



# **GRADO EN COMERCIO**

**TRABAJO FIN DE GRADO**

**ESPECTÁCULOS PIROFIESTA: ANÁLISIS DE LA  
SITUACIÓN ACTUAL Y ALTERNATIVAS PARA EL  
CRECIMIENTO.**

**ELENA MARTINO DOMINGO**

**FACULTAD DE COMERCIO VALLADOLID,  
17.06.2024**



# UNIVERSIDAD DE VALLADOLID GRADO EN COMERCIO

CURSO ACADÉMICO 2023/2024

**TRABAJO FIN DE GRADO**

**ESPECTÁCULOS PIROFIESTA: ANÁLISIS DE LA  
SITUACIÓN ACTUAL Y ALTERNATIVAS PARA EL  
CRECIMIENTO.**

**Trabajo presentado por: Elena Martino Domingo**

**Tutor: Carlos Hernández Carrión**

**FACULTAD DE COMERCIO**

Valladolid, 17.06.2024

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	6
1. HISTORIA DE LA EMPRESA, MERCADO DE REFERENCIA Y MERCADO RELEVANTE. ....	7
1.1 Historia de la empresa.....	7
1.2 Mercado de referencia y mercado relevante. ....	9
2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....	11
2.1 Competencia en forma de producto.....	11
2.2 Competencia indirecta.....	16
3. ESTRATEGIA COMERCIAL (MARKETING OPERATIVO).....	18
3.1 Productos o servicios. ....	18
3.2 Estrategia de precios.....	24
3.3 Estrategia de distribución. ....	26
3.4 Estrategia de comunicación. ....	26
4. ANÁLISIS DAFO .....	28
5. ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO.....	32
5.1 Estrategia de crecimiento de producto .....	32
5.1.1 Venta en tienda física.....	33
5.1.2 Espectáculos pirotécnicos.....	36
5.2 Penetración en el mercado .....	37
5.3 Desarrollo de mercados .....	38
5.4 Actuaciones de Marketing Operativo para la penetración y distribución del mercado.....	38
CONCLUSIÓN.....	42
BIBLIOGRAFÍA:.....	43
ANEXOS.....	45

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Tienda en los comienzos de la empresa.....	8
Ilustración 2. Tienda en la actualidad .....	8
Ilustración 3. Mercado de referencia y mercado relevante .....	10
Ilustración 4. Global Producciones.....	12
Ilustración 5. Dinámica Producciones .....	13
Ilustración 6. Prones 3000.....	14
Ilustración 7. Espectáculos KEDEKE .....	15
Ilustración 8. Niveles de competencia .....	17
Ilustración 9. Fuegos artificiales realizados en las fiestas de Palencia 2023. ....	18
Ilustración 10. Cartel Grupo La Huella .....	19
Ilustración 11. Cartel Essència Musical .....	20
Ilustración 12. Cartel de Renovation Experience en Carrión de los Condes .....	21
Ilustración 13. Cartel Clasicorocks.....	22
Ilustración 14. Parque Infantil acuático .....	22
Ilustración 15. Cartel Teatro de Calle "El Gran Rufus" .....	23
Ilustración 16. Carpa y catering para una boda.....	24
Ilustración 17. Campaña publicitaria en la revista de Zunder Palencia .....	27
Ilustración 18. Análisis DAFO.....	30
Ilustración 19. Estrategias de crecimiento .....	32
Ilustración 20. Bengala Infantil .....	34
Ilustración 21. Bengalas Pastel.....	34
Ilustración 22, Batería Happy .....	35
Ilustración 23. Fuente Trevi Fontana .....	35
Ilustración 24. Espectáculos Pirofiesta .....	39
Ilustración 25. Dossier Espectáculos Pirofiesta .....	41
Ilustración 26. Camisera serigrafiada .....	41

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tarifa de Espectáculos Pirofiesta .....	24
Tabla 2. Análisis de la competencia directa.....	31

## INTRODUCCIÓN

Palencia cuenta con una población de 78.629 habitantes y uno de los problemas es que cada día cierran más negocios locales y empresas familiares, a esto se le suma la dificultad de conseguir un puesto de trabajo estable.

Tras mi experiencia en el mundo laboral, he tomado la decisión de seguir la trayectoria de mis familiares, pues mis padres poseen una empresa dedicada a la realización de espectáculos.

Espectáculos Pirofiesta es una empresa creada en el año 2004 situada en Palencia capital. Se dedica a la planificación y organización de eventos festivos, espectáculos pirotécnicos, orquestas, discomóviles, parques infantiles...

Actualmente, la empresa está dirigida por dos socios que son mis padres. Ellos cuentan con más de treinta y cinco años de experiencia en este sector. Disponemos de una tienda física y un local bastante amplio, además de material, una orquesta y discomóviles en propiedad. En cuanto a trabajadores, cuenta con una plantilla temporal de quince personas, que aumenta en temporada alta para satisfacer la demanda de nuestros servicios.

En la actualidad, estamos presentes en más de cincuenta municipios. Uno de los objetivos es crear nuevos proyectos y aumentar la participación de la empresa o producto en el mercado existente, así como adentrarse a nuevos mercados.

El propósito de este trabajo es mejorar la empresa poniendo en práctica los conocimientos adquiridos durante la realización del Grado en Comercio. En él desarrollaré un plan de marketing para la empresa satisfaciendo las necesidades de sus clientes y brindándoles una atención personalizada y satisfactoria.

# 1. HISTORIA DE LA EMPRESA, MERCADO DE REFERENCIA Y MERCADO RELEVANTE

## 1.1 Historia de la empresa

Espectáculos Pirofiesta es una empresa fundada en el año 2004 en Palencia capital. Mi padre, desde joven, trabajaba por cuenta ajena para una empresa de este sector. Comenzó montando una tienda de pirotecnia y realizando representación de fuegos artificiales por los municipios de Castilla y León. Seguidamente, al conseguir buenos resultados, se dedicó también a la representación de orquestas, parques infantiles y todo tipo de eventos festivos, siendo participe también mi madre como administradora de la empresa. Mi padre contaba con mucha experiencia en el sector dado que mis abuelos ya tenían una empresa treinta años antes del mismo sector.

Más adelante, en el año 2016 la empresa pasó a ser una sociedad limitada, debido a que se aumentó mucho la facturación.

En cuanto al número de trabajadores de la empresa, contamos con trabajadores eventuales al ser un sector temporal. En invierno trabajamos con seis trabajadores de media y en verano pueden llegar a ser hasta veinticinco personas. También se subcontrata a otras empresas para la realización de trabajos específicos como orquestas, magos, teatro de calle...

Espectáculos Pirofiesta trabaja en la zona de Castilla y León, sobre todo en la provincia de Palencia, Valladolid y Burgos.

En la Ilustración 1 podemos observar la tienda en sus comienzos, antes de realizar las reformas correspondientes e instalar los sistemas de seguridad obligatorios.

*Ilustración 1. Tienda en los comienzos de la empresa*



*Fuente: elaboración propia*

En la Ilustración 2, se puede ver la fachada de la tienda en la actualidad, con carteles luminosos y reformas correspondientes.

*Ilustración 2. Tienda en la actualidad*



*Fuente: elaboración propia*

## 1.2 Mercado de referencia y mercado relevante

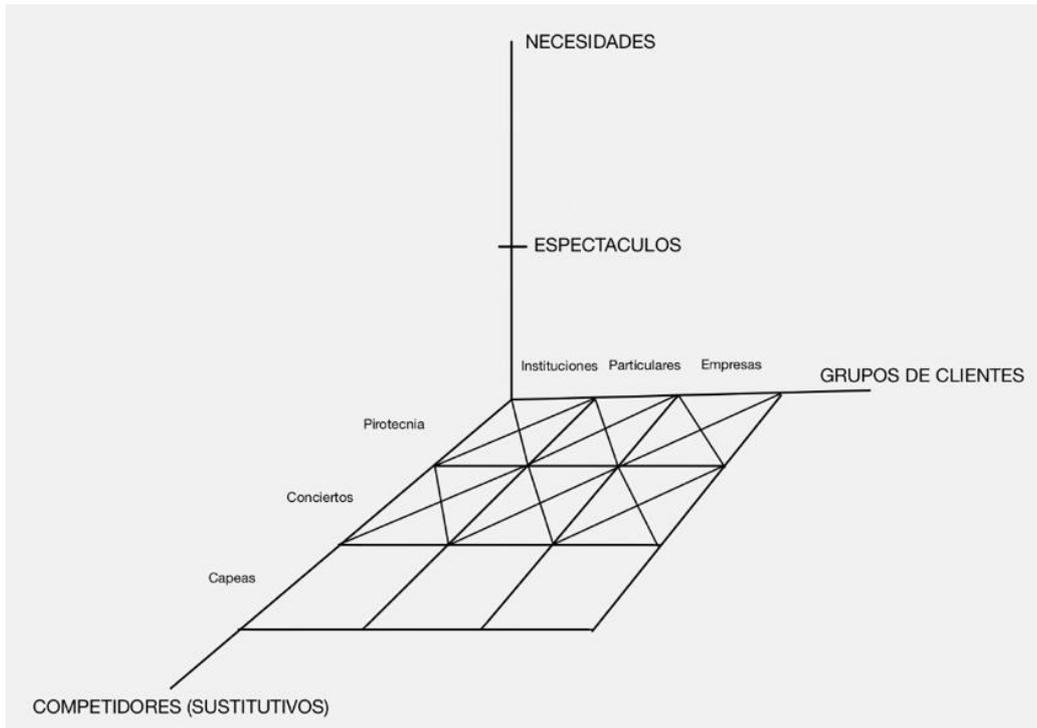
El mercado se define como el conjunto de consumidores que tienen una misma necesidad y que desean satisfacerla (Munuera y Rodríguez, 2012).

**Necesidad o función.** En el caso de Espectáculos Pirofiesta, su función principal es la creación de espectáculos. Lo que genera es la colaboración activa y divertida entre las personas. Esta colaboración activa no solo garantiza el éxito de la celebración, sino que también crea un ambiente festivo que contribuye a la satisfacción de los involucrados.

**Grupo de clientes.** La empresa se especializa en ofrecer espectáculos y servicios principalmente en la Provincia de Palencia. El cliente más importante son los Ayuntamientos, aunque también se trabaja con asociaciones de barrios, clientes individuales que buscan amenizar eventos privados como puede ser una boda, fiestas de colegios, etc. Su enfoque abarca desde la organización de eventos para instituciones públicas hasta la provisión de entretenimiento para celebraciones privadas, adaptándose a las necesidades y expectativas de cada cliente.

**Competidores sustitutos.** Son aquellos que ofrecen un servicio similar al nuestro dentro de nuestro sector. Esto incluye una variedad de alternativas que pueden atraer al mismo público objetivo. Entre ellos se encuentran las discotecas, parque de atracciones, conciertos, etc. Cada una de estas alternativas compite por la atención y la preferencia de nuestro público.

Ilustración 3. Mercado de referencia y mercado relevante



Fuente: elaboración propia

## 2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Existen cuatro niveles de competencia desde la perspectiva del consumidor: la competencia en forma de producto, la competencia de categoría de producto, la competencia genérica y la competencia a nivel de presupuesto (Munuera y Rodríguez, 2020)

La competencia comprende a aquellas empresas que operan en el mismo mercado y compiten por obtener la preferencia de los clientes. Vamos a centrarnos primero en empresas que ofrecen servicios similares a Espectáculos Pirofiesta dentro de la provincia de Palencia.

### 2.1 Competencia en forma de producto

A continuación, se realizará un análisis de los competidores que prestan un servicio igual al nuestro, lo que se denomina competencia en forma de producto (competencia directa). En concreto, las empresas que operan de forma similar se miden en términos de producto, precio y tipo de cliente. Estas son:

- Global Producciones
- Dinámica Producciones
- Prones 3000
- Espectáculos KEDEKE

La primera que analizaremos es **GLOBAL PRODUCCIONES** (Ilustración 2).

#### Ilustración 4. Global Producciones



Fuente: [www.globalproducciones.net](http://www.globalproducciones.net)

Global Producciones es una empresa ubicada en Palencia capital, la cual se dedica a la organización de eventos y espectáculos.

Tiene una página web donde muestra el catálogo de eventos y espectáculos que ofrece, así como su contacto para su contratación. Tiene perfil en Facebook en el que cuenta con 967 seguidores.

Los eventos y espectáculos que oferta son:

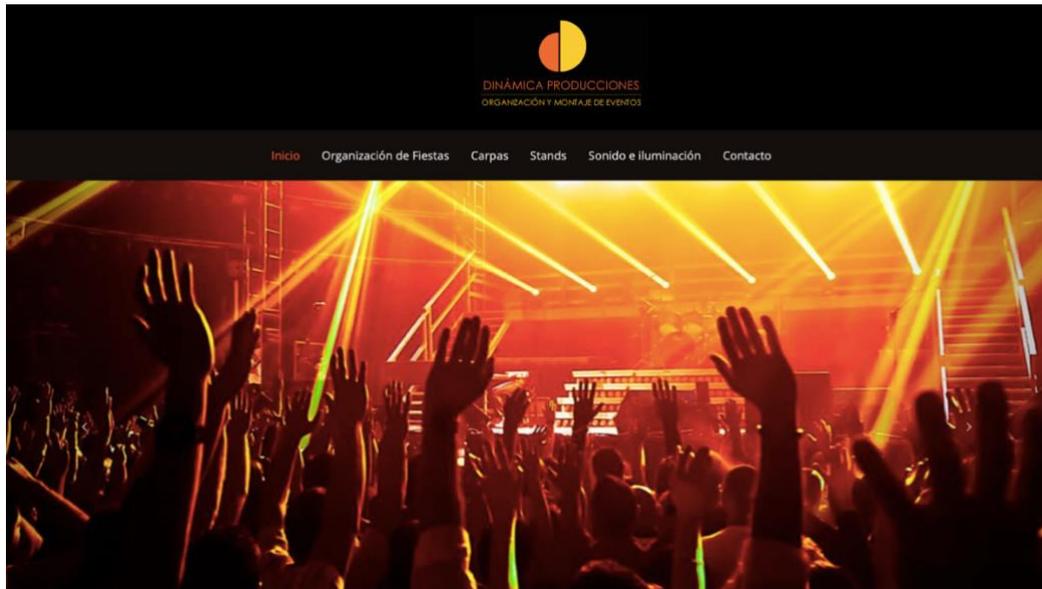
- Espectáculos musicales: conciertos, verbenas, espectáculos infantiles, charangas, disco móvil
- Espectáculos: teatro de calle, teatro de sala, performance, monólogos, espectáculos visuales, fuegos artificiales
- Ocio: parques infantiles

Debilidades: poca actividad en redes sociales.

Fortalezas: dispone de gran variedad de equipos de sonido para hacer cualquier tipo de sonorizaciones como se puede observar en la Imagen 1.

Otro competidor importante es **DINÁMICA PRODUCCIONES** (Ilustración 3)

### Ilustración 5. Dinámica Producciones



Fuente: [www.dinamicaproducciones.es](http://www.dinamicaproducciones.es)

Dinámica producciones es una empresa ubicada en Torquemada, Palencia. Se dedica a la organización y montaje de eventos.

Proporciona la infraestructura y medios técnicos necesarios para la realización y el montaje de cualquier evento o idea.

Los servicios que ofrece son:

- Fiestas: contratación de grupos y artistas para la realización de conciertos, orquestas, teatro de calle, discomóviles, etc.
- Carpas: alquiler y venta de carpas, catering, complementos, suelo, baños. Carpas para la realización de todo tipo de eventos.
- Stands: alquiler y venta de stands modulares para la realización de todo tipo de ferias, con rotulación y la instalación eléctrica.
- Sonido e iluminación: alquiler de equipo de sonido e iluminación desde pequeños formatos hasta grandes aforos.

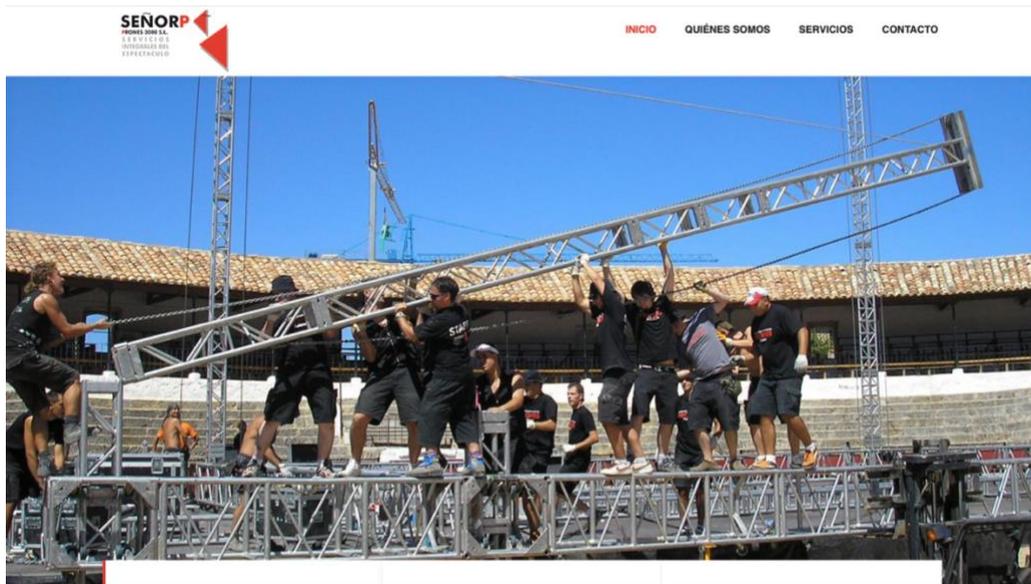
Tiene una página web muy amplia donde muestra todos los servicios que ofrece y su contacto para la contratación de estos. Por el contrario, no cuenta con redes sociales para publicitar sus servicios.

Debilidades: no dispone de orquestas en propiedad ni artistas en exclusiva. No cuenta con redes sociales.

Fortalezas: dispone de gran variedad de carpas y stands de todas las medidas y para todo tipo de eventos.

Otra de las empresas que opera de forma similar es **PRONES 3000** (Ilustración 4)

Ilustración 6. Prones 3000



Fuente: [www.senorp.com](http://www.senorp.com)

Prones 3000, o también llamado Señor P, es una empresa ubicada en Palencia que ofrece Servicios integrales del espectáculo.

Tiene una página web donde muestra los servicios que ofrece, además de su contacto para contratarlo.

En cuanto a las redes sociales, tiene perfil en Facebook donde cuenta con 1122 seguidores y en Instagram con 488. En estas, comparte publicaciones de los servicios que ha ofrecido en distintos lugares.

Los servicios que ofrece son:

- Orquestas y disco móviles
- Teatro de calle
- Infraestructuras para conferencias, congresos y organización de conciertos.
- Actividades infantiles y juveniles

- Tributos

Debilidades: no dispone de orquestas en propiedad ni artistas en exclusiva.

Fortalezas: dispone de equipos de sonido propios y gran variedad de artistas de teatro de calle.

Y por último, pero no menos importante, analizaremos la empresa **ESPECTÁCULOS KEDEKE** (Ilustración 5)

*Ilustración 7. Espectáculos KEDEKE*



Fuente: [www.larutadelasilusiones.com](http://www.larutadelasilusiones.com)

Espectáculos KEDEKE es una empresa ubicada en Velilla del Río Carrión, Palencia. Se dedica a la organización de cualquier clase de espectáculo, evento o celebración.

Es conocida por un proyecto llamado “La ruta de las ilusiones” en el cual fomentan la diversión y el turismo familiar y a su vez, revitalizan zonas despobladas o desfavorecidas. La ruta más conocida es “La ruta del Ratoncito Pérez”.

Son muy activos en redes sociales, en Instagram cuentan con 11.300 seguidores y 1850 publicaciones, en las que se da a conocer sus servicios. En Facebook cuenta con 14.000 seguidores.

Debilidades: no dispone de orquestas en propiedad ni artistas en exclusiva. No publicita el resto de los espectáculos.

Fortalezas: Activo en redes sociales con “La ruta de las ilusiones”

## 2.2 Competencia indirecta

A continuación, se analizará una empresa competidora de productos sustitutivos llamada **GANADERÍA CAMINERO**, ya que un ayuntamiento puede invertir más en festejos taurinos y menos en espectáculos musicales u otras actividades que realiza Espectáculos Pirofiesta.

Es una ganadería de reses bravas ubicada en Carrión de los Condes, Palencia. Cuentan con su propio hierro, la C, como ganadería y organizan festejos populares y encierros camperos, encerrar toros junto a una parada de bueyes con los caballos.

Cuentan con más ganaderías para ofrecer una gran variedad de hierros.

Son muy activos en redes sociales, en concreto, en Instagram tienen un total de 60.300 seguidores. Publican fotos de sus toros y también de los festejos a los que acuden. En Facebook cuentan con 73.000 seguidores.

Debilidades: no disponen de página web.

Fortalezas: Dispone de plaza de toros en propiedad y vehículo de transporte animal. Precio asequible. Muy activos en redes sociales.

Existen otras actividades como mercados de época, espectáculos taurinos, discotecas...

*Ilustración 8. Niveles de competencia*



*Fuente: elaboración propia*

### 3. ESTRATEGIA COMERCIAL (MARKETING OPERATIVO)

#### 3.1 Productos o servicios

Espectáculos Pirofiesta tiene una variedad muy amplia en cuanto a los servicios y productos que ofrece. Se centra en la planificación y organización de eventos festivos, espectáculos pirotécnicos, orquestas, discomóviles, parques infantiles...

##### **Espectáculos pirotécnicos**

Contamos con tienda física en Palencia dedicada a la venta de pirotecnia y artículos de fiesta en la que se encuentra una gran variedad de productos como petardos, tracas, cohetes, baterías de fuegos artificiales, fuentes luminosas, banderas, etc.

Además, nos dedicamos a la contratación de fuegos artificiales, siendo delegación de Pirotecnia Benavente para la zona de Castilla y León (Ilustración 7).

*Ilustración 9. Fuegos artificiales realizados en las fiestas de Palencia 2023.*



*Fuente: elaboración propia*

## Orquestas

Trabajamos con una gran variedad de orquestas de primer nivel. Establecemos acuerdos con los Ayuntamientos para actuaciones de las orquestas.

Trabajamos con orquestas en exclusiva como:

- Grupo La Huella (Ilustración 8) con 9 componentes y tráiler escenario. Este grupo tiene un espectáculo visual. Cuenta con 50.000 W de sonido y 60.000 w de luz. El espectáculo tiene una duración de 4 horas y media.
- Grupo Pikante con 10 componentes y trailer escenario. 60.000 W de sonido y 60.000 W de luz. El espectáculo tiene una duración de 4 horas y media.
- Grupo Nebraska con 10 componente y trailer escenario. 40.000 W de sonido y 50.000 W de luz. El espectáculo tiene una duración de 4 horas y media.
- Orquesta vía libre con 9 componentes y trailer escenario. Con uno de los montajes más grandes con una medida de 24m de largo. 30.000 W de sonido 40.000 W luz. El espectáculo tiene una duración de 4 horas y media.
- Grupo Cañon con 10 componentes y trailer escenario. Es también uno de los grupos más solicitado en Castilla y León. 70.000W de sonido y 100.000 W de luz. El espectáculo tiene una duración de 4 horas y media.

Además, también disponemos de un gran número de orquestas de todos los formatos con montaje, tráiler o camión rígido pequeño como, por ejemplo, Orquesta Sándalo, Orquesta Suavecito, Orquesta Costa Dorada, Orquesta Tucán Brass, Grupo Clan Zero, etc.

*Ilustración 10. Cartel Grupo La Huella*



*Fuente: La Huella*

También contamos con un grupo propio creado en 2023 (Ilustración 9). Este grupo cuenta con 5 componentes y camión rígido. En su primer año se contabilizaron un total de 50 actuaciones realizadas por toda la comunidad de Castilla y León. Dentro de su actuación realiza dos espectáculos. El primero, de 3 horas de música en directo con los 5 componentes, y el segundo, de discomóvil de 3 horas de duración con dos DJs profesionales, haciendo un total de seis horas de actuación diarias. Actuaciones tanto en interior con montaje como en exterior con camión escenario.

*Ilustración 11. Cartel Essència Musical*



*Fuente: Essència Musical*

Las fechas más reclamadas son 15 de Mayo (San Isidro), 24 de Junio (San Juan), 25 de Julio (Santiago), 15 de Agosto (La Virgen), 16 de Agosto (San Roque) y 8 de Septiembre (la Virgen). Fechas más caras de toda la temporada.

### **Discomóviles**

Contamos con discomóviles en propiedad. Este servicio se puede instalar tanto en espacios cerrados como en espacios abiertos con un camión escenario. Tenemos variedad de discomóviles dependiendo de su tamaño, sonido e iluminación.

Además, nos dedicamos a la contratación de macro discotecas que cuentan con un espectáculo de bailarines, luces y sonido, las cuales son Macro Evolución y Renovation Experience (Ilustración 10).

*Ilustración 12. Cartel de Renovation Experience en Carrión de los Condes*

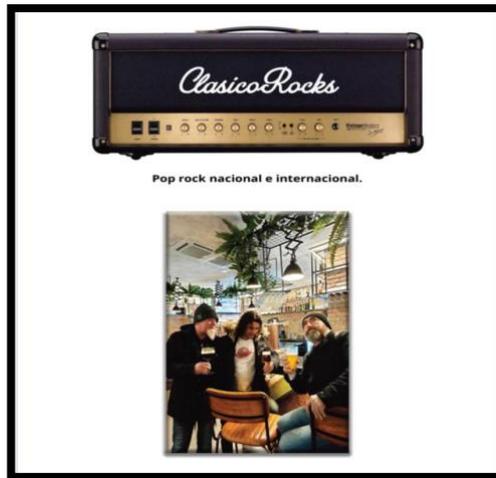


*Fuente: Renovation Experience*

### **Grupos, tributos y cantantes solistas**

Disponemos de una gran variedad de tributos y cantantes en solitario, que pueden actuar tanto en interior como en exterior. Este tipo de actuaciones se contrata bien por la mañana para vermut o para sesiones de tarde, teniendo una duración aproximada de hora y media. En la actualidad contamos con tributo al Último de la fila, llevamos la exclusiva de Alfonso Pahíno para Palencia y Clasicorocks (Ilustración 11).

Ilustración 13. Cartel Clasicorocks



Fuente: Clasicorocks.

### Parques infantiles

Somos delegación de Espectáculos Open para la provincia de Palencia la cual es una de las empresas más grandes en cuanto atracciones hinchables tanto infantiles como deportivas.

Nos dedicamos a la subcontratación de sus servicios, enseñando a nuestros clientes la variedad de los productos y adaptando cada uno de ellos a sus necesidades. La duración de este evento es de 3 horas y media. En la Ilustración 12 se muestra un parque infantil acuático que nos contrataron en unas piscinas.

Ilustración 14. Parque Infantil acuático

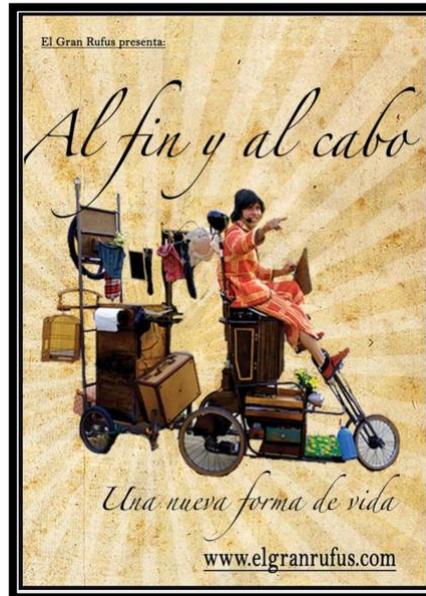


Fuente: elaboración propia.

## Teatro de calle

Disponemos de distintas compañías de artistas de teatro de calle. Nuestro trabajo consiste en buscar el sitio más adecuado y con mayor seguridad para la realización del espectáculo, además de su contratación. En la Ilustración 13 se muestra un cartel de uno de los artistas de Teatro de Calle con el que trabajamos.

*Ilustración 15. Cartel Teatro de Calle "El Gran Rufus"*



*Fuente: El Gran Rufus.*

## Catering

Contamos con dos empresas de catering, las cuales realizan distintas comidas según las necesidades del cliente. Hemos realizado eventos desde 50 a 1500 comensales (Ilustración 14).

Disponemos de carpa, servicio de cubertería, mesas, sillas y servicios portátiles. El servicio más contratado son paellas populares en las fiestas patronales.

Ilustración 16. Carpa y catering para una boda.



Fuente: elaboración propia

### 3.2 Estrategia de precios

La tabla 1 muestra el precio de los productos más destacados ya que puede variar en función de las características de estos.

Tabla 1. Tarifa de Espectáculos Pirofiesta

PRODUCTOS	PRECIOS	OSERVACIONES
Orquesta	Desde 1.500 hasta 25.000 + IVA	El precio varía dependiendo del número de componentes, fechas y calidad del montaje.
Discomóvil	Desde 500€ hasta 1.500€ + IVA	El precio depende si es con montaje o camión escenario, además de la fecha, tamaño de camión y W de luz y sonido.
Grupo o tributo	Desde 1.000€ hasta 2.500€ + IVA	El precio varía dependiendo del número de componentes y tamaño del montaje.

Cantante solista	Desde 550€ hasta 3.000€ + IVA	El precio depende de si el cantante es conocido y tiene discos propios.
Parque infantil	Desde 350€ hasta 3.000€ + IVA	El precio depende del número de atracciones y monitores.
Teatro de Calle	Desde 550€ hasta 3.000€ + IVA	El precio depende de la calidad del espectáculo y del número de componentes.
Servicio de Catering	Mínimo de 1.000€ + IVA	El precio depende del número de comensales y menú elegido.
Carpa	Desde 650€ + IVA	El precio depende de los metros cuadrados siendo 6,50€ el precio del metro cuadrado. Mínimo de 100 metros.
Charanga	Desde 750€ + IVA	El precio varía en función del número de componentes

*Fuente: elaboración propia*

#### Métodos de pago

- Transferencia
- Efectivo
- Tarjeta de crédito/débito

#### Información adicional

- Los presupuestos no tienen coste.
- Las facturas son electrónicas realizada por la gestoría.
- El pago debe realizarse en su totalidad a un período de 30 días al recibir la factura.

### **3.3 Estrategia de distribución**

Nos proponemos como meta principal en la estrategia de distribución alcanzar lo máximo posible a la población de la provincia de Palencia y alrededores. Utilizaremos un canal directo y un canal indirecto.

El canal directo será a través de nuestra presencia en los distintos Ayuntamientos, dando a conocer los productos enseñando nuestro catálogo y mostrando las distintas ofertas.

Optaremos por una presencia online sólida, destacando en Google Business y respaldándonos con una fuerte presencia en redes sociales (Instagram, Facebook, Tiktok) y página web.

Dentro del canal indirecto, contaremos con otras empresas de espectáculos que oferten a sus clientes nuestros productos en propiedad u orquestas en exclusiva.

### **3.4 Estrategia de comunicación**

Espectáculos Pirofiesta ha realizado pequeñas campañas publicitarias como cuñas radiofónicas en radios musicales como Cadena Dial, 40 principales y Cadena Ser. En televisiones locales como televisión Castilla y León y televisión Palencia, y en el periódico Palentino en campañas puntuales como navidad.

Ha realizado campañas publicitarias en carreras benéficas en la provincia de Palencia. Además, tras el ascenso a la Liga ACB de Zunder Palencia, se publicitó en la revista que ofrecen al público en cada partido de baloncesto (Ilustración 15).

Ilustración 17. Campaña publicitaria en la revista de Zunder Palencia



Fuente: Zunder Palencia

La empresa cuenta con redes sociales como Facebook, Instagram y Tiktok para dar a conocer sus productos y servicios.

## 4. ANÁLISIS DAFO

El análisis DAFO, desarrollado por Albert S. Humphrey en la Universidad de Standford, es una herramienta clave para hacer una evaluación pormenorizada de la situación actual de una organización o persona sobre la base de sus debilidades y fortalezas, y en las oportunidades y amenazas que ofrece su entorno. La forma visual de un análisis DAFO es una matriz de cuatro cuadrantes donde se listan las principales características y observaciones correspondientes a cada categoría mencionada. (Sánchez Huerta, 2020).

Cada sigla de un análisis DAFO representa uno de los 4 atributos o variables que se estudian: F de fortalezas, D de debilidades, O de oportunidades y A de amenazas.

Las tres principales Debilidades de Espectáculos Pirofiesta son:

La primera, falta de equipo en infraestructuras. No contamos con equipos de sonido propios ni carpas, lo cual limita nuestra capacidad de ofrecer servicios completos y nos hace depender de terceros. La segunda, escasa información en la Página Web, la información disponible en nuestra página web es insuficiente, lo que puede dificultar que los clientes encuentren los productos de los que disponemos. La tercera, poco uso de las redes sociales. La empresa cuenta con usuario en Facebook, Instagram y Tiktok pero algunas de estas están olvidadas.

Al contrario, contamos con bastantes Fortalezas:

En primer lugar, tenemos una alta calidad de productos, trabajamos con productos de primeras marcas garantizando la mejor calidad para nuestros clientes. En segundo lugar, contamos con productos propios y exclusivos como son discomóviles y una orquesta, además de la exclusiva de grupos y orquestas reconocidas a nivel nacional. En tercer lugar, ofrecemos una atención personalizada al cliente las 24 horas del día, los 365 días del año. En cuarto lugar, tenemos más de treinta y cinco años de experiencia en el sector, lo que nos brinda un conocimiento profundo y una red de contactos sólida. En quinto lugar, contamos con personal cualificado. Todos nuestros monitores y montadores han realizado cursos de formación, asegurando un alto nivel de profesionalidad. En sexto lugar, somos una empresa digitalizada. Dadas las nuevas normativas de contratación se requiere alta cualificación en plataformas digitales de contratación.

Las principales Amenazas con las que nos encontramos son:

La primera, cambios estrictos en las normativas de manera que impactan negativamente. La segunda, incremento de los costes, los altos precios de los combustibles y de la seguridad social han encarecido todos los espectáculos un 50%. La tercera, el cambio climático, el aumento de olas de calor implica la suspensión de espectáculos pirotécnicos por riesgo de incendios. La cuarta, al ser espectáculos públicos con gran afluencia de gente, en el momento que se activa una emergencia de pandemia o enfermedad contagiosa, es lo primero que se suspende. La quinta, exceso de burocracia, la tramitación de contrataciones con las Administraciones requiere mucha documentación, complicando y retrasando los procesos. La sexta, restricciones sobre ruidos, normativas sobre niveles de ruido pueden limitar la realización de ciertos eventos. La séptima, competencia desleal e intrusismo, personas que no se dedican a este sector ni están dados de alta en la seguridad social, en verano trabajan de ello.

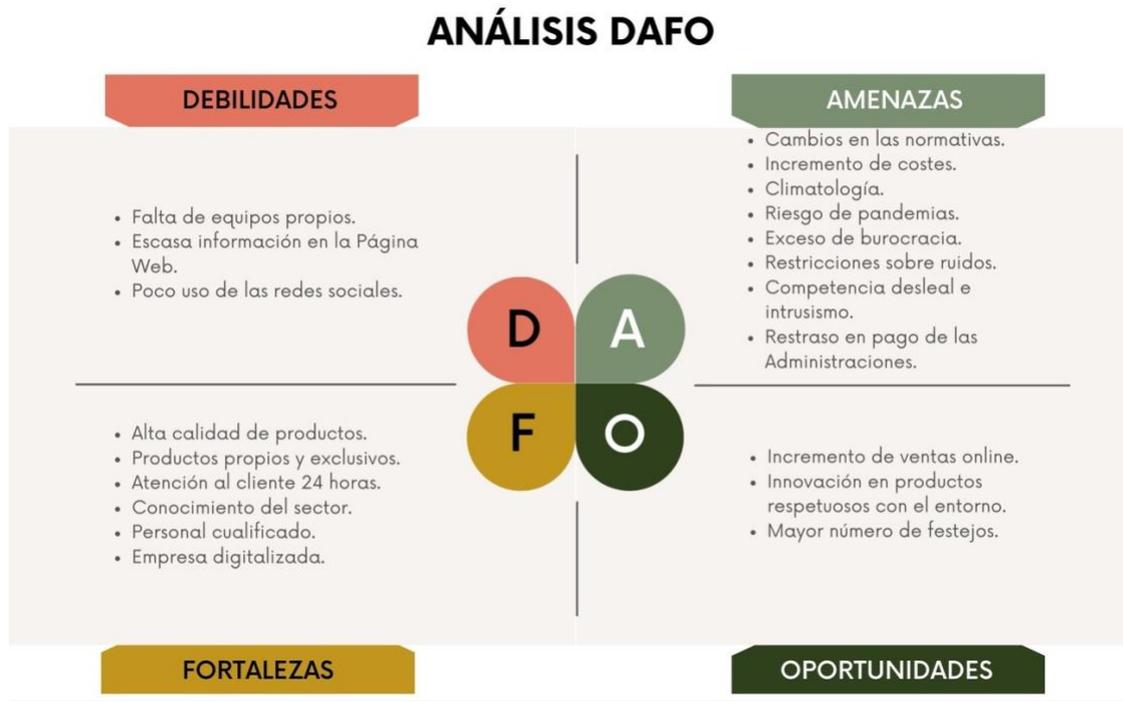
La octava, retraso en pago de las Administraciones, desde hace años se realizan facturas electrónicas que deberían ser abonadas en 30 días y se tardan en cobrar una media de 90 días.

Por último, contamos con dos principales Oportunidades:

El incremento de las ventas online, se puede vender de forma online los productos pirotécnicos aunque hay que recogerlos en tienda ya que está prohibido el reparto en agencias. La posibilidad de vender online puede aumentar nuestro alcance y ventas.

La otra oportunidad principal es el mayor número de festejos. A raíz de la pandemia, ha habido un incremento en el número de festejos, lo que abre más oportunidades para ofrecer nuestros servicios.

Ilustración 18. Análisis DAFO



*Fuente: elaboración propia*

A continuación, se mostrará una tabla resumen haciendo la comparativa con los competidores en forma de producto.

Tabla 2. Análisis de la competencia directa

	Cliente Objetivo	Producto	Debilidades	Fortalezas
<b>ESPECTÁCULOS PIROFIESTA</b> 	Instituciones, empresas y particulares.	Espectáculos pirotécnicos, orquestas, discomóviles, grupos, espectáculos y parques infantiles, teatro de calle, carpas, catering.	Falta de equipos de sonido. Escasa información en la página web.	Productos propios y exclusivos.
<b>GLOBAL PRODUCCIONES</b> 	Instituciones, empresas y particulares.	Espectáculos pirotécnicos, orquestas, discomóviles, grupos, espectáculos y parques infantiles, teatro de calle, carpas, catering.	Poca actividad en redes sociales.	Gran variedad de equipos de sonido.
<b>DINÁMICA PRODUCCIONES</b> 	Instituciones, empresas y particulares.	Espectáculos pirotécnicos, orquestas, discomóviles, grupos, espectáculos y parques infantiles, teatro de calle, carpas, catering.	No dispone de orquestas en propiedad ni artistas en exclusiva. No cuenta con redes sociales.	Dispone de gran variedad de carpas y stands.
<b>PRONES 3000</b> 	Instituciones, empresas y particulares.	Espectáculos pirotécnicos, orquestas, discomóviles, grupos, espectáculos y parques infantiles, teatro de calle, carpas, catering.	No dispone de orquestas en propiedad ni artistas en exclusiva.	Dispone de equipos de sonido y gran variedad de artistas de teatro de calle.
<b>ESPECTÁCULOS KEDEKE</b> 	Instituciones, empresas y particulares.	Espectáculos pirotécnicos, orquestas, discomóviles, grupos, espectáculos y parques infantiles, teatro de calle, carpas, catering.	No dispone de orquestas en propiedad ni artistas en exclusiva.	Activo en redes sociales con “La Ruta de las Ilusiones”

Fuente: elaboración propia

## 5. ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO

La matriz de Ansoff fue creada por Igor Ansoff en el año 1957. Esta matriz determina la dirección estratégica de crecimiento de una empresa. Relaciona los productos con los mercados, obteniendo una matriz con cuatro cuadrantes.

Teniendo en cuenta el análisis DAFO que se ha comentado en el apartado anterior, se realizará una serie de mejoras para cumplir con los objetivos de la empresa. Se realizará una estrategia de crecimiento de producto, de distribución y de comunicación.

*Ilustración 19. Estrategias de crecimiento*

		PRODUCTOS	
		ACTUALES	NUEVOS
MERCADOS	ACTUALES	Penetración en el mercado	Desarrollo de productos
	NUEVOS	Desarrollo de nuevos mercados	Diversificación

*Fuente: elaboración propia*

### 5.1 Estrategia de crecimiento de producto

Contamos con una fuerte amenaza que son las restricciones sobre ruidos, para ello queremos desarrollar nuevos productos de pirotecnia sin ruido para que esto no sea un impedimento a la hora de contratar nuestros servicios.

En España, muchas fiestas incluyen espectáculos de fuegos artificiales, pero en la forma en que se realizan actualmente, representan un verdadero tormento para muchos animales. Es evidente que ha llegado el momento de modificar nuestras tradiciones.

La pirotecnia puede causar en los animales taquicardia, temblores, dificultad para respirar, náuseas, desorientación, pérdida de control, miedo e incluso la muerte.

Además, no solo los animales no humanos sufren, sino también colectivos vulnerables como los niños con autismo, los ancianos con Alzheimer, los pacientes terminales y las personas con agorafobia, quienes pueden verse gravemente afectados por ruidos fuertes e inesperados, experimentando temblores y miedo.

Una pirotecnia respetuosa y sin ruido es posible. Por ello, nuestra estrategia de crecimiento se basa en crear nuevos espectáculos teniendo en cuenta este factor importante.

Se realizarán dos estrategias de venta, una es la venta al público directo a través de nuestra tienda física y la otra en espectáculos públicos o privados.

### **5.1.1 Venta en tienda física**

Existe una gran variedad de productos de pirotecnia silenciosa o pirotecnia sin ruido, que siempre ha existido, pero la gente por falta de información, no lo conoce. Este tipo de pirotecnia produce efectos visuales de colores, bengalas o fuentes.

Estos productos se encuentran a la venta en nuestra tienda física. Para poder comprarlos es necesario ser mayor de 16 años, presentando el DNI, para la categoría número 1 y 2. Para la categoría número 3 es necesario ser mayor de 18 años o estar acompañado de un adulto que se haga responsable de la compra.

A continuación, se mostrarán algunos de nuestros productos sin ruido que tenemos en nuestro establecimiento y daremos a conocer:

- Bengala infantil. Bengala muy vendida en fiestas navideñas, bodas y cumpleaños (Ilustración 18).

Ilustración 20. Bengala Infantil



Fuente: [www.pirofiesta.es](http://www.pirofiesta.es)

- Bengalas Pastel. Bengalas de estrellas blancas sin humo que se utilizan para las tartas y botellas de cava (Ilustración 19).

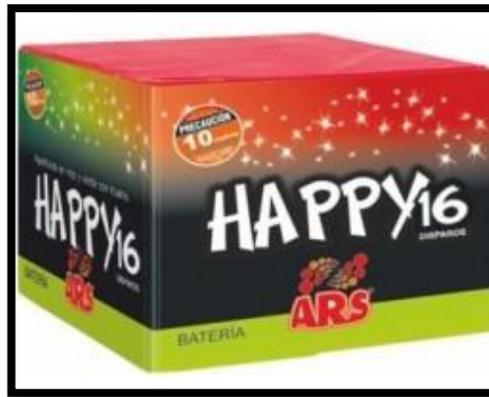
Ilustración 21. Bengalas Pastel



Fuente: [www.pirofiesta.es](http://www.pirofiesta.es)

- Batería de 16 disparos Happy. Batería de fuegos artificiales con luces verdes y rojas y sin explosión (Ilustración 20).

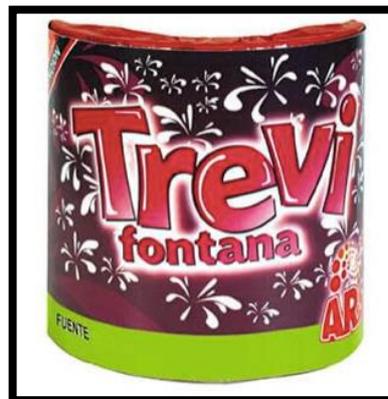
Ilustración 22, Batería Happy



Fuente: [www.pirofiesta.es](http://www.pirofiesta.es)

- Fuente Trevi Fontana. Es una fuente de colores con muchos cambios y sin explosión (Ilustración 21).

Ilustración 23. Fuente Trevi Fontana



Fuente: [www.pirofiesta.es](http://www.pirofiesta.es)

Estos son solo algunos ejemplos de pirotecnia sin ruido, contamos con más de 100 artículos en nuestras estanterías del establecimiento.

Para saber la normativa de venta en tienda física ver anexo 1.

### 5.1.2 Espectáculos pirotécnicos

Los espectáculos pirotécnicos sin ruido son una alternativa innovadora a los fuegos artificiales tradicionales que están diseñados para minimizar el impacto sonoro. Este tipo de pirotecnia se ha desarrollado en respuesta a las preocupaciones sobre el bienestar de las personas con sensibilidad auditiva, los animales domésticos y la fauna silvestre, que pueden verse afectados negativamente por los ruidos fuertes de los fuegos artificiales convencionales.

Características de los espectáculos pirotécnicos sin ruido:

- **Bajo nivel sonoro.** Utilizan materiales y técnicas que generan menos ruido, produciendo efectos visuales impresionantes sin el estruendo característico de los fuegos artificiales tradicionales.
- **Efectos visuales.** Mantienen la diversidad y belleza de los efectos visuales, incluyendo colores vibrantes, formas y patrones. Estos efectos pueden incluir estallidos de luz, cascadas de chispas y otras presentaciones visuales deslumbrantes.
- **Componentes y tecnología.** Emplean tecnologías avanzadas y compuestos químicos que reaccionan de manera controlada para reducir el ruido, pero sin comprometer la intensidad de la luz y el color.
- **Seguridad.** Generalmente son considerados más seguros para el entorno urbano, ya que reducen el riesgo de molestias auditivas y otros efectos adversos relacionados con el ruido.

Beneficios:

- **Bienestar animal.** Son una opción preferida en áreas donde hay una alta densidad de animales domésticos y fauna silvestre, ya que el ruido de los fuegos artificiales tradicionales puede causarles estrés severo y problemas de salud.
- **Personas con sensibilidad al ruido.** Son ideales para personas con autismo, trastorno de estrés postraumático (TEPT) y otras condiciones que pueden hacer que el ruido fuerte sea particularmente perturbador.

- Aprobación en zonas urbanas. Facilitan la aprobación de eventos pirotécnicos en zonas urbanas densamente pobladas donde el ruido puede ser un problema significativo para los residentes.

Situaciones de uso:

- Eventos públicos y privados. Se utilizan en una variedad de eventos, desde celebraciones públicas grandes como festivales y días festivos hasta eventos privados como bodas y fiestas corporativas.
- Regulaciones locales. En algunas localidades, los fuegos artificiales tradicionales pueden estar restringidos o prohibidos debido al ruido, haciendo de los fuegos artificiales silenciosos una excelente alternativa legal y culturalmente aceptable.

Los espectáculos pirotécnicos sin ruido representan una solución innovadora que combina la belleza y la emoción de los fuegos artificiales tradicionales con una mayor conciencia sobre el bienestar de la comunidad y el medio ambiente.

En nuestra estrategia de crecimiento también incluiremos los espectáculos piromusicales que combinan fuegos artificiales con música de manera sincronizada. Estos son más costosos de producir que los fuegos artificiales tradicionales debido a la necesidad de equipos especializados, planificación detallada y derechos de música.

Para saber la documentación y normativa para la realización de espectáculos pirotécnicos ver anexo 2, 3 y 4.

## **5.2 Penetración en el mercado**

La estrategia de penetración de mercados consiste en obtener una mayor participación en los mercados actuales con los productos actuales.

Nuestro objetivo es aumentar el número de ventas. Para ello, acudiremos de forma física a los distintos Ayuntamientos y empresas de la provincia de Palencia para que conozcan los espectáculos que ofrecemos para sus fiestas. Ofreceremos promociones y descuentos para incentivar las compras y así poder aumentar el número de ventas. Mejoraremos la calidad de los productos para atraer a los clientes y así también conseguir

fidelización por parte de ellos. Incrementaremos la publicidad mejorando la Página Web y dando un mayor uso a las redes sociales.

Al estar inscritos en la plataforma de contratación del Estado donde aparecen todos los concursos que solicitan los Ayuntamientos, intentaremos participar en el máximo posible.

### **5.3 Desarrollo de mercados**

La estrategia de desarrollo de mercados consiste en introducir nuestros productos actuales en nuevos mercados.

Aumentaremos el mercado a la comunidad de Cantabria ya que es una comunidad cercana y bien conectada. Esta comunidad en la época de verano, dado su gran número de turistas, se realizan muchos eventos y festivales en el que intentaremos participar en alguno de ellos.

También intentaremos introducirnos en otras ciudades de Castilla y León en las que aún no hallamos trabajado, como por ejemplo en Salamanca. Realizaremos un estudio de mercado para satisfacer las necesidades y preferencias de los consumidores de este mercado. Desarrollaremos campañas de marketing para darnos a conocer y acudiremos a los Ayuntamientos de la comunidad de Cantabria para mostrarles el dossier con nuestros productos.

### **5.4 Actuaciones de Marketing Operativo para la penetración y distribución del mercado**

Una de las debilidades que se muestran en el análisis DAFO es la falta de información en la **Página Web** (Ilustración 22), para alcanzar nuestros objetivos realizaremos una mejora de esta.

Ilustración 24. Espectáculos Pirofiesta



Fuente: [www.pirofiestapalencia.com](http://www.pirofiestapalencia.com)

Se hará una modificación de la página web, esta se dividirá en diferentes apartados:

- Inicio: en este apartado se hará una descripción breve de la empresa incluyendo imágenes y vídeos.
- Quienes somos: aquí se explicará la historia y hablará de los miembros clave con los que cuenta la empresa.
- Espectáculos: se detallará todo tipo de espectáculo que ofrecemos, categorizados adecuadamente y se incluirán en cada uno de ellos imágenes y videos. Tanto para solicitar más información como para contratarlo se mostrará un número de teléfono.
- Tienda: en este apartado se mostrarán imágenes y precios de todos los productos pirotécnicos que tenemos en nuestra tienda física, así como la información detallada de cada uno de ellos. A través de la página web podrán comprarlos, pero es necesario la recogida en tienda ya que está prohibido el reparto en agencias. Se incluirá un número de teléfono para más información y el horario de apertura de nuestra tienda.
- Galería: se mostrará imágenes y vídeos de los productos, así como nuestros trabajos más destacados.
- Contacto: se incluirá un formulario de contacto para que nuestros clientes puedan enviar consultas directamente desde la web. También se mostrará

la dirección, teléfono, correo electrónico y horarios de atención, así como un mapa de ubicación en el que se mostrará la ubicación física de la tienda.

Otra de las debilidades que se muestran en el análisis DAFO es el poco uso de las **Redes Sociales**. La empresa cuenta con redes sociales como Facebook, Instagram y Tiktok pero no se le da suficiente uso.

La más utilizada hasta el momento es Facebook que se sube contenido diario de todos los eventos contratados, pero al contrario la cuenta de Instagram y Tiktok está olvidada.

En Instagram contamos con el usuario @espectaculospirofiestapalencia en el que haremos una reestructuración de la cuenta ya que tiene una descripción muy antigua, fotos de mala calidad y apenas se le da utilidad. Empezaremos cambiando la foto de perfil y la descripción en la que se resumirá brevemente a lo que se dedica la empresa. Se subirán fotos más profesionales de los productos que ofrecemos y los eventos diarios contratados, así como también se eliminarán las fotos que sean de mala calidad. Se crearán historias destacadas con todos los productos con los que cuenta la empresa y con los eventos más destacados.

También se utilizará esta red social para interactuar con los clientes, resubiendo las historias en las que nos etiqueten y resolviendo sus dudas acerca de la contratación de nuestros productos.

En cuanto a la cuenta de Tiktok, solo se ha publicado un vídeo. Usaremos esta red social para subir vídeos de nuestros productos y de los eventos más destacados, así como vídeos resumen de la temporada. Se pondrá una descripción del perfil ya que por el momento no hay.

Se realizarán **folletos** en los que aparecerán todos los espectáculos actualizados que ofrecemos. Estos se repartirán a los distintos Ayuntamientos para que conozcan nuestra empresa y productos.

En estos folletos (Ilustración 23) aparecerá el logo de la empresa, los teléfonos de contacto y redes sociales. También se mostrará cada producto con fotos y una breve descripción.

Ilustración 25. Dossier Espectáculos Pirofiesta



Fuente: elaboración propia

Todos nuestros trabajadores llevarán **camisetas serigrafiadas** con el nombre de la empresa para promocionarla. Se realizarán sorteos de las camiseras en algunos de los espectáculos contratados (Ilustración 24). Este tipo de publicidad es una forma muy económica de dar a conocer nuestra marca.

Ilustración 26. Camisera serigrafiada



Fuente: elaboración propia

## CONCLUSIÓN

Tras realizar mi Trabajo de Fin de Grado de la empresa familiar con el fin de mejorar y aprender más sobre este sector, llego a la conclusión de que las estrategias de crecimiento descritas son viables.

Se ha realizado un análisis DAFO con el fin de mejorar las debilidades y amenazas que presenta la empresa. Se ha desarrollado la idea de vender pirotecnia sin ruido, dicho proyecto no supone un gran desembolso económico ya que ya se cuenta con una tienda física y conocimientos suficientes para su realización. A pesar de que a mucha gente lo que más le gusta de la pirotecnia es la explosión que hace, es una buena idea para llegar a todos los gustos de los clientes.

En cuanto a las ideas de distribución propuestas también son viables y la idea de ampliar el mercado a la Comunidad de Cantabria y a otras ciudades, en las que aún no trabajamos, de la Comunidad de Castilla y León podría ser buena forma para expandir el negocio y cumplir con nuestro objetivo, que es el incremento de las ventas y conseguir nuevos clientes.

Una mayor utilización de las redes sociales supondría llegar a un mayor alcance de la población, esta idea es viable ya que no se necesita un conocimiento superior para realizar esta tarea. También la mejora de la página web incluyendo información más detallada sobre nuestros productos nos resultaría beneficioso para la empresa.

En conclusión, mi idea es viable y si este Plan de Marketing funciona se cumplirían los objetivos y se conseguiría un mayor número de ventas y de clientes.

Por último, dar las gracias a mis padres ya que me han ayudado a adquirir los conocimientos e información necesarios para realizar este trabajo y sin ellos no habría sido posible.

## BIBLIOGRAFÍA:

Producción de Espectáculos. (2024, febrero 6). Global Producciones. <https://globalproducciones.net/espectaculos/>

Sonido e iluminación. (s/f). Dinamicaproducciones.es. Recuperado el 7 de junio de 2024, de <https://dinamicaproducciones.es/sonido-e-iluminacion>

SEÑORP. (s/f). Senorp.com. Recuperado el 7 de junio de 2024, de <https://www.senorp.com>

Sobre nosotros – La Ruta de las Ilusiones. (s/f). Larutadelasilusiones.com. Recuperado el 7 de junio de 2024, de <https://larutadelasilusiones.com/sobre-nosotros/>

Otros – PirofiestaPalencia. (s/f). Pirofiestapalencia.com. Recuperado el 7 de junio de 2024, de [https://pirofiestapalencia.com/?page\\_id=77](https://pirofiestapalencia.com/?page_id=77)

Munuera Alemán, J.L. y Rodríguez Escudero, A. I. (2012). Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección. Madrid: ESIC.

Sapientia 98. (2015, marzo 18). Issuu. [https://issuu.com/universitatjaumei/docs/sapientia\\_98/95](https://issuu.com/universitatjaumei/docs/sapientia_98/95)

(S/f). Animanaturalis.org. Recuperado el 10 de junio de 2024, de <https://www.animanaturalis.org/sinpirotecna>

Dirección General de la Guardia Civil. (s/f). Plantilla Home Principal. Recuperado el 10 de junio de 2024, de [https://www.guardiacivil.es/es/servicios/armasyexplosivo/Cartucheria\\_y\\_pirotecna/artificios\\_pirotec/index.html](https://www.guardiacivil.es/es/servicios/armasyexplosivo/Cartucheria_y_pirotecna/artificios_pirotec/index.html)

De, N. 267 S. 7. de N. (s/f). BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO. Gob.es. Recuperado el 10 de junio de 2024, de [https://www.interior.gob.es/opencms/pdf/servicios-al-ciudadano/normativa/reales-decretos/real-decreto-989\\_2015-de-30-de-octubre/Instruccion-Tecnica-Complementaria-numero-17.pdf](https://www.interior.gob.es/opencms/pdf/servicios-al-ciudadano/normativa/reales-decretos/real-decreto-989_2015-de-30-de-octubre/Instruccion-Tecnica-Complementaria-numero-17.pdf)

Pirofiesta. (s/f). Pirofiesta | Tu tienda de fuegos artificiales. Recuperado el 17 de junio de 2024, de <https://pirofiesta.es>

Sánchez Huerta (2020). Análisis foda o dafo. Madrid: Bubok Publishing

Espinosa, R. (2023, mayo 25). Matriz de Ansoff, estrategias de crecimiento. Roberto Espinosa. <https://robertoepinosa.es/matriz-de-ansoff-estrategias-crecimiento/>

Pirotecniab Benavente. (s/f). Pirotecniab Benavente | Tienda de pirotecniab.  
Recuperado el 20 de junio de 2024, de <https://pirotecniabbenavente.es>

Vivanco, F. (2022, mayo 8). Fuegos artificiales sin ruido y sin pólvora pero con mucha chispa. La Vanguardia.  
<https://www.lavanguardia.com/magazine/experiencias/20220508/8220462/ruido-polvora-chispa-luciernagas-inspiran-manera-entender-pirotecniab.html>

## ANEXOS

### **Anexo 1. Categorías de los artículos pirotécnicos según el Real Decreto 989/2015, por el que se aprueba el Reglamento de artículos pirotécnicos y cartuchería:**

Artificios de pirotecnia:

- Categoría F1: artificios de pirotecnia de muy baja peligrosidad y nivel de ruido insignificante destinados a ser usados en zonas delimitadas, incluidos los artificios de pirotecnia destinados a ser utilizados dentro de edificios residenciales.
- Categoría F2: artificios de pirotecnia de baja peligrosidad y bajo nivel de ruido destinados a ser utilizados al aire libre en zonas delimitadas.
- Categoría F3: artificios de pirotecnia de peligrosidad media destinados a ser utilizados al aire libre en zonas de gran superficie y cuyo nivel de ruido no sea perjudicial para la salud humana.
- Categoría F4: artificios de pirotecnia de alta peligrosidad destinados al uso exclusivo por parte de expertos, también denominados “artificios de pirotecnia para uso profesional” y cuyo nivel de ruido no sea perjudicial para la salud humana. En esta categoría se incluyen los objetos de uso exclusivo para la fabricación de artificios de pirotecnia.

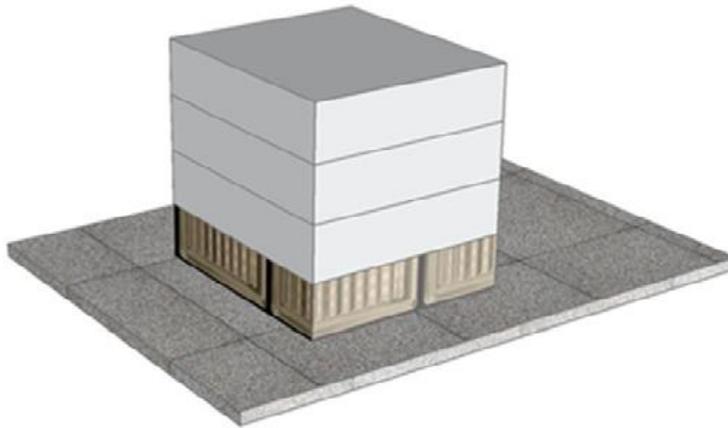
Artículos pirotécnicos destinados al uso en teatros.

- Categoría T1: artículos pirotécnicos de baja peligrosidad para su uso sobre escenario.
- Categoría T2: artículos pirotécnicos para su uso sobre escenario que deban ser utilizados exclusivamente por expertos.

Contamos con un establecimiento de venta de tipo A1, que se corresponde con aquellos locales cerrados respecto a la vía pública, tanto los que forman parte de un edificio en el que se efectúan otras actividades, como los aislados respecto a otras edificaciones.

No se considerarán establecimientos permanentes aquellos locales que carezcan de cerramiento respecto a las vías públicas.

Ejemplo de establecimiento tipo A1



En este tipo de establecimientos sólo se permitirá el almacenamiento de artículos pirotécnicos con división de riesgo 1.4 y 1.3.

La cantidad máxima de materia reglamentada no podrá superar los 150 kilogramos. Si la venta es simultánea con otros productos, la cantidad máxima de materia reglamentada no podrá superar los 50 kilogramos.

El 20 por ciento de la materia reglamentada podrá corresponder a artículos pirotécnicos de división de riesgo 1.3.

## Anexo 2. Modelo de notificación de espectáculo pirotécnico

D. ...., en nombre propio o en representación de la entidad organizadora ....., Con domicilio a efectos de notificaciones en ....., con NIF/NIE nº. ...., nº. de teléfono ....., nº. de fax ....., en calidad de (representante de la entidad organizadora)

### NOTIFICA

La intención de efectuar un espectáculo pirotécnico público de ..... kg netos (NEC) que será realizado por la empresa de expertos ..... autorizada, en el término municipal de ..... en la provincia de ..... el día ....., a las ..... horas y con una duración prevista de .....

A los efectos, se designa como encargado de la entidad organizadora a ..... con DNI ..... y teléfono de contacto .....

### Declaración Responsable

#### CONTENIDO NEC

Superior a 10 kilogramos e inferior a 50 kilogramos.

Esta entidad organizadora declara responsablemente que dispone de los documentos correspondientes del apartado 3 de la ITC número 8 del Reglamento de artículo pirotécnicos y cartuchería.

Superior a 50 kilogramos e inferior o igual a 100 kilogramos.

Se entrega el Plan de seguridad, conforme al subapartado c) del apartado 3 y al apartado 5 de la ITC número 8 del Reglamento de artículo pirotécnicos y cartuchería.

Esta entidad organizadora declara responsablemente que dispone de los restantes documentos correspondientes del apartado 3 de la ITC número 8 del Reglamento de artículo pirotécnicos y cartuchería.

En ..... a ..... de ..... de .....

(Firma autorizada de la entidad organizadora y de la empresa de expertos.

### Anexo 3. Tabla resumen de requisitos de la ITC número

		A	B	C
Punto 3: Autorización de espectáculos.				
Notificación a la Delegación del Gobierno con una antelación mínima de 10 días.		X	X	
Autorización de la Delegación del Gobierno previo informe del Área Funcional de Industria y Energía y de la Intervención de Armas y Explosivos correspondiente, con una antelación mínima de 15 días.				X
Documentación a disponer o presentar en notificación o autorización:				
a)	Solicitud de autorización.			X
b)	Conformidad de la propiedad del suelo.	X	X	X
c)	Plan de seguridad.		X	X
c)	Plan de emergencia.			X
d)	Seguro de responsabilidad civil del organizador u otra garantía financiera.			X
e)	Seguro de responsabilidad civil de la empresa de expertos u otra garantía financiera.	X	X	X
f1)	Copia de la autorización del taller.	X	X	X
f2)	Justificación de la capacidad de almacenamiento en el taller de preparación y montaje, cantidad que deberá ser superior a la que se va a disparar en el espectáculo.	X	X	X
f3)	Relación de artículos pirotécnicos a disparar, detallando tipo, número, y NEC por artículo, tanto para los artículos con marcado CE, como los de fabricación propia sin marcado CE, y el total del conjunto.	X	X	X
f4)	Tiempo previsto para el disparo de cada sección o conjunto homogéneo.	X	X	X
f5)	Secuencia de comienzo de disparo entre secciones y orden a seguir en los disparos de cada sección, incluyendo el esquema de disparo en representación gráfica y simbólica.			X
f6)	Identificación de los expertos y aprendices que intervendrán en el espectáculo, así como sus posibles suplentes, con copia de los carnés o certificados de aptitud correspondientes, así como la identificación de la persona designada como encargado durante el desarrollo de aquél, o su posible suplente.	X	X	X
f7)	Copia de los boletines TC-2 de Cotización a la Seguridad Social de los trabajadores que van a participaren el espectáculo, o documento laboral que justifique situación de alta en la el empresa.	X	X	X
f8)	Si procede, documento contractual entre empresas de expertos de cesión de personal cualificado para la realización del espectáculo.		X	X
f9)	Declaración por parte del empresario titular de la empresa de expertos de cumplir los requisitos establecidos en la Ley 31/1995 de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales, para la actividad propia del disparo y en particular para el espectáculo previsto.	X	X	X
g)	Distancias de seguridad acompañadas de un plano del emplazamiento en el que se señalen esas distancias	X	X	X
Punto 4: Requisitos para la realización del espectáculo.				
Requisitos generales:				
4.1		X	X	X

4.2		X	X	X
4.3		X	X	X
4.4		X	X	X
4.5			X	X
4.6		X	X	X
4.7		X	X	X
4.8		X	X	X

Zona de seguridad:		A	B	C
4.9		X	X	X
4.10		X	X	X
4.11		X	X	X
4.12		X	X	X
4.13		X	X	X
4.14			X	X
4.15		X	X	X
4.16		X	X	X
4.17		X	X	X
Zona de lanzamiento:				
Del 4.18 al 4.29 (ambos incluidos)		X	X	X
Punto 5: Plan de seguridad y emergencia.				
Plan de seguridad.			X	X
Plan de emergencia.				X
Punto 6: Organización.				
6.1			X	X
6.2			X	X
6.3			X	X
6.4			X	X
Punto 7: Montaje del espectáculo.		X	X	X
Punto 8: Disparo del espectáculo.		X	X	X
Punto 9: Prohibición, suspensión e interrupción de los espectáculos.		X	X	X
Punto 10: Actuaciones posteriores al espectáculo.		X	X	X

A: Espectáculos con artificios pirotécnicos realizados por expertos cuyo NEC sea superior a 10 kilogramos e inferior o igual a 50 kilogramos.

B: Espectáculos con artificios pirotécnicos realizados por expertos cuyo NEC sea superior a 50 kilogramos e inferior o igual a 100 kilogramos.

C: Espectáculos con artificios pirotécnicos realizados por expertos cuyo NEC sea superior a 100 kilogramos.

Anexo 4. Esquema resumen de zonas de seguridad de un espectáculo pirotécnico.

