	RFEH	LOC	LOC
Photocall Pie de campo	RFEH	LOC	LOC
Photocall Video Umpire	RFEH	LOC	LOC
Banderolas ContraU	RFEH	LOC	RFEH
Lonas 2ª anillo grada (Look&Feel) *	LOC	LOC	LOC
Totems Informativos Publico General (3)	RFEH	LOC	LOC
Arco Entrada Principal Publico	RFEH	LOC	LOC

Cubrir Torre Televisión*	LOC	LOC	LOC
Cubrir Trasera gradas	LOC	LOC	LOC
Señalización	LOC	LOC	LOC
Ítems Promocionales	LOC	LOC	LOC
Diseño Cobertura RRSS RFEH	RFEH	RFEH	RFEH
Diseño Gráficos Pantalla LED	RFEH	RFEH	RFEH
Diseños Gráficos Televisión	RFEH	RFEH	RFEH

Stands 3x3m para Socios Comerciales RFEH	LOC	LOC	LOC
Stands 6x3m para Socios Comerciales RFEH	LOC	LOC	LOC
Acreditaciones (Modelo)	RFEH	LOC	LOC
Entradas PDF de acceso	RFEH	LOC	LOC
Cinta de acreditaciones (Landyard)	RFEH	LOC	LOC
Pulseras o soportes de acceso publico	RFEH	LOC	LOC
Equipación recoge pelotas (petos)	RFEH	RFEH	RFEH
Equipación Voluntarios	LOC	LOC	LOC
Cartel Evento	RFEH	LOC	LOC
Programa Evento	LOC	LOC	LOC

\*Potencial visibilidad para marcas. La responsabilidad puede cambiar dependiendo de si el socio comercial de la RFEH o del LOC elige activar ese ítem. La producción siempre será responsabilidad del LOC.

Depende del recinto se pueden identificar otros ítems. Estos ítems deben formar parte de la presentación del Look & Feel de la RFEH. La RFEH y el LOC deben acordar las responsabilidades de manera justa.

El LOC debe usar las guías y las normas de la imagen corporativa proporcionadas siempre que sea posible y apropiado. Cualquier creatividad adicional requerida estará diseñada por el LOC de acuerdo con las normas de la imagen corporativa. Todas las creatividades deben ser aprobadas por la RFEH antes de su producción.

La calidad de todos los materiales debe corresponder al estado del evento como el evento y escaparate principal del hockey.

#### **PROGRAMA DEL EVENTO**

El LOC debe producir un libro/ programa para el evento a todo color de acuerdo con la imagen corporativa del evento, el cual será aprobado por la RFEH en cuanto a las marcas comerciales o anuncios que en él salgan, así como su contenido definitivo.

Se propone realizar el programa en versión digital con un microsite web o código QR, con el fin de mejorar la sostenibilidad y respeto al medio ambiente.

El programa del evento debe estar disponible al menos tres (3) días antes del inicio de la competición, preferiblemente de forma gratuita para todos los interesados.

La portada del programa del evento debe incluir: título oficial del evento, fecha y lugar del evento, logo del evento y la tira de reconocimiento de los patrocinadores.

El contenido del programa del evento como mínimo debe incluir lo siguiente: presentación de cada equipo, lista de oficiales del evento designados, calendario de partidos y un resumen del formato de la competición.

El LOC debe proporcionar una (1) página completa para el mensaje de bienvenida del Presidente de la RFEF (primera página de contenido después de la tabla de contenido), incluida una foto del Presidente de la RFEF. La RFEF proporcionará al LOC este contenido. Cualquier contenido editorial adicional solicitado por la RFEF estará sujeto a discusión con el LOC.

El LOC debe asegurarse de que los socios comerciales y la RFEF reciban publicidad. El LOC debe informar a la RFEF de las especificaciones técnicas de impresión y los plazos para la publicación; la RFEF proporcionará al LOC las ilustraciones publicitarias de los socios comerciales de la RFEF.

El plan de contenido y los contenidos finales del programa del evento deben ser aprobados por la RFEF antes de la producción, como mínimo dos (2) semanas antes del comienzo de la competición.

#### **6.4 Presencia Digital**

La RFEF supervisa y administra todos los aspectos de la presencia oficial en línea del evento, incluidos, entre otros, el sitio web del evento, los canales de redes sociales y digitales (Facebook, Twitter, Instagram, etc.).

El contenido destacado para la presencia oficial en línea es creado en colaboración por el LOC y la RFEF, con la RFEF conservando el control operativo y editorial, así como los derechos de autor de todo el contenido creado para los canales oficiales del evento, a menos que se acuerde lo contrario.

El gerente de comunicaciones de la RFEF, el gerente de marketing de la RFEF y el gerente digital de la RFEF (y otro personal de RFEF, según corresponda y sea necesario) trabajarán junto con el LOC para garantizar que se entreguen mensajes consistentes y contenido atractivo para todos los canales y toda la información del evento, como recinto, detalles del calendario, las entradas y el transporte se comunican de manera correcta, integral y oportuna.

El LOC puede incluir cierta cobertura de eventos dentro de sus canales de comunicación en línea establecidos. Estos deberían centrarse en las preparaciones y el rendimiento de su equipo, incluida la información general del evento, según se requiera en el contexto del evento. Para obtener detalles del evento más allá de esto, los canales de comunicación del LOC deben mostrar la presencia oficial en línea del evento en los canales de la RFEH.

## **7. Media**

### **7.1 Acreditación y Control Acceso**

Debe existir un proceso de acreditación para los medios de manera que los asistentes de los medios puedan identificarse fácilmente y se les permita el acceso a áreas específicas de los medios.

La RFEH es responsable de gestionar las solicitudes de acreditación de medios para los medios nacionales, el LOC de los medios locales. El proceso de acreditación debe coordinarse y comenzar un mínimo de tres (3) meses antes de la competición.

La RFEH y el LOC deben acordar antes del inicio del proceso de acreditación el número máximo de acreditaciones de medios disponibles para todos los medios.

Una vez que el proceso de acreditación se haya cerrado oficialmente, la RFEH enviará al LOC un archivo digital con los detalles de todos los medios nacionales acreditados para la impresión de pases de acreditación de los mismos.

La RFEH tiene la potestad de permitir solicitudes de acreditación tardías de representantes de organizaciones o agencias de medios que desempeñarán un papel importante en informar tanto el evento como el deporte.

El LOC es responsable de imprimir todos los pases y distribuirlos a los medios nacionales y locales en un lugar designado en el recinto antes del inicio del evento.

### **POSICIONES DE FOTOGRAFOS**

Para garantizar que se puedan tomar las mejores imágenes posibles, se deben proporcionar posiciones óptimas para los fotógrafos, ubicadas en al menos tres (3) zonas en cada lado del campo. Estas zonas serán definidas por el personal de la RFEH antes del evento tras su discusión con la empresa de la televisión y los organizadores del evento. Sin embargo, los siguientes requisitos se aplican a todos los eventos:

- Todos los fotógrafos que ingresen a las zonas dedicadas a la fotografía deben usar un babero numerado individualmente que debe estar visible en todo momento con fines de identificación;
- Los fotógrafos no están permitidos dentro de los paneles LED / vallas UTV que rodean el campo;
- No se permite a los fotógrafos disparar en las áreas directamente detrás de los círculos de gol;
- No se permite a los fotógrafos acercarse o pasar por los bancos del
- Cuando sea posible, los fotógrafos podrán trabajar desde asientos de espectadores desocupados.

Para recopilar imágenes de VIP y otras áreas "back of house" del recinto, los fotógrafos oficiales que representan a la RFEF y al LOC, pueden requerir mayores niveles de acceso que otros fotógrafos de medios acreditados. Los fotógrafos oficiales deben contar con un babero de color diferente para distinguirlos de otros fotógrafos para que el personal del recinto pueda identificarlos claramente con mayor facilidad.

## **7.2 Centro de Medios**

El centro de medios está abierto a los medios acreditados desde el día del inicio de la competición hasta el final del evento. El horario de apertura debe ser de tres (3) horas antes del comienzo del primer partido del día a tres (3) horas después del final del último partido del día, a menos que se acuerde lo contrario con la RFEF. Las horas de funcionamiento deben comunicarse a todos los medios acreditados. El LOC debe contratar suficiente personal, ya sea personal o voluntarios capacitados, para administrar el centro de medios de la manera más efectiva posible.

### **ZONA MIXTA**

Una zona mixta efectiva es una operación crítica en los eventos de alto nivel tanto para atletas como para los medios de comunicación. Se debe establecer una zona mixta en un área entre donde los atletas y entrenadores salen del campo de juego y los vestuarios, lo que les permite detenerse fácilmente para las entrevistas con los medios después de cada partido. Todos los atletas y entrenadores deben usar esta salida, pero no están obligados a detenerse a solicitud de los medios. La zona mixta no debe estar en el campo de juego.

Los medios de la RFEF y sus Social Media Managers necesitan un lugar prioritario ubicado al comienzo de la zona mixta.

Presentes en la zona mixta están las emisoras, la radio y la prensa escrita y fotográfica, que tienen acceso a los equipos en este orden.

No se permite que los medios estén del lado de los atletas de la zona



mixta.

La zona mixta debe tener un fondo de marcas (en línea con los requisitos de los derechos comerciales) así como una barrera que separa la prensa de los atletas y entrenadores.

### **7.3 Presentación Oficial del evento**

La presentación oficial de la competición se realizará durante la semana previa al arranque de la misma, siempre que no sea posible realizarlo en otra fecha previa. El presentador/a lo pondrá el LOC. El lugar de la presentación oficial lo elegirá el LOC pero deberá ser aprobado por la RFEF y deberá estar dotado de equipo de megafonía. La convocatoria de medios para este acto, lo realizarán el LOC y la RFEF, de forma conjunta y consensuada con anterioridad. La presentación deberá tener una trasera donde aparecerán los patrocinadores de la RFEF, junto a los del LOC, así como el escudo de la RFEF.

### **7.4 Sorteo**

En la Copa del Rey & de la Reina, el sorteo de la fase final se realizará en el plazo inferior después de la terminación de la primera vuelta de la temporada y la confirmación oficial de los equipos participantes en la competición. El lugar a desarrollar el sorteo lo elegirá el LOC pero deberá ser aprobado por la RFEF. El presentador/a del sorteo lo elegirá el LOC del evento. El acto deberá contar, al menos, con un fotógrafo puesto por la organización, que será el encargado de distribuir el material gráfico del acto a todo el que lo necesite. El lugar deberá contar con una mesa presidencial para dar cabida a las personalidades que intervengan en la misma y un atril para el presentador/a. Tanto la mesa como el atril, deberán contar con micrófonos. De igual manera, el recinto deberá estar provisto de sillas para el público asistente y para los medios de comunicación.

La posibilidad de realizar el sorteo en un formato o distribución diferente está abierta a debate durante los meses previos a la realización del evento pero deberá estar cerrado el formato como mínimo con 1 (un) mes de antelación a dicho evento.

## **8. Retransmisión/TV**

### **8.1 Derechos Audiovisuales**

La RFEF tiene exclusivamente todos los derechos televisivos en su término más amplio (lo que incluye los derechos de radio, televisión, de Internet y de cualquier otro derecho multimedia) del evento.

### **8.2 Producción Televisiva**

En caso de que la competición sea retransmitida en directo y/o diferido por TV y/o por streaming (internet), serán necesarias las siguientes especificaciones:

- La ubicación de las cámaras será siempre contra la Grada Principal del Estadio, de tal manera que las imágenes de televisión cojan siempre al público de la grada. (Ver imagen 1)
- Las retransmisiones televisivas serán, como mínimo, con una producción de 5/6 cámaras:
  1. Cámara Máster ubicada en la línea central del terreno de juego (sobre los banquillos).
  2. Cámara de Planos cortos (Repeticiones), ubicada en la línea central del terreno de juego (sobre los banquillos) junto a la Cámara Máster.
  3. Cámara lateral de área A, ubicada en el mismo lateral que la "Master" a un lado de los banquillos y a la altura de la Línea 22 del terreno de juego.
  4. Cámara lateral de área B, ubicada en el mismo lateral que la "Master" a un lado de los banquillos y a la altura de la Línea 22 del terreno de juego. En el lado opuesto que la 'A'
  5. Cámara móvil, ubicada en el lateral detrás de los banquillos en zona mixta para grabar las escenas de banquillos, entrevistas, y otras escenas pre-partido.
  6. Cámara de cabina comentaristas, ubicada en el interior de la cabina para grabar contenido de los comentaristas en los momentos que el partido esté parado o entre tiempos.

Imagen 1:



- La RFEF gestionará y contratará directamente, sin coste para el Organizador, la producción de televisión del Evento conforme a las características técnicas establecidas, asegurando el proveedor técnico y el canal de radiodifusión local/nacional capaz de producir una señal de televisión de primera calidad y cubrir la difusión de la competición.
- El LOC deberá facilitar la estructura física necesarias para la

ubicación de cámaras, las conexiones y la alimentación de energía suficiente para satisfacer los equipos de producción y audiovisuales necesarios para la cobertura televisiva, y en concreto:

- Un Practicable central o torre de grabación con plataforma para la ubicación de la cámara máster (1) y la de planos cortos para repeticiones (2), idealmente con 8mts de altura y 10mts de largo desde la "T" del medio campo en ángulo recto.
- Dos practicables ubicados en cada uno de los laterales de L22 a 1,5m de altura.
- Sombrilla o similar para cámaras de Línea 22 para cubrir del agua. Espacio cámara mínimo 1.75x1.75m
- Espacio delimitado para evitar acceso de gente no autorizada que molesten a los técnicos.
- Puesto de comentaristas según el standard establecido. (cabina aislada del ruido de mínimo de 3x3 de amplitud con una mesa y tres sillas)
- Conexión de Fibra con mínimo 20mb dedicados de subida y 50mb de bajada.
- Necesidades Grupo Electrónico:
  - Magneto térmico mínimo trifásico de 63a (recomendado trifásico de 125a). (RST+N+T)
  - Diferencial de 0.5Ah o 0.3Ah. (nunca de 0.030Ah ni 0.003Ah.)
  - CONSUMO = 3 x 12.000 W. / 3 x 55Ah
  - Grupo electrógeno: mínimo 80Kvas (100Kvas si hay pantalla de LED).
- Espacio para los siguientes vehículos:
  - Unidad Móvil (8mts de largo, 12t)
  - Furgoneta de Carga TV (7mts de largo)
  - Furgoneta Video Pantalla (6mts) (Si hay)
  - DSNG (6mts de largo)
  - Furgón transporte personal
  - Vehículo producción 1.
  - Vehículo producción 2.
  - Vehículos canal TV (Pendiente de confirmar cantidad)

## 9. Derechos Comerciales

La RFEF tiene exclusivamente todos los derechos comerciales en su término más amplio (lo que incluye los derechos de marketing, patrocinio, publicitarios, de explotación de imagen de marca) del evento, tanto en el interior como en el exterior del recinto del evento, así como en los medios de comunicación y promoción del evento.

La RFEF concede al LOC la cesión temporal, únicamente durante la organización del Evento (Acuerdo de Organización del Evento), de los derechos para utilizar y explotar los activos comerciales del evento

bajo las siguientes condiciones:

- Tanto el LOC como RFEH podrán comercializar los respectivos activos dentro del Programa de patrocinio. Dicha comercialización deberá ser de manera coordinada, garantizando en todo momento el cumplimiento del programa de patrocinio de la RFEH.
- El LOC deberá respetar en todo momento la exclusividad de sector de cada uno de los Socios comerciales de la RFEH y de su programa de patrocinio.
- El LOC no podrá ceder a terceras personas cualquiera de los derechos cedidos por RFEH, en caso de conflicto la cesión quedará cancelada de inmediato.
- Los patrocinadores y colaboradores del LOC no serán sociedades directamente o indirectamente ligadas al comercio del tabaco, bebidas alcohólicas (espirituosos) de grado superior a 12, de material pornográfico.
- Si un patrocinador de la RFEH desea comprar un espacio publicitario ampliando el que ya tiene, los precios no serán superiores a los precios fijados para los patrocinadores locales.
- El LOC asume la responsabilidad en lo que se refiere a daños causados durante el evento y libera a la RFEH de cualquier responsabilidad en los daños relativos a la organización del evento, incluyendo los causados por el material publicitario, equipamiento facilitado y puesto a disposición de la RFEH por el LOC o a uno de sus Socios comerciales.

Los ingresos derivados de la venta de patrocinio local por parte del LOC serán 100% para el LOC, excepto si la venta de este activo ha sido gestionada por la RFEH en cuyo caso sería del 50% para ambos.

### **9.1 Asignación de derechos comerciales**

La estructura comercial del Programa de patrocinio del evento está establecida por diferentes paquetes comerciales por categorías, donde los anunciantes tienen acceso a ciertos activos (derechos y beneficios), según el paquete que compren. Las categorías y los paquetes de patrocinio son los siguientes:

- Nivel 1 (RFEH): Presenting Sponsor (1 marca)
- Nivel 2 (RFEH): Patrocinadores Principales dela RFEH (5 marcas)
- Nivel 3 (LOC): Patrocinadores del evento(4 marcas)
- Nivel 4 (RFEH): Patrocinadores RFEH (6 marcas)
- Nivel 5 (RFEH): Colaboradores RFEH+LOC (X marcas)

### **9.2 Activación, Exclusividad y derechos patrocinadores RFEH**

El presente apartado detalla los activos (derechos y beneficios) publicitarios y de patrocinio del evento para los Socios comerciales, así como el reparto entre RFEH y LOC especificado en las siguientes tablas:

- Derechos de patrocinio genéricos:

ACTIVOS DE PATROCINIO	N1 RFEH	N2 RFEH	N3 LOC	N4 RFEH	N5 RFEH
NUMERO DE MARCAS	1	5	4	6	Por definir
· Exclusividad de sector	SI	SI	NO	SI	NO
· Denominación Oficial	Presenting Sponsor	Patrocinadores Principales	Patrocinadores	Patrocinadores	Colaboradores
· Logo Composite	SI	NO	NO	NO	NO

- Derechos de publicidad en Ticketing y Promo evento:

ACTIVOS DE PATROCINIO	N1 RFEH	N2 RFEH	N3 LOC	N4 RFEH	N5 RFEH
NUMERO DE MARCAS	1	5	4	6	Por definir
· Acreditaciones: Langer/pulseras	SI	NO	NO	NO	NO
· Acreditaciones: Logo composite	2 caras	NO	NO	NO	RFEH
· Acreditaciones: Faldón patrocinio	SI	SI	SI	SI	SI
· Entradas: faldón en voucher y/o PDF	SI	SI	SI	SI	SI
· Campaña ticketing	SI	NO	NO	NO	RFEH
· Campaña Promo evento (ON-OFF)	SI	SI	SI	NO	RFEH
· Arco de Entrada del Evento	50%	25%	25%	NO	RFEH

- Derechos de publicidad en televisión:

ACTIVOS DE PATROCINIO	N1 RFEH	N2 RFEH	N3 LOC	N4 RFEH	N5 RFEH
NUMERO DE MARCAS	1	5	4	6	Por definir
· Caretas de	SI	NO	NO	NO	NO

retransmisión: exclusiva	I	O			
· Caretas de retransmisión: compartida	NO	SI	NO	NO	NO
· Spots 20" antes del partido:	SI	NO	NO	NO	NO
· Spots 20" media parte del partido:	NO	SI	NO	NO	NO
· Grafismos: Marcador del partido	SI	NO	NO	NO	NO
· Grafismos: Repes 3" (logo composite)	SI	NO	NO	NO	NO
· Grafismos: Goles 3"	NO	LOTE RIAS	NO	NO	NO
· Grafismos: Reloj Oficial último minuto.	NO	NO	NO	exclusivo	NO
· Grafismos: Alineaciones	NO	SI	NO	NO	NO
· Grafismos: Estadísticas del partido	NO	exclusivo	NO	NO	NO
· Grafismos: Clasificación / Cuadro juego	SI	NO	NO	NO	NO

- Derechos de publicidad en el recinto (Publicidad On-Site):

ACTIVOS DE PATROCINIO	N1 RFEH	N2 RFEH	N3 LOC	N4 RFEH	N5 RFEH
NUMERO DE MARCAS	1	5	4	6	Por definir
· Entrada Principal Publico (Arco/Carpa)	SI	SI	SI	NO	NO
· Stand 6x3 en Village Comercial	SI	SI	NO	NO	NO
· Stand 3x3 en Village Comercial	NO	NO	SI	SI	SI
· Animación / Activación	2 x evento	2 x evento	1 x evento	1 x evento	RFEH
· Señalética	15%	5%	5%	5%	NO

· Totems Recorrido publico (3 unid)	15%	5%	5%	5%	NO
· Puntos de venta y Cintas (Bucle)	SI	SI	NO	NO	NO

- Derechos de publicidad en el campo (ver imagen anexo2):

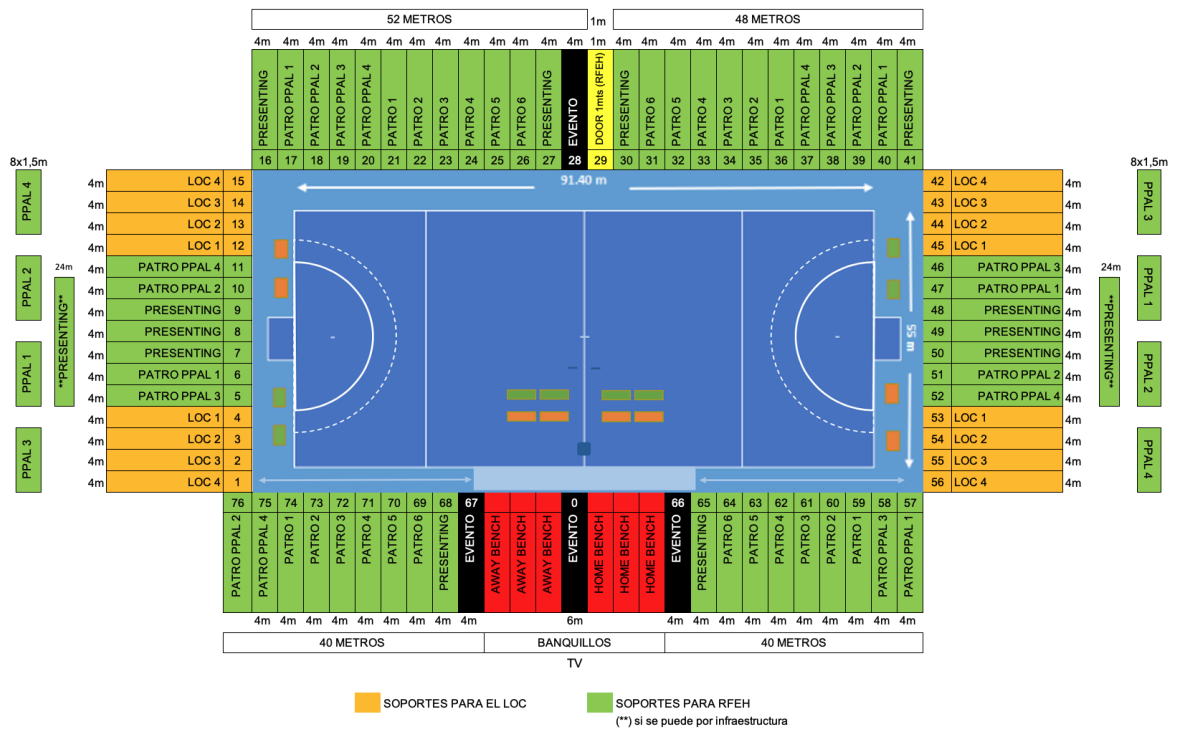
ACTIVOS DE PATROCINIO NUMERO DE MARCAS	N1 RFEH 1	N2 RFEH 5	N3 LOC 4	N4 RFEH 6	N5 RFEH Por defini r
· Vallas UTV Frontal cámara	4 de 4x1m	2 de 4x1m	NO	2 de 4x1m	NO
· Vallas UTV Fondo Sur portería	3 de 4x1m	1 de 4x1m	2 de 4x1m	NO	NO
· Vallas UTV Fondo Norte porterías	3 de 4x1m	1 de 4x1m	2 de 4x1m	NO	NO
· Vallas ContraU Banquillos	2 de 4x1m	1 de 4x1m	NO	2 de 4x1m	NO
· Vallas 2UTV Fondo porterías (*)	2 de 24x0,8 m	NO	NO	NO	NO
· Lonas Gigantes Parabolas Porterías	NO	2 de 8x1,5	NO	NO	NO
· Frontal UTV Centro + Mesa Jueces	NO	NO	NO	NO	RFEH EVENTO
· Porterías (ambas)	Inte rior PRESE NTING	Ext erior PPA L 1	NO	NO	NO
· Toblerones desfile respecto banquillo	Inte rior PRESE NTING	Ext erior PPA L 1	NO	NO	NO
· Atril de Copa	PRESEN TING	NO	NO	NO	NO
· Podium - Faldón tarima	SI	NO	NO	NO	NO
· Acera cemento pie de campo	NO	NO	NO	NO	NO
· Banquillos	50%	NO	50%	NO	NO

Local					
· Banquillos Visitante	50%	NO	50%	NO	NO
· Banquillos Toldo antiriego	NO	NO	NO	NO	NO
· Photocall Zona Mixta	15%	5%	5%	5%	NO
· Photocall Comentaristas	15%	5%	5%	5%	NO
· Photocall Pie de Campo	15%	5%	5%	5%	NO
· Photocall Zona VIP	15%	5%	5%	5%	NO
· Lonas 2º anillo Gradas (Evento+LOC)	20%	NO	80%	NO	NO
· Banderolas en ContraU	CUATRO	DOS	NO	NO	NO
· Videoumpire - Photocall	NO	NO	NO	RFEH	NO
· Videoumpire - Pantalla Gigante	NO	NO	NO	RFEH	NO
· Videoumpire - Mención megafonía	NO	NO	NO	RFEH	NO
· Pantalla LED: Spot previo desfile	UNO	NO	NO	NO	NO
· Pantalla LED: Spot 20" a 10min antes	NO	UNO	NO	NO	NO
· Pantalla LED: Spot 10" en media parte	NO	NO	UNO	NO	NO
· Pantalla LED: Logo Baner Entretiempo	NO	NO	NO	UNO	NO
· Pantalla LED: Activación en pantalla	UNO	UNO	NO	NO	NO

\* En caso de no poder poner esta lona 2UTV se incluirá una de 12m de UTV centrada justo detrás de portería.



- Distribución de Vallas perimetrales del campo (FOP-UTV)



- Derechos de publicidad digital:

ACTIVOS DE PATROCINIO	N1 RFEH	N2 RFEH	N3 LOC	N4 RFEH	N5 RFEH
NUMERO DE MARCAS	1	5	4	6	Por definir
Web evento: Baner en home	1	1	1	1	NO
Web evento: Noticia contenido	SI	SI	S	SI	SI
Web evento: Logo+Link footer	SI	SI	S	SI	SI
Social Media: Brand content post	2	2	2	2	1
Social Media: Content con video	2	2	2	2	1
Otras opciones adicionales	SI	SI	S	SI	SI
Otras opciones adicionales	SI	SI	S	SI	SI
Otras opciones adicionales	SI	SI	S	SI	SI
Otras opciones adicionales	SI	SI	S	SI	SI

- Derechos de publicidad en equipaciones:

ACTIVOS DE PATROCINIO	N1 RFEH	N2 RFEH	N3 LOC	N4 RFEH	N5 RFEH
NUMERO DE MARCAS	1	5	4	6	Por definir
· Jugadores (Manga)	pdt e	pdte	pdt e	pdte	pdte
· Recogepelotas	Frontal	NO	NO	NO	EVENTO
· Voluntarios	Contra-escudo	NO	espalda	NO	NO
· Árbitros	NO	NO	NO	NO	RFEH

En caso de disconformidad por parte de RFEH, cualquier soporte y/o formato publicitario de símbolos y/o marcas anunciantes podrá ser eliminado del recinto del evento, prevaleciendo siempre la decisión de la RFEH que intentará minimizar al máximo los perjuicios sociales y económicos del LOC, dentro de sus posibilidades y de acuerdo a sus acuerdos vigentes.

### 9.3 VIP & Hospitalidad

La RFEH y los socios comerciales de la RFEH tienen derecho a crear y gestionar áreas de hospitalidad de marca dedicadas para sus huéspedes a su propio costo (consulte también la sección 3.1.4). El espacio provisto por el LOC para cada socio comercial debe ser un mínimo de 50 m2 por área de hospitalidad con acceso a electricidad y agua sin cargo. Todos los costos asociados con la construcción, instalación, alimentos y bebidas están cubiertos por la RFEH o el Socio Comercial de la RFEH, respectivamente.

La RFEH tiene el derecho de organizar eventos especiales dentro de su área de hospitalidad o la de su socio comercial. La RFEH puede vender entradas especiales con acceso a los partidos y a los eventos especiales. El ingreso generado con estas entradas es de la RFEH.

La RFEH informa al LOC al menos cuatro (2) meses antes de la Competición del espacio requerido.



## **10. Anexo**

**RFEF Event Checklist & Responsabilidades**

No.	Item	Resp. 1	Resp. 2	Resp. 3	Deadline
<b>1</b>	<b>GENERAL/FINANZAS/PERSONAL</b>				
	1ª reunión con el club anfitrión/ Visita de las instalaciones	RFEH	LOC		Con la asignación del evento 2 semanas antes de evento
	Última reunión con el club anfitrión	RFEH	LOC		2 meses antes del evento
	Establecer LOC/ RFEH organigramas con responsabilidades	LOC	LOC		Mensual tras anunciar del anfitrión
	Establecer llamadas mensuales entre LOC/RFEH	RFEH - Alberto			2 meses antes del evento
	Informar el alcance acordado de la participación de las autoridades públicas	LOC			10 días antes de evento
	Proporcionar copias de todas las pólizas de seguros.	LOC			10 días antes de evento
	Nombrar los oficiales del evento	RFEH - Gilo			10 días antes de evento
	Proporcionar persona de contacto a los equipos participantes	LOC			10 días antes de evento
	Enviar Newsletter del equipo & solicitudes logísticas a equipos	LOC			10 días antes de evento
	Organizar Presentación del Evento	LOC	RFEH- Rafa		Semana del evento
<b>2</b>	<b>GESTIÓN DEPORTIVA</b>				
	Confirmar y anunciar el calendario de partidos	RFEH - Gilo	LOC		10 días antes de evento
	Confirmar reuniones previas y durante para el calendario de competición	RFEH - Gilo	RFEH - Alberto		2 semanas antes de evento
	Organizar reuniones de competición previas y durante	RFEH - Alberto	LOC		Semana del evento
	Confirmar y enviar protocolo pre- & post-partido	RFEH - Gilo	RFEH - Alberto		Un mes antes del evento

Gestionar el protocolo de cada pre- & post- partido	RFEH	LOC	Tras el comienzo de la competición
Enviar el horario de entrenamientos final a los equipos	RFEH - Gilo	LOC	Semana del evento
Enviar Newsletter del equipo & solicitudes logísticas a equipos	LOC	RFEH - Alberto	10 días antes de evento
Proporcionar servicios médicos y de emergencia	LOC		Desde el comienzo de los entrenamientos oficiales
Proporcionar estación de control de doping como requerido	RFEH	LOC	Tras el comienzo de la competición

### 3 RECINTOS & INSTALACIONES

#### 3.1 RECINTO

Crear y confirmar el plano de diseño del recinto/flujo publico	LOC	RFEH	6 semanas antes de evento
Enviar el plan de parking y transporte local	LOC		Un mes antes del evento

#### 3.2 OPERACIONES

##### 3.2.1 Asientos & Gradas

Confirmar plan gradas final y puntos de acceso	LOC	RFEH - Tito	Un mes antes del evento
Definir asientos VIP y acceso exclusivo	LOC	RFEH - Tito	Un mes antes del evento

##### 3.2.2 Seguridad

Definir los requerimientos de seguridad acordados con los permisos/leyes locales	LOC		Un mes antes del evento
Crear un plan de seguridad	LOC		Un mes antes del evento

	Crear un plano del recinto con los puntos de acceso	LOC	RFEH - Alberto		Un mes antes del evento
	Definir necesidades de seguridad para elementos de TV	RFEH - Alberto	RFEH - Rafa	LOC	Un mes antes del evento
	Confirmar proveedor de seguridad con puntos de control	LOC			Un mes antes del evento
<b>3.2.3</b>	<b>Staff &amp; Voluntarios</b>				
	Definir director de voluntarios en el club anfitrión	LOC			Un mes antes del evento
	Entregar concepto y plan del staff & voluntarios	LOC			Un mes antes del evento
	Organización Recogepelotas	LOC			Semana del evento
	Briefing Staff&Voluntarios	LOC			Semana del evento
<b>3.2.4</b>	<b>Branding &amp; Señalización</b>				
	Crear un plan de opciones de branding/ Sponsors/Partners/LOC/RFEH	RFEH - Tito		LOC	6 semanas antes de evento
	Crear un plan de branding/ Look&Feel "FINAL"	RFEH - Alberto	RFEH - Tito	LOC	Un mes antes del evento
	Tomar decisión montaje/desmontaje planchas policarbonato en el campo	LOC	RFEH		Un mes antes del evento
	Finalizar bocetos de la producción de branding	RFEH - Alberto	RFEH - Tito		Un mes antes del evento
	Diseños finalizados/ Encargar las producciones de branding	RFEH - Alberto	RFEH - Tito		2 semanas antes de evento
	Organizar transporte de los elementos de branding al almacén - Club anfitrión	RFEH - Alberto	RFEH - Tito		Un mes antes del evento
	Crear plan de señalización (con los puntos de acceso correspondientes)	LOC			Un mes antes del evento

	Confirmar plan de señalización	RFEH - Alberto	LOC	Un mes antes del evento
	Diseños finalizados/ Encargar señalización		LOC	2 semanas antes de evento
<b>3.2.5</b>	<b>Materiales</b>			
	Actualizar y confirmar "Lista de Materiales de Evento"	RFEH		Un mes antes del evento
	Obtener confirmación de que los elementos LOC han sido comprados		LOC	Semana del evento
<b>3.2.6</b>	<b>Luz &amp; Sonido</b>			
	Definir los requerimientos técnicos con proveedor		LOC	Un mes antes del evento
	Proporcionar requerimientos técnicos		LOC	Semana del evento
	Confirmar proveedor para requerimientos de luz y sonido	RFEH - Alberto	LOC	Un mes antes del evento
<b>3.2.7</b>	<b>Taquilla de Tickets</b>			
	Definir procedimientos de ticketing in situ		LOC	Un mes antes del evento
	Proporcionar taquilla y personal de tickets in situ		LOC	Semana del evento
	Proporcionar VIP BOX "Fast Track" (previo apertura de puertas)		LOC	Semana del evento
<b>3.2.8</b>	<b>Oficinas</b>			
	Definir y actualizar todos los espacios de oficina requeridos RFEH & LOC	RFEH		6 semanas antes de evento
	Proporcionar todos los requerimientos		LOC	Semana del evento
<b>3.2.9</b>	<b>Catering</b>			
	Definir puntos de venta del catering		LOC	6 semanas antes de evento

	Coordinar/Organizar/Proporcionar catering por el recinto	LOC		Semana del evento
<b>3.2.10</b>	<b>Producción Evento</b>			
	Confirmar calendario de producción, montaje y desmontaje del recinto	LOC	RFEH	Un mes antes del evento
<b>3.2.11</b>	<b>Otros</b>			
	Proporcionar un informe detallado de mantenimiento/ limpieza/ residuos para el evento	LOC		Un mes antes del evento
<b>4</b>	<b>SERVICIOS DEL EVENTO</b>			
<b>4.1</b>	<b>ALOJAMIENTO</b>			
	Reservar con antelación habitaciones para equipos/oficiales de los clubs/ fans	LOC		Un mes antes del evento
	Reservar con antelación habitaciones para los oficiales RFEH/árbitros	LOC		Un mes antes del evento
	Reservas finales y coordinación con el hotel	Teams/RF EH		Semana del evento
<b>4.2</b>	<b>TRANSPORT</b>			
	Organizar servicio shuttle para equipos/oficiales	RFEH/TEA MS		Un mes antes del evento
<b>4.3</b>	<b>AGUA/ SERVICIO DE HIELO</b>			
	Proporcionar agua embotellada y hielo para fisios durante entrenamientos y partidos	LOC		Desde el comienzo de la competición
	Ofrecer servicio de bañeras de hielo para equipos	LOC		Desde el comienzo de la competición
<b>4.4</b>	<b>ACREDITACION</b>			
	Finalizar el plan de acreditación	LOC	RFEH - Alberto	2 semanas antes de evento



	Producir acreditaciones	LOC			Semana del evento
<b>5</b>	<b>EXPERIENCIA EN EVENTO &amp; PRESENTACIÓN DEL DEPORTE</b>				
<b>5.1</b>	<b>EXPERIENCIA EN EVENTO</b>				
	Entregar informe del village y de la activación de sponsors	RFEH - Tito			Un mes antes del evento
	Entregar informe sobre la fiesta de fin de torneo	LOC			Un mes antes del evento
<b>5.2</b>	<b>PRESENTACIÓN DEL DEPORTE</b>				
	Definir y actualizar protocolos de ceremonia y presentación del deporte	RFEH - Tito	RFEH- Alberto	LOC	Un mes antes del evento
	Contratar DJ/ Animador para el evento	LOC	RFEH - Tito/Rafa		Un mes antes del evento
	Entregar informe de Música para el evento	LOC	DJ		2 semanas antes de evento
	Entregar videos de sponsors para la pantalla LED	RFEH - Tito			Semana del evento
	Entregar guiones para los anuncios de sponsors/ partners	RFEH - Tito			Semana del evento
	Entregar protocolo de la ceremonia de premios	RFEH			Un mes antes del evento
	Organizar y celebrar la ceremonia de premios	LOC	RFEH		Final de la competición
<b>6</b>	<b>MARKETING &amp; COMUNICACIÓN</b>				
<b>6.1</b>	<b>Marketing Plan</b>				
	Entregar plan de marketing & comunicación incl. ticketing targets	LOC	RFEH - Rafa	RFEH - Tito	6 semanas antes de evento
	Entregar concepto TV spot PLAY OFFs 2021	LOC	RFEH - Rafa	RFEH - Tito	6 semanas antes de evento
	Implementación y supervisión del plan de marketing	LOC	RFEH - Tito	RFEH - Rafa	6 semanas antes de evento
	Entregar propuestas para diseño PLAY-OFFS 2021	LOC	RFEH - Rafa		6 semanas antes de evento

	Entregar borrador final de la programación	LOC	RFEH - Rafa	2 semanas antes de evento
	Programación del evento impresa disponible en el recinto (previo apertura puertas)	LOC		Semana del evento
	Entregar informe post-evento	RFEH - Tito	RFEH - Rafa	LOC Mes y medio después de evento
	Ad-hoc Diseños Comunicación	RFEH - Tito		
<b>6.1.1</b>	<b>1 Ticketing</b>			
	Decisiones sobre el precio de los tickets	LOC		6 semanas antes de evento
	Definir y Implementacion Ticketing Plan	LOC	RFEH	Un mes antes del evento
<b>6.1.1</b>	<b>2 Página Web</b>			
	Manejar la web conforme a los planes de Marketing & Comunicación	RFEH - Rafa		6 semanas antes de evento
	Manejar la web del evento conforme a los planes de Marketing & Comunicación	LOC		2 meses antes de evento
<b>6.1.1</b>	<b>3 Redes Sociales</b>			
	Manejar RRSS del evento conforme a los planes de Marketing & Comunicación	LOC		6 semanas antes de evento
	Manejar RRSS de la RFEH conforme a los planes de Marketing & Comunicación	RFEH - Rafa		6 semanas antes de evento
	Entregar informe/estrategia de las redes sociales in situ	RFEH - Rafa	LOC	2 semanas antes de evento
	Manejo de las redes sociales in situ	??		Días de competición
<b>6.1.1</b>	<b>4 Producciones de videos &amp; fotos</b>			
	Contratar foto & video para producciones in situ	RFEH - Rafa		Un mes antes del evento

	Entregar briefing in situ	RFEH - Rafa		2 semanas antes de evento
	Documentales post-evento (Fotos/videos para todos los canales)	RFEH - Rafa		Antes de 15 días después de evento
<b>6.2</b>	<b>Look &amp; Feel del evento</b>			
	Entregar guía de gráficos y branding específica para el evento	RFEH - Tito		Un mes antes del evento
	Entregar logo y poster del evento	LOC		6 semanas antes de evento
<b>7</b>	<b>MEDIA</b>			
<b>7.1</b>	<b>Acreditación &amp; Control de Acceso</b>			
	Empezar el proceso de acreditación para medios de comunicación & retransmisión	RFEH - Rafa		Un mes antes del evento
	Definir las posiciones de los fotógrafos	RFEH - Rafa	LOC	Un mes antes del evento
<b>7.2</b>	<b>Media Lounge/ Office</b>			
	Definir y actualizar todos los requerimientos técnicos para el "Media Lounge" y oficina	RFEH - Rafa		6 semanas antes de evento
	Proveer todos los requerimientos	LOC		Semana del evento
	Recopilar y distribuir paquete de información de prensa para los medios de comunicación	RFEH - Rafa		Duración del evento
	Ofrecer zona mixta después de cada partido	RFEH - Rafa	LOC	Desde el comienzo de la competición
	Proporcionar instalaciones para conferencias de prensa tras cada partido	RFEH - Rafa	LOC	Desde el comienzo de la competición
<b>8</b>	<b>RETRANSMISIÓN/TV</b>			

Compartir requerimientos de las instalaciones para TV & Video Umpire con LOC	VEIEM360		6 semanas antes de evento
Proporcionar todas las instalaciones para la retransmisión de acuerdo con los estándares requeridos	LOC		Duración del evento

**9 DERECHOS COMERCIALES**

**9.1 GENERAL**

Confirmar si los partners de RFEH están empleando sus derechos específicos para el evento	RFEH - Tito		6 semanas antes de evento
Entregar informe de los planes de activación de sponsors	RFEH - Tito		Un mes antes del evento
Entregar informe de los planes de los sponsors locales (visibilidad, activación etc.)	LOC		Un mes antes del evento
Confirmar si los sponsors/partners darán premios de torneo/partido	RFEH - Tito		Un mes antes del evento
Crear informes post-evento para los sponsors	RFEH - Tito		Mes después de evento

**9.2 Village/Activación de Sponsors**

Entregar lista de los partners/sponsors de RFEH & LOC en el village	RFEH - Tito	LOC	6 semanas antes de evento
Define Layout Plan of Village/ Definir el plan de distribución del village	RFEH - Tito	LOC	Un mes antes del evento
Definir los requerimientos técnicos del village (Tiendas/Wifi/Electricidad etc.)	RFEH - Tito	LOC	Un mes antes del evento
Definir los requerimientos técnicos para las actividades de activación de sponsors	RFEH - Tito		Un mes antes del evento
Proporcionar todos los requerimientos del village y las actividades de sponsors	LOC		Un mes antes del evento

### 9.3 VIP

Proponer presupuesto para zona VIP RFEH/LEXUS	LOC		6 semanas antes de evento
Decisión RFEH si hay propio zona VIP y concepto zona VIP RFEH/LEXUS	RFEH		6 semanas antes de evento
Coordinar el ticketing VIP	RFEH		6 semanas antes de evento
Coordinar los requerimientos e implementación de zona VIP RFEH/LEXUS	RFEH		Un mes antes del evento
Entregar concepto ZONA VIP LOC	LOC		6 semanas antes de evento
Definir Lista Invitados ZONA VIP LOC	LOC	RFEH	Un mes antes del evento