

## **FASE II**

### **DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO:**

Mi empresa es una marca de moda dedicada al diseño, producción y venta de ropa fabricada 100% con algodón, apostando por la sostenibilidad, el comercio ético y la identidad de marca. Surge en respuesta al aumento de consumidores que priorizan productos de calidad y responsables con el medioambiente, en un mercado donde la moda rápida domina pero cada vez más se cuestiona. El negocio se enfoca en jóvenes entre 18 y 35 años, y estilo de moda urbana y aesthetic. En Nuestra empresa estamos comprometidos con el consumo consciente, que valoran tanto el diseño como los valores que representa una marca.

La ropa se confeccionará con algodón orgánico certificado y fabricada en Portugal, asegurando una producción respetuosa con el entorno y con los derechos laborales. Las colecciones serán limitadas, exclusivas y atemporales, promoviendo un modelo de consumo más lento. La venta será principalmente online, complementada con eventos pop-up y colaboraciones con tiendas físicas estratégicas.

La estrategia de marketing se centrará en redes sociales, campañas con influencers éticos y un storytelling basado en la transparencia del proceso productivo. La marca buscará posicionarse con precios competitivos en el sector sostenible, apostando por una identidad visual cuidada y una comunidad fidelizada. A medio plazo, se contempla abrir un showroom físico. Además, se aprovecharán ayudas públicas como el Kit Digital y subvenciones a la digitalización e innovación textil.

### **PLAN DE VIABILIDAD:**

Desarrollar un plan de viabilidad técnica (se adjunta en la sección de RECURSOS un archivo con el guión para realizar un plan de viabilidad).

#### **1. LA IDEA**

Datos de la empresa:

#### **NOMBRE DE LA EMPRESA:**

VETTRA STUDIO

#### **¿Por qué se llama así?**

VETTRA STUDIO nace como una marca de ropa que combina diseño, autenticidad y esencia contemporánea.

El nombre “Vettra” es una palabra inventada, pero evoca fuerza, estilo y elegancia. Fonéticamente, suena a términos como “vanguardia”, “vetusto” (clásico), o “velocidad”, lo que refuerza una identidad versátil: mezcla lo moderno con lo atemporal.

“Vettra” representa una nueva generación en el mundo textil: una marca que apuesta por prendas hechas con materiales naturales como el algodón 100%, cuidando tanto el diseño como el impacto ambiental.

El sufijo fuerte “-tra” da la sensación de marca sólida, estructurada, con carácter.

“Studio” aporta el toque creativo y profesional, indicando que detrás de cada prenda hay un proceso de diseño reflexivo, estético y detallado, como si fuera una obra de arte creada en un estudio de moda.

Denominación social + Logo

Logo de VETTRA STUDIOS:



**Domicilio Social**

<https://inmobiliariajoaquin.es/detalle-industrial/?ref=105&Pol%C3%ADgono%20Las%20Que%20madas>

¿Por qué hemos elegido este sitio?

### **Descripción del domicilio social de Vетtra Studio**

El domicilio social de Vетtra Studio estará ubicado en una nave industrial situada en el Polígono de Las Quemadas, una zona empresarial estratégica y bien comunicada. La nave cuenta con una superficie total de 200 metros cuadrados, distribuidos en dos plantas, cuidadosamente organizadas para cubrir tanto las necesidades administrativas como logísticas de la empresa.

#### **Planta baja – Oficina y zona administrativa (100 m<sup>2</sup>)**

En la planta inferior se ubican las oficinas administrativas de la empresa. Este espacio está diseñado para fomentar la productividad y la colaboración entre los miembros del equipo. La oficina se compone de:

- Dos puestos de trabajo individuales, cada uno equipado con una mesa de oficina y ordenador de torre, destinados a tareas de gestión, diseño, atención al cliente y administración general.
- Una mesa central amplia, situada en el centro de la sala, que servirá como espacio de reunión para el equipo, ideal para sesiones de planificación, presentaciones internas y trabajo colaborativo.
- La planta baja cuenta además con dos baños independientes, destinados al uso del personal, cumpliendo con las normativas de higiene y comodidad laboral.

#### **Planta superior – Almacén y logística (100 m<sup>2</sup>)**

Accediendo por unas escaleras internas ubicadas al final de la zona de oficina, se accede a la planta superior de la nave, destinada a las operaciones de almacenaje y preparación de pedidos.

- Este espacio funcionará como almacén principal de la empresa, donde se organizará todo el stock de prendas y materiales.
- Se instalarán estanterías metálicas industriales que facilitarán una disposición ordenada y eficiente de los productos, permitiendo una gestión óptima del inventario.
- Esta zona también será utilizada para la preparación y embalaje de pedidos, desde donde se procesarán las ventas realizadas a través de la tienda online o canales de distribución.





### **Sector de actividad**

Vettra Studio, pertenece al sector del comercio textil y la moda, enmarcado dentro del sector terciario de la economía, al estar dedicada principalmente al diseño, distribución y venta de prendas de vestir. La marca se especializa en ropa fabricada con algodón 100%, apostando por materiales naturales, sostenibles y de alta calidad. Su actividad combina el diseño creativo de moda contemporánea con la comercialización a través de canales físicos y digitales, incluyendo una tienda online y distribución directa desde su sede. Además, al gestionar parte del proceso logístico y de almacenamiento en sus propias instalaciones, la empresa mantiene un control eficiente sobre el stock y la atención al cliente. Aunque no se realiza producción directa, Vettra Studio colabora con talleres y fabricantes textiles, estableciendo una conexión secundaria con el sector industrial (secundario). Esta estructura le permite posicionarse como una marca de moda independiente, funcional y comprometida con la calidad y el diseño responsable.

### **Forma jurídica**

Vettra Studio se construye como una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.L.) para operar de forma profesional, segura y con capacidad de crecimiento. Esta forma jurídica ofrece equilibrio entre protección legal, buena imagen comercial y gestión flexible adaptada a una marca de moda emergente.

### **¿Por qué una sociedad limitada?**

### **Responsabilidad limitada**

Como socio, solo respondo con el capital aportado, no con mi patrimonio personal, lo cual protege mis bienes frente a posibles deudas de la empresa.

### **Imagen profesional**

Una S.L. transmite mayor confianza a clientes, proveedores e inversores que operar como autónomo. Es especialmente importante en el sector moda, donde la imagen de marca es esencial.

### **Flexibilidad y crecimiento**

Puedo tener uno o varios socios. Permite crecer, contratar personal, colaborar con fabricantes y abrir nuevos canales de venta (tienda online, distribuidores, etc.).

### **Costes y requisitos accesibles**

Desde 2022 en España, puedes constituir una S.L. con solo 1 € de capital mínimo por lo que es bastante económico partiendo que mi empresa es creada desde cero.

### **Beneficios fiscales y gestión formalizada**

Aunque requiere llevar una contabilidad más estricta que un autónomo, también ofrece ventajas fiscales y posibilidad de futuras deducciones. Las S.L. tributan por el Impuesto de Sociedades, que en muchos casos puede ser más ventajoso que el IRPF de un autónomo cuando se generan beneficios. Puedes deducir muchos gastos empresariales (alquiler, suministros, material, transporte, servicios externos...).

#### ¿Por qué no es mejor ser autónomo?

- Tengo una estructura definida, con almacén, oficinas y planificación de stock.
- Quiero proyectar una marca seria y consolidada.
- Necesito contratar personal o colaborar con terceros.
- Manejamos ventas online y físicas, lo que exige más organización legal y fiscal.

Capital social

## **2. ESTUDIO DE MERCADO:**

### **Definición del mercado: aspectos generales del sector y referencia a las principales empresas de la competencia.**

Vettra Studio opera dentro del mercado de la moda y el comercio textil, un sector dinámico, altamente competitivo y en constante evolución. Este mercado forma parte del sector terciario de la economía y está orientado al diseño, producción, comercialización y distribución de prendas de vestir, tanto a nivel nacional como internacional. En los últimos años, se ha observado un fuerte crecimiento del canal e-commerce y una creciente preferencia por marcas que promuevan la sostenibilidad, el diseño independiente y la calidad de materiales, factores en los que Vettra Studio centra su propuesta de valor.

La demanda actual se caracteriza por un consumidor cada vez más exigente, que busca ropa de calidad, identidad de marca, responsabilidad medioambiental y exclusividad, especialmente entre los jóvenes de entre 18 y 35 años. En este contexto, el uso de tejidos naturales como el algodón 100%, la producción controlada y el diseño contemporáneo marcan una ventaja competitiva para las nuevas marcas emergentes como Vettra Studio.

En cuanto a la competencia, el mercado español cuenta con empresas consolidadas como Scalpers, Silbon, Ecoalf o Blue Banana, que han sabido posicionarse combinando moda con sostenibilidad, identidad visual sólida y estrategias digitales efectivas. También destacan marcas jóvenes como Scuffers, Yuxus o Eme Studios, que han logrado captar nichos concretos del público urbano a través de redes sociales, drops limitados y marketing de comunidad.

Vettra Studio busca diferenciarse en este mercado apostando por una línea de moda basada en valores claros: diseño funcional y atemporal, producción responsable y conexión auténtica con el cliente. Esto la posiciona como una marca joven, moderna y consciente, con potencial de crecimiento dentro del nicho de moda sostenible e independiente.

**Identificación del público/clientes (gráficos del estudio del mercado por segmentos, llegando a definir quién es mi público objetivo y mi público potencial al que quiero llegar).**

### 1. Público objetivo principal (core target)

Este es el perfil más cercano al que se dirige Vettra Studio en su estrategia inicial:

CRITERIO	DETALLE ESPECÍFICO
Edad	Entre 18 y 30 años
Género	Mayoría hombres, pero con enfoque unisex (creciente interés femenino también)
Ubicación	Principales ciudades de España: Madrid, Sevilla, Córdoba
Nivel socioeconómico	Medio o medio-alto
Valores	Sostenibilidad, autenticidad, estética cuidada, producción consciente
Estilo de vida	Urbano, moderno, conectado digitalmente, con hábitos de compra online



Hábitos de consumo	Compra de ropa cada 1–2 meses, priorizan calidad y diseño, siguen marcas en redes
Redes sociales	Instagram, TikTok, Pinterest (fuentes clave de inspiración y toma de decisiones)

## 2. Público potencial (secundario)

Grupo al que podrías ampliar tu alcance conforme la marca crezca:

CRITERIO	DETALLE ESPECIFICO
Edad	30 a 40 años
Género	Mayor equilibrio entre hombres y mujeres
Ubicación	España + expansión a países europeos (Alemania, Países Bajos, Francia, Italia)
Nivel socioeconómico	Medio-alto a alto
Estilo de vida	Profesional, estable, con interés en moda atemporal y ética
Canal de compra	E-commerce, puntos físicos selectivos y online
Intereses	Calidad de materiales, producción local, exclusividad y diseño

## 3. Sugerencia de gráficos para estudio de mercado

TABLA 1:



EDAD	PORCENTAJE ESTIMADO
18–24 AÑOS	40%
25–30 AÑOS	30%
31–40 AÑOS	20%
40 AÑOS	10%

GRÁFICO 1:

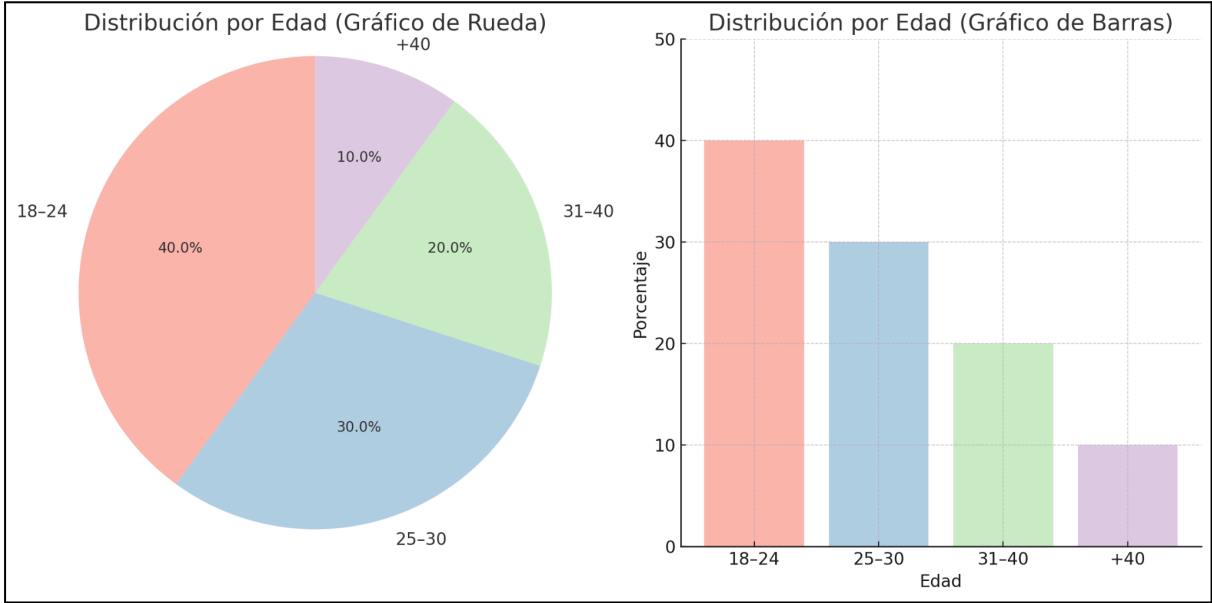


TABLA 2:

CANAL	PORCENTAJE ESTIMADO
Tienda online	65%
Redes sociales	20%
Tienda física	10%
Marketplaces	5%

GRÁFICO 2:

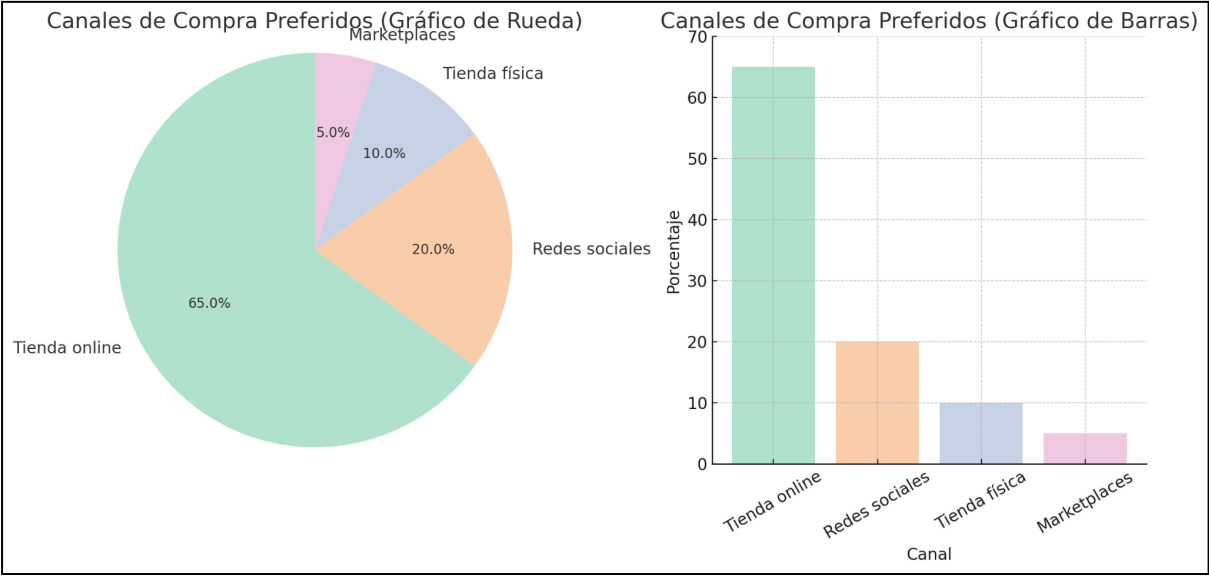
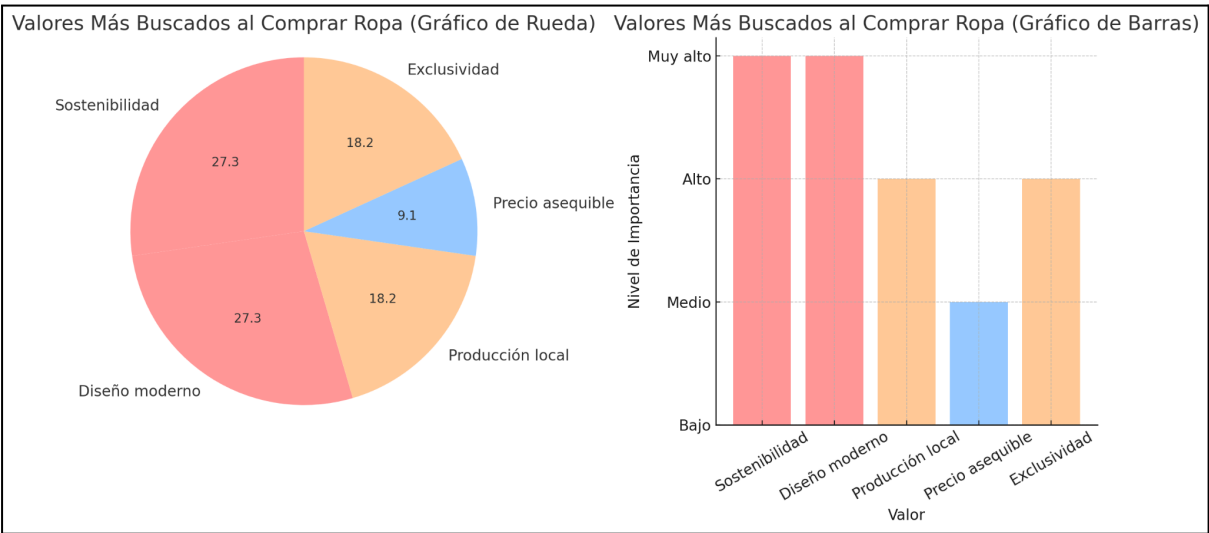


TABLA 3:

VALOR	NIVEL DE IMPORTANCIA
Sostenibilidad	Muy alto
Diseño moderno	Muy alto
Producción local	Alto
Precio asequible	Medio
Exclusividad (series limitadas)	Alto

GRÁFICO 3:



### 3. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO QUE OFREZCO (bien lo fabriques o solo lo comercialices, sin que lo fabriques tú). Recursos materiales y técnicos.

Aspectos sociales, ambientales o de gobernanza que introduzcas en tu empresa para que medioambientalmente sea viable y sostenible.

Vettra Studio ofrece prendas de moda urbana y contemporánea fabricadas con algodón 100%, enfocadas en el diseño minimalista, la calidad textil y la sostenibilidad. La empresa no fabrica directamente sus productos, sino que colabora con talleres especializados en confección textil localizados en Portugal y España, que cuentan con experiencia en producción ética y control de calidad.

Las materias primas, especialmente el algodón, son adquiridas en Portugal por su prestigio en el tratamiento de fibras naturales y su proximidad logística. La producción se basa en series limitadas o colecciones cápsula, priorizando la exclusividad y la reducción de excedentes. La venta se realiza principalmente a través del canal online, con diseño de marca propia y una estética alineada con las tendencias actuales.

RECURSOS MATERIALES Y TÉCNICOS	
Recurso	Descripción técnica y uso específico
Algodón 100% (Portugal)	Materia prima principal para todas las prendas. Se valora su origen ético y calidad.
Talleres de confección	Ubicados en España y Portugal, especializados en producción textil sostenible.
Oficina (100 m <sup>2</sup> )	Equipada con ordenadores, mesas de trabajo y espacio de reuniones para gestión, diseño y marketing.
Almacén (100 m <sup>2</sup> )	Planta superior equipada con estanterías metálicas para organizar el stock y los pedidos.
Equipos informáticos	Ordenadores con software de diseño (Adobe, CLO3D, etc.) y gestión empresarial (ERP, CRM).
Web y tienda online	Plataforma de comercio electrónico propia y redes sociales como Instagram y TikTok.
Sistemas de logística	Coordinación con empresas de paquetería

	para la distribución nacional e internacional.
Packaging sostenible	Cajas recicladas, sobres compostables y etiquetas ecológicas para minimizar residuos.
<b>ASPECTOS SOCIALES, AMBIENTALES Y DE GOBERNANZA (ESG)</b>	
<b>1. AMBIENTALES</b>	
<b>Acción sostenible</b>	<b>Impacto medioambiental positivo</b>
Uso de algodón 100% natural y orgánico	Reducción del uso de materiales sintéticos y derivados del petróleo.
Producción local o cercana (Portugal/España)	Disminución de la huella de carbono por transporte y apoyo al tejido industrial local.
Packaging ecológico y reciclable	Minimiza el plástico de un solo uso y favorece la economía circular.
Control del stock y colecciones limitadas	Evita la sobreproducción y el desperdicio de ropa no vendida.
Tintes naturales o certificados (cuando sea posible)	Reduce el impacto químico sobre aguas y suelos.
<b>2. SOCIALES</b>	
<b>Acción social</b>	<b>Beneficio social</b>
Colaboración con talleres de condiciones justas	Garantiza el respeto a los derechos laborales y la seguridad en el trabajo.
Transparencia con el cliente	Informar sobre origen, materiales y proceso de producción genera confianza
Igualdad de oportunidades en el equipo	Crear una cultura laboral inclusiva y profesional.
Participación en causas sociales	Donar un porcentaje de beneficios a iniciativas medioambientales o sociales.
<b>3. GOBERNANZA</b>	
<b>Acción de gestión ética</b>	<b>Resultado</b>
Control de proveedores certificados	Asegura prácticas éticas y sostenibles en toda la cadena de valor.
Políticas internas de sostenibilidad	Manual de buenas prácticas, guía de compras responsables, objetivos de mejora.
Transparencia contable y legal	Cumplimiento normativo y confianza con stakeholders (clientes, inversores).
Evaluación de impacto	Medición anual de huella ambiental y social para mejora continua.

#### **4. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO.**

El proceso productivo de Vетtra Studio se basa en la externalización controlada de la confección textil, priorizando proveedores locales (España y Portugal), el uso de materias primas sostenibles y una gestión eficiente del stock. A continuación se detalla cada fase:

##### **1. Diseño y conceptualización**

El equipo creativo de Vетtra Studio, ubicado en la sede central (oficina en Córdoba), desarrolla los diseños de cada colección en base a estudios de tendencias, estética minimalista y funcionalidad.

Se emplean herramientas digitales de diseño gráfico y moda (como Adobe Illustrator o CLO3D) para crear fichas técnicas precisas de cada prenda.

##### **2. Selección de materias primas**

El algodón 100% se adquiere a proveedores portugueses certificados, priorizando fibras de origen sostenible, orgánico o con bajo impacto ambiental.

Se seleccionan también los tintes, etiquetas, hilos y acabados necesarios, todos alineados con criterios de sostenibilidad.

##### **3. Producción y confección**

Las prendas son confeccionadas en talleres especializados en Portugal y/o España con los que se establece una relación contractual.

Estos talleres se eligen por su compromiso con condiciones laborales éticas, calidad técnica y capacidad para producir en series pequeñas o medianas.

La producción se realiza en lotes controlados para evitar el sobre stock, manteniendo la exclusividad de cada prenda.

##### **4. Control de calidad**

Una vez confeccionadas, las prendas son sometidas a una revisión técnica (costuras, acabados, tallaje y etiquetado) antes de ser aceptadas y trasladadas al almacén.

El equipo de Vетtra Studio realiza inspecciones periódicas o recibe informes de control de los talleres para garantizar estándares constantes.

#### 5. Recepción y almacenamiento

Las prendas se transportan al almacén ubicado en la planta superior de la nave en el Polígono de Las Quemadas (Córdoba).

Allí se clasifican por tipo, talla y colección, y se almacenan en estanterías metálicas para mantener el orden y facilitar la preparación de pedidos.

#### 6. Gestión de pedidos y logística

Cuando el cliente realiza una compra online, el equipo prepara manualmente el pedido, se embala con packaging reciclado y lo envía mediante una empresa de mensajería.

El sistema de stock está sincronizado con la tienda online para mantener el control de inventario actualizado en tiempo real.

#### 7. Atención post venta y devoluciones

Vетtra Studio ofrece atención personalizada por correo y redes sociales.

En caso de devoluciones, se gestiona el reingreso del producto al almacén si está en condiciones óptimas para su reventa.

### **5. PLAN DE MARKETING:**

#### **Estrategia de precios**

##### 1. Modelo de fijación: Coste + margen + análisis de competencia

- Vетtra Studio utilizará una estrategia de precios basada en:
- Coste real del producto (materia prima + fabricación)
- Margen de beneficio ajustado
- Comparación directa con marcas de la competencia (precio de mercado)
- Percepción de valor de marca (imagen, sostenibilidad, exclusividad)

CÁLCULO DEL PRECIO FINAL	
Etapas	Descripción
Precio de la tela	Algodón 100% orgánico de Portugal. 3,50 € por camiseta (estimado).

Coste de fabricación	Mano de obra, confección, etiquetado. 6,00 € por unidad (estimado).
Costes adicionales	Transporte, embalaje sostenible, control de calidad. 1,50 € por unidad.
Costo total unitario	$3,50 \text{ €} + 6,00 \text{ €} + 1,50 \text{ €} = 11,00 \text{ €}$ por unidad.
Margen de beneficio	Suele aplicarse entre un 100% y 200% según el posicionamiento de marca.
Precio de venta al público (PVP)	Si aplicas un margen del 150% → $11,00 \text{ €} \times 2,5 = 27,50 \text{ €}$ PVP.

COMPARACIÓN CON LA COMPETENCIA DIRECTA		
Marca	Producto comparado	PVP medio (cada producto)
Scuffers	Camisetas básicas	30 – 45 €
Eme Studios	Camisetas oversize	35 – 50 €
Yuxus	Prendas unisex minimal	30 – 40 €
Cold Culture	Estética urbana/técnica	35 – 55 €

Teniendo en cuenta nuestros valores (sostenibilidad, diseño propio, algodón 100%, confección local), en Vettra Studio podemos posicionarnos ligeramente por debajo o igual que las marcas citadas anteriormente, ofreciendo alta calidad y ética sin precios inalcanzables.

Producto	Precio recomendado
Camisetas	30 – 35 €
Sudaderas	55 – 70 €
Pantalones	45 – 60 €
Accesorios	15 – 25 €

### ¿Qué ventajas tiene esta estrategia?

- Permite cubrir costes y obtener rentabilidad.
- Refuerza el posicionamiento frente a marcas similares.
- Transmite valor real al consumidor: “estás pagando por calidad, diseño y ética”.



- Da margen para aplicar promociones sin perder rentabilidad.

## **Política de ventas**

### **1. Canales de venta**

- Vetrera Studio comercializa sus productos principalmente a través de:
- Tienda online propia (e-commerce), donde se gestiona todo el catálogo, las promociones y la atención al cliente.
- Redes sociales (Instagram, TikTok, Pinterest), integradas como escaparates interactivos con enlace directo a la tienda.
- Colaboraciones puntuales con tiendas multimarca físicas o pop-up stores, para potenciar visibilidad y generar experiencias de marca.

### **2. Tipos de venta**

- Venta directa al consumidor final (B2C): centrada en la tienda online.
- Venta bajo demanda o preventa (en algunas colecciones): para evitar sobreproducción y medir el interés real del cliente.
- Ediciones limitadas y colecciones cápsula: fomentando la exclusividad, el valor percibido y la rotación del catálogo.

### **3. Fijación de precios**

- Los precios están definidos con base en:
- El coste real de producción, incluyendo materias primas, confección, packaging y logística.
- Un margen comercial competitivo en relación con marcas similares (Eme Studios, Scuffers, Yuxus).
- El posicionamiento de marca como producto sostenible, local y de diseño.

### **4. Promociones y descuentos**

- Se aplican en campañas específicas (rebajas, Black Friday, lanzamiento de temporada).
- Se ofrecen códigos promocionales a seguidores y clientes recurrentes.
- La política de descuentos busca mantener el valor de marca sin entrar en guerras de precios.

### 5. Condiciones de pago

- Pago seguro mediante tarjeta, PayPal, Bizum u otras plataformas digitales.
- Envíos nacionales e internacionales con tarifa plana o gratuita según importe mínimo de compra.
- Confirmación automática del pedido y seguimiento del envío disponible para el cliente.

### 6. Política de devoluciones

- El cliente tiene un plazo de 14 días naturales para devolver su pedido.
- Las prendas deben estar en perfecto estado, sin uso y con etiqueta.
- Vetra Studio asume el coste del primer cambio por talla. Las devoluciones por descontento corren a cargo del cliente (excepto en caso de error o defecto).

### 7. Atención postventa

- Canal directo de atención al cliente por correo electrónico y redes sociales.
- Se prioriza una comunicación cercana, ágil y profesional.
- Se gestionan las incidencias con rapidez para fomentar la fidelización del cliente.

### 8. Objetivos comerciales

- Fidelizar al cliente a través de experiencias personalizadas, productos de calidad y valores compartidos (sostenibilidad, estilo, autenticidad).
- Aumentar el ticket medio mediante recomendaciones inteligentes y colecciones complementarias.
- Expandir la visibilidad de la marca en el canal digital, mediante colaboraciones con influencers, campañas y marketing de contenido.
- Promoción y publicidad (material de publicidad: elementos de merchandising , material corporativo, web, tarjetas de visita, catálogo de precios y productos....)

### **¿Que hemos escogido como medio de Publicidad de la marca?**

He escogido Instagram como principal medio de publicidad para mi empresa VETTRA STUDIO porque considero que es la plataforma más efectiva y alineada con el tipo de producto que ofrecemos y el público al que queremos llegar.

Instagram es una red social con una fuerte presencia del sector moda y un enfoque visual muy potente, lo que me permite mostrar nuestras prendas de forma atractiva y creativa. A través de fotos, reels y stories puedo transmitir no solo el diseño de nuestras colecciones, sino también los valores de la marca, como la sostenibilidad, el estilo limpio y el cuidado por los detalles.

Además, nuestro público objetivo de jóvenes entre 18 y 35 años interesados en la moda y en el consumo consciente está muy presente en esta red. Esto hace que podamos conectar

con ellos de manera directa, tanto con contenido orgánico como con publicidad segmentada, lo que permite aprovechar al máximo cada euro invertido.

También valoro mucho la posibilidad de interactuar con nuestra comunidad a través de encuestas, mensajes, comentarios o colaboraciones con creadores de contenido. Todo eso ayuda a crear una comunidad alrededor de Vettra Studio, que es parte fundamental de nuestra visión.

Por último, me parece clave que Instagram nos ofrezca herramientas para vender directamente desde la plataforma, como la tienda integrada o los enlaces a productos en publicaciones, facilitando así el paso del interés a la compra.

#### 1. Imagen de cómo es el perfil de VETTRA STUDIOS:



2. Imagen de la primera publicación de VETTRA STUDIOS:



**6. RECURSOS HUMANOS: relación de personal mínimo para iniciar la actividad.**

- CEO: Jacobo Ruiz Gómez
- 2 Diseñadores de moda: Jacobo Ruiz Gómez, Sandra Lope Trejo
- Responsable de logística y almacén: Francisco José Navarro
- Marketing y redes sociales: Jacobo Ruiz Gómez
- Atención al cliente / administrativo: Francisco José Navarro



## 7. PLAN DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

### 1. Objetivo del plan:

Prevenir los accidentes y enfermedades laborales, protegiendo la salud y seguridad de los trabajadores de Vettra Studio en todas las áreas de trabajo (diseño, oficina, atención al cliente, logística y almacén).

### 2. Evaluación de riesgos por puesto de trabajo:

EVALUACIÓN DE RIESGOS POR PUESTO DE TRABAJO		
PUESTOS	RIESGOS ASOCIADOS	MEDIDAS PREVENTIVAS
DISEÑADOR/A DE MODA	Fatiga visual, postural, estrés por plazos, uso de pantallas	Pausas activas, mobiliario ergonómico, buena

		iluminación
<b>RESPONSABLE ALMACÉN</b>	<b>DE</b>	Cargas manuales, caídas, cortes, tropiezos, escaleras
<b>ATENCIÓN CLIENTE/ADMIN.</b>	<b>AL</b>	Estrés, uso continuo de ordenador, mala postura
<b>MARKETING/REDES SOCIALES</b>		Estrés mental, exposición continua a pantallas, presión creativa
		Formación en manipulación de cargas, EPIS, orden en el espacio
		Pausas cada 2h, silla ergonómica, teclado y monitor regulado
		Gestión del tiempo, pausas, ambiente relajado

### 3. Medidas generales de prevención:

- Formación continua en PRL adaptada a cada puesto.
- Orden y limpieza en oficinas y almacén para evitar caídas y accidentes.
- Equipos de protección individual (EPIs): guantes, calzado de seguridad, mascarillas si se requiere.
- Planes de evacuación en caso de incendio o emergencia.
- Control de iluminación y ventilación natural y artificial adecuada.
- Revisión periódica de instalaciones eléctricas y escaleras.

### 4. Plan de actuación en caso de emergencia:

- Señalización clara de salidas, extintores y equipos de primeros auxilios.
- Extintores accesibles y revisados (mínimo 1 cada 15-20 m).
- Simulacros anuales de evacuación.
- Botiquín de primeros auxilios accesible y completo en la zona de oficinas.
- Teléfonos de emergencia visibles: 112, centro de salud más cercano.

### 5. Responsable de prevención

El Responsable del Plan de Prevención es Jacobo Ruiz Gómez (CEO), quien coordinará con un servicio de prevención ajeno si la ley lo exige por volumen de plantilla o riesgo.

### 6. Vigilancia de la salud

- Revisión médica voluntaria anual para todo el personal.
- Promoción de hábitos saludables (hidratación, pausas activas, movilidad).

## **7. Revisión y seguimiento**

- Revisión anual del plan.
- Registro de incidencias y mejoras aplicadas.
- Comunicación continua entre empleados y dirección sobre riesgos detectados.

**El PRL va a ser contratado por una empresa externa. A continuación voy a indicar porque creo que es lo más adecuado para VETTRA STUDIOS:**

### **1. Cumplimiento legal y normativo**

La Ley de Prevención de Riesgos Laborales (Ley 31/1995) exige que todas las empresas con trabajadores deben contar con una organización preventiva. Al no disponer de personal técnico especializado en prevención, externalizar este servicio garantiza el cumplimiento total de la normativa vigente.

### **2. Falta de recursos técnicos propios**

Al tratarse de una empresa joven y con estructura reducida, Vettra Studio no cuenta con técnicos en prevención dentro de su plantilla. Por ello, contratar un SPA permite disponer de especialistas que se encargan de la evaluación de riesgos, plan de prevención, vigilancia de la salud, formación y medidas correctoras.

### **3. Optimización del tiempo y enfoque en el negocio principal**

Externalizar esta función permite que el equipo se concentre en las áreas estratégicas del negocio como el diseño, producción y marketing de moda, sin distraerse con gestiones técnicas y legales que requieren experiencia específica.

### **4. Garantía profesional y asistencia continua**

El SPA proporciona asistencia técnica continua, actualizaciones legales y asesoramiento personalizado. Además, realiza visitas periódicas, informes, formación para trabajadores y seguimiento de la seguridad laboral.

### **5. Coste asumible y escalable**

El coste de contratar un SPA es asequible para una pyme y se adapta según el número de empleados. Esto permite tener un sistema de prevención completo sin tener que incorporar personal adicional.

**¿Cuál va a ser la empresa que contrataremos?**



La empresa que vamos a contratar va a ser Quirón Prevención ¿Por qué Quirón Prevención?

Acreditada como Servicios de Prevención Ajeno (SPA) en las cuatro especialidades (Seguridad, Higiene, Ergonomía y Psicosociología, Vigilancia de la Salud).

Servicio integral: elaboración de plan de prevención, evaluación de riesgos, formación para empleados, reconocimientos médicos y asesoramiento continuo.

#### Coste estimado del servicio

Para una empresa con entre 1 y 3 trabajadores, Quirón Prevención ofrece el paquete completo (prevención técnica + vigilancia de la salud) por aproximadamente 322 € al año

Esto equivale a unos 26,83 € al mes divididos en 12 cuotas, sin incluir impuestos.

CONCEPTO	DETALLE
Empresa SPA	Quirón Prevención
Empleados	3 trabajadores
Servicios incluidos	Plan de prevención, evaluación, formación, salud
Precio anual (1-3 trabajadores)	322 € + IVA
Coste mensual estimado (12 cuotas)	26,83 €/mes + IVA

#### **Qué ventajas obtenemos al escoger esta opción para Vетtra Studio:**

- Cumplimiento legal completo, sin necesidad de incorporar personal especializado en PRL.
- Control y asesoramiento continuado por profesionales.
- Costo asequible y ajustado a la plantilla inicial.

#### **8. VIABILIDAD LEGAL: citar la normativa aplicable al sector de mi actividad.**

## **NORMATIVA APLICABLE AL SECTOR TEXTIL Y DE LA MODA**

### **1. Normativa específica del sector textil**

#### **1.1 Legislación sobre etiquetado y composición:**

- **Reglamento (UE) N° 1007/2011** del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de septiembre de 2011:  
Sobre las denominaciones de las fibras textiles y el etiquetado y marcado de la composición.
- **Real Decreto 928/1987**, de 5 de junio:  
Normas sobre etiquetado de composición de productos textiles.

#### **1.2 Legislación sobre seguridad de productos textiles:**

- **Reglamento (CE) N° 1907/2006 (REACH):**  
Sobre el registro, evaluación, autorización y restricción de sustancias químicas. Afecta a tintes, tejidos y acabados.
- **Reglamento (UE) 2019/1021** (contaminantes orgánicos persistentes – POPs):  
Regula el uso de ciertos productos químicos peligrosos en el textil.

#### **1.3 Legislación sobre sostenibilidad y producción:**

- **Estrategia de la UE para Textiles Circulares y Sostenibles (2022):**  
Normativa futura que afectará a la trazabilidad, durabilidad y sostenibilidad de los productos textiles.
- **Ley 7/2022, de residuos y suelos contaminados para una economía circular:**  
Impone nuevas obligaciones a la industria textil respecto a residuos, envases y reutilización.

## **NORMATIVA APLICADA A VETTRA STUDIOS**

### **1. Normativa mercantil y societaria**

- **Código de Comercio**
- **Ley de Sociedades de Capital** (Real Decreto Legislativo 1/2010)
- **Ley 14/2013**, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización
- **Ley 11/2018**, sobre información no financiera y diversidad (si se supera cierto volumen)

### **2. Normativa laboral y de prevención**

- **Estatuto de los Trabajadores** (Real Decreto Legislativo 2/2015)
- **Ley 31/1995**, de Prevención de Riesgos Laborales
- **Real Decreto 486/1997**, disposiciones mínimas de seguridad y salud en los lugares de trabajo

- **Convenio colectivo** aplicable (habitualmente el **Convenio del Comercio Textil** o de Comercio en general, dependiendo de la provincia)

### 3. Normativa fiscal y contable

- **Ley 58/2003, General Tributaria**
- **Ley del Impuesto de Sociedades**
- **Ley del IVA** (Ley 37/1992)
- **Plan General de Contabilidad (PGC)**

### 4. Normativa sobre comercio electrónico (e-commerce)

- **Ley 34/2002**, de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico (LSSI-CE)
- **Ley 7/1996**, de ordenación del comercio minorista
- **Reglamento (UE) 2019/1150**, sobre relaciones entre plataformas online y empresas usuarias

### 5. Normativa de protección de datos

- **Reglamento General de Protección de Datos (RGPD)** – Reglamento (UE) 2016/679
- **Ley Orgánica 3/2018**, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (LOPD GDD)

### 6. Normativa medioambiental y sostenibilidad

- **Ley 7/2022**, de residuos y suelos contaminados para una economía circular
- **Reglamento (UE) 2020/852**, sobre la taxonomía de actividades sostenibles
- Normas ISO voluntarias: ISO 14001 (gestión ambiental), ISO 9001 (calidad), ISO 45001 (seguridad y salud laboral)

## 9 .PLAN FINANCIERO: Necesidades económicas del Proyecto. (CUANTIFICAR LOS SIGUIENTES CONCEPTOS CONTABLES PARA SABER CUÁL SERÁ LA CIFRA INICIAL DE MI NEGOCIO).

Plan de inversiones:

Inmovilizado material (mobiliario, material de oficina y elementos necesarios para explotar mi actividad) Trabajar este punto con el plan general Contable.

Inmovilizado intangible: Licencias, Gastos de constitución de la sociedad que no son del grupo 6.

Inmovilizado financiero: Préstamos y subvenciones reintegrables.

Otras inversiones: renting...

Gastos: identificar gastos fijos y variables

Cuadro con el importe de inversión y financiación:

Capital propio

Capital ajeno

Subvenciones

Presupuesto de tesorería.

Plan de financiación inicial. Balance de situación inicial. Necesidades económicas de los RRHH. Ventas y coste de Ventas.

### BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL:

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL			
ACTIVO	€	PATRIMONIO NETO Y PASIVO	€
ACTIVO NO CORRIENTE		PATRIMONIO NETO	
Equipamiento informático	2.000,00 €	Aportación de socios	8.500,00 €
Mobiliario oficina y reuniones	800,00 €		
Estanterías almacén	500,00 €		
Software y licencias	1.200,00 €		
<b>Total Activo No Corriente</b>	<b>4.500,00 €</b>	<b>Total Patrimonio Neto</b>	<b>8.500,00 €</b>
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO NO CORRIENTE	
Stock inicial	5.000,00 €	Subvención ENISA (a devolver)	5.000,00 €
Publicidad inicial (Instagram)	600,00 €		
Material de oficina	400,00 €		
Caja y bancos	3.000,00 €		
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>9.000,00 €</b>	<b>Total Pasivo No Corriente</b>	<b>5.000,00 €</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>13.500,00 €</b>	<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>	<b>13.500,00 €</b>

### TABLAS DE PRESUPUESTO FINANCIERO:

Inversión Inicial (gastos de puesta en marcha)		
Concepto	Detalle	Coste
Equipamiento de oficina	Ordenadores, escritorios, sillas	2.000,00 €
Mobiliario sala de reuniones	Mesa central y sillas	800,00 €
Estanterías para almacén	Almacenaje de stock	500,00 €

Software y licencias	Adobe, diseño gráfico, etc.	1.200,00 €
Diseño web y tienda online	Plataforma e-commerce	1.000,00 €
Publicidad y lanzamiento inicial	Instagram Ads, campañas iniciales	600,00 €
Stock inicial	Fabricación de primeras prendas	5.000,00 €
Gastos legales y constitución	Notaría, alta en Hacienda, trámites S.L.	700,00 €
<b>Total Inversión Inicial</b>		<b>11.800,00 €</b>

<b>Gastos Mensuales Fijos Estimados</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Detalle</b>	<b>Coste/mes</b>
Alquiler de nave	Polígono Las Quemadas	1.000,00 €
Luz, agua e internet	Servicios básicos	250,00 €
Sueldos (mínimo personal básico)	2 trabajadores + CEO	3.000,00 €
Servicio prevención ajeno (PRL)	Quirónprevención	27,00 €
Gastos en marketing digital	Instagram Ads mensual	300,00 €
Plataforma e-commerce y dominio	Shopify/WordPress + dominio web	50,00 €
Gastos bancarios, gestoría, etc.	Mantenimiento, asesor fiscal, etc.	150,00 €
<b>Total Gastos Mensuales</b>		<b>4.777,00 €</b>

<b>Fondo de Tesorería Inicial Recomendado</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Detalle</b>	<b>Importe</b>
Reserva para imprevistos	Mínimo 2 meses de gasto mensual	<b>10.000,00 €</b>

## ACTIVO, PASIVO Y PATRIMONIO NETO:

TABLA ACTIVO DE VETTRA STUDIOS		
Activo	Detalle	Valor
<b>Activo No Corriente</b>		
Inmovilizado material	Nave industrial (alquiler) – no se incluye valor	-
Equipamiento oficina	2 ordenadores torre + 2 escritorios	2.000,00 €
Mobiliario de reuniones	Mesa central + 6 sillas	800,00 €
Estanterías almacén	Estanterías metálicas	500,00 €
Software de diseño	Licencias de Adobe y programas CAD	1.200,00 €
<b>Total Activo No Corriente</b>		<b>4.500,00 €</b>
<b>Activo Corriente</b>		
Stock inicial		5.000,00 €
Material de oficina		400,00 €
Caja y bancos		3.000,00 €
Publicidad y redes sociales		600,00 €
<b>Total Activo Corriente</b>		<b>9.000,00 €</b>
<b>Total Activo</b>		<b>13.500,00 €</b>

PASIVO Y PATRIMONIO NETO		
PASIVO Y PATRIMONIO	DETALLE	VALOR
	Aportación de socios o capital inicial	8.500,00 €
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>		
	Ayuda para puesta en marcha (a devolver)	5.000,00 €
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>13.500,00 €</b>

## **¿Qué entidad hemos decidido escoger para la subvención para comenzar VETTRA STUDIOS y la cual tendremos que devolver posteriormente?**

ENISA (Empresa Nacional de Innovación, S.A.)

### ¿Qué es ENISA?

ENISA es una empresa pública dependiente del Ministerio de Industria y Turismo del Gobierno de España. Ofrece líneas de financiación a emprendedores y empresas innovadoras en forma de préstamos participativos, con condiciones ventajosas y sin necesidad de avales personales.

### Motivos por los que elegimos ENISA:

Financia proyectos de moda, diseño y emprendimiento joven.

No exige garantías personales ni avales.

Se adapta al crecimiento de la empresa.

Ideal para startups y primeras inversiones.

### ENISA Jóvenes Emprendedores:

- Dirigida a menores de 40 años que lanzan su primera empresa.
- Importe: mínimo 25.000 € – en tu caso puedes solicitar 5.000 € como tramo inicial.
- Tipo de interés bajo, con carencia de hasta 2 años.
- Plazo de amortización de hasta 7 años.

### Requisitos clave:

- Empresa constituida en España como sociedad mercantil.
- Plan de negocio viable.
- Capital mínimo aportado por socios: al menos el 50% del préstamo solicitado (en tu caso, mínimo 2.500 €).
- Empresa innovadora o con carácter diferenciador (como la sostenibilidad y diseño de Vettra Studio).