

Estándar de competencias profesionales

Evaluar la introducción y promoción en el mercado de composiciones y ornamentaciones de arte floral

Familia Profesional	Agraria
Nivel	3
Código	ECP1484_3
Estado	BOE
Publicación	RD 149/2022

Competencia profesional

Elementos de la competencia

- EC1** Analizar la viabilidad comercial de los nuevos diseños de composiciones tradicionales e innovadoras de arte floral y nuevos servicios, para valorar su aceptación en el mercado, mediante el análisis del producto, el mercado, la oferta y la demanda, la competencia, los costos y beneficios, necesidades de financiación, y público objetivo al que van dirigidos los nuevos diseños, entre otros.
- IC1.1** 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.
- IC1.2** Las valoraciones subjetivas de las nuevas creaciones de arte floral por parte del público se obtienen, mediante su exhibición en escaparates, en la zona de exposición, o en cualquier otro lugar.
- IC1.3** Los nuevos servicios y las nuevas composiciones de arte floral, innovadoras o no, se presentan en sesiones de trabajo y demostraciones públicas, recogiendo la opinión y gusto del público sobre los mismos.
- IC1.4** Los trabajos y las composiciones innovadoras se contrastan con la opinión de profesionales del sector y otros especialistas, valorando posibles aportaciones para su posterior aplicación.

IC1.5 Los cambios pertinentes en la composición innovadora se introducen, tras la evaluación de las opiniones recibidas en las sesiones de trabajo y/o demostraciones públicas.

EC2 : Implantar el estilo de la empresa, supervisando aspectos artísticos, técnicos y de calidad del proceso productivo de las composiciones y ornamentaciones tradicionales e innovadoras de arte floral, para mantener y transmitir la imagen corporativa de la misma.

IC2.1 La imagen que transmiten las composiciones y ornamentaciones del establecimiento se estudia, recogiendo y analizando datos sobre la misma.

IC2.2 La imagen de la empresa se adapta, en caso necesario, a las nuevas tendencias y modas, a través de la exposición en centros de trabajo y/o en redes sociales.

IC2.3 Los desarrollos creativos e innovaciones técnicas experimentadas y aceptadas se transmiten, dando formación y/o instrucciones necesarias al personal a su cargo para su aplicación en las composiciones habituales.

IC2.4 Las nuevas técnicas, materiales, materias primas, formas, colores, entre otras, y su aplicación en las composiciones habituales se transmiten, dando formación y/o instrucciones necesarias al personal a su cargo.

IC2.5 Los nuevos servicios relacionados con las composiciones y ornamentación o mejoras en los que ya se ofrecen, se dan a conocer al personal a su cargo, proporcionando las instrucciones necesarias para su conocimiento.

IC2.6 Las composiciones se supervisan para comprobar que se adecuan a la imagen corporativa, contrastando sus niveles técnicos, artísticos y de calidad de las mismas.

EC3 Organizar las acciones de promoción comercial de la empresa de floristería, aplicando las técnicas específicas para cada una de ellas, con el objetivo de incrementar las ventas y transmitir la imagen de la empresa.

IC3.1 Las estadísticas e históricos de compras y ventas se registran para analizar futuras programaciones de campañas comerciales temáticas o cuando la ocasión lo requiera, mediante tickets de caja, control de agenda de años anteriores, ventas on-line y ventas telefónicas, entre otros.

IC3.2 Las acciones de promoción comercial de la empresa de floristería se organizan, teniendo en cuenta los fines comerciales, el presupuesto asignado, el ámbito de aplicación, el público objetivo, la temporalidad de cada acción, las nuevas tecnologías, las redes sociales, la actividad del community manager, entre otros, y supervisando el resultado del mismo para próximas actuaciones.

IC3.3 Los recursos humanos y técnicos necesarios para el desarrollo de cada acción promocional se coordinan, organizando los diferentes departamentos de compras, ventas y publicidad.

- IC3.4** Las acciones promocionales se valoran, antes de su lanzamiento al mercado para analizar posibles errores, corrigiendo las desviaciones respecto al objetivo marcado.
- IC3.5** Los productos elaborados, materias primas y materiales necesarios para las campañas comerciales, desarrolladas dentro del establecimiento se adquieren, contratando los servicios externos necesarios en caso de no disponer de ellos en el establecimiento.
- IC3.6** La decoración de los escaparates y zonas de exposición y venta del establecimiento se programa, en función de las campañas comerciales, temporadas y fiestas, entre otras.

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 y 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

Estudios sobre tendencias en floristería y hábitos de consumo. Publicaciones sobre creación de arte floral. Publicaciones de composiciones florales. Publicaciones sobre composiciones con plantas. Libros y catálogos de decoración e interiorismo. Estudios sobre plantas y flores, y su relación con el ser humano. Manuales de conservación de flores. Webs de catálogos, publicaciones y manuales relacionados con la floristería. Normativa de protección medioambiental y de prevención de riesgos laborales. Estándares de calidad. Plan de gestión de residuos. Protección de datos. Catálogos de flores y plantas comercializadas. Catálogos de materiales y materias primas. Documentación interna. Bocetos y planos. Manuales y libros de creación artística.