

Estándar de competencias profesionales

Gestionar las actividades de floristería

Familia Profesional	Agraria
Nivel	3
Código	ECP1482_3
Estado	BOE
Publicación	RD 149/2022

Competencia profesional

Elementos de la competencia

- EC1** Gestionar la adquisición y el aprovisionamiento de los recursos materiales naturales y no naturales, así como la contratación de servicios externos necesarios, para ejecutar los procesos de producción y/o prestación de servicios, según las actividades programadas y las necesidades previstas, analizando las características del producto y su comercialización, para rentabilizar de la empresa de floristería.
- IC1.1** La búsqueda de proveedores y las necesidades de aprovisionamiento se analizan, estudiando la calidad-precio para cada uno de los productos ofertados por cada uno de ellos y la cantidad de productos comercializados en fechas similares.
- IC1.2** Las necesidades de aprovisionamiento de material natural y no natural y la contratación de servicios externos se determinan, en función del consumo previsto en la programación de actividades y las previsiones de la demanda.
- IC1.3** La compra de materiales naturales se programa, en función de las épocas de floración, la disponibilidad del mercado y canales de distribución, buscando la mayor rentabilidad, de acuerdo con la política de compras de la empresa de floristería.
- IC1.4** Los materiales naturales y no naturales se adquieren, seleccionando el proveedor y la oferta más ventajosa, delimitando las condiciones de compra (precio, calidad, transporte, plazo de entrega, servicios añadidos, entre otros) y utilizando técnicas de negociación.

- IC1.5** Los documentos relativos a la compra y/o suministros de recursos materiales (contrato, órdenes de pedido, facturas, albaranes, entre otros) se elaboran, comprobando las cantidades solicitadas y registrándolas en aplicaciones ofimáticas específicas.
- IC1.6** El precio final y margen de rentabilidad de un nuevo producto se calculan, aplicándose, en su caso, las medidas correctoras necesarias para lograr un mayor índice de aceptación en su salida al mercado.
- IC1.7** Las incidencias detectadas en el proceso de aprovisionamiento (errores en cantidades, precios, entre otras) se comunican, en su caso, a quien corresponda (proveedores, responsable de almacén, entre otros) de forma clara, concisa y diligente, seleccionando el medio más adecuado a su perfil (oralmente, fax, e-mail, entre otros) y utilizando un lenguaje conciliador.
- IC1.8** Los servicios externos se contratan, atendiendo a razones comerciales y criterios de calidad-precio, buscando la mayor rentabilidad, de acuerdo con la política de la empresa de floristería, a través de los canales existentes de los proveedores.
- EC2** Gestionar el almacenamiento de materiales naturales y no naturales, atendiendo a su naturaleza y necesidades, conforme al método de las 5s, para asegurar la capacidad de respuesta de la empresa de floristería.
- IC2.1** Los materiales naturales y no naturales recibidos en el almacén se verifican, en cuanto a su calidad y cantidad, para comprobar la idoneidad y conformidad con lo solicitado, cotejando el albarán de pedido y la nota de entrega.
- IC2.2** La recepción, acondicionamiento y almacenaje de materiales naturales y no naturales se organiza en función de sus características (volumen, peso y fragilidad, entre otras), del espacio de almacenaje y del coste de logística.
- IC2.3** Los materiales naturales y no naturales se ubican, en el almacén, cámara frigorífica, taller o zona de ventas de la empresa de floristería, atendiendo a sus características, necesidades y funcionalidad.
- IC2.4** El mantenimiento de los materiales naturales y no naturales se supervisa, según su naturaleza, con periodicidad diaria, semanal o mensual para asegurar su estado y conservación.
- IC2.5** El stock mínimo de seguridad se determina, en función de los periodos medios de aprovisionamiento, producción y venta, y del programa de producción establecido en la empresa de floristería.
- IC2.6** Las entradas y salidas de bienes del almacén se registran en las fichas de almacén, utilizando aplicaciones ofimáticas de gestión de stocks, a fin de comprobar existencias, detectar desviaciones, mermas, robos u otras incidencias y tener el inventario actualizado.

IC2.7 Los indicadores de control establecidos, relativos al almacenamiento de materiales vegetales y complementarios se observan, de forma periódica, con herramientas ofimáticas y/o manualmente, y detectando posibles incidencias y desviaciones, aplicando, en su caso, medidas de ajuste o acciones correctoras.

IC2.8 Las medidas de ajuste o acciones correctoras se deciden, ajustando, en su caso, la organización del almacén, el stock mínimo de seguridad y la elaboración de inventarios.

EC3 Dirigir la actividad diaria de la empresa de floristería, partiendo de la planificación del negocio, programando las acciones, asignando los recursos y controlando los procesos, aplicando sistemas de innovación y mejora para optimizar los resultados.

IC3.1 Los procesos, actividades y tareas del proceso productivo o de prestación del servicio de la empresa de floristería se programan, mediante la concreción de un calendario, en función de factores tales como la previsión de ventas, las órdenes de pedido recibidas, contratos firmados con clientes, entre otros.

IC3.2 Las subvenciones y ayudas que se publiquen en relación al sector de la floristería se tramitarán, presentando la documentación requerida ante a la administración competente.

IC3.3 Los recursos materiales y humanos y las tareas a desempeñar se asignan, en función de las necesidades y las disponibilidades, de manera que se optimicen los procesos y se cumpla con las condiciones pactadas.

IC3.4 Las actividades del establecimiento se distribuyen por departamentos, en función del personal disponible y se adaptan a las necesidades puntuales de la actividad, asignando objetivos y tiempos de ejecución.

IC3.5 Los indicadores de control establecidos en la planificación del negocio, relativos a la programación de la actividad y resultados, se observan de forma periódica, en función de la naturaleza de la actividad de producción o de prestación de servicios, y detectando posibles incidencias y desviaciones, aplicando, en su caso, medidas de ajuste o acciones correctoras.

IC3.6 Las medidas de ajuste o acciones correctoras se deciden, modificando, en su caso, la planificación de la actividad del negocio.

EC4 Gestionar los recursos humanos de la empresa de floristería para alcanzar los objetivos definidos en el plan de negocio, considerando su cualificación y estableciendo una política de comunicación empática y efectiva.

IC4.1 El personal se selecciona, según las necesidades detectadas en la empresa de floristería, procediendo a su contratación laboral, en función del presupuesto previsto y las ventajas fiscales correspondientes, y cumpliendo con las condiciones establecidas en la normativa aplicable relativa al Código Laboral y de la Seguridad Social.

- IC4.2** Las tareas a desarrollar en la empresa de floristería se asignan a los distintos departamentos y a su personal, atendiendo a su cualificación, funciones y responsabilidades, indicando las instrucciones pertinentes para su ejecución y, cumpliendo con los estándares de calidad empresariales, con el fin de alcanzar los objetivos definidos en el plan de negocio.
- IC4.3** Las instrucciones de trabajo u otras comunicaciones con las personas se transmiten, indicando los aspectos relevantes a tener en cuenta con criterios de claridad, transparencia y rigor, comprobando en todo momento que la comunicación ha sido comprendida sin equívocos, mediante diferentes estrategias tales como preguntas, aclaraciones, ejemplificaciones, entre otras.
- IC4.4** El seguimiento individualizado de las personas se efectúa, estableciendo y aplicando indicadores precisos y objetivos de evaluación que permitan determinar con total imparcialidad su eficacia y valorar sus aptitudes, su rendimiento productivo y sus resultados en el trabajo.
- IC4.5** La empresa de floristería se comunica con el personal contratado, a través de los canales internos definidos y disponibles, siguiendo unas pautas específicas y transmitiendo la información de forma objetiva y clara para crear un clima laboral cordial, basado en la confianza y el respeto mutuo.
- IC4.6** La política de comunicación se efectúa, de forma asertiva y empática, fomentando la motivación, el trabajo en equipo y la formación, con el fin de promover la implicación del personal en los procesos productivos y alcanzar los resultados planificados.

Contexto profesional

Ámbito profesional

Sectores productivos

Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes

Medios de producción

Mobiliario: mesas, mostradores, armarios, estanterías y expositores. Maquinaria de floristería: caladora, taladro, grapadora. Cámara frigorífica. Equipos: ordenadores personales, tablet, programas informáticos de gestión. Programas de diseño floral y programas de cálculo. Material gráfico: papel, pinturas (lápices de colores y acuarelas), lápices y bolígrafos. Material de papelería: sobres y tarjetas. Herramientas técnicas específicas de jardinería y floristería. Herramientas de bricolaje. Flexómetro. Material eléctrico. Maquinaria de floristería. Materias primas: flores naturales (frescas, secas y preservadas) y artificiales.

Hojas y verdes de corte y/o preservados, entre otros materiales vegetales. Plantas naturales y artificiales. Material complementario: bases, recipientes, tierras, sustratos, envoltorios, cintas, rafias, cuerdas, entre otros materiales decorativos. Materiales auxiliares como esponja sintética y elementos estructurales.

Información utilizada o generada

Listados de empresas proveedoras. Listados de precios. Catálogos. Manuales de gestión. Documentos contables. Guías. Bases de datos. Manuales de empresa. Material promocional. Normas internas. Revistas especializadas. Código laboral y de la seguridad social. Normativa laboral. Normativa de protección medioambiental y de prevención de riesgos laborales. Información sobre ferias, congresos, videos y documentación audio visual. Informes de ventas. Normativa sobre calidad. Publicaciones sobre marketing y publicidad. Partes de trabajo.