

# GUÍA

## BIENESTAR CORPORATIVO: EQUILIBRIO VITAL, SALUD MENTAL Y RENDIMIENTO ORGANIZACIONAL EN EL SECTOR DEL COMERCIO DE FLORES Y PLANTAS

CON LA FINANCIACIÓN DE:

AS-2024-0032



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE TRABAJO  
Y ECONOMÍA SOCIAL



FUNDACIÓN  
ESTATAL PARA  
LA PREVENCIÓN  
DE RIESGOS  
LABORALES, F.S.P.



ASOCIACIÓN  
ESPAÑOLA DE  
FLORISTAS

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>1. INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES .....</b>	<b>4</b>
<b>2. CONCEPTO, DIMENSIONES Y BENEFICIOS .....</b>	<b>6</b>
2.1. Dimensiones operativas.....	6
2.2. Beneficios esperados .....	7
<b>3. OBJETO Y ALCANCE.....</b>	<b>8</b>
<b>4. ESTUDIO CUANTITATIVO.....</b>	<b>10</b>
4.1. Análisis por bloques .....	11
4.1.1. Datos generales y organización de la prevención .....	12
4.1.2. Prevención de riesgos laborales y medidas asistenciales.....	12
4.1.3. Conciliación laboral y familiar .....	13
4.1.4. Salud mental y bienestar emocional .....	13
4.1.5. Formación, desarrollo profesional y ocio .....	14
4.1.6. Perspectiva de género y diversidad en la gestión laboral .....	14
4.1.7. Rendimiento organizacional y satisfacción laboral .....	15
4.1.8. Valoración general y compromiso .....	15
4.1.9. Comentarios.....	16
4.2. Resultados del estudio cuantitativo .....	16
<b>5. CONCLUSIONES.....</b>	<b>18</b>
<b>6. PROPUESTAS DE MEJORA.....</b>	<b>22</b>
6.1. Verificación operativa de apertura y cierre .....	22
6.2. Tablero visual para flujo de pedidos y tareas .....	23
6.3. Activación de “modo pico” y retorno a operación ordinaria .....	23
6.4. Ficha de relevo y traspaso entre turnos .....	24
6.5. Circuito de gestión de incidentes con clientela .....	24

6.6. Entrevista de retorno y ajustes temporales tras ausencias.....	25
6.7. Ventanas de contacto digital y gestión de disponibilidad .....	25
6.8. Planificación de turnos con criterios de prevención de fatiga .....	26
6.9. Indicadores de seguimiento y revisión de campañas.....	26
6.10. Descansos compartidos .....	27
6.11. Revisión participada tras cada campaña .....	27
6.12. Colaboración por campaña con el servicio de prevención ajeno (SPA) .....	28
 <b>7. BIBLIOGRAFÍA .....</b>	 <b>29</b>
 <b>8. ANEXO: ESTUDIO CUANTITATIVO .....</b>	 <b>30</b>
1. Descripción general de la muestra.....	32
2. Resultados .....	33
3. Cuestionario .....	60

## 1. INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES



**El bienestar corporativo integra seguridad y salud en el trabajo, organización del tiempo, clima relacional y salud mental en un mismo enfoque operativo.**

Su objetivo es que **las personas trabajen en condiciones seguras y que los procesos de la empresa se sostengan con estabilidad a lo largo del año.**

En España, esta orientación aparece recogida como línea de actuación en la **Estrategia Española de Seguridad y Salud en el Trabajo (EESST) 2023-2027**, que impulsa la **anticipación de riesgos psicosociales, la atención a la salud mental y la integración de la perspectiva de género en la gestión preventiva.**

La evidencia europea refuerza esta prioridad. **La Agencia Europea para la Seguridad y la Salud en el Trabajo (EU-OSHA) señala** que una **parte significativa de la población ocupada declara estrés, depresión o ansiedad relacionados con el trabajo**, y promueve recursos prácticos para que las empresas actúen sobre los factores organizativos que los desencadenan (prevención primaria, apoyo y reintegración). Por su parte, las directrices de la Organización Mundial de la Salud (OMS 2022) recomiendan intervenciones organizativas, formación a mandos y circuitos de apoyo para gestionar la carga, aclarar roles y facilitar el retorno al trabajo tras ausencias.






**La Ley 31/1995 de 8 de noviembre de Prevención de Riesgos Laborales (LPRL) y su desarrollo reglamentario obligan a integrar la prevención en la gestión diaria.** La **EESST 2023-2027** concreta este mandato en líneas de acción priorizadas: **reducir daños, gestionar cambios organizativos y demográficos, e incorporar salud mental e igualdad en la prevención.** La planificación por “campañas” del sector y la coordinación con el servicio de prevención ajeno (SPA) requieren pautas prácticas para convertir estas líneas generales en rutinas de trabajo verificables.



La documentación técnica del Instituto Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo (INSST) aborda los riesgos psicosociales con materiales específicos para microempresas (trabajo y salud psicosocial, guías sobre desconexión digital y notas técnicas de prevención (NTP) sobre violencia de origen externo). Este acervo permite configurar paquetes de intervención, medibles y replicables.



En entornos de atención continuada, el bienestar se integra en la operación mediante:

-  Reglas conocidas de reparto de tareas
-  Cobertura de pausas
-  Sustituciones
-  Registro de cambios de turno
-  Momentos de revisión al cierre.

La coordinación con el Servicio de Prevención Ajeno (SPA) alinea estas pautas con la evaluación de riesgos y con la planificación de la actividad preventiva, facilitando su seguimiento.

**El comercio de flores y plantas combina atención directa a clientela, manejo de producto perecedero y ritmos de trabajo condicionados por campañas y fechas señaladas.** La organización del tiempo se adapta a cambios de demanda y a entregas con plazos cortos. La interacción con el público requiere competencias relacionales, gestión de expectativas y coordinación ágil entre mostrador, taller y reparto.

Estas características sitúan **el bienestar en un punto de encuentro entre prevención de riesgos, comunicación interna y calidad de servicio**. La estabilidad de los procesos depende de pautas claras, cobertura de pausas, reglas de sustitución y una logística de aprovisionamiento que anticipe tensiones de carga.

## 2. CONCEPTO, DIMENSIONES Y BENEFICIOS

El bienestar corporativo es un enfoque de gestión que integra la seguridad y salud en el trabajo con la organización del tiempo, el clima relacional y la salud mental. No se limita al cumplimiento normativo; incorpora prácticas que promueven la salud y la estabilidad de los procesos a lo largo del año. Desde la prevención de riesgos laborales, amplía el foco de “evitar el daño” a “promover la salud”, con medidas proporcionadas al tamaño y características de cada empresa.

El bienestar abarca factores materiales —condiciones de trabajo, ergonomía, instalaciones— e intangibles que configuran la experiencia laboral: calidad del clima, comunicación, liderazgo, reconocimiento y posibilidades reales de conciliación. No es un programa puntual, sino una forma de organizar el trabajo basada en reglas claras, participación informada y seguimiento estable.

### 2.1. Dimensiones operativas

- **Bienestar físico y ergonómico:** adecuación de iluminación, temperatura y ventilación; diseño de tareas y espacios; manipulación de cargas; herramientas seguras.
- **Bienestar mental y emocional:** gestión de cargas, claridad de roles, apoyo social, canales de consulta temprana y circuitos de retorno al trabajo.
- **Bienestar social y relacional:** comunicación entre equipos, respeto y cooperación; liderazgo que estructura tareas y da retroalimentación.
- **Bienestar organizativo:** procesos y estructura que facilitan el trabajo bien hecho: información accesible, reconocimiento objetivo y participación en decisiones que afectan a la operación.
- **Conciliación y equilibrio vital:** horarios y turnos ajustados a la demanda, pausas con cobertura, bolsas de horas y reglas de sustitución conocidas.
- **Desarrollo profesional y aprendizaje:** formación práctica vinculada a tareas, actualización periódica y oportunidades de polivalencia.
- **Igualdad, diversidad e inclusión:** procedimientos que aseguran igualdad de trato y oportunidades, con medidas de apoyo cuando se requieren ajustes razonables.

## 2.2. Beneficios esperados

La integración del bienestar en la gestión se asocia a mejoras en:

- ✓ **Salud y seguridad:** descenso de incidentes y mejor recuperación tras ausencias; comunicación temprana de riesgos.
- ✓ **Estabilidad operativa:** menor rotación y absentismo; continuidad del servicio en campañas; reducción de retrabajos.
- ✓ **Calidad del servicio:** atención más consistente y menores tiempos de espera por mejor coordinación entre mostrador, taller y reparto.
- ✓ **Atracción y fidelización de talento:** mayor permanencia y facilidad para cubrir refuerzos temporales.
- ✓ **Cumplimiento y mejora continua:** integración con la planificación de la actividad preventiva y seguimiento mediante indicadores.

Para trasladar los beneficios a la práctica se requieren procedimientos operativos ajustados al tamaño de la empresa y al calendario de las campañas.



**El objetivo es sostener la operación y la salud de las personas mediante procesos definidos, medibles y acordes con los recursos disponibles.**

### 3. OBJETO Y ALCANCE





Esta guía tiene por objeto ofrecer criterios operativos y herramientas proporcionadas para integrar el bienestar corporativo en empresas del comercio de flores y plantas.

El propósito es convertir los principios preventivos y organizativos en rutinas de trabajo claras, medibles y compatibles con la dimensión habitual del sector, la estacionalidad y la atención directa a la clientela. Se prioriza un enfoque práctico, centrado en la organización del tiempo, el clima relacional y la salud mental, en coherencia con la seguridad y la salud en el trabajo.

El alcance de aplicación abarca establecimientos con venta al público y actividad de taller, formatos con preparación de pedidos y servicios para eventos, así como puntos de venta permanentes. La guía está pensada para contextos de microempresa y contempla la realidad de equipos reducidos, picos de demanda y dependencias logísticas ligadas al producto perecedero. Su contenido es trasladable a tiendas independientes y a negocios con reparto propio o externalizado, con adaptaciones en función del tamaño y del nivel de complejidad operativa.

El documento se dirige a quienes toman decisiones sobre organización y a quienes conducen la operación diaria. Incluye a la gerencia que define pautas y recursos, a las personas con responsabilidad operativa en tienda, taller o reparto que garantizan la aplicación de las medidas, y al conjunto de la plantilla que comunica incidencias y propone mejoras. Cuando exista representación legal de las personas trabajadoras, su participación se integra en la consulta y en el seguimiento. La coordinación con el SPA se mantiene como referencia para alinear las actuaciones con la evaluación de riesgos y con la planificación de la actividad preventiva.

**La implantación se entiende a lo largo del ciclo de campaña. Antes de los periodos de mayor actividad se prevé:**

-  El reparto de funciones.
-  La cobertura de sustituciones.
-  La información al equipo.
-  La preparación de aprovisionamiento.

Durante la campaña se aplican las pausas con cobertura, se ajustan cargas y se mantienen canales cortos de comunicación entre mostrador, taller y reparto. Tras la campaña se realiza un cierre operativo, se revisan resultados y se incorporan ajustes para el siguiente periodo, de forma que lo aprendido quede integrado en la organización.



Para facilitar la gestión, la guía propone el uso de indicadores de seguimiento que permitan valorar si las pautas se están aplicando y con qué efecto. **La planificación por campañas publicada con antelación, la cobertura de pausas frente a lo previsto, la aplicación de reglas de sustitución dentro del turno y el registro de incidentes con clientela con sus medidas asociadas son ejemplos de datos útiles.**

**El objetivo no es auditar, sino disponer de información necesaria, verificable y fiable que ayude a sostener la operación y a orientar decisiones.**

Este material no sustituye la evaluación de riesgos, la planificación de la actividad preventiva ni los procedimientos legales vigentes. No regula aspectos propios de la negociación colectiva ni prescribe configuraciones técnicas específicas de equipos o productos, ámbitos que requieren el apoyo de manuales, normas aplicables y asesoramiento del SPA. Las pautas propuestas se consideran proporcionales a la microempresa y deben adaptarse a las características de cada centro de trabajo, al tipo de clientela y a la intensidad de las campañas.

**Su uso recomendado sigue un ciclo:**

- ▣ Identificar cargas previsibles y responsabilidades.
- ▣ Seleccionar medidas de impacto ajustadas a los recursos disponibles.
- ▣ Comunicar reglas y responsabilidades.
- ▣ Comprobar su funcionamiento con indicadores.
- ▣ Revisar la organización tras cada campaña.

**Este ciclo permite mantener la coherencia entre lo planificado y lo ejecutado, y facilita la mejora continua sin añadir cargas administrativas innecesarias.**

Como requisitos básicos para la puesta en marcha se considera imprescindible **un compromiso visible de la gerencia con las pautas acordadas, la designación de una persona responsable por turno o establecimiento para canalizar consultas y registrar incidencias, el mantenimiento de registros accesibles al equipo y la coordinación estable con el SPA.**

La información y la formación orientadas a la tarea completan el marco necesario para que **el bienestar corporativo se integre en la práctica diaria y contribuya a la estabilidad de los procesos y a la salud de las personas.**

## 4. ESTUDIO CUANTITATIVO

El estudio se llevó a cabo mediante un cuestionario elaborado a propósito dentro de la acción AS2024-0032 “Guía para el bienestar corporativo: equilibrio vital, salud mental y rendimiento organizacional en el sector del comercio de flores y plantas”, financiada por la Fundación Estatal para la Prevención de Riesgos Laborales. El instrumento se dirigió a personas con conocimiento directo de la organización del trabajo y de la gestión preventiva.

La difusión se realizó a través de AEFI entre sus empresas asociadas y contactos del sector, invitando a los perfiles definidos a completarlo. Se obtuvieron 50 cuestionarios válidos, lo que proporcionó una visión transversal del sector. Todas las respuestas se trataron con estricta confidencialidad y con el único objetivo de diagnosticar el estado del bienestar corporativo y orientar programas y políticas que impulsen la salud mental, el equilibrio vida-trabajo y el rendimiento organizacional.

La herramienta constó de ocho bloques temáticos y un apartado de comentarios:

- **El bloque I (datos generales y organización de la prevención)** caracteriza a cada empresa por actividad principal, tamaño de plantilla —indicando si la persona autónoma queda excluida del personal laboral— y modalidad preventiva (empresario, trabajadores designados, SPP, SPA, mancomunado o ninguna), proporcionando una fotografía del tejido empresarial y de su madurez en PRL.
- **El bloque II (PRL y medidas asistenciales)** verifica la existencia del plan de prevención (art. 16 de la LPRL), la realización y actualización de evaluaciones, la disponibilidad de medidas de ayuda (primeros auxilios y pautas de actuación), la calidad de la comunicación con el SPA y la percepción de mejoras en productividad y clima tras las intervenciones.
- **El bloque III (conciliación laboral y familiar)** recoge la presencia de medidas de conciliación (p. ej., horarios flexibles, jornadas adaptadas o acuerdos con guarderías), su necesidad percibida, el ajuste de los horarios a la conciliación y el grado de flexibilidad ante imprevistos familiares.
- **El bloque IV (salud mental y bienestar emocional)** inventaría apoyos frente al estrés (conversaciones, asesoramiento, reconocimiento, participación), mide el bienestar emocional en escala 1–4, e identifica actividades/charlas y espacios de desconexión en picos de presión.
- **El bloque V (formación, desarrollo profesional y ocio)** analiza la existencia y suficiencia de planes de formación, así como la organización de actividades de integración (viajes, deporte, convivencias u otras) y su utilidad percibida para la motivación y la colaboración.

- **El bloque VI (perspectiva de género y diversidad)** comprueba medidas específicas, clima inclusivo, igualdad de oportunidades, posibles tratos diferenciales y la formación en igualdad y diversidad.
- **El bloque VII (rendimiento organizacional y satisfacción laboral)** valora el rendimiento global, el reconocimiento del esfuerzo, la comunicación interna, la participación del personal en decisiones sobre bienestar y seguridad, y el orgullo de pertenencia.
- **El bloque VIII (valoración general y compromiso)** mide el compromiso de la dirección con el bienestar, prioriza la acción más urgente (formación, comunicación/gestión del cambio, adaptación demográfica-climática o perspectiva de género) y recoge la disposición a recomendar estas políticas e implementar mejoras a partir de los resultados.
- **Por último, hay un apartado de comentarios**, con respuestas abiertas, que deja un espacio para aportar observaciones, ejemplos y propuestas de mejora sobre cualquiera de los bloques, incluyendo matices, incidencias o buenas prácticas no recogidas en las preguntas cerradas.

Al final de esta guía se incorpora, como Anexo el Estudio Cuantitativo, que incluye el modelo de cuestionario que se utilizó.

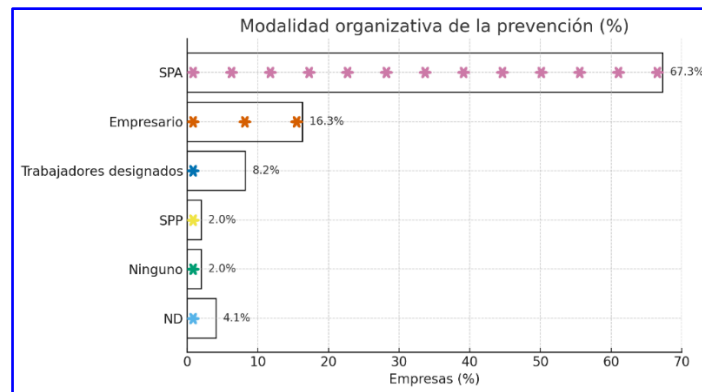
#### 4.1. Análisis por bloques



El cuestionario estructurado en bloques temáticos permite leer el bienestar corporativo de forma integral: organización preventiva y medidas asistenciales, conciliación y equilibrio vital, salud mental y bienestar emocional, formación–desarrollo y actividades de integración, igualdad y diversidad, y rendimiento–compromiso.

Cada bloque combina prácticas objetivas de la empresa con la autopercepción de las personas, de modo que puede contrastar lo que se hace con cómo se vive, identificar brechas y palancas de mejora, y priorizar acciones realistas para la microempresa del sector.

#### 4.1.1. Datos generales y organización de la prevención



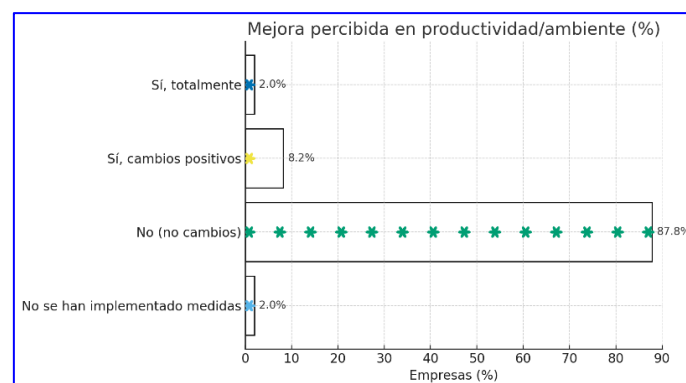
El tejido atomizado y la estacionalidad explican la externalización preventiva dominante (SPA) y la heterogeneidad en cómo se computa a la persona autónoma. Este patrón sugiere reforzar protocolos de coordinación con el SPA, clarificar responsabilidades y homogeneizar criterios de cómputo de plantilla para alinear evaluación de riesgos, planificación y formación. **La situación de partida es coherente con un sector que necesita herramientas operativas y proporcionadas para sostener la actividad.**

#### 4.1.2. Prevención de riesgos laborales y medidas asistenciales

**Existe alto cumplimiento formal:** plan de prevención (91,8%), evaluaciones periódicas (82,0%) y actualización tras cambios/daños (79,6%).

Las medidas de ayuda (primeros auxilios/pautas) son completas en 69,4%, pero limitadas o inexistentes en 30,6%; la comunicación del SPA se valora clara y a tiempo en el 55,1% y parcial en el 26,5%.

**Sin embargo, la mejora percibida en productividad o clima es muy baja (87,8% no aprecia cambios),** señal de que falta gestión del cambio: evidenciar objetivos, trazar canales de comunicación y fijar indicadores de resultado (absentismo, rotación, satisfacción, tiempos de servicio) que traduzcan la PRL formal en impacto visible.

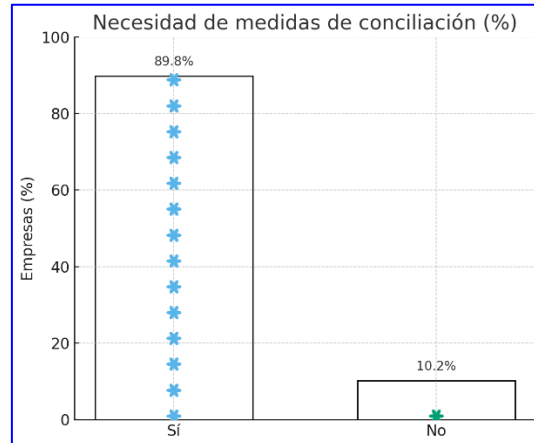




#### 4.1.3. Conciliación laboral y familiar

El 75,5% declara medidas de conciliación, centradas en horarios flexibles (56,8%) y jornadas adaptadas (45,9%); aunque no se registran acuerdos con escuelas infantiles.

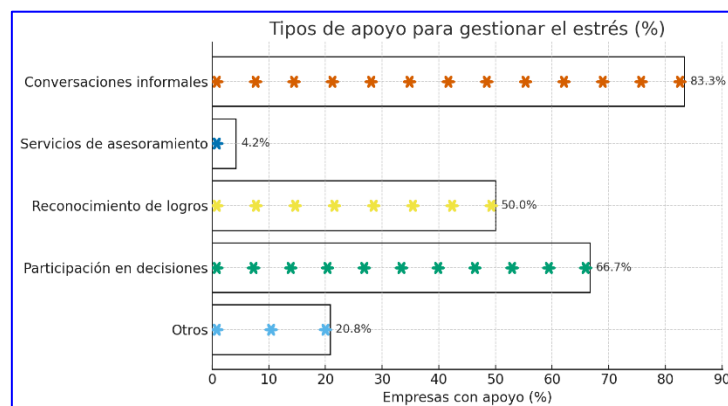
La necesidad de estas medidas es casi unánime (89,8%), si bien solo 57,1% considera que los horarios actuales favorecen la conciliación. La respuesta ante imprevistos familiares es muy flexible (59,2% “muy flexible”; 38,8% “flexible”).



El reto es formalizar lo que ya funciona (flexibilidad horaria, preavisos, sustituciones y registro) y alinearlos con la estacionalidad, para elevar la percepción de conciliación efectiva y reducir tensiones organizativas.

#### 4.1.4. Salud mental y bienestar emocional

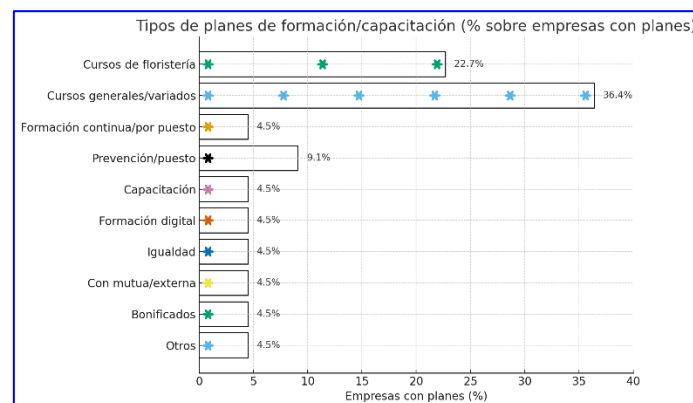
El apoyo frente al estrés está dividido (49% sí / 51% no) y, cuando existe, es mayoritariamente informal: conversaciones (83,3%), participación en decisiones (66,7%) y reconocimiento (50%); el asesoramiento profesional apenas aparece (4,2%).



El bienestar emocional se sitúa en niveles medio-altos (media 3,25/4). **Son pocas las actividades o charlas estructuradas (14,9%) y la desconexión en picos es intermitente (46,9% “a veces”).** La prioridad pasa por profesionalizar apoyos (primeros auxilios psicológicos, asesoramiento puntual) y programar micropausas y cualesquiera otras acciones que puedan dar soporte y sean conocidos por toda la plantilla.

#### 4.1.5. Formación, desarrollo profesional y ocio

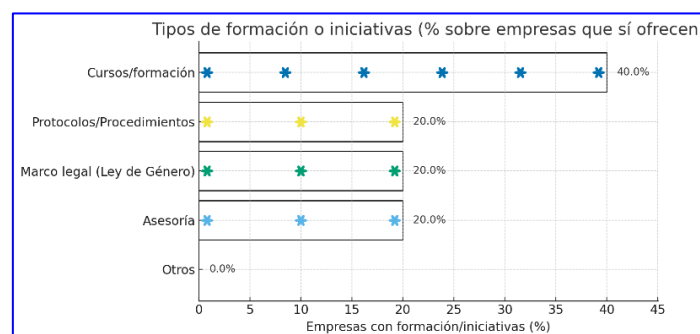
**Un 44,9% dispone de planes de formación** (heterogéneos; predominan cursos generales y de floristería), aunque **67,3% percibe que la formación recibida mejora el rendimiento.**



**El 40,8% organiza actividades de integración (reuniones o salidas), con impacto alto en motivación y colaboración (65% “definitivamente”).** Oportunidades: construir un mapa de competencias por puesto, priorizar microformación y evaluar transferencia al trabajo; además, programar convivencias poscampaña con los recursos disponibles para reforzar vínculos.

#### 4.1.6. Perspectiva de género y diversidad en la gestión laboral

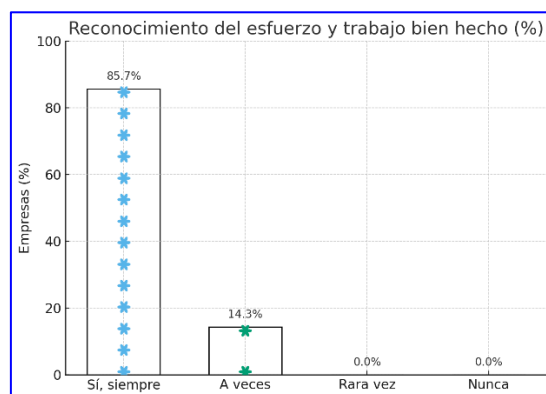
**Las medidas específicas son reducidas (22,4%) y de corte más cultural** (respeto, rotación de tareas) **que formal** (planes/protocolos). **Aun así, la percepción de ambiente inclusivo es del 98% y la de igualdad de oportunidades del 100%;** las observaciones de trato diferencial son muy minoritarias.



Para consolidar este punto fuerte, conviene formalizar políticas proporcionales al tamaño, impartir formación anual en igualdad y diversidad y establecer canales confidenciales de comunicación y seguimiento de incidentes, junto con indicadores básicos (presencia, brecha, quejas).

#### 4.1.7. Rendimiento organizacional y satisfacción laboral

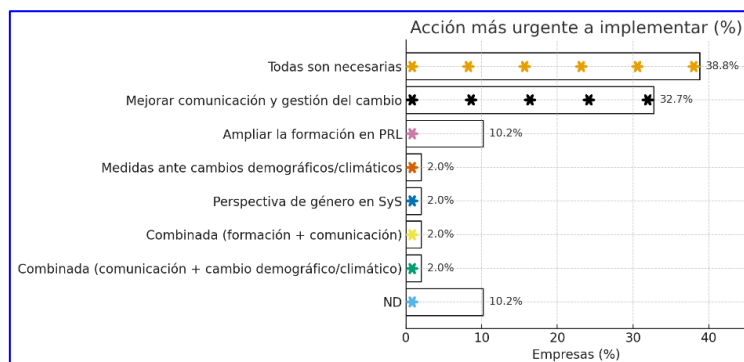
El **rendimiento global se valora en niveles “bueno” (75,5%) y “excelente” (18,4%)**. Hay reconocimiento sistemático (85,7% “sí, siempre”), comunicación interna positiva (83,7%) y participación elevada (69,4% “sí, siempre”); el orgullo de pertenencia también destaca (89,8% “sí, mucho”).



Las palancas para sostener estos activos son rituales de comunicación y reconocimiento por campaña, metas por puesto y tableros visuales que acerquen indicadores a toda la plantilla.

#### 4.1.8. Valoración general y compromiso

El **compromiso directivo** con el bienestar es **alto** (media 3,47, mediana 4), y las **prioridades** se concentran en **“todas son necesarias” (38,8%)** y en mejorar la comunicación/gestión del cambio (32,7%). Un **93,9% recomendaría estas políticas** y un **85,7% está dispuesto a implementar mejoras** a partir de los resultados.



La palanca inmediata es un plan de comunicación por campañas, formación, y adaptación demográfica y climática, todo ello con responsables.

#### 4.1.9. Comentarios

Participa el 18% con mensajes convergentes:

- ▣ Necesidad de una PRL practicable y proporcionada a microempresas.
- ▣ Apoyo psicosocial visible en picos de presión.
- ▣ Peso de la realidad familiar en clima y organización.
- ▣ Voluntad de modernización (puestos, formación, PRL).
- ▣ Llamadas a reforzar ergonomía y vigilancia de la salud en ciertos casos.

Esta retroalimentación cualitativa confirma el potencial de mejora con calendario definido vía medidas operativas y calendarios realistas.

#### 4.2. Resultados del estudio cuantitativo



El estudio perfila un sector micro y de marcada estacionalidad, centrado en el comercio minorista con extensiones a eventos, que opera con recursos limitados y prevención de riesgos laborales mayoritariamente externalizada. Existe un alto cumplimiento formal (plan, evaluaciones, actualizaciones), pero conviven grietas operativas: heterogeneidad en primeros auxilios y trazabilidad, comunicación del SPA desigual en capilaridad y oportunidad, y una distancia entre “tener” y “funcionar”.

La conciliación se apoya en flexibilidad y adaptación de jornadas —bien valoradas y útiles para picos—, con margen claro para formalizar reglas operativas (sustituciones, bolsas de horas y registro horario).







El apoyo psicosocial es sobre todo informal (conversaciones, reconocimiento, participación) y convive con niveles de bienestar medio-altos; faltan acciones estructuradas y desconexión sistemática en picos, por lo que conviene introducir módulos programados y periódicos, micropausas con cobertura definida y un circuito básico de derivación.

En formación, la cobertura es moderada y heterogénea, aunque su utilidad percibida es alta; la mejora pasa por mapas de competencias por puesto, microformación y evaluación de capacidades. Las actividades de integración muestran alto retorno si se calendarizan postcampaña y con formatos ajustados a los recursos. La cultura es inclusiva y respetuosa, pero poco formalizada: se recomienda documentar criterios de selección/promoción, formación anual en igualdad/diversidad y canales confidenciales.



El rendimiento global es bueno-excelente, con reconocimiento, comunicación y participación elevadas; el siguiente paso es estandarizar rituales por campaña, metas por puesto y resúmenes de seguimiento accesibles para toda la plantilla. Con un compromiso directivo alto y predisposición a implementar mejoras, la prioridad transversal es comunicación y gestión del cambio, desplegada mediante paquetes viables con responsables, calendario por campañas e indicadores de seguimiento; los comentarios abiertos avalan este plan de actuación e incorporan un recordatorio de ergonomía y vigilancia de la salud en tareas con carga repetitiva.

## 5. CONCLUSIONES

El estudio ofrece una imagen coherente de un sector que ha avanzado en la formalización preventiva y, al mismo tiempo, conserva márgenes claros para transformar esa base en resultados visibles en la operación diaria. **La presencia de instrumentos obligatorios y de prácticas extendidas convive con una brecha entre el “disponer de” y el “hacer funcionar”, que emerge de forma transversal en varios ámbitos: organización del tiempo, apoyos en salud mental, coordinación con el SPA y trazabilidad de lo que realmente sucede durante las campañas.** *La conclusión central es que el valor no está tanto en sumar nuevas piezas, sino en activar las ya disponibles mediante reglas operativas, responsabilidades definidas y verificación periódica.*

**La estacionalidad y el tamaño medio del tejido exigen una mirada por ciclo de campaña.**



- Antes de los picos, el estudio sugiere que planificar con antelación suficiente, distribuir funciones con claridad y prever sustituciones reduce tensiones posteriores y mejora la continuidad del servicio.
- Durante la campaña, la cobertura real de pausas, la gestión de cargas y los canales cortos de comunicación entre mostrador, taller u obrador y reparto son los elementos que estabilizan la operación.
- Tras el pico, revisar datos y extraer aprendizajes permite ajustar la siguiente planificación.

Esta secuencia se aprecia como el marco natural para integrar bienestar corporativo sin añadir capas burocráticas: la lógica de “planificar-hacer-revisar” se adapta bien a empresas de pequeña dimensión, siempre que el seguimiento se sostenga con pocos indicadores de utilidad directa.

**En salud mental y bienestar emocional**, la conclusión no apunta a la ausencia de iniciativas, sino a su carácter fragmentario. Predominan apoyos informales que resultan valiosos en lo inmediato, pero carecen de pautas compartidas y circuitos de derivación conocidos por todo el equipo.

El estudio orienta a estructurar lo ya existente:

- Definir a quién se acude ante una sobrecarga.
- Qué se espera de las personas con responsabilidad operativa en esas situaciones.
- Cómo se retoma la actividad cuando el episodio está resuelto.



Este enfoque permite que el apoyo deje de depender del contexto o de la persona concreta y se convierta en una rutina estable, medible y replicable.

En **conciliación y organización del tiempo** se observa una situación similar: prácticas flexibles y bien valoradas que necesitan formalización ligera para ser predecibles.



La recomendación derivada de los datos no es ampliar sin más el catálogo de medidas, sino:

- Fijar ventanas de uso.
- Reglas de sustitución.
- Registros básicos que hagan la flexibilidad compatible con la cobertura del servicio.

La consecuencia operativa es doble: por un lado, disminuyen las incidencias ligadas a imprevistos; por otro, mejora la percepción de equidad porque las reglas son conocidas y se aplican con criterios comunes. La trazabilidad necesaria —sin convertirse en un fin— ayuda a evaluar si las medidas están dando el resultado esperado.

En **la relación con el SPA** se identifican oportunidades de calidad y capilaridad. La coordinación funciona, pero su impacto en productividad y clima es percibido como limitado cuando no se acompaña de comunicación estructurada y metas operativas.



La conclusión es que la interlocución con el SPA debe anclarse a:

- Objetivos claros por campaña.
- Indicadores de resultado.

De modo que cada intervención tenga seguimiento y retorno a la dirección y a los equipos.

Esta misma lógica facilita que las acciones formativas se orienten a necesidades detectadas y que su transferencia al puesto pueda verificarse.

En **formación y desarrollo**, la utilidad percibida es alta, aunque la oferta es heterogénea. La lectura operativa del estudio apunta a un ajuste de enfoque:



- Partir de un mapa elemental de competencias por puesto.
- Priorizar acciones cortas vinculadas a tareas críticas de campaña y evaluar su transferencia en términos de calidad del servicio, tiempos de preparación y seguridad en la ejecución.

La formación deja así de ser un hito aislado y pasa a formar parte de un circuito en el que se aprende, se aplica y se comprueba el efecto en la operación.

El **clima inclusivo y el trato igualitario** aparecen como activos del sector. La conclusión no es introducir complejidad, sino dotar de una mínima formalización a lo que ya funciona.

- Documentar criterios de selección.
- Promoción y reparto de tareas.
- Incorporar una formación anual en igualdad y diversidad.
- Habilitar canales confidenciales de comunicación permiten conservar ese clima y, a la vez, ofrecer garantías cuando surgen dudas o conflictos.



De nuevo, el objetivo es convertir prácticas extendidas en procedimientos estables, conocidos y verificables.



En **rendimiento organizacional y satisfacción**, la percepción es favorable y consistente. Ello respalda la idea de capitalizar lo que ya da resultado mediante:



- Rituales de comunicación por campaña.
- Metas por puesto.
- Resúmenes de seguimiento accesibles a los equipos.

No se trata de crear sistemas complejos de indicadores, sino de sostener tres o cuatro medidas que acerquen los datos a quienes toman decisiones en el día a día y a quienes ejecutan las tareas clave.

Cuando la información se comparte y se entiende, la corrección de desvíos es más rápida y el aprendizaje se incorpora con mayor facilidad.

**El conjunto de resultados sugiere una prioridad transversal:** comunicación y gestión del cambio. **El estudio indica que muchas medidas existen, aunque no siempre se comunican con un propósito claro ni se acompañan de los ajustes necesarios en roles, tiempos o recursos.**

La consecuencia práctica es que **la dirección y las personas con responsabilidad operativa deben explicitar el “qué, para qué y cómo” de cada actuación, nombrar responsables y establecer momentos de revisión.** Con ese marco, la percepción de utilidad crece porque las medidas dejan de ser un catálogo genérico y pasan a formar parte del funcionamiento ordinario.

La elección de indicadores emerge como condición de viabilidad. **La conclusión no es medir más, sino medir mejor: planificación publicada con antelación, cobertura de pausas respecto a lo previsto, aplicación efectiva de reglas de sustitución y gestión de incidentes con clientela son ejemplos de datos que sirven tanto para cuidar la salud como para estabilizar el servicio.** Estos indicadores son suficientes para orientar decisiones y para evaluar el grado de implantación sin añadir cargas administrativas innecesarias.

**El estudio también aporta una lectura sobre escalabilidad.** Las acciones que requieren pocos recursos se explican en una página y pueden ser verificadas por cualquier persona del equipo, muestran mayor potencial de adopción y continuidad. **Convertir esas acciones en un “paquete por campaña” —con objetivos, responsables y revisión posterior— facilita la mejora progresiva, independientemente del tamaño del establecimiento.** La estandarización básica no elimina la flexibilidad, sino que la hace compatible con el producto perecedero y con la variabilidad de la demanda.

Por último, las propias características metodológicas del estudio invitan a interpretar los hallazgos como una guía para la acción y no como una fotografía exhaustiva del sector. La utilidad radica en señalar dónde orientar el esfuerzo inmediato y cómo evaluar de forma sencilla si lo aplicado funciona. El siguiente paso es operacionalizar las conclusiones en procedimientos que se integren en el ciclo de campaña y que cuenten con seguimiento periódico. De ese modo, la formalización preventiva, la organización del trabajo y el apoyo en salud mental se alinean con la continuidad del servicio y con la estabilidad de los equipos a lo largo del año.



Fuente: elaboración propia

## 6. PROPUESTAS DE MEJORA

Las propuestas que se presentan a continuación parten de la realidad del sector y buscan transformar las prácticas que ya funcionan en hábitos estables y visibles a lo largo del año.

**Se plantean con un enfoque proporcionado a las empresas del sector, teniendo en cuenta los picos de actividad y la atención directa al público.**

El objetivo es integrar el bienestar en la gestión cotidiana mediante acciones operativas, trazables y coherentes con los hallazgos del estudio y con los mensajes del material divulgativo asociado a la acción.

### 6.1. Verificación operativa de apertura y cierre



Fuente: elaboración propia

En la apertura y en el cierre de la jornada se establece una verificación estructurada centrada en seguridad, carga prevista y estado de pedidos.

En la apertura se comprueba la disponibilidad de materiales críticos, el estado de equipos, los pedidos con fecha comprometida y los mensajes pendientes con clientela o proveedores. En el cierre se registran tareas no finalizadas, reposiciones necesarias, entregas reprogramadas y avisos relevantes para el siguiente turno.

El formato es estable, de duración limitada y con registro trazable que permita analizar desvíos y ajustar el plan. El uso de listas de verificación y soportes visuales facilitan la coordinación entre mostrador, taller u obrador y reparto.

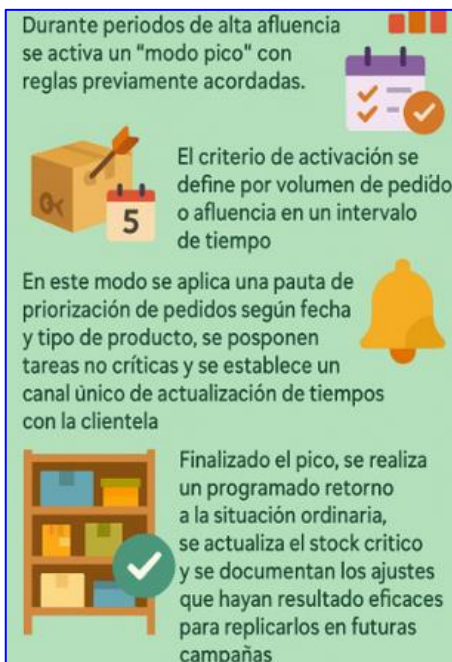
## 6.2. Tablero visual para flujo de pedidos y tareas



Fuente: elaboración propia

Para la gestión del flujo de pedidos y tareas se implanta un tablero visual con etapas definidas (entrada, preparación, listo, entregado) y límites de trabajo en curso. La metodología es compatible con distintos tamaños de equipo y admite soporte físico o digital.

## 6.3. Activación de “modo pico” y retorno a operación ordinaria



Fuente: elaboración propia

En los periodos de mayor demanda se activa un protocolo de “modo pico”, basado en unas normas previamente acordadas. Su activación se determina por el volumen de pedidos o por la afluencia de clientela registrada en un periodo concreto. Durante este modo se aplican criterios de priorización de los pedidos según la fecha y el tipo de producto, se aplazan las tareas no esenciales y se habilita un canal único de comunicación para informar sobre los tiempos de entrega. Una vez finalizada la fase de alta actividad, se lleva a cabo una vuelta planificada a la operativa habitual, se actualizan los stocks críticos y se registran las medidas que hayan resultado eficaces, con el fin de reutilizarlas en futuras campañas. Este sistema de anticipación y control de flujos se integra dentro de las estrategias preventivas frente a los riesgos derivados de aglomeraciones y eventos especiales en el sector del comercio minorista.

## 6.4. Ficha de relevo y traspaso entre turnos

Turno saliente	Turno entrante
<b>Pedidos en curso</b> 	<b>Pedidos en curso</b> 
<b>Incidencias abiertas</b> 	<b>Incidencias abiertas</b> 
<b>Stock en umbral</b> 	<b>Tareas diferidas</b> 
<b>Avisos</b> 	<b>Avisos</b> 
<b>Hora</b>	
Responsable entrega	Revisado ✓
Responsable recibe	Revisado ✓
Registro disponible para gerencia	

Fuente: elaboración propia

El traspaso entre turnos se articula con una ficha de relevo que recoge pedidos en curso y su estado, incidencias abiertas, stock en umbral, tareas diferidas y avisos a tener en cuenta en la siguiente franja. La persona que entrega y la que recibe revisan el documento y confirman los puntos críticos.

Este relevo evita duplicidades, reduce rehacer tareas y asegura continuidad del servicio cuando cambian equipos o se escalonan horarios. El registro queda disponible para su consulta por la gerencia y para análisis posterior.

## 6.5. Circuito de gestión de incidentes con clientela



Fuente: elaboración propia

Se establece un circuito de gestión de incidentes con clientela que contempla notificación, valoración inicial, medidas inmediatas y canal de seguimiento. El procedimiento define qué información recoger, quién actúa como punto de contacto y cuándo escalar una situación. Incluye opciones de reorganización del servicio y, cuando corresponda, la derivación a apoyos internos o externos según la naturaleza del incidente.

La propuesta se apoya en criterios técnicos sobre prevención de violencia externa y gestión de situaciones conflictivas en entornos de atención al público.



## 6.6. Entrevista de retorno y ajustes temporales tras ausencias



Fuente: elaboración propia

La vuelta al trabajo tras una ausencia se organiza mediante una entrevista de retorno en la que se analizan las tareas asignadas, el ritmo de trabajo y los apoyos disponibles. Cuando procede, se establecen ajustes temporales en las funciones o en los horarios, así como una fecha concreta para revisar su evolución.

El propósito es garantizar que las condiciones de trabajo sean adecuadas para la salud de la persona y permitan mantener la actividad del servicio. Todo el proceso queda registrado de forma sencilla para comprobar la eficacia y duración de las medidas aplicadas.

Este método sigue las directrices internacionales sobre programas de reincorporación laboral y adaptaciones razonables.

## 6.7. Ventanas de contacto digital y gestión de disponibilidad




Fuente: elaboración propia

En el uso de medios digitales se definen ventanas de contacto y criterios de disponibilidad fuera del horario, especialmente en campañas. El procedimiento especifica qué comunicaciones requieren respuesta inmediata, cuáles se agrupan para el siguiente día y cómo se gestiona la cobertura cuando la persona responsable no está disponible.

Se documenta la forma de activar sustituciones en ausencia y se difunde entre el equipo. Esta pauta contribuye a la desconexión y a la protección de tiempos de descanso.

## 6.8. Planificación de turnos con criterios de prevención de fatiga



Se establecen límites de jornada compatibles con la normativa, secuencias de turnos que eviten rotaciones abruptas y puntos de verificación en periodos de mayor carga

Cuando se detectan signos de fatiga se aplican medidas de ajuste operativo dentro del turno o en la planificación del día siguiente

La pauta se apoya en orientaciones técnicas sobre efectos del trabajo a turnos y gestión de la fatiga en entornos de atención continuada

La organización de los turnos se diseña teniendo en cuenta la prevención de la fatiga. Se fijan límites de jornada acordes con la normativa y se planifican rotaciones progresivas, evitando cambios bruscos. Además, se establecen revisiones en los periodos de mayor carga para detectar señales de cansancio. Cuando aparecen indicios de fatiga, se aplican ajustes en la operativa o en la planificación posterior.

Este enfoque se basa en recomendaciones técnicas sobre los efectos del trabajo a turnos y la gestión de la fatiga en actividades continuadas.

Fuente: elaboración propia

## 6.9. Indicadores de seguimiento y revisión de campañas

Para el seguimiento de campañas se fijan indicadores de utilidad directa:

-  Planificación publicada en fecha
-  Cumplimiento de plazos de entrega
-  Pedidos reprogramados
-  Tiempos de respuesta en mostrador

Tras cada campaña se realiza una revisión de estos indicadores.

Con los datos disponibles, se identifican causas frecuentes de desviación y se decide qué ajustes incorporar al plan siguiente.



Para el seguimiento de campañas se fijan indicadores de seguimiento con utilidad directa: planificación publicada en fecha, cumplimiento de plazos de entrega, pedidos reprogramados y tiempos de respuesta en mostrador. Tras cada campaña se realiza una revisión de estos indicadores. Con los datos disponibles, se identifican causas frecuentes de desviación y se decide qué ajustes incorporar al plan siguiente.

La verificación se enfoca en lo esencial y se limita a los datos que sostienen la toma de decisiones operativas. Este ciclo se alinea con los marcos de gestión de riesgos psicosociales que priorizan acciones organizativas y revisión periódica.

Fuente: elaboración propia

## 6.10. Descansos compartidos



En los periodos de mayor actividad, detenerse unos minutos no significa perder tiempo, sino **ganar en salud, claridad y rendimiento**. Se aconseja programar **breves pausas compartidas**, de unos cinco minutos, para **estirarse, beber agua o comentar el avance del trabajo**, ayudando así a liberar tensión y recuperar energía. Estos momentos fomentan la **coordinación y el diálogo entre compañeros**, reducen los errores derivados del cansancio y contribuyen a un **ambiente laboral más positivo y cooperativo**. El formato puede adaptarse a cada equipo —a media mañana, antes del cierre o tras una entrega importante—, siempre con el mismo propósito: **cuidar, reconectar y mantener el equilibrio durante la jornada**.

Fuente: elaboración propia

## 6.11. Revisión participada tras cada campaña



Después de cada campaña o periodo de alta demanda, se propone realizar una **revisión breve y participativa** con el equipo. El objetivo es **escuchar la experiencia de quienes han estado en primera línea**, detectar los puntos fuertes, los problemas y las mejoras posibles. Se elabora un pequeño registro con las conclusiones y se definen **dos o tres cambios concretos** para aplicar en la siguiente campaña. Este espacio fomenta la participación, la comunicación y la mejora continua, convirtiendo la experiencia en aprendizaje colectivo.

Fuente: elaboración propia



## 6.12. Colaboración por campaña con el servicio de prevención ajeno (SPA)

La colaboración con el SPA va más allá del cumplimiento contractual: es un recurso de apoyo técnico que puede y debe aprovecharse. El SPA no está solo para entregar documentos o cumplir con auditorías, sino para **asesorar, informar y acompañar a la empresa** en todo lo relacionado con la seguridad, la salud y el bienestar laboral.

Durante cada campaña, puede pedirse su ayuda para **valorar riesgos específicos, revisar la organización del trabajo o reforzar la comunicación interna**, incluso en temas como **riesgos psicosociales o ergonomía**, con actuaciones adicionales si se requiere presupuesto aparte, que pueden estar integrados o no en el plan de prevención anual.

La idea central es que la **prevención no es un trámite ni un coste impuesto**, sino una herramienta útil que mejora la gestión diaria. Contar con el SPA como aliado permite **resolver dudas, anticipar problemas y reforzar la protección de las personas**, siempre con una interlocución sencilla y práctica.

**Estas propuestas se integran en la operación diaria con responsabilidades definidas, documentación accesible y registros trazables. Conectan la planificación por campañas con la ejecución y la revisión, de modo que cada medida queda asociada a un objetivo, un responsable y una fecha de verificación.** La coordinación con el SPA se orienta a asegurar coherencia técnica con la evaluación de riesgos y con la planificación de la actividad preventiva, y a disponer de evidencias que respalden las decisiones.

El resultado es un marco de trabajo que alinea organización y salud con indicadores verificables y comunicación clara entre mostrador, taller y reparto.

La implantación puede realizarse por etapas y extenderse cuando los datos lo avalen. Tras cada ciclo se contrasta lo planificado con lo ejecutado, se analizan desviaciones y se ajustan pautas, manteniendo trazabilidad y continuidad del servicio en periodos de demanda variable.

**El conjunto configura un sistema reproducible por tienda, por turno o por campaña, que facilita la coordinación interna, anticipa incidencias con clientela y soporta decisiones de mejora continua sin añadir complejidad.**

## 7. BIBLIOGRAFÍA

### 1. Introducción y antecedentes

- Estrategia Española de Seguridad y Salud en el Trabajo (EESST) 2023-2027 / Plan de Acción 2025-2027 (INSST).
- Ley 31/1995, de Prevención de Riesgos Laborales (texto BOE).
- EU-OSHA, *Psychosocial risks and their impact on mental health* (highlight/report).
- INSST, *Trabajo y salud psicosocial en pymes* (2025).
- INSST, *Desconexión digital: Guía básica. Propuestas desde la seguridad y salud* (2024).
- INSST, NTP 1215: *Violencia en el trabajo de origen externo* (2025).
- Ministerio de Sanidad – *Estrategia de Salud Mental 2022–2026* (documento oficial).

### 2. Concepto, dimensiones y beneficios

- INSST, *Trabajo y salud psicosocial en pymes* (2025).
- ISO 45003:2021 (Salud psicológica y seguridad en el trabajo: directrices para riesgos psicosociales).
- Real Decreto 486/1997, disposiciones mínimas de seguridad y salud en los lugares de trabajo (BOE).
- Real Decreto 487/1997, manipulación manual de cargas (BOE).
- INSST – Guía técnica RD 486/1997 (Lugares de trabajo).
- INSST – Guía técnica RD 487/1997 (Manipulación manual de cargas).

### 3. Objeto y alcance

- Estrategia Española de Seguridad y Salud en el Trabajo (EESST) 2023-2027 / Plan de Acción 2025-2027 (INSST).
- Ley 31/1995, de Prevención de Riesgos Laborales (texto BOE).
- Real Decreto 486/1997 (BOE).
- INSST – Guía técnica RD 486/1997 (Lugares de trabajo).
- ISO 45001 (Sistema de gestión de SST) – información y folleto ISO.

### 5. Conclusiones

- Plan de Acción 2025-2027 (INSST).
- INSST, *Trabajo y salud psicosocial en pymes* (2025).
- INSST, *Espacio monotemático sobre Desconexión Digital*.
- Real Decreto 487/1997 (BOE).
- ISO 45003:2021.
- EU-OSHA – *Directrices multisectoriales para abordar la violencia de terceros y el acoso relacionados con el trabajo*.
- INSST – NTP 455: *Trabajo a turnos y nocturno: aspectos organizativos*.
- Ministerio de Sanidad – *Estrategia de Salud Mental 2022–2026*.

### 6. Propuestas de mejora

- Real Decreto 486/1997 (BOE).
- INSST – Guía técnica RD 486/1997.
- Real Decreto 487/1997 (BOE).
- INSST – Guía técnica RD 487/1997.
- EU-OSHA – *Directrices multisectoriales para abordar la violencia de terceros y el acoso relacionados con el trabajo*.
- INSST, NTP 1215: *Violencia en el trabajo de origen externo* (2025).
- INSST – NTP 1116: *Mantenimiento y vuelta al trabajo: procedimiento*.
- INSST, *Desconexión digital: Guía básica. Propuestas desde la seguridad y salud* (2024).
- INSST, *Espacio monotemático sobre Desconexión Digital*.
- INSST – NTP 455: *Trabajo a turnos y nocturno: aspectos organizativos*.
- ISO 45003:2021.
- Estrategia Española de Seguridad y Salud en el Trabajo (EESST) 2023-2027.
- ISO 45001 (Sistema de gestión de SST).



## 8. ANEXO: ESTUDIO CUANTITATIVO

# INFORME RESULTADOS DE ESTUDIO CUANTITATIVO

**Guía para el bienestar corporativo: equilibrio vital, salud mental y rendimiento organizacional en el sector del comercio de flores y plantas**



# CONTENIDO

<b>1. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA MUESTRA .....</b>	<b>32</b>
<b>2. RESULTADOS .....</b>	<b>33</b>
<b>I. DATOS GENERALES Y ORGANIZACIÓN DE LA PREVENCIÓN .....</b>	<b>33</b>
<b>II. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES Y MEDIDAS ASISTENCIALES .....</b>	<b>36</b>
<b>III. CONCILIACIÓN LABORAL Y FAMILIAR .....</b>	<b>40</b>
<b>IV. SALUD MENTAL Y BIENESTAR EMOCIONAL .....</b>	<b>43</b>
<b>V. FORMACIÓN, DESARROLLO PROFESIONAL Y OCIO .....</b>	<b>46</b>
<b>VI. PERSPECTIVA DE GÉNERO Y DIVERSIDAD EN LA GESTIÓN LABORAL .....</b>	<b>48</b>
<b>VII. RENDIMIENTO ORGANIZACIONAL Y SATISFACCIÓN LABORAL .....</b>	<b>51</b>
<b>VIII. VALORACIÓN GENERAL Y COMPROMISO .....</b>	<b>53</b>
<b>IX. COMENTARIOS .....</b>	<b>56</b>
<b>X. PANORAMA GENERAL DE RESULTADOS .....</b>	<b>57</b>
<b>3. ANEXO: CUESTIONARIO .....</b>	<b>60</b>

## 1. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA MUESTRA

El estudio se ha realizado mediante un cuestionario diseñado ad hoc en el marco de la acción AS2024-0032 “Guía para el bienestar corporativo: equilibrio vital, salud mental y rendimiento organizacional en el sector del comercio de flores y plantas”, subvencionada por la Fundación Estatal para la Prevención de Riesgos Laborales. El cuestionario se dirigió al personal con conocimiento directo de la organización del trabajo y de la gestión preventiva. La difusión se efectuó a través de AEFI entre sus empresas asociadas y contactos sectoriales, solicitando la cumplimentación a los perfiles indicados. El trabajo de campo formó parte de la fase de estudio cuantitativo y se desarrolló del 1 de abril al 31 de agosto de 2025, conforme al cronograma oficial de la acción.

La muestra está compuesta por 50 cuestionarios válidos, cada uno correspondiente a una empresa del sector, lo que permite una lectura transversal de la realidad del comercio de flores y plantas durante el año 2025. Todas las respuestas se trataron garantizando la confidencialidad y la protección de la información, con el único fin de conocer el estado del bienestar corporativo en el sector y orientar programas y políticas (conciliación, formación y desarrollo, medidas asistenciales, ocio y perspectiva de género) que mejoren la salud mental, el equilibrio vital y el rendimiento organizacional.

La herramienta consta de ocho bloques temáticos, y un apartado de comentarios.

- ▣ El bloque I (datos generales y organización de la prevención) caracteriza a cada empresa por actividad principal, tamaño de plantilla —indicando si la persona autónoma queda excluida del personal laboral— y modalidad preventiva (empresario, trabajadores designados, SPP, SPA, mancomunado o ninguna), proporcionando una fotografía del tejido empresarial y de su madurez en PRL.
- ▣ El bloque II (PRL y medidas asistenciales) verifica la existencia del plan de prevención (Art. 16 LPRL), la realización y actualización de evaluaciones, la disponibilidad de medidas de ayuda (primeros auxilios y pautas de actuación), la calidad de la comunicación con el SPA y la percepción de mejoras en productividad y clima tras las intervenciones.
- ▣ El bloque III (conciliación laboral y familiar) recoge la presencia de medidas de conciliación (p. ej., horarios flexibles, jornadas adaptadas o acuerdos con guarderías), su necesidad percibida, el ajuste de los horarios a la conciliación y el grado de flexibilidad ante imprevistos familiares.
- ▣ El bloque IV (salud mental y bienestar emocional) inventaría apoyos frente al estrés (conversaciones, asesoramiento, reconocimiento, participación), mide el bienestar emocional en escala 1–4, e identifica actividades/charlas y espacios de desconexión en picos de presión.

- El bloque V (formación, desarrollo profesional y ocio) analiza la existencia y suficiencia de planes de formación, así como la organización de actividades de integración (viajes, deporte, convivencias u otras) y su utilidad percibida para la motivación y la colaboración.
- El bloque VI (perspectiva de género y diversidad) comprueba medidas específicas, clima inclusivo, igualdad de oportunidades, posibles tratos diferenciales y la formación en igualdad y diversidad.
- El bloque VII (rendimiento organizacional y satisfacción laboral) valora el rendimiento global, el reconocimiento del esfuerzo, la comunicación interna, la participación del personal en decisiones sobre bienestar y seguridad, y el orgullo de pertenencia.
- El bloque VIII (valoración general y compromiso) mide el compromiso de la dirección con el bienestar, prioriza la acción más urgente (formación, comunicación/gestión del cambio, adaptación demográfica-climática o perspectiva de género) y recoge la disposición a recomendar estas políticas e implementar mejoras a partir de los resultados.
- Por último, hay un apartado de comentarios, con respuestas abiertas, que deja un espacio para aportar observaciones, ejemplos y propuestas de mejora sobre cualquiera de los bloques, incluyendo matices, incidencias o buenas prácticas no recogidas en las preguntas cerradas.

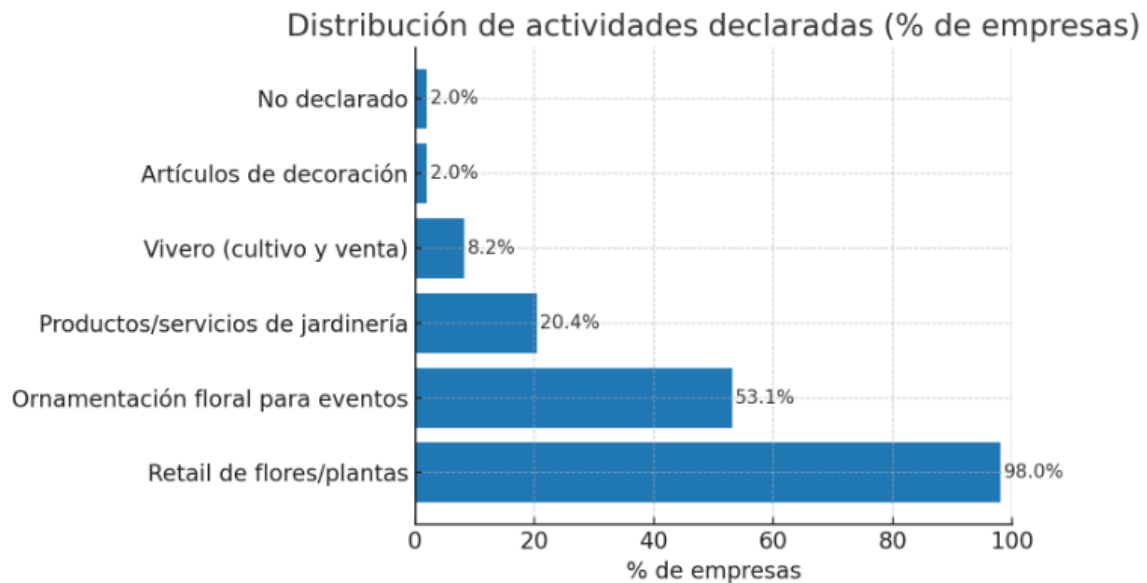
## 2. RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados del cuestionario, organizados por bloques temáticos.

### I. DATOS GENERALES Y ORGANIZACIÓN DE LA PREVENCIÓN

La estructura de actividades declaradas se concentra en el **retail de flores y plantas (98,0%)**. En segundo lugar, figura la **ornamentación floral para eventos (53,1%)**. Con menor presencia aparecen los **productos/servicios de jardinería (20,4%)** y la actividad de **vivero –cultivo y venta– (8,2%)**. La venta de **artículos de decoración (2,0%)** es testimonial, y el **no declarado (2,0%)** completa la distribución.

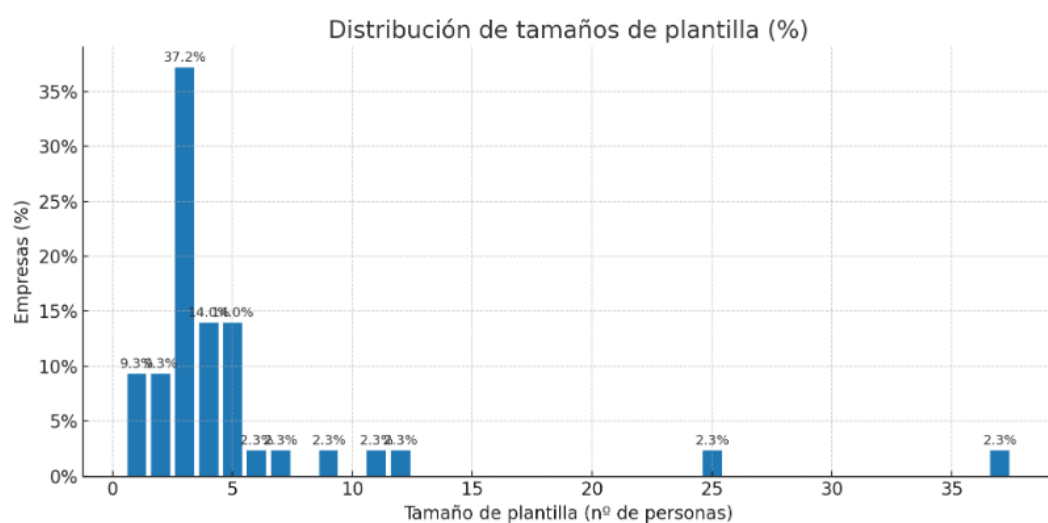
Para ilustrar esta composición sectorial, se presenta el *Gráfico 1*, con la distribución de actividades principales declaradas por las empresas.



**Gráfico 1**

En **tamaño de plantilla** predomina la **microempresa ( $\leq 10$  personas)**, que alcanza el **78%** de los casos; las **pequeñas (11–49)** representan el **8%** y en el **14%** no se declaró el dato. Entre las empresas que sí lo informan, la **media** es de **5,1** personas y la **mediana** de **3**, con un rango de **1 a 37**. Este patrón confirma un tejido empresarial **muy atomizado**, con recursos internos limitados y elevada variabilidad estacional, rasgos que condicionan la organización preventiva y la capacidad de desplegar medidas estructurales.

El *Gráfico 2* muestra la distribución porcentual de los tamaños de plantilla declarados:

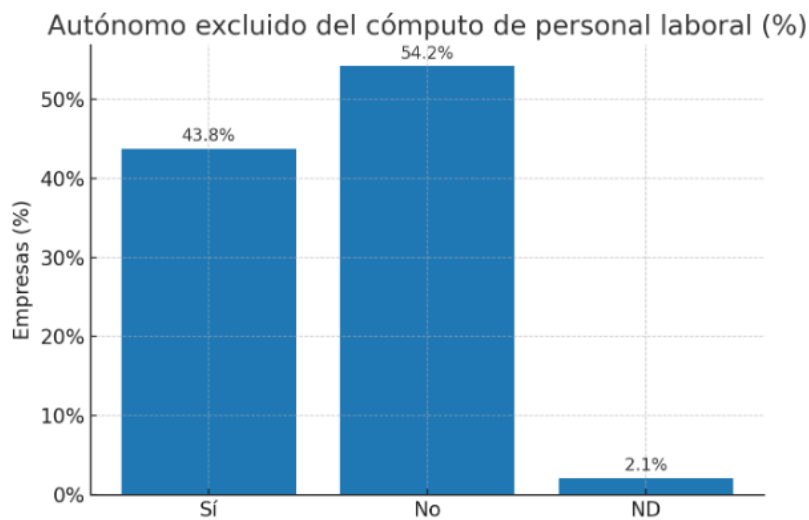


**Gráfico 2**



Respecto a la **consideración de la persona autónoma** en la plantilla, el **54,2% no la excluye** (esto es, la incluye en el cómputo de personal laboral), frente a un **43,8%** que **sí la excluye** y un **2,1%** que no lo declara. Por tamaño, las **pequeñas** tienden más a **excluir** a la persona autónoma (3 de 4), mientras que en **micro** predomina una visión integradora. Esta diferencia tiene implicaciones en la planificación de la PRL (p. ej., dimensionado de la evaluación y la formación) y en el registro y seguimiento de indicadores.

Para visualizar este resultado, se presenta el *Gráfico 3*, con la proporción de empresas que excluyen/no excluyen a la persona autónoma del cómputo de personal laboral.



**Gráfico 3**

En **modalidad organizativa de la prevención** prevalece con claridad el **Servicio de Prevención Ajeno (SPA)**, que concentra el **67,3%** de las empresas. A mucha distancia aparece la modalidad **Empresario (16,3%)**, seguida de **Trabajadores designados (8,2%)**. La implantación de **Servicio de Prevención Propio (SPP)** es **residual (2,0%)**, al mismo nivel que la opción **Ninguno (2,0%)**, y se registra un **4,1% no declarado (ND)**. Este perfil confirma una **externalización mayoritaria** de la PRL —coherente con el predominio de micropyme en el sector—, con **opciones internas poco extendidas** y una **bolsa mínima sin modalidad** que conviene regularizar para asegurar el cumplimiento y la operatividad preventiva.

Como se observa en el Gráfico 4, el **SPA** concentra la mayor proporción, seguido de **Empresario** y **Trabajadores designados**.

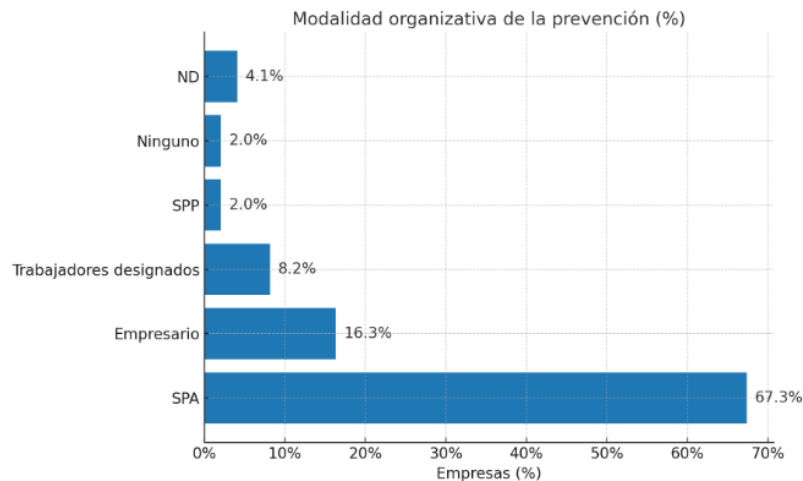


Gráfico 4

El tejido analizado está fuertemente centrado en el **retail de flores y plantas (98,0%)**, con extensiones relevantes hacia **ornamentación para eventos (53,1%)**, y, a mucha distancia, **jardinería (20,4%)** y **vivero (8,2%)**; la **decoración (2,0%)** es testimonial. Predomina la **micropyme (78%)** —media 5,1 personas; mediana 3—, lo que explica recursos internos limitados y estacionalidad marcada. En el cómputo de plantilla, el **54,2% incluye** a la persona autónoma (frente a **43,8%** que la excluye), con mayor exclusión en pequeñas empresas. Organizativamente, la PRL está **mayoritariamente externalizada vía SPA (67,3%)**; las opciones **Empresario (16,3%)** y **Trabajadores designados (8,2%)** son minoritarias, y **SPP (2,0%)** o **sin modalidad (2,0%)** son residuales. En conjunto, un sector **muy atomizado**, con **exposición preventiva diversa** y una **dependencia del SPA** que aconseja reforzar la coordinación y regularizar los pocos casos sin modalidad.

## II. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES Y MEDIDAS ASISTENCIALES

En el conjunto de empresas analizadas, la **implantación del Plan de Prevención** es mayoritaria: **el 91,9% declara disponer de él**, frente a un **6,1% que no** y un **2,0% no declarado (ND)**. Este resultado sugiere un **cumplimiento elevado** del requisito básico de gestión preventiva (art. 16 LPRL), coherente con el **modelo mayoritario de SPA** observado en el apartado anterior; no obstante, el grupo que **no dispone** del plan y el **ND** constituyen una **bolsa a regularizar**, por su impacto directo en la **planificación**, la **formación** y la **coordinación** con el servicio de prevención.

El *Gráfico 5* presenta la distribución porcentual de respuestas sobre la existencia de **Plan de Prevención**.

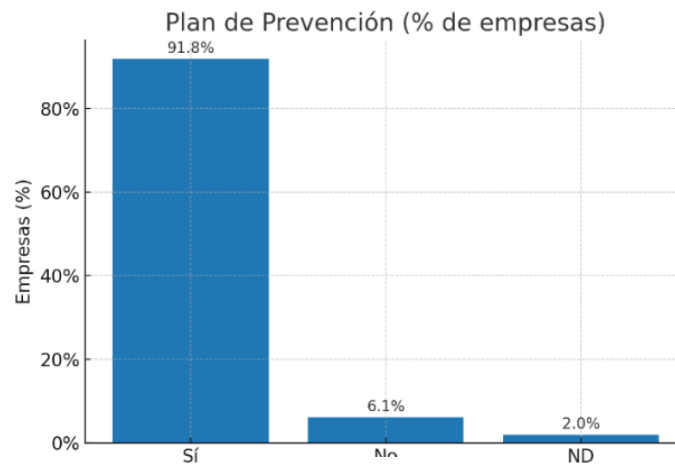


Gráfico 5

La **mayoría** de las empresas declara realizar **evaluaciones periódicas** en los puestos de trabajo (**82,0%**), mientras que un **12,0%** indica que **no** las realiza y un **6,0%** aparece **no declarado (ND)**. El resultado apunta a un **grado alto de cumplimiento** del ciclo evaluativo, coherente con la elevada presencia de **Plan de Prevención** y el **modelo SPA** dominante; no obstante, el **12%** sin evaluación periódica y el **ND** representan una **oportunidad de mejora prioritaria**, dado su impacto directo en la **actualización de medidas**, la **planificación formativa** y el **seguimiento de riesgos**.

El *Gráfico 6* muestra la distribución porcentual de respuestas sobre la **realización de evaluaciones periódicas** de riesgos laborales.

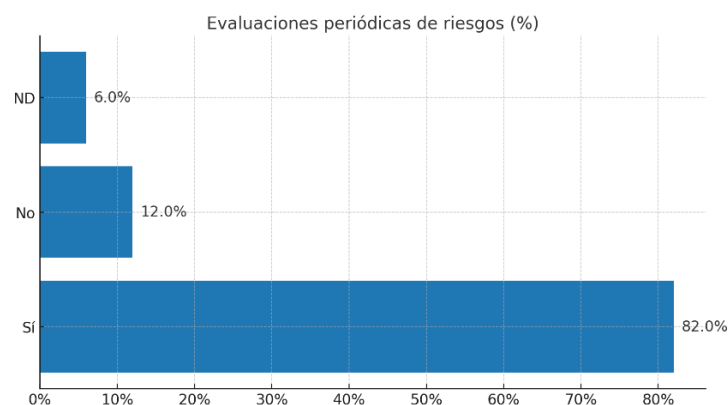
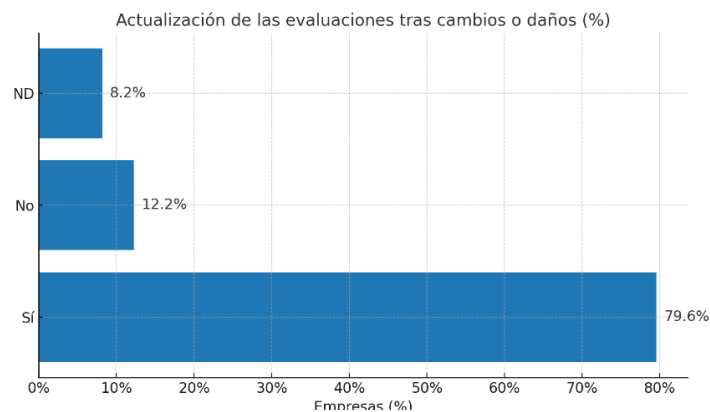


Gráfico 6

La **mayoría** de las empresas afirma **actualizar** sus evaluaciones **tras cambios o daños (79,6%)**, mientras que un **12,2%** declara que **no** lo hace y un **8,2%** queda **no declarado (ND)**. El resultado indica una **buena alineación** con el ciclo de mejora continua que exige la normativa (art. 16 LPRL), si bien el **grupo que no actualiza** y el **ND** suponen una **brecha de control** relevante: actualizar es clave para que las **medidas preventivas** sigan siendo **vigentes y eficaces** ante modificaciones organizativas, técnicas o tras la **aparición de daños**.

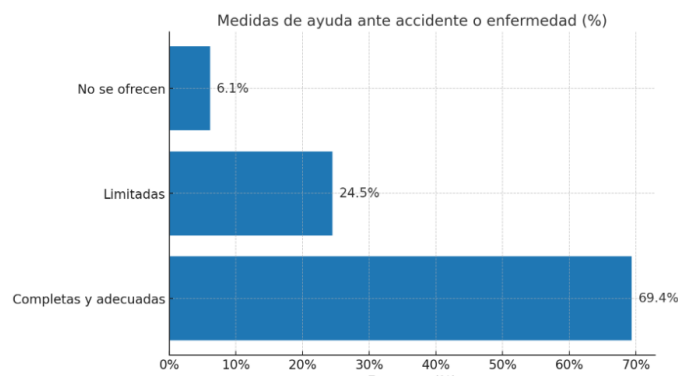
El *Gráfico 7* muestra la distribución porcentual de respuestas sobre la **actualización de las evaluaciones** cuando hay cambios o daños para la salud.



**Gráfico 7**

Predominan las **medidas completas y adecuadas (69,4%)**, mientras que en **uno de cada cuatro casos** las medidas se describen como **limitadas (24,5%)** y un **6,1%** declara que **no se ofrecen**. En conjunto, el sector dispone mayoritariamente de **protocolos y primeros auxilios**; sin embargo, la **bolsa de medidas limitadas o inexistentes (30,6%)** apunta a la necesidad de **normalizar contenidos mínimos** (botiquín y reposición, designación y formación de primeros intervinientes, teléfonos y circuitos de derivación, partes y registro) para asegurar una **respuesta homogénea y eficaz** ante incidentes.

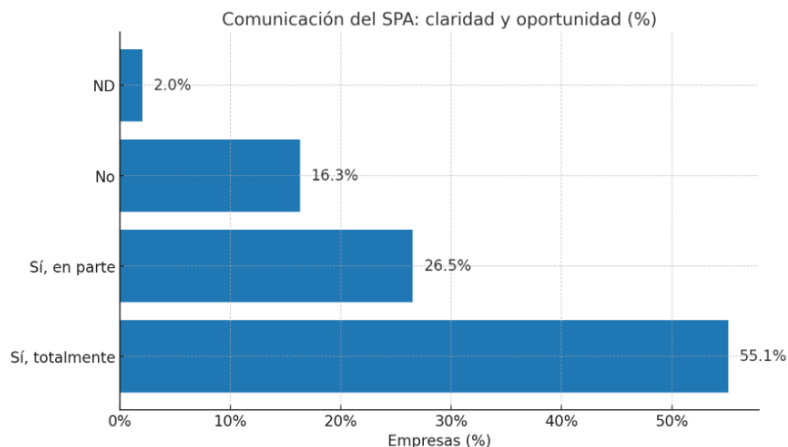
El *Gráfico 8* recoge la distribución porcentual de respuestas sobre la **disponibilidad de medidas de ayuda** (primeros auxilios y orientación de actuación) en caso de accidente o enfermedad.



**Gráfico 8**

La valoración es mayoritariamente positiva: **55,2%** responde **“Sí, totalmente”**, mientras que un **26,5%** indica **“Sí, en parte”**, un **16,3%** **“No”** y un **2,0%** queda **no declarado (ND)**. En conjunto, el **81,6%** reconoce algún grado de **comunicación efectiva**, si bien el volumen de **parcialidad y negativa (42,8% sumados)** revela **margen de mejora** en **capilaridad, claridad y oportunidad** de los mensajes. Las prioridades pasan por **estandarizar canales** (cartelería/QR, tablón digital, WhatsApp interno), **frecuencia mínima** por campañas estacionales y **evidencias de entrega/lectura** (listados, firmas o trazabilidad digital).

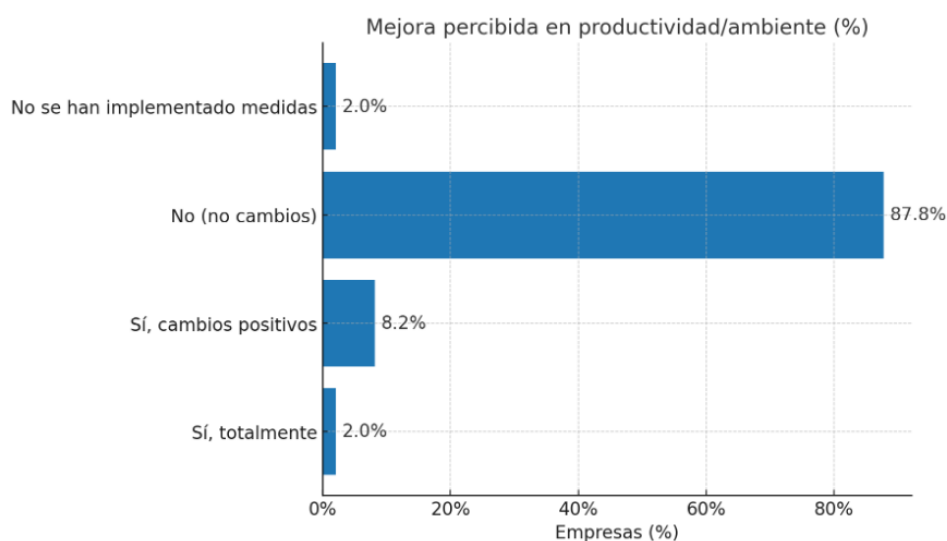
El *Gráfico 9* muestra la distribución porcentual sobre si la información de riesgos y medidas se comunica por el SPA de forma clara y a tiempo a todo el personal.



**Gráfico 9**

La percepción de impacto es **muy contenida**: el **87,8%** indica **“No (no cambios)”**, mientras que un **8,2%** señala **“Sí, cambios positivos”** y apenas un **2,0%** declara **“Sí, totalmente”**; otro **2,0%** indica que **no se han implementado medidas**. En suma, aunque existe **implantación formal** de la PRL, el **salto a mejoras visibles** en productividad o clima **no se aprecia** en la mayoría. Esto sugiere reforzar la **gestión del cambio** (comunicar objetivos y beneficios, implicar mandos y plantillas), fijar **indicadores de resultado** (absentismo, rotación, satisfacción, tiempos de servicio) y alinear las actuaciones con los **picos estacionales** y la **realidad micro** del sector para que el efecto sea perceptible.

El *Gráfico 10* muestra la distribución porcentual de respuestas sobre la **mejora percibida** en productividad o ambiente de trabajo tras la implantación de medidas preventivas.



**Gráfico 10**



En conjunto, el sistema preventivo aparece **implantado formalmente** (Plan de Prevención **91,8%**; evaluaciones periódicas **82,0%**; actualización tras cambios o daños **79,6%**), y la **respuesta asistencial** está presente mayoritariamente (**69,4%** “completas y adecuadas”, aunque **24,5%** son “limitadas” y **6,1%** inexistentes). La **comunicación del SPA** es valorada como **totalmente clara y a tiempo** por el **55,1%**, **parcial** por el **26,5%** y **negativa** por el **16,3%**, lo que evidencia margen para mejorar capilaridad y oportunidad. Pese a la formalización, la **mejora percibida** en productividad o clima es **muy baja** (**87,8%** no aprecia cambios), por lo que las prioridades pasan por **regularizar** los ND y los “no” (plan, evaluación y actualización), **normalizar** contenidos mínimos de ayuda (primeros intervinientes, botiquín, circuitos de derivación y registro), **reforzar** la comunicación con canales y evidencias de entrega/lectura y **orientar a resultados** con indicadores (absentismo, rotación, satisfacción, tiempos de servicio) ajustados a la **estacionalidad** y a la realidad **micro** del sector.

### III. CONCILIACIÓN LABORAL Y FAMILIAR

La **presencia de medidas de conciliación** es mayoritaria: **75,5%** responde “**Sí**”, frente a un **24,5%** “**No**”. Entre las organizaciones que sí disponen de facilidades, predominan los **horarios flexibles** (**56,8%** sobre las empresas con medidas) y las **jornadas adaptadas a necesidades familiares** (**45,9%**), mientras que no se registran **acuerdos con guarderías** y un **16,2%** recoge **otras fórmulas** (p. ej., cubrirse entre compañeras/os, días de descanso adicionales o jornadas de 6–7 horas). En conjunto, el sector avanza con medidas **organizativas y de tiempo**—las más factibles en micropyme—, si bien existe margen para **estandarizar** criterios (preavisos, turnos, bolsas de horas) y **formalizar** alternativas complementarias (convenios locales, servicios de apoyo) que refuercen la conciliación en picos estacionales.

Los **gráficos de conciliación** (*Gráfico 11 y Gráfico 12*) muestran, en primer lugar, el porcentaje de empresas que disponen de medidas y, a continuación, el desglose de los tipos declarados entre quienes sí cuentan con ellas.

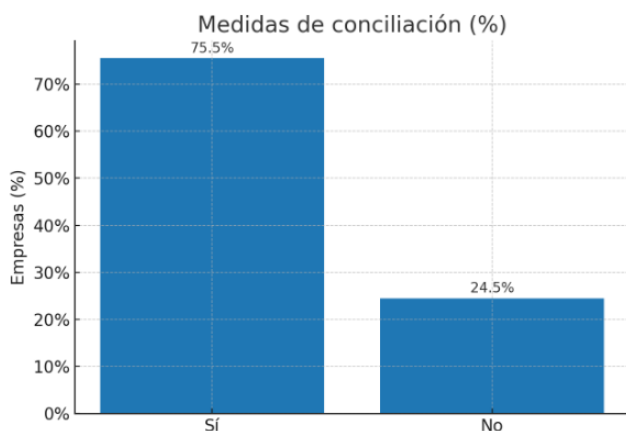


Gráfico 11

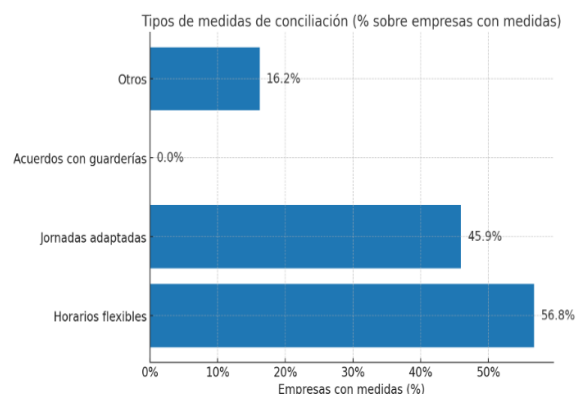


Gráfico 12

La valoración es prácticamente unánime: **89,8%** considera **necesarias** las medidas de conciliación, frente a un **10,2%** que **no** lo ve así. El consenso respalda la **consolidación y extensión** de las prácticas ya implantadas (horarios flexibles, jornadas adaptadas, acuerdos internos) y sugiere **priorizar** su formalización y seguimiento —especialmente en campañas estacionales— para maximizar su **impacto real** en la conciliación trabajo–vida.

El Gráfico 13 presenta la distribución porcentual sobre la necesidad de contar con medidas de conciliación.

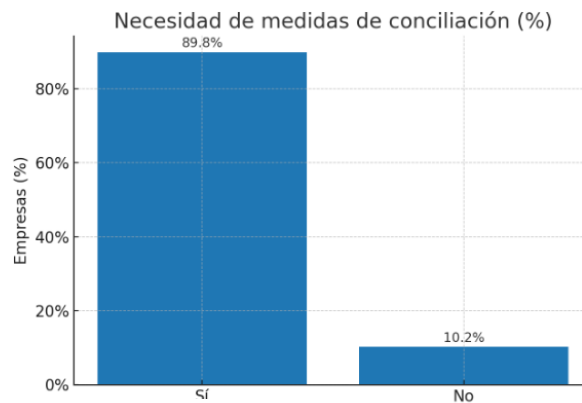


Gráfico 13

La mayoría considera que **sí**: **57,1%** señala que los **horarios actuales favorecen** la conciliación, frente a un **42,9%** que **no** lo percibe así. Aunque el saldo es positivo, la **división casi en mitades** indica **heterogeneidad** en la organización del tiempo (turnos, jornada continua/partida, fines de semana y campañas), por lo que es recomendable **estandarizar criterios mínimos** (ventanas de flexibilidad, cambios con preaviso, bolsas de horas) y **alinearlos con la estacionalidad** para ampliar el porcentaje de empresas con horarios claramente conciliadores.

El Gráfico 14 muestra la distribución porcentual sobre si los horarios vigentes facilitan la conciliación.

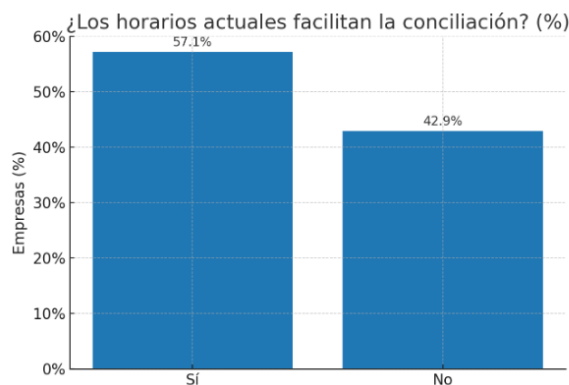
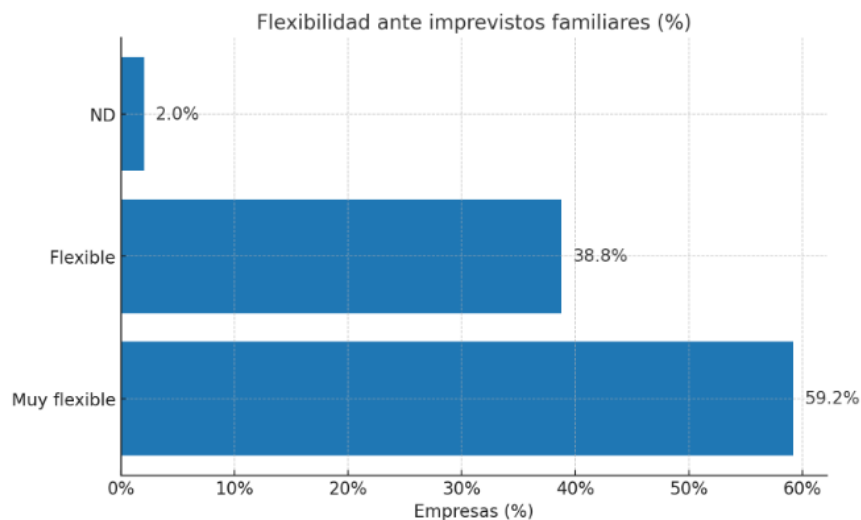


Gráfico 14

Predomina una percepción **muy favorable**: **59,2%** califica la organización como **“Muy flexible”** y **38,8%** como **“Flexible”**, con un **2,0% no declarado (ND)**. En conjunto, más de **nueve de cada diez** respuestas sitúan la **capacidad de ajuste** en niveles altos, coherente con la naturaleza **micro** del sector y con las **medidas de conciliación** ya descritas (horarios flexibles/jornadas adaptadas). Para consolidar este punto fuerte, conviene **formalizar criterios** (tipos de imprevistos cubiertos, **preavisos**, límites de uso, **sustituciones** y registro) y asegurar **equidad** entre equipos y campañas estacionales.

El *Gráfico 15* muestra la distribución porcentual sobre la **flexibilidad de la empresa** para atender situaciones familiares inesperadas.



**Gráfico 15**

En conjunto, la **conciliación** muestra una base sólida pero perfeccionable: **el 75,5%** de las empresas dispone de medidas, centradas en **horarios flexibles (56,8%)** y **jornadas adaptadas (45,9%)**, con **0%** de acuerdos con guarderías y un **16,2%** de soluciones “otras”; además, existe un **amplio consenso** sobre su utilidad (**89,8%** las considera necesarias). En el día a día, la mitad larga percibe que los **horarios facilitan la conciliación (57,1%)**, y la **capacidad de respuesta ante imprevistos** se valora muy bien (**59,2% “muy flexible”** y **38,8% “flexible”**, **2,0% ND**), lo que encaja con la realidad **micro** del sector. Las prioridades, por tanto, pasan por **formalizar** lo que ya funciona (ventanas mínimas de flexibilidad, **preavisos**, bolsas de horas y **sustituciones**), **homogeneizar criterios** para garantizar **equidad** entre equipos y campañas, y **ampliar el repertorio** (p. ej., convenios locales o servicios de apoyo a cuidados) para cubrir lagunas como la **ausencia de acuerdos con guarderías cercanas**, todo ello con **seguimiento periódico** que permita ajustar las medidas a la **estacionalidad** y medir su impacto real.

#### IV. SALUD MENTAL Y BIENESTAR EMOCIONAL

El **apoyo para gestionar el estrés** aparece **dividido**: un **49,0%** de empresas declara ofrecerlo, frente a un **51,0%** que **no**. Entre quienes sí cuentan con recursos, predominan las **conversaciones informales (83,3%)** y la **participación en decisiones (66,7%)**, seguidas del **reconocimiento de logros (50,0%)**. Los **servicios de asesoramiento** son **residuales (4,2%)** y se registran **otras fórmulas (20,8%)** como **reparto de tareas** o **descansos adicionales** ante carga emocional. En conjunto, el patrón es **muy informal** y centrado en la **gestión cotidiana**, con margen para **profesionalizar** el apoyo (p. ej., asesoramiento breve, formación en primeros auxilios psicológicos y circuitos claros de derivación), manteniendo a la vez las **prácticas de proximidad** que funcionan en micropyme.

Los *Gráficos 16 y 17* muestran, respectivamente, el porcentaje de empresas que ofrecen apoyo para gestionar el estrés y el desglose de los tipos de apoyo entre quienes sí lo proporcionan.

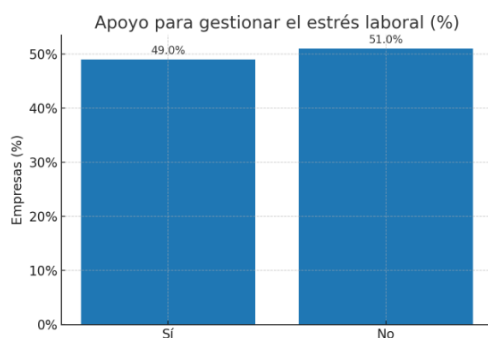


Gráfico 16

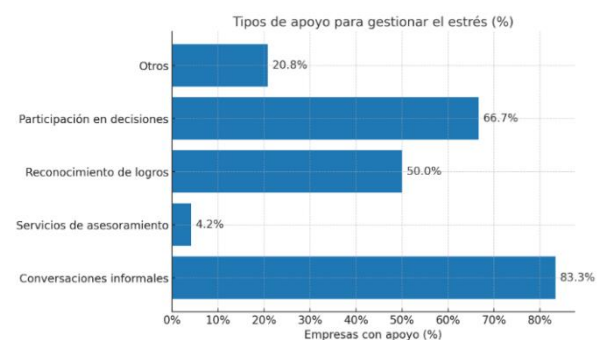


Gráfico 17

El bienestar emocional se sitúa en niveles **medio-altos**: no hay respuestas en **1 (0%)**; el **12,5%** valora **2**, el **50,0%** **3** y el **37,5%** **4**, con **1 caso ND**. La **media** se sitúa en **3,25** y la **mediana** en **3**, lo que indica una percepción global **favorable**, aunque con un grupo minoritario en **2** que conviene **monitorizar**. Las líneas de acción pasan por **mantener** los factores positivos (reconocimiento, participación y apoyos cotidianos) y **reforzar** recursos en los equipos donde aparece el **2** (seguimiento psicosocial, pausas y microdescansos guiados, y circuitos claros de apoyo).

El *Gráfico 18* muestra la distribución porcentual de la **calificación del bienestar emocional** (1 = muy bajo, 4 = muy alto).

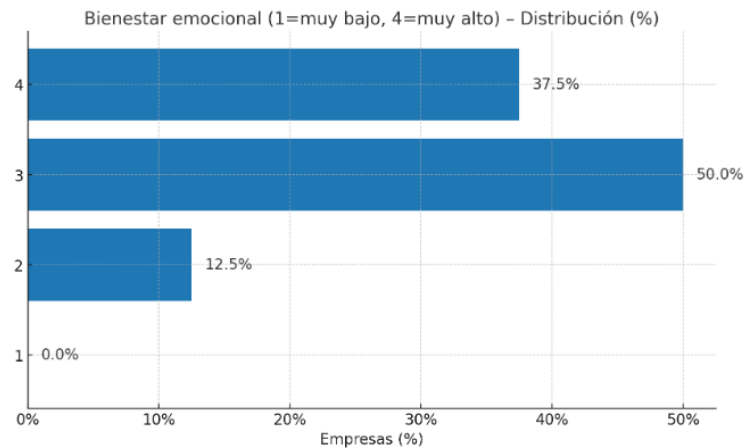


Gráfico 18

La **implantación** de actividades o charlas es **baja**: solo el **14,9%** afirma realizarlas, frente a un **85,1%** que **no**. Entre las empresas que sí las llevan a cabo, prevalecen las **charlas informales** (**28,6%** sobre quienes realizan actividades), seguidas —a mucha distancia y en proporciones similares— por **charlas con responsables**, **actividades recreativas/convivencia**, **apoyo psicológico puntual** y **otras fórmulas** (p. ej., **baja participación** o **espacios para compartir necesidades**) —cada una en torno al **14,3%**. El patrón es **puntual e informal**, con escasa sistematización. Para ganar impacto se recomienda **programar** acciones breves y periódicas (p. ej., micro charlas de 15–20' en campaña y postcampaña), **combinar** formatos (refuerzo psicoeducativo básico + convivencia de equipo) y asegurar **seguimiento** (calendario, asistencia y utilidad percibida).

El *Gráfico 19* muestra el porcentaje de empresas que realizan actividades o charlas para promover la salud mental, el *Gráfico 20* desglosa los tipos declarados entre quienes sí las realizan

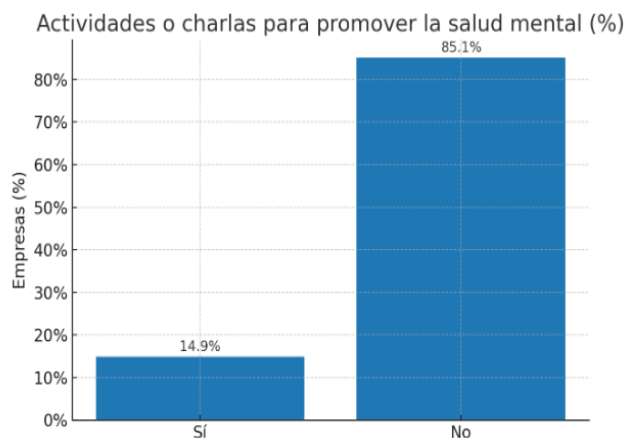


Gráfico 19

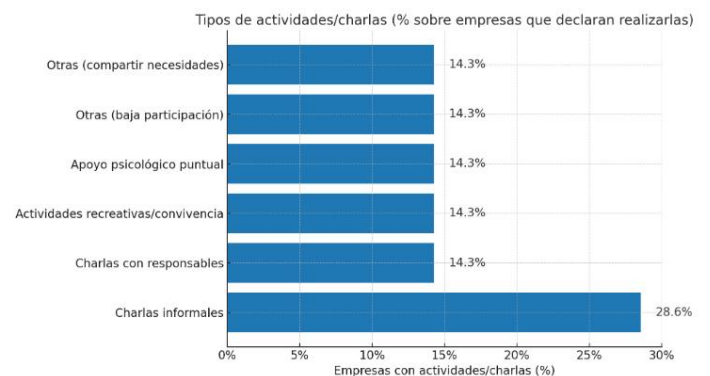
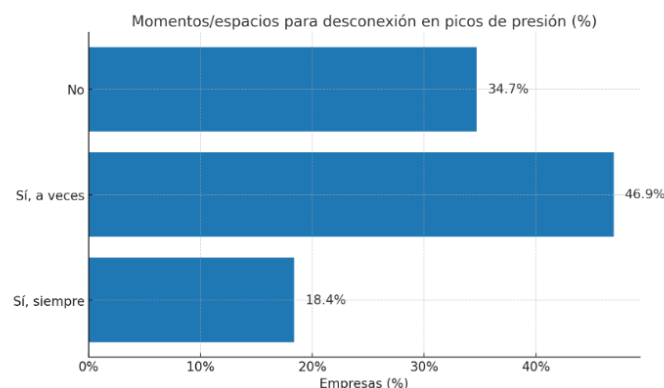


Gráfico 20



Predomina una oferta **intermitente**: **46,9%** indica “**Sí, a veces**”, frente a un **34,7%** que responde “**No**” y solo un **18,4%** “**Sí, siempre**”. El patrón sugiere que la desconexión se habilita **de forma ocasional o informal**, sin rutinas consolidadas, lo que limita su efecto en la **recuperación** y la **prevención del estrés** en campañas pico. Para mejorar, conviene **programar descansos breves estructurados** (p. ej., micro pausas/turnos de 5–10’), habilitar **espacios sencillos de respiro** y fijar **criterios comunes** (cuándo, quién cubre, duración) que garanticen **equidad** y continuidad entre equipos.

El *Gráfico 21* muestra la distribución porcentual de respuestas sobre la existencia de **momentos o espacios para desconectar** en periodos de alta presión laboral.



**Gráfico 21**

En **salud mental y bienestar emocional**, el sector muestra un cuadro mixto: el **apoyo para gestionar el estrés** está **dividido** (49,0% sí vs. 51,0% no) y, cuando existe, es **mayoritariamente informal** —conversaciones (83,3%), **participación en decisiones** (66,7%) y **reconocimiento** (50,0%)— con **asesoramiento profesional residual** (4,2%). El **bienestar emocional** se sitúa en niveles **medio-altos** (0% en 1; **12,5%** en 2; **50,0%** en 3; **37,5%** en 4; media **3,25**, mediana **3**), aunque conviene **vigilar al subgrupo** que puntúa en 2. La **promoción estructurada** es escasa: solo **14,9%** realiza actividades/charlas (predominan las **informales**, 28,6%), y la **desconexión en picos** es **intermitente** (**46,9%** “a veces”, **34,7%** “no”, **18,4%** “siempre”). Prioridades: **profesionalizar** el soporte (asesoramiento breve, **primeros auxilios psicológicos**, circuitos de derivación), **programar** acciones breves y periódicas con **seguimiento** (calendario, asistencia, utilidad), **estandarizar descansos** y espacios de respiro en campañas (duración, cobertura, criterios de uso) y **reforzar** reconocimiento y participación para consolidar el nivel de bienestar y **eleva**r los resultados en los equipos más vulnerables.

## V. FORMACIÓN, DESARROLLO PROFESIONAL Y OCIO

La **existencia de planes de formación** es **moderada**: **44,9%** declara disponer de ellos, frente a un **55,1%** que no. Entre las empresas con planes, destacan los **cursos generales/variados** (**36,4%** sobre quienes tienen plan) y los **cursos de floristería** (**22,7%**); aparecen, además, en menor medida, **formación en prevención/puesto** (**9,1%**), **formación continua por puesto, igualdad, capacitación, formación digital, bonificados, con mutua/externa y otros** (todas en torno al **4,5%** cada una). El patrón refleja una **oferta diversa pero poco sistemática**, con foco en contenidos técnicos del sector y menos presencia de **itinerarios estructurados** y **competencias transversales**. Se recomienda **planificar un mapa de competencias por puesto**, priorizar **acciones cortas y bonificadas** (para facilitar participación en micropyme), incorporar **módulos de PRL/psicosocial** y hacer **seguimiento** de participación y resultados (aplicación al puesto, satisfacción, impacto en desempeño).

El *Gráfico 22* muestra el porcentaje de empresas que disponen de **planes de formación/capacitación** y, a continuación, el *Gráfico 23* desglosa los **tipos de planes** entre quienes sí los tienen.

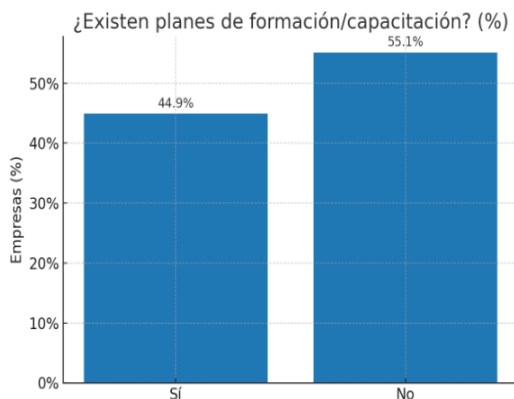


Gráfico 22

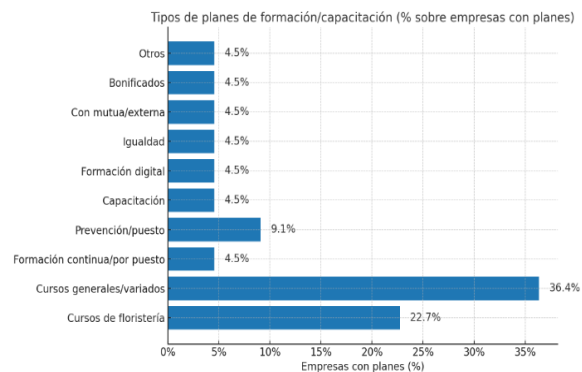


Gráfico 23

La percepción es **mayoritariamente positiva**: el **67,3%** considera que la **formación es suficiente** para mejorar el rendimiento, frente a un **32,7%** que **no** lo estima así. Este resultado sugiere que, aun con una **cobertura de planes de formación moderada**, la capacitación —formal o en el puesto— se percibe **útil**. Para reforzar el impacto, conviene **alinear la formación con necesidades detectadas por puesto**, **aumentar la participación** (facilitando horarios y bonificaciones), y **evaluar la transferencia al trabajo** (aplicación práctica y mejoras observables en procesos y servicio).

El *Gráfico 24* muestra la distribución porcentual sobre si la **formación recibida es suficiente para mejorar el rendimiento**.

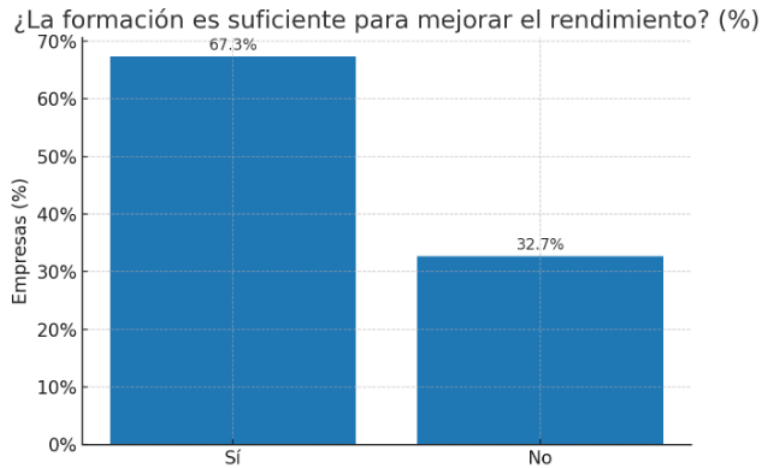


Gráfico 24

La organización de **actividades de ocio o integración** es **minoritaria**: **40,8%** de las empresas declara realizarlas, frente a un **59,2%** que **no**. Entre quienes sí las organizan, predominan las **reuniones sociales o convivencias (45,0%** sobre las empresas con actividades) y los **viajes o salidas de empresa (30,0%)**; no se registran **actividades deportivas/recreativas** y un **35,0%** agrupa **otras fórmulas** (comidas, desayunos, “tomar algo”, eventos o experiencias compartidas). El **impacto percibido** es **muy positivo**: el **65,0%** afirma “**Sí, definitivamente**” y el **35,0%** “**Sí, en parte**” (sin respuestas “No”).

Lo que sugiere un **alto retorno** en **motivación** y **cohesión** cuando estas iniciativas se llevan a cabo. Para ampliar su alcance, conviene **programarlas con cadencia realista para micropyme** (p. ej., acciones breves postcampaña), **diversificar** formatos de bajo coste y **medir su efecto** (participación, clima, colaboración interáreas) para sostenerlas en el tiempo.

El *Gráfico 25* muestra el porcentaje de empresas que organizan actividades de ocio/integración.

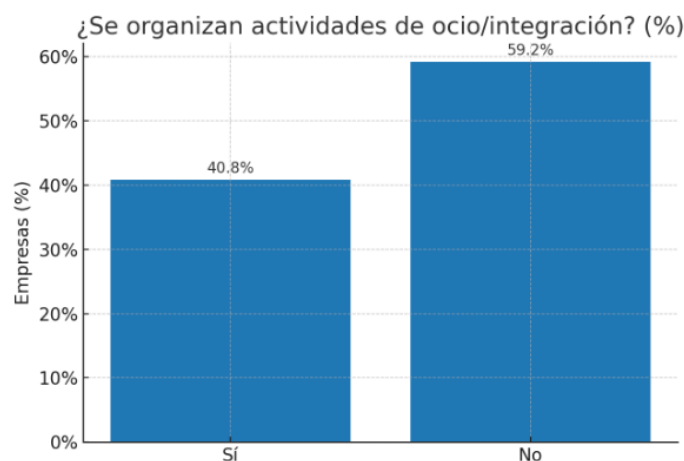


Gráfico 25

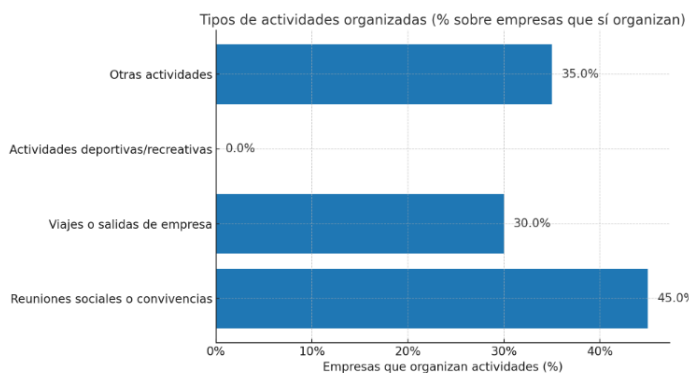


Gráfico 26

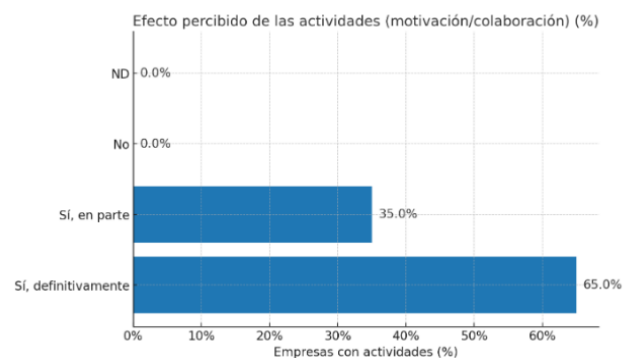


Gráfico 27

El *Gráfico 26* desglosa los tipos de actividades entre quienes sí lo hacen, y el *Gráfico 27* resume el efecto percibido en motivación y colaboración.

En **formación y desarrollo**, el sector muestra una **cobertura moderada**: solo el **44,9%** dispone de planes, centrados sobre todo en **cursos generales** y de **floristería**, con menor presencia de **PRL/puesto, formación continua, igualdad, capacitación o digital**; una oferta **diversa pero poco sistematizada**. Aun así, la **percepción de utilidad** es positiva: el **67,3%** considera la formación **suficiente** para mejorar el rendimiento, lo que invita a **alinearla por competencias y puesto**, facilitar la **participación** (horarios/bonificaciones) y evaluar la **transferencia al trabajo**. En **ocio e integración**, solo el **40,8%** organiza actividades —principalmente **convivencias y salidas**—, pero su **impacto** es alto (65% “**definitivamente**”, 35% “**en parte**”), por lo que conviene **programarlas con cadencia realista para micropyme, diversificar** formatos de bajo coste y **medir** su efecto (participación, clima y colaboración) para consolidarlas.

## VI. PERSPECTIVA DE GÉNERO Y DIVERSIDAD EN LA GESTIÓN LABORAL

La implantación de **medidas específicas** es **reducida**: **22,4%** de las empresas declara contar con ellas, frente a un **77,6%** que **no**. Entre quienes sí actúan, predominan dos focos **no normativos**: **cultura de respeto** (27,3%) e **igualdad operativa** en tareas/roles y **rotación de puestos** (27,3%); con menor presencia aparecen la **formación/sensibilización** (18,2%) y acciones de **diversidad/LGTB+** (18,2%). El **plan de igualdad** figura de forma **residual** (9,1%). En conjunto, el patrón apunta a una orientación **más cultural que formal**, con escasa **estandarización** (planes, protocolos, indicadores). Prioridades recomendadas: **formalizar** la política (plan de igualdad proporcional al tamaño), fijar **criterios de selección/promoción** y **lenguaje inclusivo**, implantar **formación anual** en igualdad y diversidad, y hacer **seguimiento de indicadores** (brecha, presencia en responsabilidad, quejas/canales) para convertir las prácticas informales en **medidas verificables y sostenibles**.

El *Gráfico 28* muestra el porcentaje de empresas que declaran **medidas específicas** de igualdad y diversidad; el *Gráfico 29* desglosa las **tipologías** entre quienes sí las han implantado

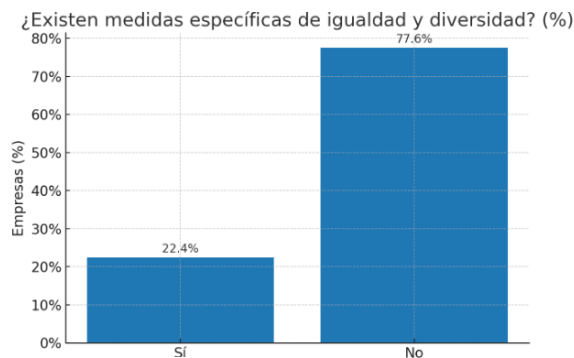


Gráfico 28

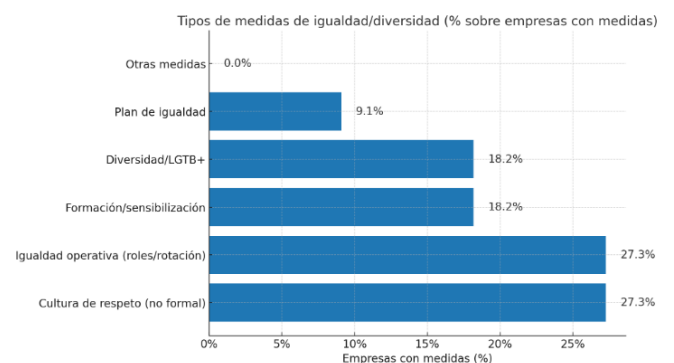


Gráfico 29

La valoración es **muy favorable**: el **98,0%** considera que la empresa **sí** promueve un ambiente **inclusivo y respetuoso**, frente a un **2,0%** que responde **no**. Este resultado apunta a una **cultura percibida como positiva y equitativa** en la mayoría de las organizaciones. Aun siendo un dato excelente, conviene **no relajarse**: es recomendable mantener **acciones visibles** (protocolos de respeto, canales de comunicación/quejas, recordatorios de conducta, formación breve anual en diversidad e inclusión) y **monitorizar casos aislados** para asegurar una experiencia homogénea en todos los equipos y momentos del año.

El *Gráfico 30* muestra la distribución porcentual de respuestas sobre si la empresa fomenta un **ambiente inclusivo y respetuoso** para todas las personas.

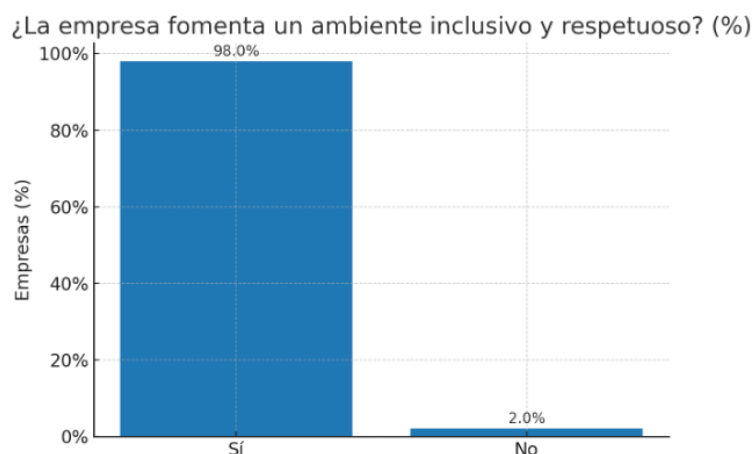


Gráfico 30



La percepción de **igualdad de oportunidades** es **plena**: el **100,0%** afirma que todas las personas pueden desarrollarse y ascender con independencia de su género, edad, etnia u otras características. En coherencia, la **observación de trato diferencial** es **muy minoritaria**: solo el **2,0%** declara haberlo visto, frente a un **98,0%** que no. Este patrón sugiere un **marco cultural ampliamente inclusivo**, aunque no exento de casos aislados que conviene **monitorizar**. Recomendaciones: mantener **criterios transparentes** de selección/promoción (matrices de competencias, evidencias objetivas), reforzar **canales confidenciales** de reporte y **sensibilización periódica** para prevenir sesgos, especialmente en momentos críticos (asignación de tareas, campañas pico y cobertura de sustituciones).

El Gráfico 31 recoge la percepción sobre la **igualdad de oportunidades** de desarrollo y ascenso; el Gráfico 32 muestra si se ha **observado trato diferencial** por razones de género u otras dimensiones de diversidad.

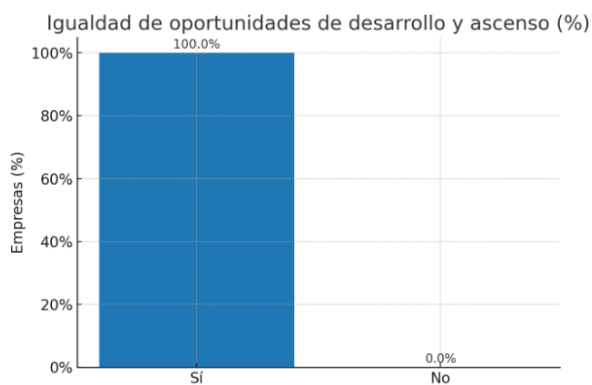


Gráfico 31

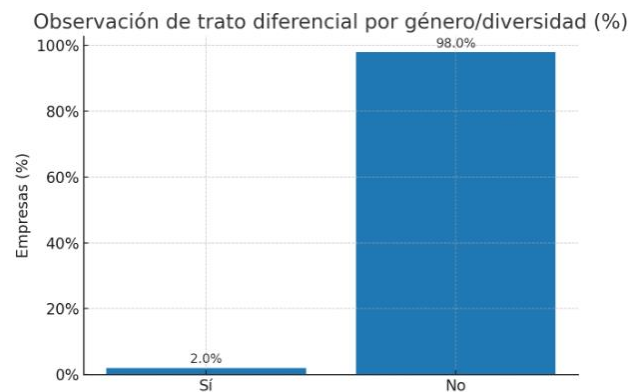


Gráfico 32

La presencia de **formación o iniciativas** es **muy baja**: **10,4%** de las empresas declara disponer de ellas, frente a un **89,6%** que **no**. Entre quienes sí actúan, predominan los **cursos/formación** (**40,0%** sobre las que ofrecen acciones), seguidos de **protocolos o procedimientos** contra el **acoso** (**20,0%**), contenidos de **marco legal (Ley de Género)** (**20,0%**) y **asesoría** (**20,0%**). El patrón revela una cobertura **incipiente y heterogénea**, con acciones puntuales más que programas sistemáticos. Para ganar alcance y eficacia, se recomienda: **plan anual** de sensibilización (microcápsulas y recordatorios), **formación básica obligatoria** para toda la plantilla y refuerzo para mandos, **protocolos claros** de prevención y actuación frente al acoso con **canales confidenciales**, y **seguimiento** (participación, utilidad percibida e incidencias) que permita verificar resultados y ajustar las acciones.

El Gráfico 33 recoge el porcentaje de empresas que ofrecen **formación o iniciativas de sensibilización** en igualdad/diversidad; el Gráfico 34 desglosa los **tipos de acciones** entre quienes sí las ofrecen.

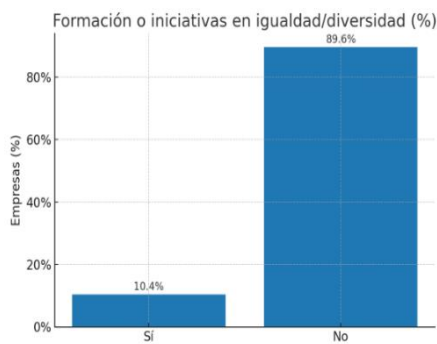


Gráfico 33

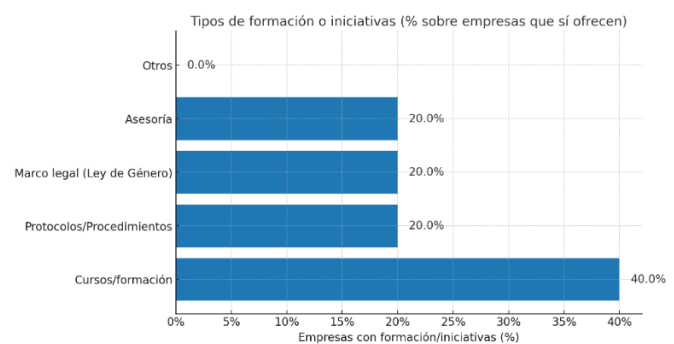


Gráfico 34

En perspectiva de género y diversidad, el sector exhibe una base cultural positiva, pero con **baja formalización**: solo el **22,4%** declara **medidas específicas** (sobre todo **cultura de respeto e igualdad operativa/rotación de roles**, ambas **27,3%**), con menor presencia de **formación/sensibilización** y **diversidad/LGTB+** (**18,2%** cada una) y **plan de igualdad residual** (**9,1%**). La **percepción del clima** es muy favorable: el **98,0%**.

## VII. RENDIMIENTO ORGANIZACIONAL Y SATISFACCIÓN LABORAL

El **rendimiento** se sitúa en niveles **altos**: el **75,5%** lo califica como **Bueno**, el **18,4%** como **Excelente** y el **6,1%** como **Regular** (sin respuestas “Malo”). Este patrón describe organizaciones funcionales, con margen para escalar de “bueno” a “excelente” mediante ajustes operativos (estandarización por campaña, planificación de cargas, indicadores de servicio).

La **valoración del reconocimiento** es muy positiva: el **85,7%** afirma “**Sí, siempre**” y el **14,3%** “**A veces**” (sin “Rara vez” ni “Nunca”), lo que sugiere una **cultura de refuerzo** del desempeño. Para consolidar y ganar excelencia, conviene: fijar **metas medibles por puesto/equipo**, alinear **feedback y reconocimiento** a dichas metas (p. ej., micro reconocimientos en picos), y revisar **cuellos de botella** que aún sostienen el “Regular” (dotación en campañas, formación específica, coordinación con proveedores y SPA).

El *Gráfico 35* resume la calificación global del rendimiento; el *Gráfico 36* muestra la percepción sobre el **reconocimiento del esfuerzo**.

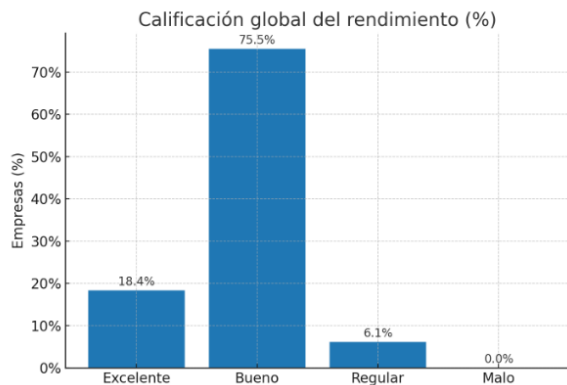


Gráfico 35

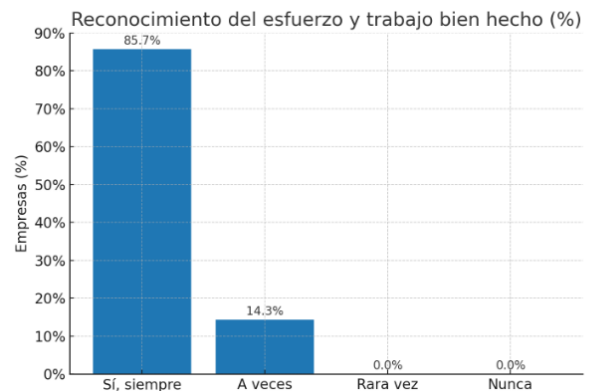


Gráfico 36

La **comunicación interna** es valorada positivamente por la gran mayoría: **83,7%** responde “**Sí**”, frente a **16,3%** “**No**”. En cuanto a **participación en decisiones**, predomina “**Sí, siempre**” (**69,4%**), con un **26,5%** “**A veces**” y un **4,1%** “**No**”; hay, por tanto, una base participativa amplia, aunque con margen para homogeneizar prácticas de consulta y devolución de resultados. El **orgullo de pertenencia** es muy alto: **89,8%** “**Sí, mucho**”, **8,2%** “**Algo**”, **2,0%** “**No mucho**” y **0%** “**Nada**”. En conjunto, el patrón dibuja un **clima fuerte** (comunicación, implicación y orgullo) sobre el que conviene seguir construyendo: estandarizar **rituales de comunicación** (briefings por campaña y tableros de métricas), reforzar **mecanismos formales de participación** (encuestas breves, grupos foco, buzón digital) y **reconocer públicamente aportaciones** para sostener el compromiso y acercar a más equipos a la participación “siempre”.

El *Gráfico 37* resume la **comunicación interna**; el *Gráfico 38* muestra la **participación** en decisiones de bienestar y seguridad; el *Gráfico 39* refleja el **orgullo de pertenencia**.

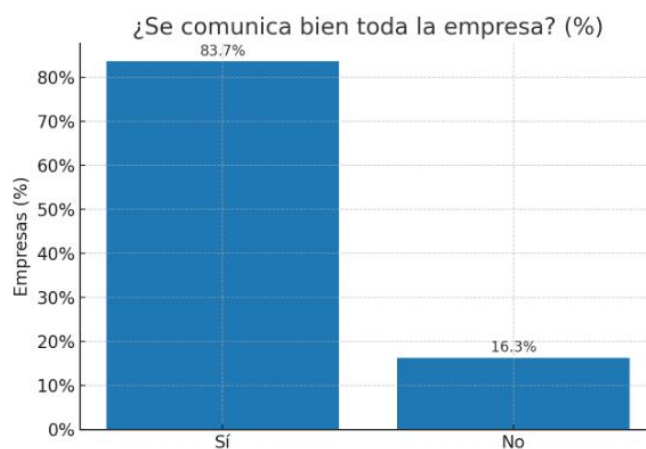


Gráfico 37

Participación del personal en decisiones de bienestar/seguridad (%)

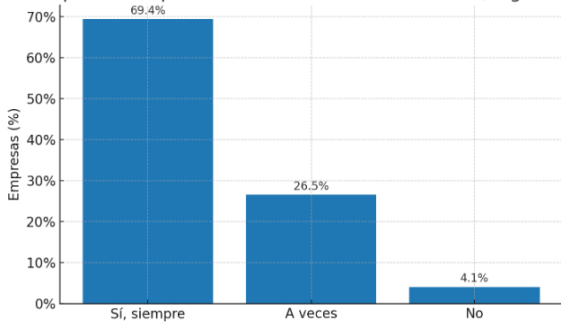


Gráfico 38

Orgullo de pertenencia (%)

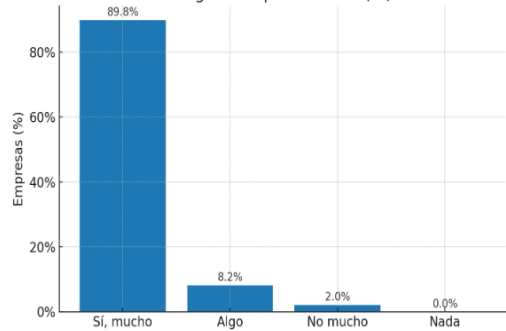


Gráfico 39

En **rendimiento y satisfacción**, el sector muestra un perfil **alto y estable**: el **75,5%** califica el rendimiento como **Bueno**, el **18,4%** como **Excelente** y el **6,1%** como **Regular**, sin valoraciones “Malo”; además, el **reconocimiento del esfuerzo** es constante (**85,7% “Sí, siempre”**; **14,3% “A veces”**). En clima organizativo, la **comunicación interna** es positiva (**83,7% “Sí”**), la **participación** en decisiones de bienestar/seguridad es amplia (**69,4% “Sí, siempre”**, **26,5% “A veces”**) y el **orgullo de pertenencia** muy elevado (**89,8% “Sí, mucho”**; **8,2% “Algo”**). Con esta base sólida, las prioridades pasan por **escalar de “bueno” a “excelente”**: estandarizar procesos por campaña, ajustar **dotaciones** y **cargas**, fijar **metas medibles** e integrar **tableros de indicadores**; reforzar **mecanismos formales de participación** (encuestas breves, grupos foco, buzón digital) con **devolución sistemática**; y alinear **feedback y reconocimientos** (micro reconocimientos en picos) para reducir el tramo “Regular” y consolidar una cultura de **comunicación, implicación y desempeño sobresaliente**.

## VIII. VALORACIÓN GENERAL Y COMPROMISO

La valoración del compromiso directivo es claramente alta: el **63,3%** de las respuestas puntúa en **4 (muy alto)** y el **28,6%** en **3**, mientras que el **8,2%** se sitúa en **1** y **no** se registran puntuaciones en **2**. La **media** se sitúa en **3,47** y la **mediana** en **4**, lo que confirma una percepción global robusta del liderazgo en bienestar. Este patrón sugiere que la mayoría de direcciones **apoya y visibiliza** la PRL (recursos, mensajes, seguimiento), aunque existe un **bolsillo minoritario** con compromiso percibido muy bajo que conviene abordar con acciones específicas: mayor **presencia** de la dirección en los hitos preventivos (campañas, simulacros, devoluciones de resultados), **alineación de objetivos** de PRL en los **KPI** de mandos, y una **gobernanza sencilla** (responsables, calendario y evidencias) que haga tangible el compromiso en el día a día.

El *Gráfico 40* muestra la distribución porcentual por niveles y refuerza la lectura de **compromiso alto** con necesidad de **homogeneizar** los estándares en el conjunto del sector.

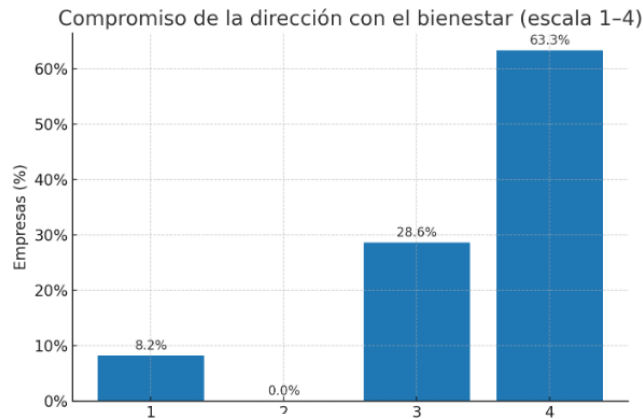


Gráfico 40

Predomina una visión **integral**: “**Todas son necesarias**” concentra el **38,8%**, seguida muy de cerca por “**Mejorar la comunicación interna y la gestión del cambio**” (**32,7%**). A más distancia aparecen “**Ampliar la formación en PRL**” (**10,2%**), mientras que “**Medidas ante cambios demográficos y climáticos**”, “**Perspectiva de género en SyS**” y **opciones combinadas** quedan en torno al **2,0%** cada una; se observa un **10,2% ND** (no declarado). La prioridad práctica, por tanto, pasa por **ordenar la comunicación y el cambio**: calendario por campañas (pre-campaña/pico/post-campaña), **briefings** cortos en tienda/taller, **materiales simples** (carteles/QR, checklists), y una **devolución sistemática** de resultados. En paralelo, conviene reforzar **formación de bajo coste y alta rotación** (microcápsulas de 15–20’, “**toolbox talks**”, refrescos estacionales), e iniciar líneas **emergentes**: adaptación demográfica/climática (protocolos de **calor**, pausas e hidratación; ergonomía; turnos) y **perspectiva de género** (EPI inclusivos, lenguaje y protocolos).

El *Gráfico 41* sintetiza estas prioridades y respalda una **hoja de ruta** escalonada: (i) **comunicación y gestión del cambio**, (ii) **microformación**, (iii) **adaptación y equidad**.

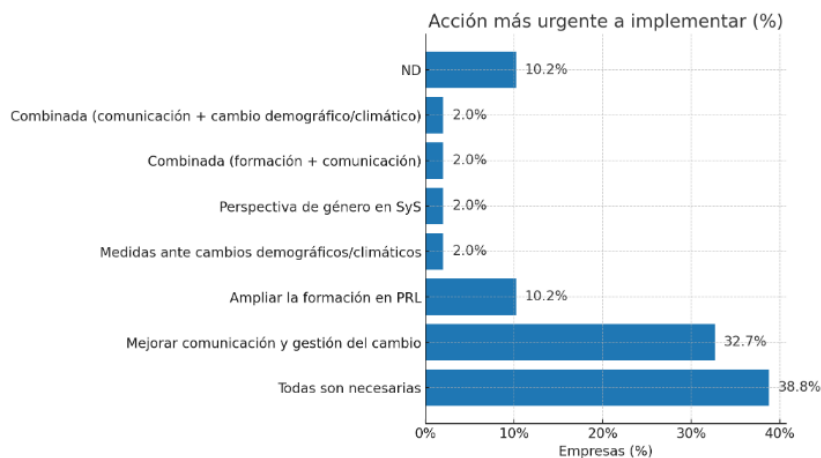


Gráfico 41



La recomendación es **muy elevada: 93,9% Sí, 4,1% No y 2,0% ND**. Este resultado actúa como un **indicador reputacional**: las empresas no solo **aceptan** las políticas, sino que **las avalan** ante terceros, lo que sugiere percepción de **utilidad y viabilidad**. De cara a consolidar esta ventaja, es recomendable **capitalizar testimonios** (casos breves por tipo de empresa), visibilizar **beneficios** (rotación, absentismo, satisfacción, tiempos de servicio) y ofrecer **kits de implantación** con plantillas listas para usar (cartelería, guías de briefing, scripts de cambio). Para el **4,1%** que no recomendaría, suele haber **barreras** de coste/tiempo: aquí funcionan **paquetes mínimos** (p. ej., checklist de seguridad + una cápsula formativa + un ritual de comunicación) y el **acompañamiento sectorial** para reducir fricción.

El Gráfico 42 refleja esta **amplísima aceptación**.

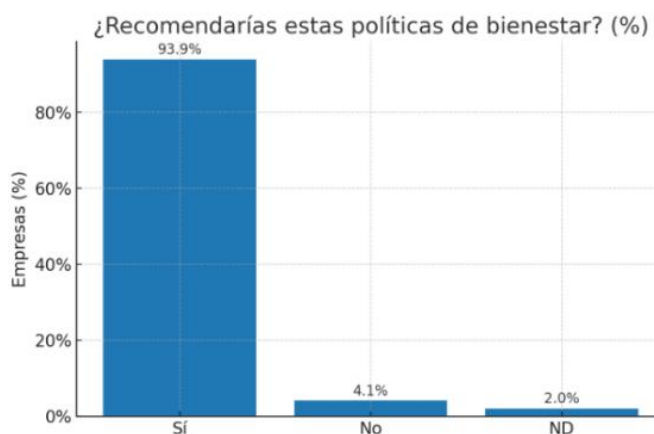


Gráfico 42

La disposición es **muy alta: 85,7% Sí, 12,2% No y 2,0% ND**. El salto de la intención a la acción exige **aterrizar** las mejoras en un **plan operativo**: selección de **3–5**, (p. ej., plan de comunicación por campañas, refresco de primeros auxilios, checklist de calor/ERG), **responsables** claros, **plazos cortos** (30–60 días) e **indicadores** sencillos (cobertura formativa, incidencias registradas, cumplimiento de briefings). Para el grupo que responde **No**, conviene un **análisis de barreras** (tiempo, coste, proveedor, organización del trabajo) y ofrecer **alternativas** adaptadas a micropyme (micro formación bonificada, materiales prediseñados, acompañamiento remoto).

El Gráfico 43 confirma que existe **masa crítica** para avanzar, por lo que es el momento de **calendarizar** acciones y **medir** resultados para sostener la mejora continua.

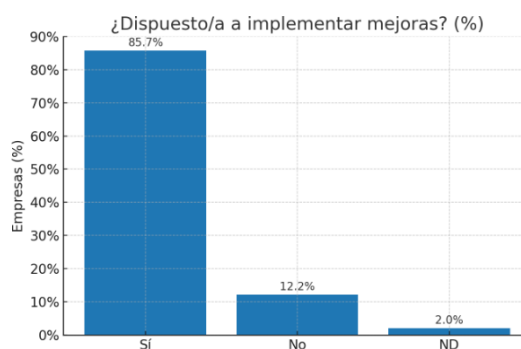


Gráfico 43

En conjunto, la **valoración y el compromiso** resultan muy favorables: el **compromiso directivo** alcanza una **media de 3,47** y una **mediana de 4**, con **63,3%** en el nivel **4** y **28,6%** en **3**, lo que evidencia un liderazgo percibido como alto, aunque con un pequeño grupo a reforzar. En cuanto a **prioridades**, predomina una visión **integral**—“**todas son necesarias**” (**38,8%**)—y, de forma muy próxima, **mejorar la comunicación interna y la gestión del cambio (32,7%)**; a distancia quedan **ampliar la formación en PRL (10,2%)** y opciones minoritarias ( $\approx 2\%$  cada una). La **aceptación** del enfoque es amplia: **93,9% recomendaría** estas políticas, y existe **voluntad de implementación** en **85,7%** de las empresas. Con esta base, la hoja de ruta pasa por: **ordenar la comunicación y el cambio por campañas** (briefings breves, materiales simples y devolución de resultados), **impulsar micro formación periódica** y, en paralelo, avanzar en **adaptación demográfica/climática y perspectiva de género**; todo ello con **responsables, calendario e indicadores** para convertir la predisposición en mejoras sostenibles.

## IX. COMENTARIOS

El *Gráfico 44* muestra la participación en el apartado de comentarios: **18,0%** de las empresas aportó observaciones abiertas, frente a un **82,0%** que no registró comentario.

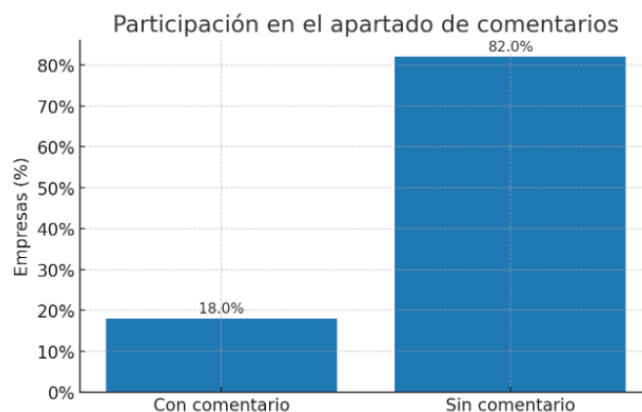


Gráfico 44

Los comentarios recibidos—procedentes de un número reducido de empresas—convergen en varios ejes:

**(1) adecuación y coste de la PRL externa:** varios participantes perciben que las propuestas del SPA son poco ajustadas a la realidad de la floristería, **costosas y difíciles de aplicar** en momentos de pico y con **plantillas unipersonales o muy pequeñas**; reclaman **normativa y exigencias más asumibles** y un **diálogo práctico** empresa–persona trabajadora.

**(2) Estrés y salud mental:** se pide **seguimiento/monitorización del estrés** y se sugiere incorporar **cursos breves de psicología/atención al cliente** para mejorar paciencia y trato en situaciones de presión.

**(3) Cultura de micropyme:** se enfatiza que, en negocios pequeños, priman el **sentido común**, el **respeto** y el **compañerismo**, y que ciertas medidas “propias de grandes empresas” solo **incrementan costes**; aun así, algunas organizaciones describen **modernización** en marcha (definición de puestos, formación y PRL).

**(4) Dimensión familiar:** aparece un caso que ilustra cómo **conflictos familiares** y **estilos de dirección** afectan al clima y a la **salud mental**; se sugiere **considerar explícitamente** esta realidad en la PRL del sector.

**(5) Operativa y planificación:** pese a la **carga de imprevistos y urgencias**, hay empresas que trabajan por **planificar** y cuentan con **asesoría laboral/SPA**; se registra también un **caso individual** en **incapacidad temporal** por molestias musculoesqueléticas (brazo y mareos), apuntando a reforzar la **ergonomía** y el **seguimiento sanitario**.

En conjunto, las aportaciones piden **realismo** y **proporcionalidad** en las exigencias, **apoyos psicosociales prácticos**, **micro formación** orientada al puesto y **atención a la especificidad familiar y estacional** de la floristería.

## X. PANORAMA GENERAL DE RESULTADOS

El estudio dibuja un sector con una identidad muy definida y retos coherentes con su escala. Predomina la micro pyme dedicada al retail de flores y plantas, con fuerte estacionalidad y recursos internos limitados, lo que condiciona tanto la organización de la prevención como la implementación práctica de medidas de conciliación y bienestar. Aun así, se observa un clima organizativo positivo (alto orgullo de pertenencia, reconocimiento del esfuerzo y comunicación interna bien valorada) y un liderazgo comprometido con la mejora. El salto pendiente no es de diagnóstico, sino de operacionalización: traducir lo que ya funciona —proximidad, flexibilidad y cultura de respeto— en rutinas sencillas, verificables y sostenibles a lo largo del año.

La estructura empresarial está marcada por la **atomización** (predominio de microempresas) y la **concentración en el retail**, con extensiones hacia eventos y, en menor medida, jardinería y vivero. Este perfil explica la externalización de la PRL a través de **Servicio de Prevención Ajeno (SPA)** y el énfasis en soluciones de bajo coste, baja carga administrativa y alto encaje operativo. En términos formales, el **Plan de Prevención** y las **evaluaciones periódicas** alcanzan coberturas mayoritarias; la **actualización tras cambios o daños** es frecuente, aunque persiste una **bolsa minoritaria** sin ciclo completo de mejora. La **respuesta asistencial** (primeros auxilios y pautas) está presente, pero con heterogeneidad de contenidos y trazabilidad, y la **comunicación preventiva** desde el SPA es ampliamente valorada, si bien no siempre llega con la capilaridad y la oportunidad deseadas a toda la plantilla. Esta combinación —cumplimiento formal alto con grietas operativas— pide pasar de “tener” a “funcionar”: **normalizar mínimos** (botiquín, intervinientes, circuitos y registros) y **asegurar evidencia** de entrega y comprensión de la información.

La conciliación se apoya en **medidas organizativas** (flexibilidad horaria y adaptación de jornadas) que encajan con la escala micro y con las demandas estacionales del negocio. Existe un **consenso casi unánime** sobre su necesidad y una percepción mayoritariamente favorable de la **flexibilidad ante imprevistos familiares**. El margen de mejora no reside tanto en crear nuevas figuras, como en **formalizar lo existente** para ganar equidad y continuidad: ventanas mínimas de flexibilidad por campaña, reglas claras de sustitución, **bolsas de horas** y registro de uso. La ausencia de acuerdos con guarderías no aparece como obstáculo central siempre que la **gestión interna de horarios** esté bien organizada.

El apoyo psicosocial es **predominantemente informal** (conversaciones, participación, reconocimiento) y convive con **niveles de bienestar medio-altos**. No obstante, las **actividades o charlas estructuradas** son minoritarias y la **desconexión en picos** se habilita de forma intermitente. Esta realidad sugiere una estrategia incremental: mantener las palancas que ya funcionan (proximidad y reconocimiento) e introducir **módulos breves y periódicos** (15–20') con seguimiento de asistencia y utilidad percibida; además, **protocolizar pausas y micro descansos** en campañas críticas, dejando claro quién cubre a quién y durante cuánto tiempo. En equipos con peor percepción, se recomienda **primeros auxilios psicológicos** de base y un **circuito de derivación** sencillo para casos que lo requieran.

La **cobertura de planes de formación** es moderada y heterogénea, con peso de contenidos técnicos del sector y menor presencia de **itinerarios por competencias** o módulos transversales (PRL específica de puesto, igualdad, digital, atención al cliente). Pese a ello, la **utilidad percibida** es alta, lo que invita a optimizar: diseñar **mapas de competencias por puesto**, concentrar la oferta en **microcápsulas bonificables** y medir **transferencia al trabajo** (qué cambia en procesos y servicio). En paralelo, las **actividades de integración** (convivencias, salidas o encuentros sencillos) generan **alto retorno en motivación y colaboración** cuando se realizan; por tanto, conviene **calendarizarlas tras campañas** y explorar formatos de **bajo coste y alta participación**.

Existe una **cultura inclusiva** ampliamente reconocida (ambiente respetuoso y oportunidades percibidas como equitativas), pero con **baja formalización** de políticas (planes de igualdad, formación recurrente, protocolos y métricas). La prioridad no es sustituir la cultura, sino **documentarla y protegerla**: establecer **criterios transparentes de selección y promoción**, incorporar **formación anual breve** en igualdad y diversidad, implantar **canales confidenciales** y medir indicadores básicos (presencia en responsabilidad, quejas, brecha donde proceda). Para un sector con fuerte componente de atención al público, añadir un **enfoque de EPI inclusivo** (tallas, ajustes) y de **lenguaje** es de alto impacto y bajo coste.

El **rendimiento global** se sitúa entre bueno y excelente, con **reconocimiento del esfuerzo** constante, **comunicación interna** bien valorada, **participación** amplia en decisiones de bienestar y un **orgullo de pertenencia** muy elevado. Sobre esa base, la mejora pasa por **estandarizar lo que ya hacen las mejores**: rituales de comunicación por campaña (briefings breves y tableros de métricas visibles), **metas medibles por puesto/equipo**, y **micro-reconocimientos** en picos de trabajo. El **compromiso de la dirección** se valora alto y ofrece una ventana para liderar la **gestión del cambio** que el propio estudio identifica como prioridad transversal.



Las respuestas priorizan una **hoja de ruta integral**, con foco inmediato en **mejorar la comunicación interna y la gestión del cambio**, seguida de **refuerzo formativo** y de líneas emergentes como **adaptación demográfica/climática** y **perspectiva de género**. La **aceptación** del enfoque es muy alta (recomendación a terceros) y existe **voluntad mayoritaria de implementar** mejoras. La clave es **convertir la predisposición en acción** mediante **paquetes mínimos viables** (PMV) con responsables, calendarización por campañas e **indicadores sencillos** de seguimiento.

Los **comentarios abiertos** —aunque minoritarios en volumen— aportan matices importantes: se reclama **PRL practicable y proporcionada** a la escala micro; se pide **apoyo psicosocial más visible**; se subraya el peso de la **realidad familiar** en el clima laboral y se describen esfuerzos de **modernización** (definición de puestos, formación y PRL). Aparece también un caso de **molestias musculoesqueléticas** que recuerda la necesidad de reforzar **ergonomía** y **vigilancia de la salud** en tareas repetitivas o con picos de carga. Este “suelo” cualitativo valida la estrategia de **micro mejoras con alto encaje operativo**.



### 3. ANEXO: CUESTIONARIO

AS2024-0032: El bienestar corporativo: equilibrio vital, salud mental y rendimiento organizacional en el sector del comercio de flores y plantas

## CUESTIONARIO DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN

Guía para el bienestar corporativo: equilibrio vital, salud mental y rendimiento organizacional en el sector del comercio de flores y plantas

CON LA FINANCIACIÓN DE

AS 2024-0032



AS2024-0032: El bienestar corporativo: equilibrio vital, salud mental y rendimiento organizacional en el sector del comercio de flores y plantas

Presentación del proyecto

Desde AEFI estamos realizando un proyecto denominado *“Guía para el bienestar corporativo: equilibrio vital, salud mental y rendimiento organizacional en el sector del comercio de flores y plantas”*.

En este proyecto se pretende facilitar programas y políticas de actuación como marco de referencia en las empresas del sector, dirigidas a favorecer el bienestar de la plantilla en equilibrio con el rendimiento y la productividad de las organizaciones, teniendo en cuenta la perspectiva de género de forma transversal. Asimismo, se podrán contemplar distintas propuestas enmarcadas en el ámbito del bienestar y desarrollo del personal, tales como el código ético, programas de conciliación de la vida laboral y familiar, iniciativas de formación y desarrollo profesional, así como programas asistenciales y de ocio.

Por la importancia del proyecto y su repercusión, éste ha sido subvencionado por la Fundación Estatal para la Prevención de Riesgos Laborales F.S.P. para ser desarrollado durante el año 2025.

Como parte del proyecto se contempla la realización de cuestionarios para su cumplimentación, por responsables de seguridad y salud laboral de las empresas, recursos humanos, mandos intermedios, etc.

Se trata de un cuestionario totalmente ANÓNIMO Y CONFIDENCIAL. Las respuestas a las preguntas planteadas facilitarán conocer mejor estos aspectos, garantizando en todo momento el anonimato y la confidencialidad de la información recibida.

Agradecemos de antemano su colaboración.

CON LA FINANCIACIÓN DE AS 2024-0032



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE TRABAJO  
Y ECONOMÍA SOCIAL



FUNDACIÓN  
ESTATAL PARA  
LA PREVENCIÓN  
DE RIESGOS  
LABORALES, F.S.P.



ASOCIACIÓN  
ESPAÑOLA DE  
FLORISTAS



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE TRABAJO  
Y ECONOMÍA SOCIAL



FUNDACIÓN  
ESTATAL PARA  
LA PREVENCIÓN  
DE RIESGOS  
LABORALES, F.S.P.



ASOCIACIÓN  
ESPAÑOLA DE  
FLORISTAS

AS2024-0032: El bienestar corporativo: equilibrio vital, salud mental y rendimiento organizacional en el sector del comercio de flores y plantas

### I. DATOS GENERALES Y ORGANIZACIÓN DE LA PREVENCIÓN

1. Nombre de la empresa:
2. Actividad principal de la empresa: marca todas las que apliquen, y agrega si es necesario.
- ☐ Comercio al por menor de flores, plantas, semillas, fertilizantes, animales de compañía y alimentos para los mismos.
- ☐ Cultivo y venta de plantas y flores (incluyendo árboles y arbustos) en un vivero.
- ☐ Venta de productos relacionados con la jardinería.
- ☐ Venta de ornamentación floral para eventos.
- ☐ Otras (indicar):
3. Tamaño de la plantilla:  
Nº de trabajadores:
- ¿El autónomo queda excluido de la plantilla del personal laboral?
- ☐ Sí.
- ☐ No.
4. Modalidad organizativa de la prevención: selecciona la opción que mejor describa la estructura preventiva de la empresa.
- ☐ Empresario.
- ☐ Trabajadores designados.
- ☐ Servicio de Prevención Propio.
- ☐ Servicio de Prevención Ajeno.
- ☐ Servicio de Prevención Mancomunado.
- ☐ Ninguno.

CON LA FINANCIACIÓN DE

AS 2024-0032



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE TRABAJO  
Y ECONOMÍA SOCIAL



FUNDACIÓN  
ESTATAL PARA  
LA PREVENCIÓN  
DE RIESGOS  
LABORALES, F.S.P.



ASOCIACIÓN  
ESPAÑOLA DE  
FLORISTAS



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE TRABAJO  
Y ECONOMÍA SOCIAL



FUNDACIÓN  
ESTATAL PARA  
LA PREVENCIÓN  
DE RIESGOS  
LABORALES, F.S.P.



ASOCIACIÓN  
ESPAÑOLA DE  
FLORISTAS

AS2024-0032: El bienestar corporativo: equilibrio vital, salud mental y rendimiento organizacional en el sector del comercio de flores y plantas

## II. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES Y MEDIDAS ASISTENCIALES

1. ¿La empresa dispone de un Plan de Prevención de Riesgos Laborales conforme al artículo 16 de la Ley 31/1995, que incluya la organización preventiva (propia o ajena), así como la planificación de la actividad preventiva frente a los riesgos detectados?

☐ Sí.

☐ No.

2. ¿Se realizan evaluaciones periódicas de riesgos laborales en los puestos de trabajo?

☐ Sí.

☐ No.

En caso afirmativo, ¿se actualizan en caso de cambios en las condiciones de trabajo o tras la aparición de daños para la salud?

☐ Sí.

☐ No.

3. En caso de accidente o enfermedad, ¿se ofrecen medidas de ayuda que incluyan primeros auxilios y orientación sobre cómo actuar (por ejemplo, a quién llamar o a dónde dirigirse)?

☐ Sí, se ofrecen medidas completas y adecuadas.

☐ Sí, se ofrecen, pero las medidas son limitadas.

☐ No se ofrecen medidas de ayuda.

4. ¿Consideras que la información sobre riesgos laborales y las medidas preventivas se comunica por parte de tu Servicio de Prevención Ajeno de manera clara y a tiempo a todo el personal?

☐ Sí, totalmente.

☐ Sí, en parte.

☐ No.

CON LA FINANCIACIÓN DE

AS 2024-0032



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE TRABAJO  
Y ECONOMÍA SOCIAL



FUNDACIÓN  
ESTATAL PARA  
LA PREVENCIÓN  
DE RIESGOS  
LABORALES, F.S.P.



ASOCIACIÓN  
ESPAÑOLA DE  
FLORISTAS



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE TRABAJO  
Y ECONOMÍA SOCIAL



FUNDACIÓN  
ESTATAL PARA  
LA PREVENCIÓN  
DE RIESGOS  
LABORALES, F.S.P.



ASOCIACIÓN  
ESPAÑOLA DE  
FLORISTAS

AS2024-0032: El bienestar corporativo: equilibrio vital, salud mental y rendimiento organizacional en el sector del comercio de flores y plantas

5. ¿Has notado alguna mejora en la productividad o en el ambiente de trabajo desde que se implementaron las medidas de prevención?

- ☐ Sí, notamos cambios positivos.
- ☐ No, no hemos percibido cambios.
- ☐ No se han implementado medidas.
- ☐ No.

### III. CONCILIACIÓN LABORAL Y FAMILIAR

1. ¿La empresa cuenta con facilidades o medidas para compatibilizar el trabajo con la vida familiar?

- ☐ Sí.
- ☐ No.

En caso afirmativo, ¿qué tipo de facilidades son?

- ☐ Horarios flexibles.
- ☐ Jornadas adaptadas a las necesidades familiares.
- ☐ Acuerdos con guarderías cercanas.
- ☐ Otros:

2. ¿Crees que estas medidas son necesarias para mejorar la conciliación entre el trabajo y la vida familiar?

- ☐ Sí.
- ☐ No.

3. ¿Consideras que los horarios de trabajo actuales facilitan una buena conciliación familiar?

- ☐ Sí.
- ☐ No.

CON LA FINANCIACIÓN DE

AS 2024-0032





AS2024-0032: El bienestar corporativo: equilibrio vital, salud mental y rendimiento organizacional en el sector del comercio de flores y plantas

4. ¿Cómo valoras la flexibilidad de la empresa para atender situaciones familiares inesperadas (por ejemplo, emergencias o imprevistos personales)?

☐ Muy flexible.

☐ Flexible.

☐ Poco flexible.

#### IV. SALUD MENTAL Y BIENESTAR EMOCIONAL

1. ¿La empresa ofrece algún tipo de apoyo para gestionar el estrés laboral?

☐ Sí.

☐ No.

En caso afirmativo, ¿qué tipo de apoyo se ofrece?

☐ Conversaciones informales.

☐ Servicios de asesoramiento.

☐ Reconocimiento de logros.

☐ Participación en decisiones.

☐ Otros:

2. En una escala del 1 al 4, donde 1 es "muy bajo" y 4 es "muy alto", ¿cómo calificarías el bienestar emocional del personal laboral?

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

CON LA FINANCIACIÓN DE

AS 2024-0032



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE TRABAJO  
Y ECONOMÍA SOCIAL



FUNDACIÓN  
ESTATAL PARA  
LA PREVENCIÓN  
DE RIESGOS  
LABORALES, F.S.P.



ASOCIACIÓN  
ESPAÑOLA DE  
FLORISTAS



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE TRABAJO  
Y ECONOMÍA SOCIAL



FUNDACIÓN  
ESTATAL PARA  
LA PREVENCIÓN  
DE RIESGOS  
LABORALES, F.S.P.



ASOCIACIÓN  
ESPAÑOLA DE  
FLORISTAS

## AS2024-0032: El bienestar corporativo: equilibrio vital, salud mental y rendimiento organizacional en el sector del comercio de flores y plantas

3. ¿Se realizan actividades o charlas para promover la salud mental en la empresa?

☐ Sí.

☐ No.

En caso afirmativo, ¿qué tipo de actividades o charlas se ofrecen?

4. ¿Sientes que la empresa ofrece momentos o espacios para desconectar y cuidar tu salud mental en periodos de alta presión laboral?

☐ Sí, siempre.

☐ Sí, a veces.

☐ No.

#### V. FORMACIÓN, DESARROLLO PROFESIONAL Y OCIO

1. ¿Dispone la empresa de planes de formación o capacitación para el desarrollo profesional y personal del personal laboral?

☐ Sí.

☐ No.

En caso afirmativo, ¿qué tipo de planes se ofrecen?

1. ¿Consideras que la formación que recibe el personal laboral es suficiente para mejorar su rendimiento?

☐ Sí.

☐ No.

CON LA FINANCIACIÓN DE

AS 2024-0032



AS2024-0032: El bienestar corporativo: equilibrio vital, salud mental y rendimiento organizacional en el sector del comercio de flores y plantas

2. ¿Se organizan actividades de ocio o de integración fuera del horario laboral?

☐ Sí.

☐ No.

En caso afirmativo, ¿cuáles de las siguientes actividades se organizan?

☐ Viajes o salidas de empresa.

☐ Actividades deportivas o recreativas.

☐ Reuniones sociales o convivencias.

☐ Otras actividades (especifica):

En caso afirmativo, ¿consideras que las actividades de ocio e integración organizadas en la empresa ayudan a sentirse más motivado y a mejorar la colaboración con los compañeros?

☐ Sí, definitivamente.

☐ Sí, en parte.

☐ No.

VI. PERSPECTIVA DE GÉNERO Y DIVERSIDAD EN LA GESTIÓN LABORAL

1. ¿Existen medidas específicas en la empresa que promuevan la igualdad de género y la diversidad?

☐ Sí.

☐ No.

Si la respuesta es afirmativa, indica cuáles son estas medidas:

CON LA FINANCIACIÓN DE

AS 2024-0032



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE TRABAJO  
Y ECONOMÍA SOCIAL



FUNDACIÓN  
ESTATAL PARA  
LA PREVENCIÓN  
DE RIESGOS  
LABORALES, F.S.P.



ASOCIACIÓN  
ESPAÑOLA DE  
FLORISTAS

AS2024-0032: El bienestar corporativo: equilibrio vital, salud mental y rendimiento organizacional en el sector del comercio de flores y plantas

2. ¿Crees que la empresa fomenta un ambiente de trabajo inclusivo y respetuoso para todas las personas, sin importar su género o cualquier otra característica de diversidad?

☐ Sí.

☐ No.

3. ¿Consideras que todas las personas, independientemente de su género, edad, etnia u otras características de diversidad, tienen las mismas oportunidades para desarrollarse, ascender y asumir mayores responsabilidades en la empresa?

☐ Sí.

☐ No.

4. ¿Alguna vez has observado un trato diferencial hacia algún/a trabajador/a basado en su género u otra dimensión de la diversidad (por ejemplo, en la asignación de tareas)?

☐ Sí.

☐ No.

5. ¿La empresa ofrece formación o iniciativas para sensibilizar y capacitar a los empleados en temas de igualdad de género y diversidad?

☐ Sí.

☐ No.

Si la respuesta es afirmativa, indica cuáles:

#### VII. RENDIMIENTO ORGANIZACIONAL Y SATISFACCIÓN LABORAL

1. En general, ¿cómo calificarías el rendimiento de la empresa?

☐ Excelente.

☐ Bueno.

☐ Regular.

☐ Malo.

CON LA FINANCIACIÓN DE

AS 2024-0032



AS2024-0032: El bienestar corporativo: equilibrio vital, salud mental y rendimiento organizacional en el sector del comercio de flores y plantas

2. ¿Sientes que en la empresa se valora el esfuerzo y el trabajo bien hecho?

☐ Sí, siempre.

☐ A veces.

☐ Rara vez.

☐ Nunca.

3. ¿Crees que en la empresa se comunica bien todo el mundo, desde los jefes hasta los empleados/as?

☐ Sí.

☐ No.

4. ¿El ambiente de trabajo fomenta la participación de todo el personal laboral en la toma de decisiones sobre el bienestar y la seguridad?

☐ Sí, siempre.

☐ A veces.

☐ No.

5. ¿Te sientes orgulloso/a de trabajar en la empresa?

☐ Sí, mucho.

☐ Algo.

☐ No mucho.

☐ Nada.

CON LA FINANCIACIÓN DE

AS 2024-0032



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE TRABAJO  
Y ECONOMÍA SOCIAL



FUNDACIÓN  
ESTATAL PARA  
LA PREVENCIÓN  
DE RIESGOS



ASOCIACIÓN  
ESPAÑOLA DE  
FLORISTAS



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE TRABAJO  
Y ECONOMÍA SOCIAL



FUNDACIÓN  
ESTATAL PARA  
LA PREVENCIÓN  
DE RIESGOS  
LABORALES, F.S.P.



ASOCIACIÓN  
ESPAÑOLA DE  
FLORISTAS



AS2024-0032: El bienestar corporativo: equilibrio vital, salud mental y rendimiento organizacional en el sector del comercio de flores y plantas

### VIII. VALORACIÓN GENERAL Y COMPROMISO

1. En una escala del 1 al 4, donde 1 es "muy bajo" y 4 es "muy alto", ¿cómo valoras el compromiso de la dirección de la empresa con el bienestar laboral?

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

2. Para que la empresa mejore en cuanto a la prevención de riesgos y se adapte mejor a los cambios, marca cuál de las siguientes acciones crees que es la más urgente implementar:

☐ Ampliar la formación en prevención y seguridad. Ayuda a evitar accidentes y a estar al día con los nuevos métodos de trabajo.

☐ Mejorar la comunicación interna y la gestión del cambio. Facilita la adaptación a nuevas formas de organización y favorece un ambiente de trabajo más coordinado.

☐ Implementar medidas para afrontar los cambios demográficos y climáticos. Permite que la empresa se adapte a las nuevas necesidades y condiciones del entorno.

☐ Incorporar o reforzar la perspectiva de género en la seguridad y salud laboral. Garantiza un trato justo e inclusivo, favoreciendo la igualdad en el entorno laboral.

☐ Todas son necesarias.

3. ¿Recomendarías a otras empresas adoptar estas políticas de bienestar?

☐ Sí.

☐ No.

4. ¿Estás dispuesto/a a implementar cambios o mejoras en función de los resultados obtenidos en este cuestionario?

☐ Sí.

☐ No.

CON LA FINANCIACIÓN DE

AS 2024-0032



AS2024-0032: El bienestar corporativo: equilibrio vital, salud mental y rendimiento organizacional en el sector del comercio de flores y plantas

AÑADE LOS COMENTARIOS QUE CREAS QUE PUEDAN AYUDARNOS A OBTENER INFORMACION

MUCHAS GRACIAS POR TU COLABORACIÓN

Recuerda que la información facilitada es anónima y confidencial. La participación en este cuestionario es fundamental para:

- ✓ Mejorar el bienestar corporativo, el equilibrio vital y la salud mental en el sector.
- ✓ Adaptar la organización del trabajo y la gestión preventiva a las nuevas realidades, incluyendo la integración de la perspectiva de género.
- ✓ Optimizar el rendimiento organizacional y la prevención de riesgos laborales, respondiendo a los desafíos demográficos y climáticos.

CON LA FINANCIACIÓN DE

AS 2024-0032





GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE TRABAJO  
Y ECONOMÍA SOCIAL



FUNDACIÓN  
ESTATAL PARA  
LA PREVENCIÓN  
DE RIESGOS  
LABORALES, F.S.P.



ASOCIACIÓN  
ESPAÑOLA DE  
FLORISTAS