

En esta Fase vamos a ejecutar lo que hemos Planificado en la Fase II para ello esta es la guía de trabajo que os propongo:

#### METODOLOGÍA:

Cada objetivo específico planificado en la Fase II, lo vamos a conseguir con una actividad. Pues bien, ordenamos y explicamos todas las actividades, las describimos, explicamos lo que queremos conseguir con cada una. (Por ejemplo, visitar a cinco proveedores para seleccionar a dos).

Os sugiero realizar una ficha técnica por cada actividad, por ejemplo podéis hacer una tabla para cada actividad con varias columnas (descripción de la tarea, fecha, lugar, recursos humanos, materiales y económicos para llevarla a la práctica, tiempos de ejecución, permisos, autorizaciones necesarios para llevarla a cabo, riesgo laboral que puedo tener en su aplicación o al realizarla, teniendo en cuenta también el tema de protección de datos y cómo solucionarlo).

Os doy ideas de las actividades (podréis observar que están relacionadas con contenidos y tareas de distintos módulos que habéis estudiado durante los dos años del Ciclo) que podéis planificar relacionadas con cada objetivo específico o poner vosotras otras diferentes:

OBJETIVOS Y ACTIVIDADES	
<b>Objetivo 1</b>	Posicionar la marca
<b>Actividad 1.1.</b>	Lanzamiento de campaña en Instagram
<b>Descripción de la tarea</b>	Diseñar y lanzar campañas visuales para aumentar notoriedad de marca
<b>Logística</b>	Uso de plataformas Meta, programación de contenidos
<b>Fecha y temporalización</b>	1 mes
<b>Lugar</b>	Online / oficina
<b>RRHH, Materiales y Económicos</b>	Diseñador gráfico, equipo de marketing, 600 € iniciales
<b>Permisos</b>	No requiere
<b>Autorizaciones Administrativas</b>	No requiere
<b>Riesgos Laborales</b>	Estrés laboral, sobrecarga visual
<b>Objetivo 1</b>	Posicionar la marca
<b>Actividad 1.2.</b>	Colaboración con influencers del sector
<b>Descripción de la tarea</b>	Seleccionar e identificar micro influencers para acuerdos promocionales
<b>Logística</b>	Envío de muestras, firma de acuerdos
<b>Fecha y temporalización</b>	2 semanas
<b>Lugar</b>	Online / eventos
<b>RRHH, Materiales y Económicos</b>	Stock de productos, contratos de colaboración
<b>Permisos</b>	Contrato de cesión de imagen

<b>Autorizaciones Administrativas</b>	No requiere
<b>Riesgos Laborales</b>	Riesgos contractuales

OBJETIVOS Y ACTIVIDADES	
<b>Objetivo 2</b>	Gestión logística
<b>Actividad 2.1.</b>	Instalación de estanterías y organización de stock
<b>Descripción de la tarea</b>	Montaje de estructura metálica para organizar productos y stock
<b>Logística</b>	Recepción, montaje y etiquetado
<b>Fecha y temporalización</b>	45 días
<b>Lugar</b>	Planta superior de la nave
<b>RRHH, Materiales y Económicos</b>	Responsable de almacén, estanterías (500 €), etiquetas
<b>Permisos</b>	Licencia de actividad
<b>Autorizaciones Administrativas</b>	Declaración responsable
<b>Riesgos Laborales</b>	Lesiones por montaje, manipulación de carga
OBJETIVOS Y ACTIVIDADES	
<b>Objetivo 2</b>	Gestión logística
<b>Actividad 2.2.</b>	Establecer sistema de pedidos y devoluciones
<b>Descripción de la tarea</b>	Configuración de sistema digital para control de pedidos
<b>Logística</b>	Software conectado a ecommerce
<b>Fecha y temporalización</b>	1 mes
<b>Lugar</b>	Oficina / almacén
<b>RRHH, Materiales y Económicos</b>	Ordenadores, software, formación interna
<b>Permisos</b>	No requiere
<b>Autorizaciones Administrativas</b>	No requiere
<b>Riesgos Laborales</b>	Riesgos informáticos, errores operativos

OBJETIVOS Y ACTIVIDADES	
<b>Objetivo 3</b>	Compromiso sostenible
<b>Actividad 3.1.</b>	Selección de proveedores sostenibles
<b>Descripción de la tarea</b>	Contacto con fábricas en Portugal y España que certifiquen producción ética
<b>Logística</b>	Visitas virtuales, verificación de certificados
<b>Fecha y temporalización</b>	4 meses
<b>Lugar</b>	Online / reuniones externas
<b>RRHH, Materiales y Económicos</b>	Tiempo de gestión, certificación OEKO-TEX, auditoría

<b>Económicos</b>	
<b>Permisos</b>	No requiere
<b>Autorizaciones Administrativas</b>	
<b>Riesgos Laborales</b>	Riesgos de incumplimiento de proveedores
<b>Objetivo 3</b>	Compromiso sostenible
<b>Actividad 3.2.</b>	Campaña de concienciación ambiental en redes
<b>Descripción de la tarea</b>	Diseño de contenidos educativos sobre producción ecológica
<b>Logística</b>	Uso de redes sociales
<b>Fecha y temporalización</b>	2 meses y 15 días
<b>Lugar</b>	Online / oficina
<b>RRHH, Materiales y Económicos</b>	Equipo de diseño, marketing, 300 € presupuesto
<b>Permisos</b>	No requiere
<b>Autorizaciones Administrativas</b>	
<b>Riesgos Laborales</b>	Carga mental por creación constante de contenido

**PRE DIAGRAMA DE GANTT:** ordenando las actividades por orden según las necesidades de implementación.

**IMAGEN 1 DIAGRAMA DE GANTT TABLA:**

[illegible]

IMAGEN 2 DIAGRAMA DE GANTT GRÁFICO:

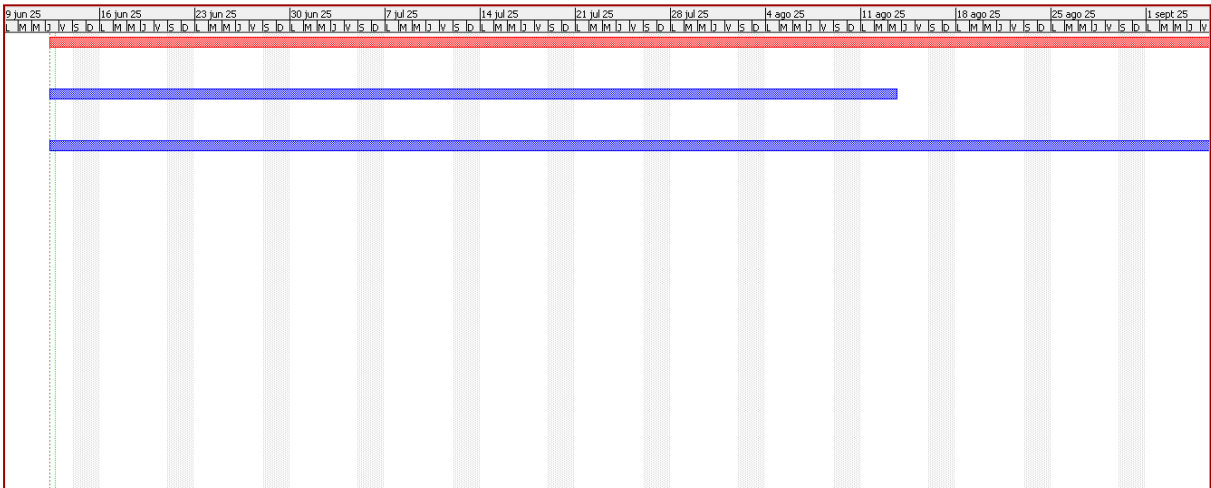


IMAGEN 3 DIAGRAMA DE GANTT GRÁFICO:

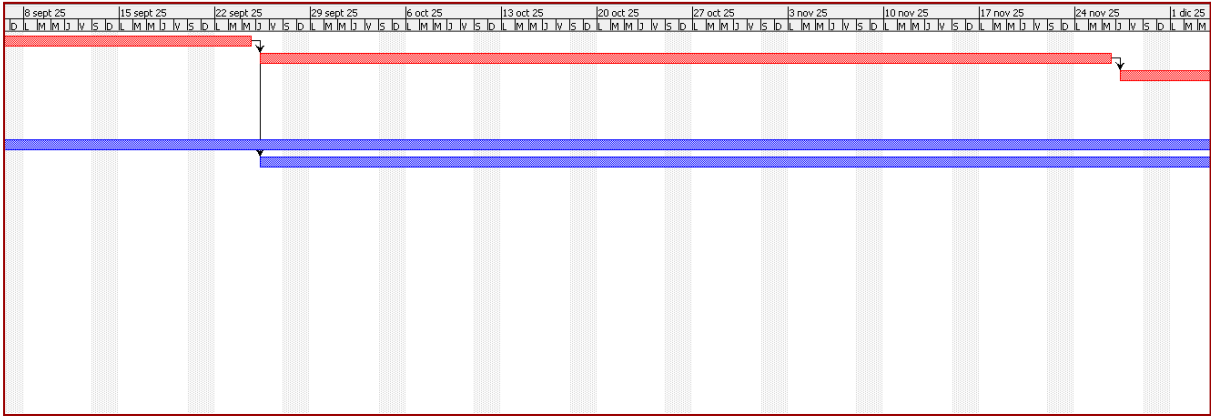


IMAGEN 4 DIAGRAMA DE GANTT GRÁFICO:

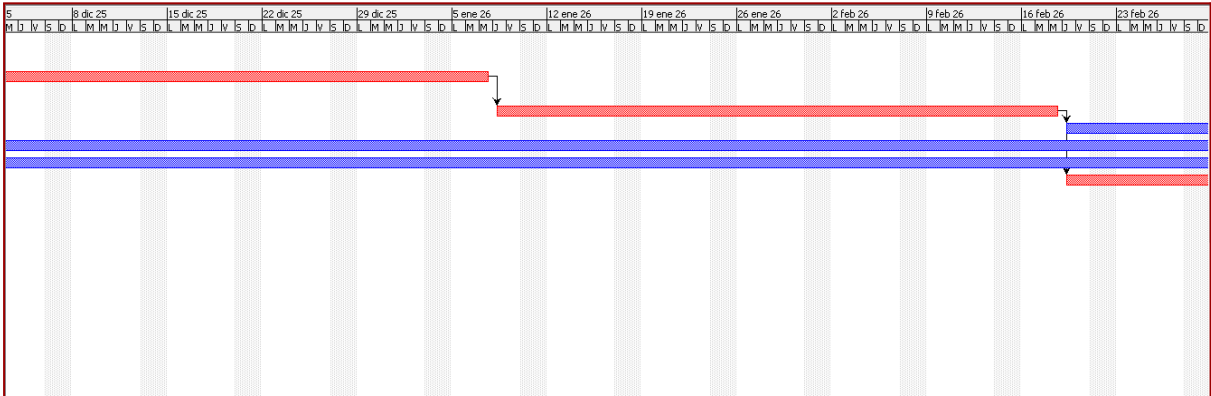
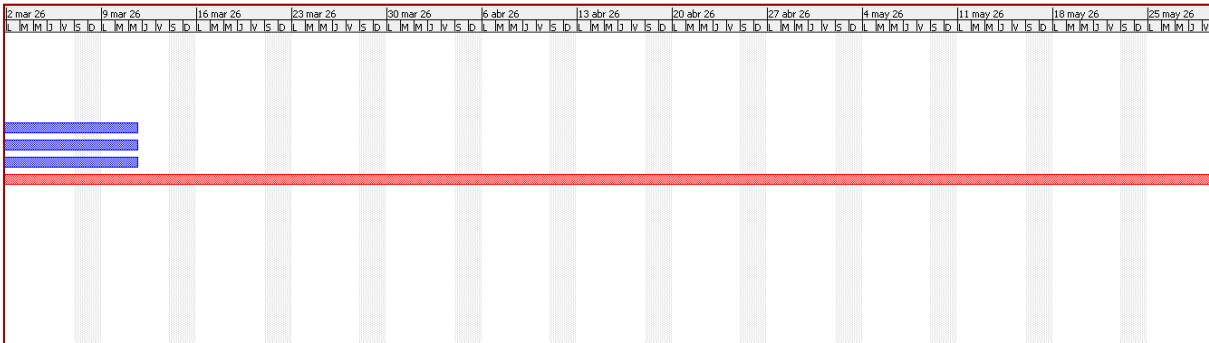


IMAGEN 5 DIAGRAMA DE GANTT GRÁFICO:



**PRESUPUESTO ECONÓMICO DE TODAS LAS ACTIVIDADES:** será la suma de los costes de cada una de las actividades.

PRESUPUESTO ECONÓMICO DE TODAS LAS ACTIVIDADES				
Actividad	RRHH	Materiales y Equipos	Otros Gastos	Total
Lanzamiento de campaña en Instagram	200	100	300	600
Colaboración con influencers del sector	100	0	700	800
Instalación de estanterías y organización de stock	150	300	50	500
Sistema de pedidos y devoluciones	300	500	200	1000
Selección de proveedores sostenibles	100	150	50	300
Campaña de concienciación ambiental en redes	100	100	100	300
<b>TOTAL</b>	<b>950</b>	<b>1150</b>	<b>1400</b>	<b>3500</b>

**UBICACIÓN**

Polígono Industrial Las Quemadas, Córdoba (España)

Más específicamente, se trata de una nave industrial que cuenta con:

- 200 metros cuadrados en total
- 100 metros de oficina en la planta baja, con:
- Dos mesas con ordenadores de torre
- Una mesa central para reuniones
- Dos baños
- Planta superior destinada a almacén, con:
- Estanterías metálicas para stock
- Zona de preparación y organización de pedidos

Esta ubicación es estratégica por su acceso logístico, disponibilidad de espacio para oficinas y almacén, y cercanía a proveedores y distribuidores nacionales.

## **DESTINATARIO.**

El destinatario del producto de Vettra Studio corresponde al público objetivo que representa el conjunto de consumidores potenciales hacia los que se dirigen específicamente los esfuerzos comerciales, comunicativos y de diseño de la empresa. Este grupo está definido en función de variables demográficas, psicográficas y de comportamiento, y representa a aquellos individuos cuya demanda encaja con las características del producto ofrecido.

Desde un enfoque teórico, VETTRA STUDIOS se orienta a un segmento de mercado juvenil y joven adulto, concretamente personas de entre 18 y 35 años, con un nivel de interés medio-alto en la moda urbana, estética y sostenible. Este público presenta un comportamiento de consumo digitalizado, con preferencia por la compra online, el seguimiento de tendencias a través de redes sociales como Instagram y TikTok, y una elevada sensibilidad hacia los valores de sostenibilidad, calidad en los materiales y producción responsable.

Asimismo, el público objetivo comparte una afinidad con la identidad visual y los valores de marca de Vettra Studio, buscando diferenciarse del consumo masivo mediante prendas con diseño cuidado, estilo propio y responsabilidad ambiental.