

MF1115_1: Servicios básicos de floristería y atención al público

Elaborado por: Juan Manuel Medialdea Vallecillos
Bibiana Corrales Sanluis

Edición: 5.0

EDITORIAL ELEARNING S.L.

ISBN: 978-84-16424-60-3 • Depósito legal: MA 692-2015

No está permitida la reproducción total o parcial de esta obra bajo cualquiera de sus formas gráficas o audiovisuales sin la autorización previa y por escrito de los titulares del depósito legal.

Impreso en España - Printed in Spain

Presentación

Identificación del módulo o unidad formativa

Bienvenido a la Módulo Formativo **MF1115_1: Servicios básicos de floristería y atención al público**. Este módulo formativo pertenece al Certificado de Profesionalidad **AGAJO108: Actividades Auxiliares en Floristería**, que pertenece a la familia de **Agraria**.

Presentación de los contenidos

La finalidad de este módulo formativo es enseñar al alumno a atender y prestar servicios al público en floristería.

Para ello, estudiarán los servicios y productos en floristería, la entrega de productos de floristería a domicilio y el mantenimiento de plantas a domicilio.

Objetivos del Módulo Formativo

Al finalizar este módulo formativo aprenderás a:

- Describir los servicios y productos ofertados en floristería y atender al público.
- Describir el proceso de entrega de productos de floristería a domicilio y realizar el mismo.

- Definir las operaciones de servicio de mantenimiento de plantas a domicilio y realizar las tareas de cuidado y reposición de plantas naturales fuera de la floristería con las debidas garantías fisiológicas y estéticas.

Índice

UD1. Servicios y productos en floristería

1.1.	Productos y servicios en floristería (según ocasiones, acontecimientos, temporadas, lugares, entre otros)	11
1.2.	Requisitos necesarios para que se pueda prestar un servicio de floristería de calidad según la norma.....	90
1.3.	Cálculo del importe correspondiente a un encargo o venta..	125
1.4.	Operaciones matemáticas básicas suma, resta, multiplicación y división	133
1.5.	Uso de la calculadora	143
1.6.	Medios de pago (efectivo, crédito, tarjeta de débito y crédito, talón, transferencia, entre otros).....	146
1.7.	Sistemas de cobro.....	165
	1.7.1. Terminal punto de venta	169
	1.7.2. Caja registradora.....	174
1.8.	Justificantes de pago o cobro	179
1.9.	Requisitos para el tratamiento de datos personales	188

- 1.10. Utilización de catálogos, manuales y listas de precios en distintos soportes (papel, informatizado, entre otros) 193
- 1.11. Cumplimentación y tratamiento de albaranes para la gestión de distintos tipos de encargos..... 208

UD2. Entrega de productos de floristería a domicilio

- 2.1. Normas básicas de cortesía y urbanidad 219
 - 2.1.1. Tipos de destinatarios o entidades..... 227
 - 2.1.2. Comportamiento ante el destinatario 229
- 2.2. Situaciones que pueden presentarse a la hora de entrega y formas de actuación correctas 240
- 2.3. Medios de transporte eficaces según el tipo de entrega, plazo y lugares a servir 246
- 2.4. Materiales auxiliares para la entrega (tarjetas de ausente, planos, entre otros) 250
- 2.5. Tipos de formularios de entrega..... 259
- 2.6. Utilización de planos, mapas y callejeros para organizar una ruta 265
- 2.7. Verificación de datos y direcciones y cotejo de los pedidos con los formularios de entrega..... 268
- 2.8. Comprobación de los materiales auxiliares en el vehículo de entrega y ubicación de los productos en el mismo 270
- 2.9. Cumplimentación de los formularios de entrega (incluyendo hora, fecha y firma)..... 272
- 2.10. Aplicación de medidas de prevención de riesgos laborales y protección medioambiental en la carga, descarga y entrega de productos de floristería a domicilio 275

UD3. Mantenimiento de plantas a domicilio

3.1. Reconocimiento del estado general de las composiciones con plantas y detección de alteraciones y variaciones	299
3.2. Identificación de plagas y enfermedades más habituales	318
3.2.1. Plagas de las plantas de interior	319
3.2.2. Las enfermedades en las plantas de interior	334
3.2.3. Malas prácticas en el cultivo de plantas de interior	340
3.3. Realización de las operaciones necesarias para conseguir el aspecto deseado y reposición de planta en mal estado	343
3.4. Aplicación de agua, abonos y productos fitosanitarios de uso doméstico (dosis y frecuencias recomendadas)	356
3.5. Empleo de herramientas y utensilios apropiados	363
3.6. Aplicación de medidas de prevención de riesgos laborales y protección medioambiental en las operaciones de mantenimiento y acondicionamiento de composiciones con plantas a domicilio	370
Glosario	381
Soluciones	383

Área: agraria

UD1

Servicios y productos
en floristería

- 1.1. Productos y servicios en floristería (según ocasiones, acontecimientos, temporadas, lugares, entre otros)
- 1.2. Requisitos necesarios para que se pueda prestar un servicio de floristería de calidad según la norma
- 1.3. Cálculo del importe correspondiente a un encargo o venta
- 1.4. Operaciones matemáticas básicas suma, resta, multiplicación y división
- 1.5. Uso de la calculadora
- 1.6. Medios de pago (efectivo, crédito, tarjeta de débito y crédito, talón, transferencia, entre otros)
- 1.7. Sistemas de cobro
 - 1.7.1. Terminal punto de venta
 - 1.7.2. Caja registradora
- 1.8. Justificantes de pago o cobro
- 1.9. Requisitos para el tratamiento de datos personales
- 1.10. Utilización de catálogos, manuales y listas de precios en distintos soportes (papel, informatizado, entre otros)
- 1.11. Cumplimentación y tratamiento de albaranes para la gestión de distintos tipos de encargos

1.1. Productos y servicios en floristería (según ocasiones, acontecimientos, temporadas, lugares, entre otros)

Cualquier empresa que esté desarrollando una actividad independientemente del sector en el que la desempeñe, necesitara un plan comercial para conseguir sus objetivos, mejoras y buenos resultados económicos.

Por 'plan comercial' entenderemos que es un documento en el que se desarrolla por escrito y en el que se detallan de una forma sistemática y estructurada las distintas acciones a desarrollar por la empresa para conseguir sus propósitos.

Con el desarrollo de una buena y trabajada planificación comercial nos permitirá conseguir entre otras cosas:

- Pensar con profundidad antes de decidir.
- Coordinar esfuerzos.
- Difundir métodos y medios para conseguirlo.
- Prever escenarios y actuaciones frente a ellos.
- Trabajar mediante la fijación de objetivos.



Importante

Cuando se va a iniciar una nueva andadura empresarial es bueno tener documentalmente descrito todo lo que va a envolver a nuestro negocio.

En el diseño de un plan comercial para que este sea un documento eficaz y provechoso será necesario seguir las siguientes fases:

- Analizar la situación inicial.
- Marcar metas y objetivos comerciales.
- Estrategia comercial.
- Programa comercial.
- Control del plan comercial.

Para el desarrollo de dicho documento deberemos de comenzar por la realización de un estudio de la situación en la que se encuentra la empresa en el momento de implantar dicho plan, teniendo en cuenta, los siguientes puntos

- Análisis del entorno.
- Indicadores económicos del entorno.
- Plan comercial en años anteriores (si existió).
- Ventajas e inconvenientes.

Un documento muy útil para el desarrollo del procedimiento inicial de análisis es la confección del documento conocido como análisis DAFO. Este documento es una metodología seguida para el estudio de la situación de una empresa o proyecto.

En este documento se analizan tanto las características internas, siendo estas debilidades y fortalezas, como la situación externa en la que se desenvuelve la empresa, que serian las amenazas y oportunidades que acompañan a nuestro proyecto.

F FORTALEZAS	D DEBILIDADES
O OPORTUNIDADES	A AMENAZAS

Las características que debemos de tener en cuenta para el análisis de cada una de estas situaciones, en las que esta la empresa son:

Debilidades

Se debe analizar la situación de actual del negocio, así por ejemplo, nuestra empresa podría tratarse de un negocio familiar con una trayectoria profesional que ha transmitido mucha confianza en la realización de trabajos, que no realiza inversión en formación, o por el contrario nos podemos encontrar con un negocio de nueva creación en el que se previamente se ha conseguido mucha información, con fuerte inversión en formación, pero que por el contrario se posee poca experiencia y una muy escasa trayectoria laboral.



Importante

Una debilidad de nuestra empresa es algo interno de nuestro negocio que nos hace ser menos competitivos en ciertos aspectos comerciales.

Hoy en día y debido a la evolución que ha sufrido el mercado laboral y en el momento de "crisis económica" que hemos vivimos y vivimos, una floristería al igual que cualquier otro negocio debe ser activo a la hora de abrir mercado, y no tener una actitud pasiva de esperar que el cliente llegue al establecimiento.

Hoy día es muy importante la realización de una actividad o labor comercial y salir a buscar clientes; como empresa, asociaciones, peñas, para no perder, mantener e ir ganando cuota de mercado.

Por lo tanto el que no exista un plan comercial bien definido será una debilidad de nuestro negocio al igual que la ubicación física del establecimiento del negocio, pero estas debilidades se podrían minimizarse con una buena y grata atención a domicilio.

Otra debilidad que sería el no estar abierto a nuevos cambios, por lo que habría que adaptarse a los nuevos mercados. En la actualidad el mercado de floristerías se podría dividir en dos tipos de establecimientos, en un nuevo y emergente mercado electrónico y el tradicional establecimiento.



Fortalezas

En este apartado deberemos considerar lo importante de nuestra empresa, como podría ser la trayectoria profesional que tenemos es un gran aval.



Una fortaleza de nuestra empresa es algo interno de nuestro negocio que nos hace ser muy competitivos en ciertos aspectos comerciales.

La fidelidad de los clientes; desarrollando por parte de la empresa trabajos artesanos, clásicos, modernos, buscando en todo momento la satisfacción del cliente e intentando que este sea fiel y no busque otra opción de compra.

Ofrecer producto de buena calidad, garantizando una durabilidad determinada. Trabajar con mucha orientación hacia el cliente, intentando satisfacer siempre la necesidad de este y fijar la clientela. Ser miembro de una organización de floristerías, también nos ayuda a fortalecer nuestra imagen.

Oportunidades

Una floristería como se cito anteriormente tiene que hacer una importante labor comercial y salir en búsqueda de posibles clientes; como podrían ser asociaciones, empresas, restaurantes, cofradías, etc.... ofreciéndoles nuestros productos a una buena relación calidad precio, es decir, no debemos depreciar nuestro producto por conseguir un mejor precio.

Una posibilidad de abrir negocio sería por ejemplo crear oferta del día, reduciendo el precio de algún producto por un día para incrementar la venta, con la consiguiente posibilidad de conseguir más clientela.

También es muy importante el invertir en formación de los trabajadores consiguiendo que no solo nos avale, sino que se implante efectivamente en el negocio.



Debemos de partir de un plan comercial, para el mejor funcionamiento de nuestro negocio.

Otra oportunidades actuales son las de invertir en tecnologías de la información y la comunicación —las llamadas TIC's— como por ejemplo podría ser la creación de una página Web donde el cliente pueda acceder a los productos y la información necesaria previo a realizar la compra, de esta manera se acerca, así el producto al cliente, poder realizar compras de producto.

También podríamos crear un blog donde exponer por ejemplo trucos de arreglos florales.

Amenazas

Estas provienen del entorno empresarial que rodea a nuestra empresa, y una de las principales amenazas de estos negocios es la competencia que cada día es más fuerte.

También influye la situación general en la que se desenvuelve nuestro negocio, que en tiempos de crisis; pasa a considerar a los artículos de floristería como productos de lujo, además en el mercado hay productos sustitutivos para regalar que no son procesados.

También hay que tener en cuenta la competencia desleal y de otros vendedores que ponen sus productos a precios muy bajo, y muchas veces es lo que se busca sin tener en cuenta la calidad del producto que se va a adquirir



TIC: Tecnología de la información y comunicación.

Cuando ya tenemos identificadas todas las componentes de dicho análisis DAFO, tendremos que pasar a realizar el análisis CAME con el que definimos la estrategia empresarial que seguirá nuestra empresa.

Este análisis CAME lo que realiza es enfrentar las componentes del CAME con las del DAFO para ver la estrategia, y así tendremos:

- Corregir las debilidades.
- Afrontar amenazas.
- Mantener fortaleza.
- Explotar las oportunidades.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES	AMENAZAS

EXPLOTAR	CORREGIR
MANTENER	AFRONTAR

Corregir debilidades

Para corregirlas debilidades, hay que tener bastante formación técnica, no solo experiencia profesional. Hay que abrir mercados, realizar búsqueda de nuevos mercados emergentes e intentar ampliar los ya existentes. Si se carece de plan comercial, hay que desarrollarlo.

Afrontar amenazas

Las amenazas son la competencia, la crisis, la consideración de las plantas y flores como artículo de lujo, la existencia de productos sustitutivos y la competencia desleal.

Para afrontar directamente estas amenazas podríamos desarrollar una campaña de publicidad destacando la calidad y que nuestro producto esta diferenciado de la competencia que encontramos en nuestro entorno. Todo esto se desarrollará, con el fin de que el cliente compare no sólo el precio sino también la calidad y durabilidad de nuestro producto.

También deberemos de destacar nuestra posible atención post-venta, tanto para cualquier reclamación como consulta, nos encontramos en un sector que trabaja con material muy sensible y es importante tener al cliente siempre bien informado.



Cuando realizamos un análisis de la situación de nuestra empresa deberemos de ser lo más realistas posible, para así detectar nuestro D.A.F.O. verdadero y poder encontrar nuestro A.C.M.E. idóneo para mantenernos en una situación comercial de referencia.

Mantener fortalezas

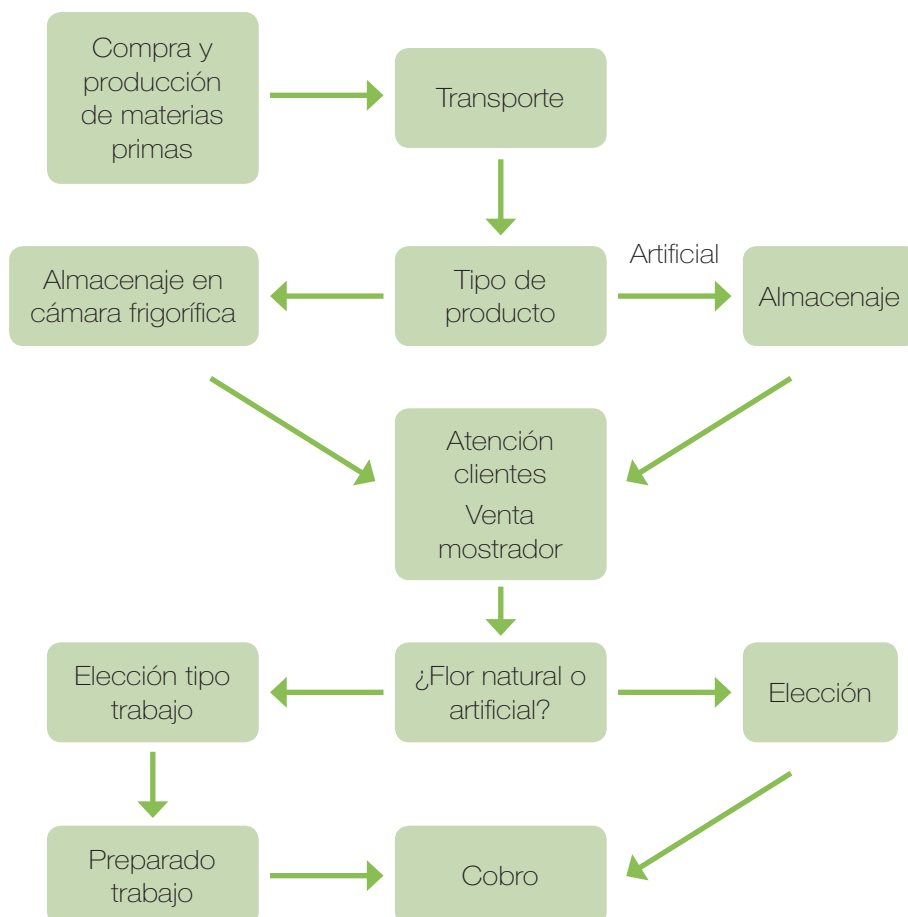
Cuando en nuestro negocio tenemos una fortaleza de las citadas anteriormente hay que trabajar en potenciarlas y mantenerlas para así asegurar el futuro de nuestro negocio, para ello lo que podemos realizar es:

- Trabajar siempre con proveedores que suministros de calidad, que tengan una trayectoria reconocida.
- El personal que atiende el negocio debe contar con unos valores de orientación al cliente.
- Pertener a una asociación de floristas, da un valor añadido al negocio ya que para pertenecer a dichas asociaciones se nos va a exigir unos estándares mínimos de calidad, y luego según nuestra trayectoria también se destaca a los establecimiento de una mayor calidad.

Explotar las oportunidades

Para finalizar este análisis CAME, se debe considerar como explotar las oportunidades del análisis DAFO.

Se deben de buscar nuevos clientes, existen clientes potenciales que pueden formar parte de la cantera de clientes, dándose a conocer bien con publicidad, contacto directo, etc...



Camino que sigue nuestro producto dentro de nuestro establecimiento y que debe ser rentabilizado al máximo

Otra opción es la creación de ofertas, por ejemplo:

Aplicar descuentos en productos y días concretos:

- Martes, día de la flor natural. Díselo con flores.
- Sábado día de la planta. Crea tu jardín en casa.

Con esto conseguimos una mayor afluencia de clientes potenciales que puede llegar a fidelizar en nuestro negocio con la consiguiente ampliación de nuestra cantera.

La formación también es muy importante, para conseguir una mayor especialización técnica que podremos aplicar. Por otro lado, hoy en día, hay que invertir en TIC's creando una página Web, acercando el negocio al cliente, llegando a la Web a más clientes, ampliando la zona de la actuación, facilitando toda la información necesaria para la realización de una compra e incluso ofreciendo la posibilidad de realizar las compras on-line, sin necesidad de trasladarse hasta la floristería.



El análisis DAFO a partir de nuestra empresa y su entorno detecta debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

El análisis CAME corrige, afronta, mejora, explota, lo detectado en el DAFO.

Una vez ya conocemos perfectamente nuestro negocio y el entorno en el cual estamos desarrollando nuestra tarea laboral podríamos optar por una floristería tradicional o asociarnos en una red o franquicia de floristerías

Una asociación o franquicia en el sector de floristería va a intentar contar entre sus asociados con los mejores profesionales de arte floral en nuestro país.

Si al poder contar con los mejores profesionales de arte floral, añadimos la experiencia que mantienen a lo largo de los años en el sector se podría considerar en entrar a formar parte de una franquicia de este sector.

Una de las asociaciones más importantes en España es "Interflora" uno de los líderes mundiales en el encargo floral y de plantas naturales.

La forma de proceder en estas floristerías asociaciones o franquicias es realizar el encargo en tu floristería de más cercana donde podrás ver en un catálogo el tipo de trabajo ofertado y una vez conocen la dirección de entrega se ponen en contacto con la floristería más cercana al lugar de entrega para enviar las ordenes de pedido y que se pase a realizar la entrega en el tiempo y forma solicitado.