



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
DIRECCIÓN GENERAL DE POSTGRADO
MAESTRIA GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

**PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EN LÍNEA BASADO EN CONOCIMIENTOS
BÁSICOS DEL PROCESO DE PICKEO EN EMPRESA LOGÍSTICA DE
COSMÉTICOS, VALENCIA, ESTADO CARABOBO.**

Autora: Ing. Nashley Flores Landaeta.

C.I: V-17.312.633.

Tutor: MSc. José Alexander Castellanos López.

C.I.: V-7.174.872.

San Diego, Junio de 2017

UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
DIRECCIÓN GENERAL DE POSTGRADO
MAESTRIA GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

**PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EN LÍNEA BASADO EN CONOCIMIENTOS
BÁSICOS DEL PROCESO DE PICKEO EN EMPRESA LOGÍSTICA DE
COSMÉTICOS, VALENCIA, ESTADO CARABOBO.**

Trabajo de Grado presentado como uno de los requisitos para optar al título de
Magíster en Gerencia de la Comunicación Organizacional

Autora: Ing. Nashley Flores Landaeta.

C.I: V-17.312.633.

Tutor: MSc. José Alexander Castellanos López.

C.I.: V-7.174.872.

San Diego, Junio de 2017

AGRADECIMIENTOS

A Dios y a la Virgen, por regalarme el don de la vida y permitirme culminar con éxito esta meta.

A mis padres, hermanas y familiares por creer en mí, apoyarme y guiarme por el camino del triunfo.

A la Universidad José Antonio Páez, por facilitarme el conocimiento y las experiencias para convertirme en Magister en Gerencia de la Comunicación Organizacional.

A mis amigos, por ayudarme a realizar este sueño, me alegro de haberlos conocido y cosechado hermosas amistades.

Al tutor Alexander Castellanos, por guiarme y ayudarme al logro de esta meta.

Nashley Flores Landaeta.

DEDICATORIA

A Dios y a la virgen, por acompañarme y escuchar mis oraciones.

A mi mamá Naiza, gracias por estar siempre conmigo y apoyarme en todo momento, por confiar en mí, por ese amor y apoyo incondicional que siempre me brindaste a lo largo de mis estudios, espero recompensarte con este título que también es tuyo.

A mi papá Yogerson, por la comprensión y apoyo brindado, por motivarme a alcanzar mis metas sin dejarme vencer por los obstáculos, por ser mi ejemplo a seguir. Por apoyar mis decisiones, me complace mucho obtener este título que también te pertenece.

Los amo.

A mis hermanas, por estar siempre a mi lado, las quiero, me alegraron la vida en aquellos momentos de angustia y desesperación.

A mis familiares, por compartir mis actividades y celebrar mis éxitos.

Nashley Flores Landaeta.

ÍNDICE DE CONTENIDO

	PAG
RESUMEN	X
INTRODUCCIÓN	11
EL PROBLEMA	14
1.1 Planteamiento del Problema	14
1.2 Objetivos	24
1.2.1 Objetivo General	24
1.2.2 Objetivos específicos	24
1.3 Justificación	24
MARCO TEÓRICO	28
2.1 Antecedentes de la Investigación	28
2.2 Bases teóricas	36
2.2.1 Tecnología Educativa (TE)	36
2.2.2 La educación en la empresa	38
2.2.3 Tecnología de Información y Comunicación (TIC)	40
2.2.3.1 Las TIC en la gestión de recursos humanos	41
2.2.4 E-learning	42
2.2.4.1 Producción de material didáctico escrito en el e-learning	44
2.2.5 E-learning empresarial o e-training	48
2.2.6 La gestión del conocimiento	49
2.2.7 Comunicación Digital	51
2.2.7.1 Herramientas de Comunicación Digital	53
2.2.8 Preparación de Pedidos o Picking	54
2.2.8.1 Fases de la Preparación de Pedidos o Picking	54
2.3 Bases legales	56
2.4 Sistema de Variables	58
MARCO METODOLÓGICO	60
3.1 Tipo de Investigación	60
3.2 Diseño de Investigación	61
3.3 Población y Muestra	62
3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	64

3.5 Validez y Confiabilidad	65
3.6 Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos	66
3.7 Procedimiento Metodológico	66
3.7.1 Fase I: Diagnóstico	66
3.7.2 Fase II: Factibilidad	67
3.7.3 Fase III: Diseño de la Propuesta	67
DIAGNÓSTICO Y FACTIBILIDAD	69
4.1 Fase I: Diagnóstico	
4.1.1 Examinación de la situación actual de las TIC en la empresa logística de cosméticos ubicada en el estado Carabobo, Venezuela	69
4.1.2 Análisis del nivel de conocimiento del personal del área de picking, en relación al proceso de picking	73
4.1.2.1 Análisis del nivel de comprensión de las teorías y leyes	74
4.1.2.2 Análisis del nivel de reconocimiento práctico del proceso	91
4.2 Fase II: Factibilidad	100
EL DISEÑO DE LA PROPUESTA	102
5.1 Desarrollo general del curso	102
5.1.1 Nombre del programa	102
5.1.2 Objetivo general del programa	103
5.1.3 Objetivos específicos	103
5.1.4 Administración de la ejecución del programa de capacitación en línea	103
5.1.5 Perfil de los participantes.	104
5.1.6 Metodología de la capacitación.	104
5.1.7 Organización de las Unidades de Aprendizaje	104
5.1.8 Modo de participación	106
5.1.9 Contenidos de la Plataforma Virtual de entrenamiento Moodle	106
5.2. Desarrollo de unidades de aprendizaje y mensajes instruccionales	107
5.2.1 Matriz Curricular de capacitación de la Primera Unidad de Aprendizaje.	108
5.2.2 Matriz Curricular de capacitación de la Segunda Unidad de Aprendizaje.	109
5.2.3 Matriz Curricular de capacitación de la Tercera Unidad de Aprendizaje	110

ASPECTOS FINALES	111
6.1 Conclusiones	111
6.2 Recomendaciones	114
REFERENCIAS CONSULTADAS	115
ANEXOS	123
Anexo (A) Instrumento de Recolección de Datos	123
Anexo (B) Validación	126

ÍNDICE DE TABLAS

	PAG
Tabla 1 Tipologías de la educación virtual	45
Tabla 2 Servicios de Internet asociados a las TIC	46
Tabla 3 Sistema de Variables 1	58
Tabla 4 Sistema de Variables 2	59
Tabla 5 Situación actual en la Empresa Logística de Cosméticos en relación a las TIC	69
Tabla 6 Porcentaje de personas que conocen la definición de picking	74
Tabla 7 Porcentaje de personas que relacionan inicio del picking con orden de trabajo	75
Tabla 8 Porcentaje de personas que confirman el desarrollo del picking en altura y piso	76
Tabla 9 Porcentaje de personas que conocen lo que se entiende por código de un producto	77
Tabla 10 Porcentaje de personas que conocen el término "lote del producto"	78
Tabla 11 Porcentaje de personas que conocen el término "Hot List"	79
Tabla 12 Porcentaje de personas que conocen nomenclatura de pasillos	80
Tabla 13 Porcentaje de personas que conocen nomenclatura de racks	81
Tabla 14 Porcentaje de personas con conocimiento del Hot List y saldo restante	82
Tabla 15 Porcentaje de personas con conocimiento del Hot List y excedente	83
Tabla 16 Porcentaje de personas que conocen ubicación final del producto	84
Tabla 17 Porcentaje de personas que actúan ante diferencias en el picking	85
Tabla 18 Porcentaje de personas que poseen conocimientos en verificación de picking	86
Tabla 19 Porcentaje de personas que entienden diferencia entre ubicación de picking	87
Tabla 20 Porcentaje de personas que conocen cifras de pickeos efectivos en altura	91
Tabla 21 Porcentaje de personas que conocen cifras de pickeos efectivos en piso	92
Tabla 22 Porcentaje de personas que conocen tiempo promedio de pickeo	93
Tabla 23 Porcentaje de personas que consideran importante estar informados sobre últimas tendencias logísticas	95
Tabla 24 Porcentaje de personas que desean realizar un programa de capacitación sobre proceso de picking	96
Tabla 25 Porcentaje de personas que poseen una máquina conectada a internet	97
Tabla 26 Gastos necesarios para la implementación del programa	100
Tabla 27 Desarrollo de las unidades de aprendizaje y mensajes instruccionales del programa de capacitación	107
Tabla 28 Matriz Curricular Primera Unidad de Aprendizaje	108
Tabla 29 Matriz Curricular Segunda Unidad de Aprendizaje	109
Tabla 30 Matriz Curricular Tercera Unidad de Aprendizaje	110

ÍNDICE DE FIGURAS

	PAG
Figura 1 Gráficas de capacitación	39
Figura 2 Gráfico del porcentaje de personas que conocen la definición de picking	74
Figura 3 Gráfico del Porcentaje de personas que relacionan inicio del picking con orden de trabajo	75
Figura 4 Gráfico del Porcentaje de personas que conocen lo que se entiende por código de un producto	77
Figura 5 Gráfico del porcentaje de personas que conocen el término "lote del producto"	78
Figura 6 Gráfico del porcentaje de personas que conocen el término "Hot List"	79
Figura 7 Gráfico del porcentaje de personas que conocen nomenclatura de pasillos	80
Figura 8 Gráfico del porcentaje de personas que conocen nomenclatura de racks	81
Figura 9 Gráfico del porcentaje de personas con conocimiento del Hot List y saldo restante	82
Figura 10 Gráfico del porcentaje de personas con conocimiento Hot List y excedente	83
Figura 11 Gráfico del porcentaje de personas que conocen ubicación final del producto	84
Figura 12 Gráfico del porcentaje de personas que actúan ante diferencias en el picking	85
Figura 13 Gráfico del porcentaje de personas que poseen conocimientos en verificación	86
Figura 14 Gráfico del porcentaje de personas que entienden diferencias entre ubicaciones	87
Figura 15 Gráfico del porcentaje de personas que conocen cifras de pickeos en altura	91
Figura 16 Gráfico del porcentaje de personas que conocen cifras de pickeos efectivos en piso	93
Figura 17 Gráfico del porcentaje de personas que conocen tiempo promedio de pickeo	94
Figura 18 Gráfico del porcentaje de personas que consideran importante estar informados sobre últimas tendencias logísticas	95
Figura 19 Gráfico del porcentaje de personas que desean realizar un programa de capacitación sobre proceso de picking	96
Figura 20 Gráfico del porcentaje de personas que poseen una máquina conectada a internet	97



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
DIRECCIÓN GENERAL DE POSTGRADO
MAESTRIA GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

**PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EN LÍNEA BASADO EN CONOCIMIENTOS
BÁSICOS DEL PROCESO DE PICKING EN EMPRESA LOGÍSTICA DE
COSMÉTICOS, VALENCIA, ESTADO CARABOBO**

Autora: Ing. Nashley Flores Landaeta.
Tutor: MSc. José Alexander Castellanos.
Fecha: Junio, 2017.

RESUMEN

En la presente investigación el objetivo principal fue diseñar el contenido de un programa de capacitación en línea, basado en conocimientos básicos del proceso de picking, para ser utilizado en una empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela; a través de herramientas de la comunicación digital. El programa de capacitación en línea diseñado incorporó herramientas de la comunicación digital y materiales didácticos que involucraron las tecnologías de información y comunicación (TIC), con el objetivo de mejorar la enseñanza presencial tradicional, que ha sido durante siglos el patrón seguido por la humanidad. Se procedió a diagnosticar la situación actual en la empresa en relación a las TIC presentes. Adicionalmente, se diagnosticó el nivel de conocimiento del personal del área de picking en relación al proceso de picking, mediante un cuestionario. Se determinó la factibilidad económica del diseño de la propuesta, y finalmente se diseñó el contenido del programa de capacitación en línea. El tipo de investigación fue descriptiva, la pesquisa se realizó bajo el diseño de una investigación de campo, la población en estudio para la aplicación del cuestionario se definió como finita, el estudio cubrió a la población total, siendo el tamaño de la muestra igual al de la población, la cual está representada por diecisiete (17) personas. En la presente investigación se concluye que invertir en la implementación de un programa de capacitación en línea es factible para la empresa; por otra parte, el programa diseñado permitirá a los empleados perfeccionar los conocimientos y habilidades ya adquiridas y alcanzar nuevas destrezas relacionadas al proceso de picking a través de las nuevas tecnologías.

Descriptor: capacitación en línea, e-training, gestión del conocimiento, TIC, picking, comunicación digital, productividad.

Línea de Investigación: Procesos Tecnológicos de Información y Comunicación.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día las organizaciones deben adoptar nuevas maneras de educar e incentivar a sus empleados, los cuales representan la clave para el logro de los objetivos de la organización. Debido a la gran importancia de la capacitación del personal, las organizaciones deben enfocarse en la creación y desarrollo de programas, planes o estrategias que otorguen al capital humano las herramientas de crecer y desarrollarse como calificado y productivo.

En la actualidad, la tecnología y las invenciones en el campo del aprendizaje y la capacitación están contribuyendo significativamente a desarrollar e implementar métodos alternativos que están llevando a la educación de este siglo a una evolución fascinante, sobre todo en la manera de impartirse; en este sentido se emplean términos como aulas virtuales, videoconferencias, e-learning, e-training, entre otros medios. Desde esta perspectiva, es preciso que las organizaciones ofrezcan capacitación a través de las herramientas de la comunicación digital, las cuales permitan a sus empleados comprender procesos y sistemas desde un ámbito digital, fortaleciendo así la gestión del conocimiento organizacional.

Considerando la situación antes planteada, esta propuesta de investigación está centrada en el diseño del contenido de un programa de capacitación en línea, basado en conocimientos básicos del proceso de picking, para ser utilizado en una empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela; a través de herramientas de la comunicación digital. Para lo cual se estableció un esquema, que comprendió las siguientes etapas: diagnóstico de la situación actual en la empresa logística en estudio en relación a las TIC, diagnóstico del nivel de conocimiento del personal del área de picking, determinación de la factibilidad económica del proyecto y finalmente el desarrollo del contenido del programa de capacitación en línea.

La importancia del diseño de este contenido programático se enfocó en la necesidad de incorporar las herramientas de la comunicación digital en los procesos de capacitación del personal, con el objetivo de fortalecer las

competencias asociadas a la comunicación digital en los empleados y de optimizar las cadenas de abastecimiento, mejorando los índices de productividad.

Finalmente, este estudio contribuyó a identificar la situación actual de la empresa en relación a las TIC, permitiendo incorporar en el diseño del programa de capacitación en línea las nuevas tecnologías ausentes en la organización; por otra parte, el contenido del programa desarrollado expone la información necesaria por los empleados para ejecutar correctamente el proceso de picking, a través de la comunicación digital; desde la perspectiva práctica, esta investigación aporta un contenido programático de capacitación en línea, el cual puede ser implementado por futuros investigadores.

Asimismo, el trabajo está estructurado de la siguiente forma:

Capítulo I: El problema y sus generalidades, en este se presenta el problema objeto de estudio que deriva en algunas preguntas de investigación que lo delimitan, se establecen los objetivos (generales y específicos) y la justificación del mismo.

Capítulo II: Marco Teórico, en el que se plasman las consultas bibliográficas y electrónicas relacionadas a antecedentes de la investigación, bases teóricas y bases legales, las cuales servirán de sustento para el entendimiento del tema objeto de estudio.

Capítulo III: Marco Metodológico, hace referencia al tipo y nivel de la investigación, las técnicas de recolección de los datos, población y muestra, validez y confiabilidad, así como el procedimiento metodológico que ejemplifica el esquema y las técnicas utilizadas que sirvieron de guía para la consecución de los objetivos deseados.

Capítulo IV: Diagnóstico y Factibilidad, se muestra de manera específica los diagnósticos realizados, los cuales se estudian detalladamente mediante tablas, gráficas porcentuales, resúmenes y descripciones. Asimismo, se expone la determinación de la factibilidad económica de la propuesta.

Capítulo V: La Propuesta, se expone el diseño del contenido del programa de capacitación en línea, modelo operativo viable para solucionar las necesidades de la organización. Adicionalmente, se plasman los Aspectos Finales los cuales presentan las Conclusiones y Recomendaciones, con los desenlaces a los cuales se ha llegado luego de haber realizado la investigación y se brindan ciertas recomendaciones para asumir el reto de la transformación digital en la sociedad.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

En este primer capítulo se expondrá todo lo relacionado al planteamiento del problema, el objetivo general, los objetivos específicos y la justificación de la investigación.

1.1 Planteamiento del Problema

Hoy en día ante la realidad de la nación, las alianzas bilaterales y/o multilaterales, los avances tecnológicos, y un entorno en constante cambio, el ser humano se ve sometido a planteamientos radicales en las estructuras formales de educación y formación, las cuales deben ser capaces de impulsar su progreso y desarrollo social.

Un individuo que reconoce su rol en la humanidad, que valora el organismo en el que se desempeña profesionalmente y a su familia, que respeta su cuerpo, además de percibir la riqueza cultural en la que se desenvuelve, es un ser en crecimiento.

Goethe (2008), en su escrito sobre Wilhem Meister, Misión teatral, Años de aprendizaje y Años de andanzas, utilizó la metáfora de un viajero para aclarar la diferencia entre educación y formación y establece “educación es el proceso por medio del cual las cosas, las personas y las instituciones afectan a un ser humano; la formación consiste en entender ese proceso” (p.255), el autor lo define como un viaje hacia el interior del individuo.

La importancia de la formación humana, consiste en que la misma permite propiciar en las personas un desarrollo completo y armónico en aquellas dimensiones que los lleven a prosperar a nivel humano, intelectual, social y profesional.

En este mismo orden y dirección, las innovaciones y la tecnología en el área de la formación y la educación, están favoreciendo marcadamente a desarrollar

procesos alternos, con el propósito que los individuos alcancen nuevas destrezas y perfeccionen las ya adquiridas.

Lo planteado, evidencia que en la actualidad la mayoría de las empresas han puesto un énfasis especial en el recurso humano, todas las organizaciones deben afrontar la formación y capacitación del mismo, el cual representa el capital con mayor dinamismo que requieren para llevar a cabo sus operaciones.

El adiestramiento continuo del personal permite a las organizaciones incrementar la eficiencia de los trabajadores, elevar su calidad de vida y la productividad en sus áreas de trabajo.

Los procesos de instrucción o capacitación (adquisición de conocimientos técnicos, teóricos y prácticos que van a contribuir al desarrollo del individuo en el desempeño de una actividad) en las organizaciones son desarrollados tras un análisis de recursos humanos, el cual busca verificar si el capital humano es suficiente cuantitativa y cualitativamente para las actividades presentes y futuras de la organización.

Pretendiendo comprender hasta qué punto los trabajadores poseen destrezas, conocimientos y actitudes deseadas por la empresa; si el personal que ocupa buenas posiciones está apto para avanzar mediante la capacitación, o si es necesaria la adquisición de nuevo personal.

Sin embargo, para una capacitación efectiva se debe entender los procesos y actividades claves asociadas a cada puesto laboral en una empresa, con el objetivo de determinar adecuadamente los contenidos del adiestramiento en cuanto a cantidad y calidad de la información, los temas a considerar, la elección de los métodos de capacitación a utilizar según la tecnología, recursos disponibles, entre otros.

González (2015), establece que las organizaciones actuales “viven inmersas en un proceso comunicativo que influye en sus resultados, dentro de un mundo en el que la información es digital y global”(p. 08). De la cita anterior se puede afirmar

que tanto las personas como las organizaciones necesitan de la comunicación para lograr metas.

Asimismo, en la medida que el personal de una empresa se encuentre capacitado en sus funciones, más sencillo será la obtención de las metas organizacionales; sin embargo, a esta realidad se une el fenómeno de la digitalización y la tecnología.

Las comunicaciones actuales están modificando las relaciones de la empresa con sus empleados, permitiendo que la información sea transmitida desde un ámbito digital, y es por ello que todas aquellas herramientas (análisis desde internet y redes sociales, aplicaciones, plataformas de gestión de procesos, plataformas de capacitación en línea, entre otras) que una empresa aplica en internet son clasificadas como comunicación digital.

Por otra parte, la comunicación digital hace uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) para el desarrollo de sus herramientas. En conclusión, la comunicación y la capacitación se interrelacionan en su esencia y en sus finalidades; ya que, la transmisión de la información es esencial para la adquisición de conocimientos. Ambas se necesitan porque en el fondo comparten objetivos comunes.

Por otra parte, son muchas las empresas que están descentralizando las actividades que no están relacionadas con las operaciones directas a la compañía y no son consideradas como claves, delegando a firmas especializadas el arte de promocionar, movilizar o distribuir adecuadamente su mercancía.

Entre las actividades que descentralizan las empresa se pueden mencionar las relacionadas a la mercadotecnia, al manejo de los sistemas financieros o contables e incluso ambos, procesos de almacenaje y despacho, entre otros.

Esta actividad relacionada a la cadena de abastecimiento, en la cual uno o más procesos de una determinada firma son tercerizados a un operador logístico que dispone del equipo, el personal y los instrumentos requeridos para brindar un

servicio oportuno y adecuado a sus clientes, se conoce por el término anglosajón *Third Party Logistics* (3PL) y se refiere a la Tercera Parte Logística.

Las últimas tendencias apuntan hacia La Cuarta Parte Logística reconocida por su denominación anglosajona como *Fourth Party Logistics* (4PL), los cuales no solo se distinguen por ser proveedores de las cadenas de abastecimientos de servicios; sino que adicionalmente, buscan las mejores soluciones logísticas para sus clientes, llenando el vacío de servicio dejado por los 3PL.

Los 4PL proporcionan una perspectiva diferente, conocimiento, experiencia, tecnología y rediseño de la compañía hacia procesos mejorados; por lo que se basan en medidas de desempeño, no solo en reducción de costos.

En conclusión, los 4PL proponen una externalización de la administración estratégica (entienden la clave del éxito con los procesos, la gente y la tecnología), de la cadena de suministros, a diferencia de los 3PL que manejan una externalización únicamente operacional.

La gestión de la cadena de suministros en las empresas logísticas 4PL no se escapa al impacto revolucionario de la comunicación digital y de las TIC, las cuales aplicadas de manera correcta, aportan valor en la optimización de los procesos y en la gestión global de la cadena, mejorando la productividad y competitividad de las organizaciones, al mismo tiempo que las vuelve más sostenibles.

Uno de los principales aportes de las herramientas de comunicación digital al sector logístico consiste en permitir la alineación del flujo físico de mercancías con el flujo de la información, proceso crítico de la operación logística.

La empresa logística de cosméticos en estudio, ubicada en el Estado Carabobo, es una de las organizaciones que consciente de los beneficios de la comunicación digital y las TIC, ha adoptado tecnologías que optimizan los procesos internos de su organización, alinea sus técnicas dentro de las filosofías

de la colaboración y sincroniza los procedimientos entre clientes, proveedores e intermediarios.

Entre las herramientas de comunicación digital empleadas en la referida empresa, se pueden mencionar los *Recursos de Planificación Empresariales* (RPE); específicamente el *System Applications and Products* (SAP) reconocido de esta manera debido a su denominación anglosajona.

El SAP es un programa que combina los procesos técnicos y las actividades de negociación de una empresa en una solución informática sencilla, integral, sólida y confiable; el cual proporciona una gestión integral de la organización logística, permitiendo la transferencia inmediata de la información entre los diversos departamentos, tales como recepción, despacho, inventario, calidad, entre otros.

Annan (2003), refiere que “las tecnologías de la información y la comunicación no son ninguna panacea ni fórmula mágica, pero pueden mejorar la vida de todos los habitantes del planeta” (p.01).

En este sentido, y en atención al amplio desarrollo tecnológico en esta era que denominamos global, el autor señala que “se disponen de herramientas para llegar a los objetivos de desarrollo del milenio, de instrumentos que harán avanzar la causa de la libertad y la democracia, y de los medios necesarios para propagar los conocimientos y facilitar la comprensión mutua”. (p.01).

De la cita anterior expresada por el Ex-Secretario general de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en su discurso inaugural de la primera fase de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI) en Ginebra , se concluye que las TIC son herramientas que permiten un manejo automático de la información en actividades personales, profesionales, sociales, entre otras.

Adicionalmente, un individuo no solo dispone a partir de las TIC, de una masa de información para edificar su conocimiento, sino que, este conocimiento puede ser construido colectivamente, asociándose a otros sujetos o grupos.

Por su parte, continuando con el mismo orden de ideas, en relación a las TIC en la gestión logística; Wu, Yeniyurt, Kim y Cavusgil (2006), establecen que “cuanto mayor es el grado de avance y la adecuación de la tecnología a las necesidades del cliente, mayor es la eficiencia percibida en las actividades de distribución” (p.493).

Dadas las consideraciones anteriores, en las cuales diferentes autores confirman los beneficios de poner en práctica las herramientas de la comunicación digital y las TIC en las organizaciones y considerando el interés demostrado por la empresa logística de cosméticos, en las mismas; promover la capacitación de su personal mediante herramientas de la comunicación digital, aprovechando los beneficios que las misma ofrecen, podría solucionar necesidades específicas de la organización.

De acuerdo con los razonamientos que se han venido realizando, para la realidad de la empresa en estudio, la elaboración de pedidos es una de las actividades más críticas dentro de la cadena logística, debido a su sensibilidad y a la repercusión en el inventario.

Este proceso debe ser desarrollado por personal capacitado, con el objetivo de evitar las diferencias en el almacén y disminuir los pedidos con errores y/o incompletos, ya que, esto repercute negativamente en la relación cliente-operador logístico.

Consecuentemente, el término derivativo del idioma inglés *Picking* es uno de los procesos más importante en el interior del almacén, el mismo se define como la selección y recogida de la mercancía, desde su lugar de almacenamiento, y su transporte posterior a zonas de consolidación (área en la cual se coloca toda la mercancía para su contabilización).

En la empresa objeto de la investigación, el proceso de picking, se realiza a partir de una lista impresa en papel de ubicaciones, asociadas a sus respectivos artículos, la cual indica las cantidades específicas que deben ser retiradas de la ubicación, en función de la facturación del día anterior.

Esta información es entregada a los almacenistas del área de picqueo, los cuales deben ir recogiendo las cantidades que especifica la lista, para luego trasladar a la zona de consolidación y posteriormente a la línea de armado, para desde allí conformar uno o varios pedidos.

Durante este proceso, para que el almacenista ejecute una buena labor, debe manejar y entender con claridad ciertas pautas y conceptos asociados a diferentes etapas de la actividad.

Conocimiento de la Lista de Picqueo (termino referido a la acción de picking propio de la organización), conocimiento del almacén (pasillos, racks, ubicaciones, niveles), identificación veraz del producto (cosmético, no cosmético, ausencia-presencia de lote), precisión al momento de retirar las unidades de la ubicación, llenado eficaz de la hoja de picqueo, y traslado físico del producto desde la ubicación a la línea de armado, son algunas de las pautas a entender con claridad.

En los últimos meses se ha evidenciado a través de conteos cíclicos realizados por inventario en la empresa logística de cosméticos en estudio, que las ubicaciones de producto en el almacén están presentando diferencias, es decir, en algunas ocasiones no coincide la cantidad física con la cantidad lógica reportada según sistema.

Ante estas diferencias se realiza un conteo del código en todas las ubicaciones del site y se ha detectado que el producto que falta físicamente en una ubicación del almacén sobra físicamente en la línea de armado y viceversa.

Este producto solo es transportado de un área a otra por el personal de picqueo, lo que quiere decir que al no coincidir la cantidad lógica con la cantidad física, el proceso de picking no se está ejecutando adecuadamente.

En la actualidad, se tiende hacia la automatización total de este proceso mediante sistemas mecánicos que permiten que sean los productos los que se desplacen desde su ubicación en el almacén, hasta la zona donde trabaje el preparador de pedidos.

Sin embargo, dada la disparidad de productos que se encuentran en la empresa en estudio, la automatización de esta tarea es muy costosa y difícil técnicamente; en función de las condiciones que anteceden, la compañía no está en capacidad de automatizar el proceso.

Significa entonces, que se debe plantear otra alternativa que permita a la empresa logística controlar la actividad de preparación de pedidos, la cual juega un papel importante en la correcta gestión de inventarios, la ejecución de procesos, así como para cumplir con los pedidos exigidos por el cliente, y alcanzar un nivel de confianza efectivo entre cliente - operador.

Permitiendo así, que el empleado del área de pickeo no solo sea visto como un generador de información, sino como un individuo capaz de gestionar decisiones con esta información y alcanzar una mayor injerencia en los procesos internos de la empresa solicitados por el cliente.

Una de las alternativas planteadas para lograr las metas establecidas en el párrafo anterior y asegurar que el personal de picking elabore adecuadamente el proceso, se relaciona con la gestión del conocimiento, según Acosta (2013) esta gestión considera “el conocimiento como un importante activo para el éxito empresarial” (p.27).

Por otra parte, Ossa (2015) establece que “La gestión del conocimiento es un concepto que entregará a los miembros de una empresa la información que necesitan para hacer su trabajo mejor; lo cual repercutirá en la productividad” (p.01).

De los conceptos anteriores se puede concluir que mediante el diseño de métodos y protocolos para la transmisión del conocimiento se impulsa en los empleados de una organización el desarrollo de las competencias necesarias para aumentar el rendimiento.

El desarrollo de poderosas herramientas que facilitan la administración del conocimiento en las organizaciones está siendo posible gracias a la intervención de la tecnología, facilitando la gestión sistemática de la información.

Al desarrollarse herramientas de conocimiento y motivación dirigidas al personal, se les estará proporcionando métodos y procedimientos que facilitarán y mejorarán su faena; así como, plataformas de aprendizaje que favorecerán el acceso a la información, y con ello, contribuirá a una mayor eficiencia de los trabajadores y consecuentemente de la empresa logística de cosméticos.

Por otra parte, se debe entender que esta empresa logística de cosméticos, debe seguir evolucionando para ajustarse a los requerimientos de los mercados globales, es por ello que, la capacitación de su personal es el medio que le permitirá dotar a sus trabajadores de conocimientos, desarrollar sus aptitudes y adecuar sus actitudes, con el objetivo de estar en capacidad de competir con otros operadores logísticos y continuar posesionándose como una de las preferidas entre los clientes.

Desde esta perspectiva, podría ser necesario diseñar el contenido de un programa de capacitación en línea, basado en conocimientos básicos del proceso de picking, para ser utilizado en la empresa logística a través de herramientas de la comunicación digital.

Desde esta perspectiva se incorporarían al diseño del contenido del programa novedosos materiales didácticos para mejorar la enseñanza presencial tradicional, que ha sido durante siglos el patrón de enseñanza seguido por la humanidad.

Con la finalidad de contar con una fuerza de trabajo laboral que se encuentre capacitada para detectar y corregir fallas, así como entrenada para garantizar una correcta y efectiva estrategia de picking, que contribuya a incrementar los índices de productividad, impulsando la comunicación corporativa, gestión de proyectos y estrategias operativas.

En virtud de lo expresado en párrafos anteriores y plantear el problema a estudiar en esta investigación, se formulan las siguientes interrogantes:

¿De qué manera pueden contribuir las herramientas de la comunicación digital con el desarrollo del contenido de un programa de capacitación en línea, basado en conocimientos básicos del proceso de picking, en la empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela?

¿Cuál es el proceso de comunicación digital actual en la empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela?

¿De qué manera analizar el nivel de conocimiento del personal del área de pickeo, en relación al proceso de picking, permitirá a la empresa determinar la información que deben transmitir a los empleados para la correcta ejecución del proceso de preparación de pedidos?

¿Cuál es la aplicabilidad de ejecución del diseño del contenido de un programa de capacitación en línea, para ser utilizado a través de herramientas de la comunicación digital, basado en conocimientos básicos del proceso de picking en la empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela?

¿Cuál debe ser el contenido y la herramienta de la comunicación digital que emplee un programa de capacitación en línea, para capacitar a los empleados en relación al proceso de preparación de pedidos (picking) de la empresa?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Diseñar el contenido de un programa de capacitación en línea, basado en conocimientos básicos del proceso de picking, para ser utilizado en una empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela; a través de herramientas de la comunicación digital.

1.2.2 Objetivos específicos

- Examinar la situación actual de las TIC, en la empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela.
- Analizar el nivel de conocimiento del personal del área de pickeo, en relación al proceso de picking.
- Determinar la factibilidad económica, para el diseño del contenido de un programa de capacitación en línea, basado en conocimientos básicos del proceso de picking, a través de herramientas de la comunicación digital.
- Desarrollar el contenido de un programa de capacitación en línea, basado en conocimientos básicos del proceso de pickeo, para ser utilizado en una empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela; a través de herramientas de la comunicación digital.

1.3 Justificación

Hoy en día, la sociedad demanda que las organizaciones presenten una serie de potencialidades, las cuales les permitan mantenerse en el mercado y garantizar su supervivencia, una de estas implica el uso de la tecnología, en mayor o menor medida.

En este sentido, el empleo de la comunicación digital y las TIC en la capacitación y formación de personal ha supuesto un gran avance en la gestión, el control y la consecución de los objetivos en las organizaciones; en esta nueva era económica y social el conocimiento constituye el principal activo de las empresas,

haciéndose imperante los procesos de incorporación de saberes al personal que conforman las organizaciones.

La inclusión de herramientas de comunicación digital y las TIC en el proceso de enseñanza y aprendizaje en las empresas logísticas se considera importante dado que permite que los conocimientos y destrezas (los cuales deben estar alineados con el flujo de los procesos y técnicas competitivas de la organización) del personal sean adquiridos bajo un contexto educativo flexible e interactivo que motiva el autoaprendizaje y, que impulsa a mejorar los índices de producción.

Por ello, se considera que las herramientas de comunicación digital y las TIC aplicadas a la capacitación del personal pueden contribuir a alcanzar nuevos desafíos para las organizaciones logísticas, entre los cuales destaca, la capacidad de preparar pedidos u órdenes exactas y en consecuencia alcanzar altos márgenes de rendimiento.

En el caso de la empresa logística de cosméticos, la presente investigación permitirá examinar la situación actual en relación a las TIC presentes en la organización, analizar los conocimientos del personal del área de pickeo en relación al proceso de picking; seguido de la evaluación de la factibilidad económica, para finalmente diseñar el contenido de un programa de capacitación en línea, para ser utilizado a través de herramientas de la comunicación digital.

El cual contribuya a desarrollar las competencias de la comunicación digital en los empleados y que fomente una correcta y efectiva estrategia de pickeo, permitiendo incrementar los índices de productividad.

Por lo tanto, la significación de esta investigación, parte de la serie de cambios propulsados por el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación en la logística y en la cadena de abastecimiento, los cuales permiten a las empresas alcanzar nuevos conocimientos para desenvolverse en la realidad actual aprovechando la gestión del conocimiento.

Mediante la cual las organizaciones diseñan métodos y protocolos para la transmisión del conocimiento que impulsa a los empleados a desarrollar competencias que contribuyen a incrementar el rendimiento.

El ámbito de la gerencia de la comunicación organizacional que abarca este estudio, se asocia a la línea de Investigación de Procesos Tecnológicos de Información y Comunicación, esta investigación contribuye al desarrollo y fortalecimiento de la línea de investigación en el campo de la logística.

Ya que, se enfoca en la relevancia de la comunicación digital y las TIC en los procesos de formación y capacitación del personal obrero, analista y supervisorio que labora en una empresa; con el objetivo de optimizar una cadena de abastecimiento, gestión que contribuye a mejorar los índices de productividad.

Considerando que el desempeño de los individuos es clave para mejorar los índices de productividad de cualquier empresa, es importante destacar que el hombre no debe ser visto como un recurso sino como un generador de recursos.

El mismo a través del pensamiento crítico (opiniones sustentadas en hechos), y el empleo de la comunicación estratégica (desarrollo de la tolerancia, respeto, relaciones ganar-ganar, entre otros), aunado al desarrollo de otras destrezas y la adquisición de conocimientos inherentes a los procesos de una organización, se encuentra en capacidad de sortear cualquier dificultad y salir airoso ante las adversidades.

Una de las metas de diseñar el contenido de un programa de capacitación en línea consiste en brindar a los hombres la oportunidad de adquirir esos conocimientos y destrezas contribuyendo con su formación humana.

En conclusión, la investigación muestra su relevancia desde diversas áreas: teórica; ya que, contribuye a describir diferentes agentes y situaciones que definen variables fundamentales asociadas a la utilización de la comunicación digital y las TIC en una empresa logística de cosméticos.

Metodológica, porque aporta un instrumento para diagnosticar las situación actual de las TIC en la referida empresa y los conocimientos del personal en relación al proceso de picking, y finalmente desde la perspectiva práctica, esta investigación aporta el diseño del contenido de un programa de capacitación en línea para ser aplicado por futuros investigadores.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

En este capítulo se describen algunos trabajos relacionados con la investigación, se presenta la documentación consultada (bibliográfica y electrónica), las bases teóricas exponen aspectos relacionados a la Tecnología Educativa, la educación en la empresa, Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), las TIC en la gestión de recursos humanos, e-learning, e-training, gestión del conocimiento, comunicación digital y preparación de pedidos o picking, finalmente en esta sección se presentan las bases legales.

Los antecedentes en este estudio se refieren a todas aquellas fuentes documentales relacionadas con la investigación que se desarrolla; asimismo, abarca los trabajos precursores llevados a cabo por otros investigadores sobre el problema planteado, de allí la necesidad de obtener información general, técnica y actual que estén relacionados con el mismo. Entre estos antecedentes, necesarios para fundamentar la investigación realizada, destacan los que a continuación se mencionan:

2.1 Antecedentes de la Investigación

Alva (2014), realizó un trabajo de grado titulado “Las Tecnologías de Información y Comunicación como instrumentos eficaces en la capacitación del personal: El caso de la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE)”, el cual fue presentado en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, para optar al grado académico de Magíster en Administración con Mención en Dirección de Recursos Humanos.

El propósito de la investigación está dirigido a estudiar la incorporación de las nuevas Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones en los procesos de capacitación del personal; el objetivo principal consistió en demostrar de qué manera las Tecnologías de Información y Comunicación influyen como instrumentos eficaces en la capacitación del personal, para el caso de la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE).

El diseño de esta investigación, se cataloga como no experimental; asimismo, la investigación se considera de Corte Transversal y muestra un contraste de hipótesis descriptivo correlacional. El instrumento de recolección de datos consistió en un cuestionario debidamente validado. Por otra parte, el procesamiento y lectura de los datos se realizaron utilizando el Software SPSS Versión 20.

Entre las conclusiones, el autor certifica que las Tecnologías de Información y Comunicación influyen como instrumentos eficaces en la capacitación del personal, para el caso de la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE), con una alta influencia. Lo cual se explica, porque los trabajadores de la ONPE, emplean las TIC como medio de especialización y como desarrollo profesional, a través de las cuales se informan y acceden a diversas fuentes para mejorar sus prácticas y facilitar el intercambio de experiencias que contribuyen a mejorar los procesos en la Oficina Nacional de Procesos Electorales.

Si bien la investigación de Alva (2014), certifica que las TIC son instrumentos eficaces en los procesos de capacitación e influyen en el desarrollo profesional; la presente investigación plantea el diseño del contenido de un programa de capacitación en línea, a través de herramientas de la comunicación digital; que no solo instruya al personal acerca del proceso de picking en la empresa, sino que por otra parte permita desarrollar competencias relacionadas a la comunicación digital en los individuos.

Zuñiga (2014), realizó un proyecto de investigación presentado ante el Instituto de Postgrado y Educación Continua de la Epoch, como requisito parcial para la obtención del grado de Magister en Informática Educativa en la Maestría de Tecnología Informática Aplicada a la Educación, el proyecto titulado “Diseño de un ambiente virtual de e-training sobre Seguridad Industrial Eléctrica al personal de la Empresa Orgatec Riobamba 2014”, fue presentado en la Escuela Superior Politécnica De Chimborazo, Riobamba, Ecuador.

La propuesta establece como principal objetivo de investigación diseñar un ambiente virtual de e-training sobre seguridad industrial eléctrica al personal de la empresa Orgatec Riobamba. Este estudio se centra en el e-training, el cual se entiende como el entrenamiento virtual adquirido por profesionales que desean reforzar los conocimientos de un área y especializarse, o bien que aspiran la adquisición de nuevos aprendizajes en el ámbito laboral.

En este estudio se propone un diseño metodológico para e-training llamado Identificación- Maquetación – Estructuración – Liberación (IMEL) desarrollado por el autor, basado en la metodología Análisis- Diseño – Desarrollo – Implementación – Evaluación (ADDIE) y la metodología de KHAN (esta considera ocho dimensiones o perspectivas que abarcan todo el proceso de e-learning).

Finalmente, el autor utilizó la metodología IMEL en un entorno virtual de aprendizaje para crear el curso virtual de seguridad industrial eléctrica en el sitio web de la empresa.

Si bien la investigación en curso tiene un alcance limitado que solo abarca el diseño de un plan de capacitación en línea, ambos programas están orientados a la capacitación del personal de las empresas y a fomentar en los mismos a través de herramientas de la comunicación digital y el uso de las TIC competencias teóricas-prácticas necesarias para la ejecución adecuada de procesos dentro de la organización que contribuyan a maximizar los beneficios, considerando métodos didácticos y siguiendo etapas bien definidas que dan como resultado programas de capacitación virtuales sólidos y productivos que sirven de móvil para el aprendizaje.

Maldonado (2013), presentó un trabajo de tesis para la obtención del título de Magister en Gerencia Pública que llevo por título “Creación de un plan de Capacitación en Tecnologías de la Información y Comunicación para la parroquia de Mindo, Cantón San Miguel de los Bancos, durante el periodo 2010-2012”, propuesta presentada en la Universidad Central de Ecuador, Quito, Facultad de Ciencias Jurisprudencia, Ciencias Políticas y Sociales.

Esta investigación propone implementar y capacitar en las Tecnologías de la Información y Comunicación, mediante un proyecto de alfabetización digital, enfocado a los sectores más vulnerables de la sociedad ecuatoriana.

El objetivo general de la investigación consiste en determinar la viabilidad social para la creación de un plan de capacitación en la parroquia de Mindo, en un centro de cómputo determinado, la investigación emplea un tipo de estudio exploratorio, descriptivo y un método de investigación inductivo observacional, siendo el instrumento de recolección de datos un cuestionario debidamente validado.

Este proyecto busca sentar las bases para la creación de un proyecto que ofrezca Internet, correo electrónico, videoconferencias y telefonía a un sector de la comunidad, en un centro de computo determinado (Infocentro) donde también se busca impartir clases y seminarios con la utilización de herramientas como infocus o proyector.

Permitiendo romper la brecha digital existente y excluyente en un sector determinado y contribuyendo al desarrollo de la sociedad, para que a través de las tecnologías las parroquias más vulnerables se beneficien en todo sentido.

Finalmente, este estudio certifica que el proyecto de creación de un infocentro (local que ponga al servicio de la población las TIC) en la parroquia de Mindo es viable, y sobre todo sería de bastante provecho para la comunidad; ya que, ahí se podría implementar un programa de alfabetización digital.

El autor eligió la Parroquia de Mindo, por la afluencia turística; sin embargo, concluye que el proyecto se puede aplicar a diferentes parroquias que necesiten más acercamiento a las TIC, como por ejemplo en el Cantón Los Bancos, e incluso a nivel nacional. El estudio realizado por Maldonado (2013), al igual que la investigación en curso, plantea el aprovechamiento de los beneficios tecnológicos actuales para capacitar a los individuos.

Por otra parte, Vinicio (2013), presentó una investigación que lleva por título “Diseño de un plan de entrenamiento bajo la metodología E-Learning que contribuya al mejoramiento de la productividad. Caso: Produbanco”, la cual fue presentada en la Escuela Politécnica Nacional, para la obtención del grado de Magister en Gerencia Empresarial, Mención Gestión de Proyectos, en Quito, Ecuador.

El principal objetivo de este estudio fue contribuir con la creación de un plan de entrenamiento virtual que incrementará la productividad de los empleados de la unidad de banca de personas de PRODUBANCO, específicamente los Ejecutivos de Venta. Este estudio siguió un plan metodológico bien definido entre los cuales se detalla: la detección de las necesidades de entrenamiento, la elaboración del plan de entrenamiento, la ejecución del plan de entrenamiento y la evaluación del mismo.

El uso y la aplicación de la plataforma de entrenamiento virtual MOODLE, fue la que permitió la descentralización de los procesos relacionados con la ejecución de los cursos de capacitación de la organización, este antecedente es de interés porque señala la importancia de colocar los cursos de capacitación de forma ininterrumpida al personal en la internet.

Además, mediante esta investigación se establece como la implantación de un plan de entrenamiento contribuye a maximizar la productividad de los empleados; además, se ratifica que en los programas de capacitación en línea la presencia física de los mismos ya no representa un condicionante para acceder a la base de conocimientos organizacionales.

Zapata, (2011) realizó un trabajo de investigación presentado como requisito parcial para optar al título de Magíster en Ingeniería titulado “Metodología para la implementación de tecnologías de la información y las comunicaciones TIC’s para soportar una estrategia de cadena de suministro esbelta”. Una propuesta presentada a la Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Minas, Escuela Ingeniería de la Organización.

El propósito de este trabajo de investigación fue diseñar una metodología que contribuyera a caracterizar y evaluar exitosamente las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC).

Permitiendo mejorar el desempeño de las operaciones logísticas y realizar procesos basados en la filosofía de la logística esbelta (filosofía que permite llevar todos los componentes de la cadena de suministros a un ideal de perfección, bajo el cual los procesos siempre deben ser mejores en términos de efectividad y tiempo) para la Corporación de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo de la Industria Naval, Marítima y Fluvial (COTECMAR), basándose en las Tecnologías de Información más apropiadas para su actividad industrial.

Esta metodología busca entregar los lineamientos de evaluación de las TIC, para la gestión de la cadena de suministros de la empresa COTECMAR. En esta investigación se realiza una revisión de las TIC asociadas a la logística, se caracteriza las TIC utilizadas y requeridas por COTECMAR, y adicionalmente se desarrolla una herramienta para la evaluación y análisis de TIC, además de una metodología que permite la implementación de este proceso de selección en la corporación.

Finalmente Zapata (2011), establece que la mala selección de las TIC en una empresa puede conducir a varios problemas, dentro de los que se destaca, el despilfarro del dinero invertido; ya que, una herramienta mal seleccionada puede no solucionar la necesidad para la cual es adquirida.

De forma similar, esta mala selección puede llevar a un alto número de desperdicios operativos como resultado de la falta de precisión en la adquisición, tales como: demoras en las actividades, pérdidas de información, reproceso, información incorrecta, entre otros.

Este estudio establece como la elección errónea de una TIC puede llevar a retrabajos, demoras en los procesos e informaciones incorrectas; basado en lo anteriormente expuesto se determinó la importancia de desplegar un exhaustivo procedimiento en la organización en estudio, el cual evaluará si el desarrollo de un

programa de capacitación en línea basado en TIC representa la herramienta adecuada para contribuir a desplegar el potencial de mejora de la organización.

Si bien el autor llevó a cabo una revisión de las TIC asociadas a la logística presentes en la empresa y luego evaluó las requeridas por COTECMAR, en la investigación en curso se determinarán las TIC asociadas a la empresa en la actualidad para determinar el grado de inserción de la empresa frente a las nuevas tecnologías.

Asimismo, se procederá a analizar el nivel de conocimiento del personal del área de picking para establecer si un programa de capacitación en línea es la herramienta necesaria para desplegar el potencial de los trabajadores y no incurrir en retrabajos o gastos injustificados.

Asimismo, Colina (2011) desarrolló un trabajo titulado “Uso de las TIC en el contexto de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela”. Propuesta presentada en la Universidad Central de Venezuela, Facultad de Humanidades y Educación para obtener el título de Magister en Educación, mención Tecnologías de la Información y Comunicación.

Esta investigación tiene como objetivo diagnosticar el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación por parte de los docentes en el contexto de la Escuela de Comunicación Social de la Facultad de Humanidades y Educación, de la Universidad Central de Venezuela.

El objetivo de este estudio radica en que aparte de los estudios de radio y televisión, de la Escuela de Comunicación Social de la Facultad de Humanidades y Educación, de la Universidad Central de Venezuela, donde las TIC forman parte de una de las asignaturas de audiovisual en la carrera, la demanda de los docentes se ha centrado en el servicio del retroproyector y el proyector multimedia, más que en otros recursos que existen en dicho centro, se desconocen los factores organizacionales que inciden, en la incorporación de las TIC en su actividad docente.

Este estudio es de tipo descriptivo, el tipo de investigación definida es la de campo-no experimental; se consideró la población en estudio como finita y pequeña, constituida por noventa y cuatro (94) docentes que ejercen su cargo en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela. En el caso de esta investigación, la muestra que se seleccionó es del tipo no probabilística; asimismo, se optó por una muestra intencional estratificada.

Para la presente investigación se elaboró un cuestionario, cuya aplicación estuvo dirigida al grupo de docentes de la Escuela de Comunicación de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela; a través del mismo, se obtuvo información precisa sobre todos aquellos aspectos contenidos en los indicadores sobre la necesidad de incorporar las TIC en su modelo educativo, a fin de colocar los diseños instruccionales a la altura de las exigencias de los retos que plantea hoy la sociedad del conocimiento.

El principal hallazgo de la investigación consistió en determinar que el poco o débil uso de las TIC por parte de los docentes, puede interpretarse, desde la óptica del factor humano, como la presencia de gran resistencia al cambio tecnológico, lo cual puede tener un efecto negativo en el empleo habitual de las TIC en las prácticas docentes.

Asimismo, se determinó que el apearse a las TIC en el proceso de trasmisión de información para la enseñanza permite la utilización de instrumentos conceptuales y herramientas prácticas y tecnológicas que llevan a crear ventajas para el éxito.

Esta investigación ofrece un importante aporte al estudio en desarrollo; ya que, resalta la importancia de las TIC en el proceso de trasmisión y distribución de la información enmarcada en recursos didácticos, sencillos y realistas; la adquisición de conocimientos a través de este entorno genera en los individuos una visión global realista y vivencial, ofreciendo al capital humano la capacidad de ser proactivos frente a los cambios de la organización.

2.2 Bases teóricas

En este tópico se vincula el área de la investigación con la teoría y los temas que demuestran, sustentan y apoyan la misma, en nuestro caso de estudio: la Tecnología Educativa (TE), la educación en la empresa, la definición de Tecnología de Información y Comunicación, las TIC en la gestión de Recursos Humanos, e-learning, e-training y Gestión del Conocimiento, comunicación digital, y preparación de pedidos o picking.

Ante la necesidad de relacionarse, el individuo expresa su naturaleza social a través de la comunicación, es por ello que no debe generar desconcierto que una organización empresarial, la cual representa una unidad mucho más compleja presente en su interior modelos de comunicación, los cuales desde Pizzolante (2004) con la comunicación estratégica hasta Islas (2000) presentan la perspectiva de la disciplina del diseño, ambos autores generan opciones que guían hacia un nuevo concepto de la comunicación y plantean la presencia de la comunicación corporativa.

2.2.1 Tecnología Educativa (TE)

Cabecero (citado por Díaz, 2013), menciona que en la Tecnología Educativa (TE) "(...) se insertan diversas corrientes científicas que van desde la física y la ingeniería hasta la psicología y la pedagogía, sin olvidarnos de la teoría de la comunicación" (p.31), en este sentido y en concordancia con la orientación de esta investigación se pondera la relevancia del aporte de la teoría de la comunicación a este campo del conocimiento.

En los últimos cincuenta años se han presentado cambios importantes en la concepción de la Tecnología Educativa, las diferentes definiciones varían entre los diferentes autores y reflejan marcos teóricos desiguales, lo que a su vez, responde a problemas y contextos diferentes.

A continuación se detallan algunas definiciones que por su orientación resultan de interés para la investigación en curso, específicamente en lo que se

refiere a la importancia del proceso de utilización de canales para el envío de información que contribuyen a soportar la implantación de un plan de capacitación en línea para empleados.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la cultura (UNESCO) (1984) refiere que “La Tecnología Educativa originalmente ha sido concebida como el uso para fines educativos de los medios nacidos de la revolución de las comunicaciones, como los medios audiovisuales, televisión, ordenadores y otros tipos de hardware y software” (p.43).

En este sentido y en relación a un sentido más amplio y al desarrollo tecnológico global, esta organización señala la importancia “de concebir, aplicar y evaluar el conjunto de procesos de enseñanza y aprendizaje teniendo en cuenta a la vez los recursos técnicos y humanos y las interacciones entre ellos, como forma de obtener una más efectiva educación”. (p.44).

En la definición anterior se aprecia una concepción de tecnología aplicada a la comunicación como estrategia para mejorar los procesos de aprendizaje, y en este aspecto se aprecia la posibilidad de potenciar la capacitación empresarial en beneficio de la organización; a través, de los canales adecuados y de última tecnología para la transmisión de la información.

Moreira (2009), establece “La Tecnología Educativa debe reconceptualizarse como ese espacio intelectual pedagógico cuyo objeto de estudio son los medios y las tecnologías de la información y la comunicación en cuanto formas de representación, difusión y acceso al conocimiento” (p.20).

En relación a la cita anterior se puede afirmar que hoy en día el área de estudio de la Tecnología Educativa se centra en las relaciones e interacciones entre las TIC y sus vías de transmitir la información, la cual evaluada desde el punto de vista posmodernista asume que las TIC son herramientas culturales que los individuos y grupos sociales entienden y emplean en función de sus propios parámetros o necesidad, generándose al final la interacción entre el sujeto y la tecnología.

2.2.2 La educación en la empresa

Siliceo (2006), establece que “Los retos de productividad, calidad y excelencia que tienen las organizaciones de hoy, serán logrados en la medida en que a través de un modelo educativo integral, se forme y transmita la cultura de productividad “(p.17), el autor establece que para generar este modelo educativo integral se requiere que se involucren a los padres, los empleados, los obreros, los directivos, los empresarios y los funcionarios públicos.

En las organizaciones todos deben participar en los modelos de educación que impulsen una cultura y filosofía de trabajo hacia el logro de la productividad. Según el autor citado en el párrafo anterior, si se desea motivar al colaborador desarrollando su personalidad a través de una mayor preparación y cultura, y además incrementar el nivel de productividad, se debe pensar en la capacitación, puesto que se trata de una función clave para el crecimiento de los individuos, las instituciones y por lo tanto, de nuestra sociedad.

Suponer que la capacitación es el aprendizaje de solo instrumentales y el entendimiento de cifras y técnicas, no es educar, sino mecanizar, ofreciéndole al empleado no solo un débil concepto del mundo y de su funciones laborales, sino restringiéndolo en su creatividad, autorrealización y capacidad de desarrollo.

Se aclarará a continuación la posición respecto a los términos, adiestramiento, capacitación y desarrollo; “el adiestramiento se entiende como la habilidad o destreza adquirida, por regla general, en el trabajo preponderantemente físico” (Siliceo, 2006, p.17).

En este sentido el adiestramiento se ofrece a los empleados de menor categoría y a los obreros en la utilización y manejo de máquinas y equipos. La capacitación tiene un significado con mayor profundidad, incluye el adiestramiento, “pero su objetivo principal es proporcionar conocimientos, sobre todo en los aspectos técnicos del trabajo” (Siliceo, 2006, p.17).

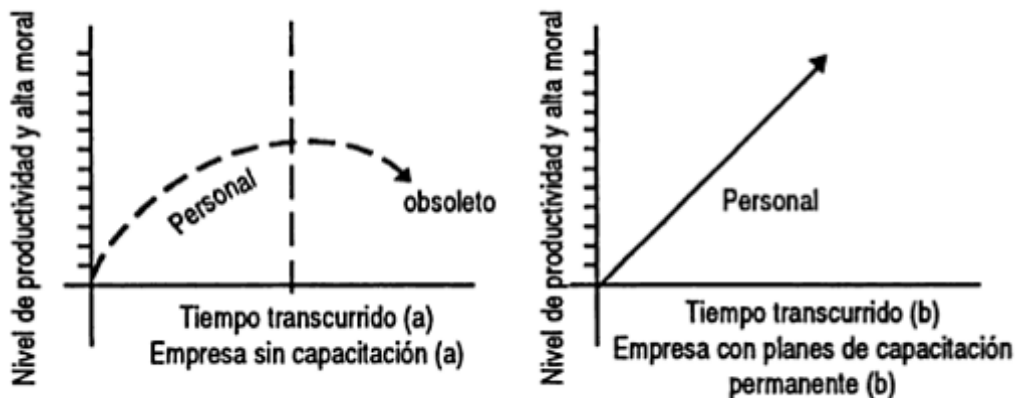
Por lo tanto la capacitación se proporciona al personal, cuyas funciones laborales incurren en un aspecto intelectual que afecta los procesos de la organización.

Finalmente, el desarrollo tiene mayor amplitud que el anterior; ya que, significa el proceso integral del ser humano, abarcando aspectos de adquisición de saberes, orden, carácter, fortalecimiento de la voluntad, entre otras.

Para esta investigación se hará uso del término capacitación; la cual será el instrumento que se propone que enseñe y desarrolle sistemáticamente, además de colocar en circunstancias y aptitudes de competitividad al personal del área de picking de una empresa logística de cosméticos.

En conclusión y como se aprecia en la Figura 1 a continuación se confirma que el avance del ser humano en sus diversas manifestaciones requiere una actualización cotidiana de conocimientos.

Figura 1 Gráficas de capacitación.



Fuente: Siliceo (2006).

En la Figura 1 se puede apreciar en la primera gráfica que a medida que el tiempo transcurre en una empresa y el personal no recibe capacitación, el nivel de productividad y la moral disminuyen. Por el contrario la segunda gráfica de la figura muestra como al transcurrir el tiempo en una empresa con planes de capacitación permanente el nivel de productividad y la moral de los empleados aumentan.

2.2.3 Tecnología de Información y Comunicación (TIC)

En lo que se refiere a la definición de tecnología de información y comunicación, se encuentra variedad en la literatura existente. Sin embargo, esbozaremos las más relevantes, señalando que algunos autores se refieren a nuevas tecnologías para hacer referencia a las TIC.

Monge y Chacón (2002), establecen “Cuando se habla de TIC se refiere a los medios o instrumentos empleados para posibilitar la transmisión de voz, datos, imágenes y videos en forma digital” (p.08).

En este mismo sentido Falieres (2006) indica “se denominan TIC al conjunto de tecnologías que permiten la adquisición, producción, almacenamiento, tratamiento, comunicación, registro y presentación de las informaciones, en forma de voz, imágenes y datos contenidos en señales de naturaleza acústica, óptica o electromagnética” (p. 32).

En relación a las citas anteriores, los autores establecen que las TIC representan la combinación de todo aquel computador, tableta, celular o cualquier dispositivo electrónico y las comunicaciones, los cuales permiten establecer los canales para el envío de la información, y es este caso la posibilidad de la capacitación en línea a los empleados de las organizaciones.

Cabero (1998) establece “las nuevas tecnologías de la información y comunicación son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino de manera interactiva e interconexionadas” (p.198).

En resumen, se puede analizar a partir de las fuentes teóricas citadas, que las TIC al relacionarse de manera interactiva han impactado con fuerza la comunicación en la vida cotidiana, lo cual ha supuesto nuevas prácticas y nuevas realidades comunicativas que han llevado a la necesidad de repensar los procesos de comunicación; y es por ello que las TIC han abarcado ámbitos y actividades

empresariales hasta tal punto que pueden convertirse en aliadas estratégicas, para contribuir a incrementar los índices de productividad de las empresas.

2.2.3.1 Las TIC en la gestión de recursos humanos

Al igual que ha ocurrido en otros departamentos, el asociado a capital humano, ha evolucionado vertiginosamente a lo largo de los últimos años. El departamento de capital humano ha pasado de ser el departamento de personal a constituir un área que desempeña un papel fundamental en el desarrollo de las organizaciones y la estrategia del negocio.

Las funciones de este departamento han pasado a asumir un papel activo en la atracción, retención y fidelización del talento, en el propio desarrollo de la organización. Y es que cada día se otorga mayor importancia a todo lo relacionado con la gestión del personal, puesto que son los individuos los que aportan valor a las empresas.

Como consecuencia de esto, la función del director de capital humano está cambiando, cada vez está más involucrado con la estrategia de su organización y se interesa no sólo por la gestión de personal, la gestión por competencias o la evaluación del rendimiento, sino por la cultura de una organización, la comunicación interna, la capacitación y el aprendizaje o el trabajo en equipo.

En la actualidad es indiscutible el enorme crecimiento de la Internet en todos los ámbitos y actividades empresariales; por lo cual el área del capital humano no podía quedar al margen de ello; las TIC son herramientas poderosas que puestas al servicio de la formación y capacitación incrementan las oportunidades de acceso al aprendizaje continuo y hacen posible que los conceptos de flexibilidad e interactividad se concreten.

Un indicador del poder de las TIC en la capacitación es la importante inversión que actualmente están haciendo las empresas para su capital humano; y es que las mismas pueden contribuir significativamente a mejorar los índices de productividad. La aplicación de una gama de tecnologías del aprendizaje en el

campo del desarrollo del capital humano va estrechamente ligada a la mejora de la calidad de los procedimientos y sistemas de una empresa.

2.2.4 E-learning

Actualmente, la educación superior y la de individuos adultos ofrecen sus programas en dos modalidades, la tradicional con aulas físicas y las más novedosa, a través de las aulas virtuales o aulas web, esta última tendencia denominada e-learning (conocido así por su término anglosajón) ha trascendido de ser utilizada por pocos expertos en las aplicaciones de la tecnología en la educación a ser empleada por numerosos institutos y entes educativos, los cuales han aprovechado sus ventajas para educar e impartir conocimiento basado en la tecnología.

Según Área y Adel (2009) el e-learning es “una modalidad de enseñanza-aprendizaje que consiste en el diseño, puesta en práctica y evaluación de un curso o plan formativo desarrollado a través de redes de ordenadores y puede definirse como una educación o capacitación ofrecida a individuos que están geográficamente dispersos” (p.25).

Por otra parte Área y Adel (2009) señalan que “lo característico del e-learning es que el proceso formativo tiene lugar totalmente o en parte a través de una especie de aula o entorno virtual en el cual tiene lugar la interacción profesor-alumnos” (p.25).

De los párrafos anteriores se puede concluir que el e-learning es un tipo de formación que ofrece al administrador, tutor y al participante un contexto flexible y participativo, en el cual pueden acceder a la base del conocimiento en cualquier momento del día.

Por otra parte permite ahorro de tiempo y facilita las tareas de gestión de los cursos asociados. Adicionalmente, con el objetivo de desarrollar el máximo potencial del proceso de aprendizaje se busca personalizar las necesidades de cada participante a través de la interacción con apoyo de material didáctico.

Además, con la ayuda de cronogramas de aprendizaje se evita que un participante quede relegado, animándolo a que interactúe a través de las actividades participativas del programa, las cuales impulsan su autoaprendizaje.

El e-learning emplea herramientas pedagógicas adaptadas a las necesidades específicas de cada individuo y organización. Proveer el acceso a la educación y optimizar la calidad del aprendizaje son los principales objetivos del e-learning.

Sin embargo, como cualquier herramienta tecnológica presenta ventajas e inconvenientes, entre las principales ventajas se tiene el acceso ilimitado a los cronogramas de aprendizaje, el hecho de que el aprendizaje se adquiere desde cualquier ubicación y la capacidad de marcar el ritmo de enseñanza por el participante.

Por otra parte entre los inconvenientes destaca que este tipo de aprendizaje puede generar sentimientos de inseguridad originados por la novedad y el desconocimiento.

En relación al e-learning esta investigación plantea el diseño del contenido de un programa de capacitación, a través de la comunicación digital; el programa a desarrollarse y sus actividades estarán dirigidas al personal del área de picking con el objetivo de aumentar los índices de productividad de una empresa de cosméticos y desarrollar competencias de comunicación.

El diseño del programa contará con itinerarios y unidades de aprendizaje específicas para proporcionar los conocimientos, habilidades y destrezas requeridas para ejecutar adecuadamente el proceso de picking.

Esta plataforma podría representar una de las vías a diseñarse facilitar a los empleados el acceso a la información de una forma interactiva y que estimule al auto aprendizaje es una de las metas del programa a proponer.

2.2.4.1 Producción de material didáctico escrito en el e-learning

El material didáctico en e-learning y educación virtual abarca documentos textuales (escritos), que esos textos estén impresos sobre papel, se presenten en pantalla o, lo que es más común, se distribuya digitalmente para ser impresos por el usuario final en este caso el empleado de una organización, no cambia lo esencial del acto de escribir ni del de leer, aunque en este último caso introduce dificultades adicionales, que tienen que ver con la percepción de elementos en pantalla.

A través de los textos se recolecta información que se desea difundir con apoyo de la educación virtual, el entender y respetar las diferentes tipologías ayudará a los participantes del e-learning a tener una comprensión más amplia de cada contenido escrito que se les presente.

Entre las tipologías que se pueden encontrar en la educación virtual se tiene: guías didácticas, unidades didácticas, guías de lectura, correo electrónico, foros de debate, consignas del docente, clase virtual, chat, presentación del docente y glosario.

Como toda taxonomía o clasificación, hay un grado de arbitrariedad en la misma, se utiliza la terminología más usual detallada en el párrafo anterior; sin embargo, el programa de capacitación en línea puede construir las categorías y nombres de las mismas.

Las principales tipologías a través de las cuales se presentará el mensaje a través de textos que direccionará la empresa con la intención de asegurar una adecuada técnica de picking para incrementar los índices de productividad básicamente serán las que se detallan explícitamente en la siguiente tabla:

Tabla 1

Tipologías de la educación virtual.

Tipologías de la educación virtual	Descripción de la tipología
Guías didácticas	Son documentos de texto independientes de los contenidos, que tienen, entre otros, las funciones de informar a los estudiantes lo necesario para que no tengan que necesidad de adivinar, ni buscar indicios. Esta debe contener: Fundamentación, Objetivos educativos, Contenidos, Metodología, Evaluación.
Unidades didácticas	Son aquellas que permiten a una asignatura organizar sus contenidos, el material didáctico textual puede estar contenido en: Materiales impresos (libros, cuadernillos, carpetas), Materiales textuales digitales (archivos e PDF que pueden imprimirse o leerse directamente en pantalla y su distribución puede ser mediante CDs, o a través de WEB), Material textual soportada directamente en ambiente virtuales.
Guías de lectura	Documentos que ayudan al estudiante a preguntarles a los textos lo que necesitan saber. Las guías deben ofrecer: información completa sobre el texto.
Correo electrónico	Tipo textual reciente. Cuyas características típicas son: identificación del remitente, identificación del tema.
Foros de debate	Espacio virtual que permite no solo a los estudiantes, sino a la propia institución agruparse y organizarse para estudiar, convocar y dirigir actividades colectivas de aprendizaje.
Consignas del docente	Contienen indicaciones explícitas, taxativas, sobre tareas o actividades que el docente solicita o sugiere a alumno.
Clase virtual	Espacio virtual que intenta reproducir aquello que el docente hace en clase. Explicar, ampliar, ejemplificar, ayudar a desentrañar los conceptos complejos.
Chat	Comunicación en tiempo real entre usuarios de computadora.
Presentación del docente	Carta de bienvenida y presentación que les indica a los estudiantes los antecedentes académicos del docente. Puede llevar fotografía.
Glosario	Lista de palabras específicas de una disciplina, con una explicación breve de cada una, que especifica el sentido con que se utiliza en la disciplina.

Fuente: Asinsten (2008).

La capacitación virtual ha heredado algunas tradiciones de la capacitación o entrenamientos presenciales, algunas de las cuales son necesarias conservar y otras que será saludable dejar en el camino, por ejemplo, la capacitación virtual necesitará construir y consolidar un concepto de tipo clase virtual didáctico e interactivo que es nuevo. Sin embargo, las guías de lectura serán similares a las empleadas en el modo presencial.

Se suele asociar Internet a la web (www) pero Internet es mucho más, en la tabla detallada a continuación se muestran los servicios que ofrece Internet asociados a las TIC, los cuales algunos de ellos podrán ser empleados en el programa de capacitación en línea a desarrollarse en esta investigación:

Tabla 2 Servicios de Internet asociados a las TIC

Servicios de Internet	Descripción del servicio
Navegación por la web	La navegación por World Wide Web (www) es el servicio más utilizado al conectarse a internet. Existe una extensa y amplia variedad de páginas web disponibles que abarcan prácticamente todos los temas que pueden ser de interés para niños, niñas, jóvenes y adultos.
Correo electrónico	Permite el envío y recepción cualquier tipo de información digitalizada como textos, imágenes, sonido. No es interactivo (en tiempo real) pero permite la comunicación diferida de los usuarios.
Transferencia de archivos (carga/descarga de datos) FTP	El usuario puede descargar, desde máquinas remotas, a su equipo personal gran cantidad de archivos conteniendo información de diferente naturaleza, como textos, imágenes, aplicaciones software gratuitas, etc., de forma sencilla y rápida.
Búsquedas	Existen buscadores de información a varios niveles: temáticos, españoles internacionales, etc., que permiten el acceso a informaciones específicas que pueden ser de interés en el desarrollo de la tarea docente.
Lista de correos	Se basa en la difusión de mensajes de correo a los suscriptores de la lista. Las listas se organizan en base a los temas que tratan y permiten el intercambio de experiencias, ideas, etc.
Grupos de noticias (News)	Se basa en la difusión de mensajes de correo a los suscriptores de la lista. Las listas se organizan en base a los temas que tratan y permiten el intercambio de experiencias, ideas.
Mensajería instantánea (Chats)	El servicio de chat permite la comunicación escrita en tiempo real (on-line) de uno o varios usuarios desde ubicaciones diferentes y permitiendo el intercambio de archivos de todo tipo. Los usuarios que participan en el chat utilizan un seudónimo o nickname para identi

Servicios de Internet	Descripción del servicio
Wikis	democrática. En realidad es un sitio web cuyas páginas permiten la acción colaborativa de los usuarios con acceso permitido. Es decir, los usuarios pueden un historial de todos los cambio realizados.
RSS	Por RSS se entiende la redifusión o sindicación de contenidos portal web A (servidor RSS) permite syndicar sus noticias y desde otro portal web B (cliente) se syndican las noticias de A. De esa forma desde el portal B en todo momento se dispone de las noticias del portal A completamente actualizadas e integradas en él. Una consecuencia del servicio RSS es facilitar a los usuarios la recepción de las actualizaciones de sus sitios favoritos de forma automática.
Foros Web	Es una aplicación que permite establecer conversaciones entre los usuarios de forma asincrónica. Las conversaciones, debates, comentarios, etc., contenidas en los foros se pueden consultar en cualquier momento, ya que quedan almacenadas y a la disposición de todos los usuarios, sin necesidad de que la conexión coincida en el tiempo. También permite el intercambio de información, y en general se constituye como un espacio de socialización.
Spaces	Son lugares donde los menores pueden crear su propio espacio personal y personalizarlo eligiendo diseños, temas y colores propios. En esta página personal pueden diseñar su perfil personal público, suelen guardar fotografías, tienen su blog particular. Dependiendo del space particular pueden, incluso, tener acceso a correo electrónico vía web, mantener contactos, disponer de chats, etc. Ejemplos clásicos de spaces son MySpace, MSN Spaces, etc.
Las redes sociales	Las redes sociales son sistemas abiertos que permiten la interacción interpersonal, básicamente entre personas y grupos, utilizando determinadas herramientas y en contextos y ámbitos diferentes. Su uso se ha popularizado entre los menores por la facilidad de acceso y la gran cantidad de opciones que ofrece relacionadas con la socialización de las personas, el aporte e intercambio de información, a diferencia de los spaces, en las redes sociales se busca más la interacción con otros cibernautas para contactar, intercambiar fotografías y archivos en general.
Intercambio de archivos P2P	Hace referencia a las redes informáticas 'peer to peer' o entre iguales, es decir, no siguen la estructura cliente/servidor sino que se componen de nodos que hacen ambas funciones. Cualquier ordenador puede servir archivos a cualquier nodo y solicitar archivos de otros nodos. Estas redes se suelen utilizar para buscar y compartir archivos tanto de audio, como vídeo, texto, aplicaciones, etc. De esta forma se optimiza la utilización del ancho de banda de cada nodo. Como ejemplo de aplicaciones P2P están eMule, µTorrent, Ares, Transmission, entre otras.
Telefonía VoIP	Se puede decir, que el término VoIP identifica la tecnología utilizada para enviar voz digitalmente a través de internet, lo cual permite utilizar la conexión de internet nuestro PC como si fuera un teléfono. Si el usuario dispone de tarifa plana, este servicio de VoIP podría proporcionar un servicio telefónico prácticamente gratuito, en función del teléfono destino de la llamada. Como por ejemplo Skype.
Televisión IPTV	También llamada la televisión conectada o televisión sobre protocolo IP. Este servicio permite la utilización del ordenador como receptor de televisión con funcionalidades añadidas, como son la posibilidad de seleccionar qué contenidos se quieren visualizar y todas las veces que el usuario quiera (similar a un reproductor de vídeo doméstico).

Fuente: Mifsud (2011).

La presente investigación pretende diseñar el contenido de un programa de capacitación en línea, basado en conocimientos básicos del proceso de picking, para ser utilizado en una empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela; a través de herramientas de la comunicación, en este caso la herramienta de comunicación digital que mejor se adapte a las necesidades de la empresa, podría requerir del uso de las tipologías de la educación virtual y los servicios de internet asociados a las TIC.

2.2.5 E-learning empresarial o e-training

La educación a distancia ha trascendido con base en el desarrollo de las TIC, extendiéndose a diversos ámbitos y niveles de la sociedad; de esta forma, los usos y las aplicaciones han evolucionado, y es por esta razón que el e-learning se ha orientado a la distribución de cursos que acreditan una educación formal (licenciaturas, maestrías y doctorados), así como también a otros de carácter menos formal.

Sin embargo, todos se encuentran dentro del ámbito de la educación o formación continua. Como propuesta educativa destinada a adultos que trabajan, orientada en el aquí y en el ahora, con el objetivo de ofrecer repuestas a los problemas laborales que estos enfrentan, se presenta el término e-learning empresarial o bien e-training dentro del mundo anglosajón.

El e-learning empresarial es el entrenamiento virtual, destinado para el área laboral, y según Zuñiga (2014) “se toma como base conocimientos previos o capsulas de conocimientos adquiridos por profesionales que desean insistir en conocimientos de una sola área o que desean especializarse” (p.24).

Cortés (2012), establece que el e-learning empresarial es “el desarrollo del personal por medio del uso de software a través de Internet, CD-ROM o sobre el propio sistema”, el autor expone que el mismo opera “permitiendo la interacción constante entre tutor-alumno sin importar las limitantes de espacio y tiempo, logrando así la actualización de conocimientos y habilidades laborales” (p.52).

Aguilera, Castillo y García,(2007),establecen que el e-learning empresarial es una “oferta formativa, compuesta de cursos cortos hasta un nivel de diplomado, que tiene como objetivo la actualización de conocimientos o habilidades en una área sumamente específica, ya sea de un campo disciplinar o bien relacionada con ciertas destrezas y habilidades laborales” (p.01).

Analizando las definiciones anteriores se puede decir que el e-learning empresarial es una modalidad de formación corporativa a través de un entorno virtual para la capacitación de los empleados, con el objetivo de transformar conocimientos y adquirir competencias para el desempeño óptimo en sus puestos de trabajo.

Esta modalidad de formación corporativa trae consigo ventajas, entre las cuales destaca: capacitación específica para mejorar las competencias, retroalimentación con el ámbito laboral, capacitación orientada al puesto de trabajo, inclusión directa en la Sociedad de la Información (comunidad que emplea de forma óptima las TIC como medio para el desarrollo personal y profesional de sus ciudadanos miembros), motivación a la innovación, trabajo en equipo, autonomía e iniciativas propias.

En conclusión, el e-learning empresarial tiene sus inicios en el e-learning, siendo este la base de la educación virtual, por su parte las TIC permiten la transmisión de la información de forma creativa e innovadora para formar el conocimiento con principios sólidos, la presente investigación propone el diseño del contenido de un programa de capacitación en línea, a través de herramientas de la comunicación digital, en función de ello, esta modalidad podría representar una forma de capacitación viable.

2.2.6 La gestión del conocimiento

Riesco (2006), establece la gestión del conocimiento como “un conjunto de ideas, creencias y experiencias constatadas y asimiladas mediante la reflexión, que sirva de guía para la acción” (p.23). Por su parte Molina y Montserrat (2001),

definen a la gestión del conocimiento según “la valoración del know-how de las empresas, las patentes y las marcas de forma normalizada” (p.20).

Finalmente, según Ossa (2015) “La gestión del conocimiento es un concepto que entregará a los miembros de una empresa la información que necesitan para hacer su trabajo mejor; lo cual repercutirá en la productividad” (p.01).

De las definiciones anteriores se puede concluir que la gestión del conocimiento demanda la comprensión de los métodos y procedimientos de una organización, con el objetivo de promover el diseño de metodologías y protocolos para la transmisión del conocimiento a los empleados, a través del empleo de dispositivos que faciliten el acceso al conocimiento, con el fin de desarrollar las competencias necesarias para aumentar el rendimiento.

La gestión del conocimiento lo constituyen dos procesos primordiales, la creación del conocimiento y la transferencia del mismo, la creación del conocimiento puede ser personal o emplear juicios que provienen de otros individuos y lugares, generándose así una transmisión.

Sin embargo, la transmisión de conocimiento también puede darse de otras formas que involucran espacio y tiempo; por ejemplo, al colocar el conocimiento en una base de datos, se resguarda allí para que perdure, transmitiéndolo en el tiempo.

Es decir ambos procesos se encuentran íntimamente relacionados y ambos contribuyen a que el conocimiento dentro de una organización mejore y sea empleado eficientemente.

En conclusión, si se desea gestionar el conocimiento lo primordial es comprender a la organización y esto se logra a través de la observación y su análisis, entendiendo las dinámicas organizativas y los flujos de conocimiento; es por ello, que en esta investigación se procederá a analizar el nivel de conocimiento del personal del área de pickeo, en relación al proceso de picking.

2.2.7 Comunicación Digital

El mundo global, hiperconectado y digital en el que se desenvuelven los individuos, se encuentra caracterizado por un cambio social y tecnológico, constante y precipitado, Situado ante una transformación con base tecnológica, que usa como motor la información y el conocimiento, y que está siendo conducido por un veloz, aunque heterogéneo, ritmo de adopción social, originando una nueva economía vacilante, compleja y digital.

Economía en la cual las empresas de la nueva generación, con mayor nivel de digitalización y velocidad de respuesta, intentan ganar ventaja sobre empresas consolidadas y de reconocida trayectoria que perciben un futuro incierto y que están sumergidas en un intenso proceso de digitalización.

Magro y Salvatella (2014), establecen que “la digitalización de una empresa no es un objetivo en sí mismo” p. (07); los autores alegan que la misma es un proceso de profundo cambio que requiere actitudes de transformación y de adaptación constante, en el cual los individuos involucrados deberán salir de zonas de confort y explorar nuevas posibilidades.

Adicionalmente, Magro y Salvatella (2014), recomiendan “combinar inteligentemente prácticas y formas de hacer que nos siguen dando resultado con nuevas técnicas y habilidades que nos conecten con los resultados del futuro” (p. 07). Asimismo, apoyan la moción que “el reto de la transformación digital de los negocios, se convierte en el reto de la transformación digital del talento” p. (08).

En base a las citas anteriores se concluye que para hablar de organizaciones competentes digitalmente, se debe contar con empleados competentes en el área; lo cual se logra exponiendo al individuo a entornos digitales en su organización, sin descartar las prácticas que en el pasado hayan sido exitosas para la consecución de las metas.

Scolari (2008), define la comunicación digital como “un proceso de producción y distribución que se realiza con la ayuda de las tecnologías digitales,

permitiendo el desarrollo de un soporte analógico en digital, sin excluir lo que se conoce como los diarios impresos” (p. 138).

Finalmente, según González (2016), “la comunicación digital es el intercambio de información y conocimiento haciendo uso de las herramientas digitales disponibles, puesta a nuestra disposición por la investigación y desarrollo tecnológico” (p. 02).

Por su parte, Magro y Salvatella (2014), proponen basados en la experiencia, que una de las competencias básicas que debe adquirir y desarrollar todo profesional para afrontar el actual proceso de transformación digital es la competencia de la comunicación digital; la cual definen como “la capacidad para comunicarse, relacionarse y colaborar de forma eficiente con herramientas y en entornos digitales” (p. 08).

Los autores establecen una serie de características que poseen los individuos que desarrollan esta capacidad, entre las cuales se encuentran:

- Se comunican de manera asincrónica.
- Participan activamente en conversaciones y debates online realizando aportaciones de valor.
- Se comunican con sus colaboradores utilizando medios digitales.
- Se comunican de manera sincrónica online.
- Generan contenidos de valor con opiniones que ayudan a generar debate.
- Participan en entornos digitales, redes sociales y espacios colaborativos online.

Finalmente, a través de esta investigación se diseñará el contenido de un programa de capacitación en línea, basado en conocimientos básicos del proceso de picking, a través de herramientas de la comunicación digital.

Considerando que la misma ha adquirido un papel fundamental en la eficiencia de las organizaciones, la mejora de los flujos internos de información y la gestión del conocimiento permitiendo el intercambio de información a través de

herramientas digitales, las cuales están a nuestro alcance gracias a la investigación y el desarrollo tecnológico.

2.2.7.1 Herramientas de Comunicación Digital

A continuación según González (2016), se detallan algunas de las herramientas de comunicación digital útiles para la gestión de las empresas que se encuentran en vías de digitalización:

- Medios digitales corporativos propios y ganados, como un sitio web, blog, microsites de productos y servicios, perfiles en redes sociales.
- Plataformas de monitorización y análisis de internet y redes sociales (Google Alerts y Hootsuite por ejemplo).
- Aplicaciones para dispositivos móviles, para e-commerce y servicio al cliente.
- Plataformas de gestión de proyectos o cloud-working (Asana, Slack), que permitan a los distintos colaboradores organizar sus propias tareas y los proyectos en equipo, a la vez que pueden monitorear los avances y evaluar resultados.
- Herramientas digitales de recursos humanos, que permitan gestionar nóminas (Sage y Meta4), reclutamiento y selección de personal, así como *e-learning* para capacitaciones (Moodle, ATutor, Dokeos).

A través de una o de un conjunto de las herramientas de la comunicación digital antes detalladas, se procederá a diseñar el programa de capacitación en línea, basado en conocimientos básicos del proceso de picking.

Para lo cual se requerirá un exhaustivo análisis por parte de la investigadora una vez realizados los diagnósticos correspondientes.

2.2.8 Preparación de Pedidos o Picking

Mauleón (2013), define a la preparación de pedidos o picking (término derivativo del idioma inglés) como “la actividad que desarrolla dentro del almacén un equipo del personal para preparar los pedidos de los clientes” (p. 217).

Asimismo, Mauleón (2013) señala que el picking “incluye el conjunto de operaciones destinadas a extraer y acondicionar los productos demandados por los clientes y que se manifiestan a través de los pedidos” (p. 217).

Según Tejada (2014), “se denomina preparación de pedidos como el proceso, por el cual se selecciona y recoge de sus lugares de almacenamiento una serie de artículos solicitados por un cliente a través de una orden de pedido” (p. 17).

En función de las definiciones anteriores se establecen dos actividades básicas en el proceso de preparación de pedidos, la primera se refiere a la extracción de cada una de las mercancías solicitadas por el cliente, y la segunda a la agrupación de las mismas en uno o varios embalajes para su despacho.

Asimismo, es importante conocer detalladamente el sistema de preparación de pedidos en función del tipo de empresa, así como su incidencia en la productividad.

Por esta razón, se determina la necesidad diagnosticar el nivel de conocimiento del personal del área de pickeo, en relación al proceso de picking desde la extracción del producto hasta su despacho, para determinar los procesos conocidos y desconocidos por los empleados.

2.2.8.1 Fases de la Preparación de Pedidos o Picking

Mauleón (2013), establece las siguientes fases de la preparación de pedidos o picking:

- a. Preparativos:
 - Captura de datos y lanzamiento de órdenes clasificadas.
 - Preparación de los elementos de manutención (carretillas, caros, palets, rolls, entre otros).

- b. Recorridos:
 - Desde la zona de operaciones hasta el punto de ubicación del producto.
 - Desde un punto de ubicación al siguiente y así sucesivamente.
 - Vuelta a la base desde la última posición.

- c. Extracción:
 - Posicionamiento en piso o altura, extracción, recuento, devolución sobrante.
 - Ubicación sobre el elemento de transporte interno (carro, rolls, palets).

- d. Verificación del acondicionado
 - Control, embalaje, acondicionado en cajas, precinto, pesado y etiquetado.
 - Traslado a la zona de expedición y clasificación por transportista, destino.
 - Elaboración del packing list del transportista.

Las fases antes detalladas permitirán segmentar las operaciones y tareas existentes en la investigación, en relación al proceso de picking en la empresa logística de cosméticos, con el objetivo de determinar las diferentes áreas de estudio, y en función de ello fraccionar los datos obtenidos al analizar el nivel de conocimiento del personal del área de picking, en relación al proceso de picking.

2.3 Bases legales

Las bases de esta investigación se encuentran representadas, en primera instancia, en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), de donde se destaca el Artículo 110, cuando establece que:

El Estado reconocerá el interés público de la ciencia, la tecnología, el conocimiento, la innovación y sus aplicaciones y los servicios de información necesarios por ser instrumentos fundamentales para el desarrollo económico, social y político del país, así como para la seguridad y soberanía nacional. Para el fomento y desarrollo de esas actividades, el Estado destinará recursos suficientes y creará el sistema nacional de ciencia y tecnología de acuerdo con la ley. El sector privado deberá aportar recursos para las mismas. El Estado garantizará el cumplimiento de los principios éticos y legales que deben regir las actividades de investigación científica, humanística y tecnológica. La ley determinará los modos y medios para dar cumplimiento a esta garantía (p.207).

La tecnología representa un factor de desarrollo integral que influencia los ámbitos económicos, políticos, culturales y sociales, es innegable la muy estrecha relación de la sociedad con la ciencia.

La tecnología, no solo envuelve la actividad industrial, sino que es un elemento activo en cualquier campo de la actividad humana, el hombre moderno emplea en su comportamiento diario y prácticamente sin percibirlo una inmensa serie de contribuciones tecnológicas, esta investigación busca seguir integrando a la rutina de trabajo del individuo las contribuciones tecnológicas de la actualidad y favorecer con el desarrollo de la sociedad.

La Ley Orgánica de Telecomunicaciones (2000), es otro sustento legal importante y de la cual se destaca el Artículo 2, el mismo establece los objetivos generales de esta ley, y entre los mismos nos competen los siguientes:

Promover el desarrollo y la utilización de nuevos servicios, redes y tecnologías cuando estén disponibles y el acceso a éstos, en condiciones de igualdad de personas e impulsar la integración del espacio geográfico y la cohesión económica y

social” y “promover la investigación, el desarrollo y la transferencia tecnológica en materia de telecomunicaciones, la capacitación y el empleo en el sector.

En los artículos anteriores se manifiesta gran interés en el desarrollo científico y tecnológico por parte de la República Bolivariana de Venezuela.

La investigación planteada pretende ser un aporte para el desarrollo de novedosas iniciativas de capacitación y formación en las organizaciones, a través de herramientas de la comunicación digital, ofreciendo a los empleados una modalidad de aprendizaje que les permita promover su desarrollo tecnológico, al mismo tiempo que impulsa la actividad productiva de la organización.

Finalmente la Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación (2014), en su Artículo 1, constituye otro sustento legal de la investigación, donde textualmente se lee lo siguiente:

La presente Ley tiene por objeto desarrollar los principios orientadores que en materia de ciencia, tecnología e innovación y sus aplicaciones, establece la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, organizar el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación, definir los lineamientos que orientarán las políticas y estrategias para la actividad científica, tecnológica, de innovación y sus aplicaciones, con la implantación de mecanismos institucionales y operativos para la promoción, estímulo y fomento de la investigación científica, la apropiación social del conocimiento y la transferencia e innovación tecnológica, a fin de fomentar la capacidad para la generación, uso y circulación del conocimiento y de impulsar el desarrollo nacional.

El artículo referido, permite abordar el marco legal que guía y avala la generación, uso y propagación del conocimiento tecnológico, con el fin de estimular el desarrollo nacional, este artículo promueve el acceso de la sociedad Venezolana al conocimiento de las TIC.

Mediante esta investigación se pretende promover el diseño de un programa de capacitación en línea, que permita promover el desarrollo de

competencias de la comunicación digital en los empleados de una empresa logística de cosméticos, ubicada en el estado Carabobo, Venezuela.

2.4 Sistema de Variables

A continuación se muestran los sistemas de variables para la investigación en estudio:

Tabla 3

Sistema de Variables 1

Objetivo General					
Diseñar el contenido de un programa de capacitación en línea, basado en conocimientos básicos del proceso de picking, para ser utilizado en una empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela; a través de herramientas de la comunicación digital.					
Objetivos específicos	Variable Definición Conceptual	Definición Real	Definición Operacional	Ítems	Técnica
		Dimensiones	Indicadores		
Examinar la situación actual de las TIC en la empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela.	Situación actual en de las TIC en la empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo	Situacional	Hoja de cálculo	1	Lista de Cotejo
			Procesador de texto	2	
			Editor de presentaciones	3	
			Empleo de correo electrónico	4	
			Empleo de redes sociales	5	
			Empleo de Telefonía Volp	6	
			Empleo de Foros de debate en línea	7	
			Empleo de sesiones de chat	8	

Fuente: Elaboración Propia (2014).

Tabla 4

Sistema de Variables 2

Objetivo General					
Diseñar el contenido de un programa de capacitación en línea, basado en conocimientos básicos del proceso de picking, para ser utilizado en una empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela; a través de herramientas de la comunicación digital.					
Objetivos específicos	Variable Definición Conceptual	Definición Real	Definición Operacional	Ítems	Técnica
		Dimensiones	Indicadores		
Analizar el nivel de conocimiento del personal del área de pickeo, en relación al proceso de picking.	Conocimiento Se refiere al conjunto de datos, ideas o nociones que se tienen en relación a determinado tema o materia.	Proceso de pickig	Nivel de comprensión de las teorías y leyes que sustentan el picking	1,2,3, 4,5,6, 7,8,9, 10,11, 12,13, 14	Cuestionario
			Nivel de reconocimiento práctico del proceso de picking	15,16, 17,18, 19,20	

Fuente: Elaboración Propia (2017).

El proceso de operacionalización detallado en las tablas anteriores permite trascender de un concepto teórico, manejado en el planteamiento de la investigación a un concepto empírico, transformado por la investigadora para poder medir los elementos deseados de la investigación en la realidad social; es decir, diagnosticar el nivel de conocimiento del personal del área de pickeo, en relación al proceso de picking.

Con el objetivo de diseñar el contenido de un programa de capacitación en línea, basado en conocimientos básicos del proceso de picking, para ser utilizado en una empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela; a través de herramientas de la comunicación digital.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo se presenta: el tipo y el diseño de la investigación, la población y la muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos y las técnicas de análisis; finalmente, se detalla el procedimiento metodológico, el cual plantea el esquema a seguir para desarrollar el argumento operante de la investigación, y establecer las directrices a seguir para obtener la información requerida, con el objetivo de dar respuesta a las interrogantes expuestas en el planteamiento del problema.

3.1 Tipo de Investigación

Arias (2006), señala acerca de los proyectos factibles lo siguiente, “se tratan de una propuesta de acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad. Es indispensable que dicha propuesta se acompañe de una investigación, que demuestre su factibilidad o posibilidad de realización” (p. 134).

Balestrini (1998), establece que “los proyectos factibles son aquellos proyectos o investigaciones que proponen la formulación de modelos, sistemas, entre otros, que dan soluciones a una realidad o problemática real planteada, la cual fue sometida con anterioridad o estudios de las necesidades a satisfacer” (p. 09).

En función de las definiciones anteriores, se puede señalar que la investigación en curso tiene la modalidad de proyecto factible; ya que, consistió en elaborar una propuesta del diseño de un contenido programático de capacitación en línea, basado en conocimientos básicos del proceso de picking, para ser utilizado en una empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela; a través de herramientas de la comunicación digital.

El nivel de la investigación se define como descriptivo, Según Tamayo y Tamayo (2007), la investigación descriptiva comprende “la descripción, registro, análisis, e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos” (p.46).

Por otra parte, Chávez (1994), manifiesta que “las investigaciones descriptivas, se orientan a recolectar información relacionadas con el estado real de la persona, objeto, situación o fenómenos” (p. 135).

En este orden de ideas, en la presente investigación se diagnosticó el uso de las TIC y los conocimientos de los trabajadores del área de pickeo en relación a las mismas, en una empresa logística de cosméticos, ubicada en Valencia, Estado Carabobo, directamente de la realidad organizacional, con la finalidad de determinar la situación actual de la empresa respecto a ambas variables, por estas razones, el estudio se define como descriptivo.

Adicional, la investigación planteada abarca únicamente las fases de diagnóstico y propuesta del contenido de un programa de capacitación en línea, basado en conocimientos básicos del proceso de picking, para ser utilizado en una empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela; a través de herramientas de la comunicación digital; permitiendo así que la ejecución, validación y presentación de resultados del programa quede abierta a futuras investigaciones.

3.2 Diseño de Investigación

La investigación de campo, según Arias (1999), “consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variables alguna”. (p. 21).

Asimismo, el Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y tesis Doctorales (2006) exterioriza que:

Se entiende por Investigación de Campo, el análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos o en desarrollo. Los datos de interés son recogidos en forma directa de la realidad; en este sentido se trata de investigaciones a partir de datos originales o primarios (p. 18).

En este sentido, la pesquisa se realizó bajo el diseño de una investigación de campo; ya que, los datos necesarios para llevar el desarrollo de esta investigación, se consiguieron directamente del sitio donde se realiza el estudio, la empresa logística de cosméticos, ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela.

Se cataloga como no experimental; al respecto; adicionalmente, Hernández Sampieri; Fernández y Baptista (2003), sostienen que las investigaciones de campo son las que se ejecutan sin manipular deliberadamente las variables.

Debido a que se diagnosticó la situación actual y se diseñó el contenido de un programa de capacitación en línea, bajo la responsabilidad de la gerencia de almacén.

En los diseños no experimentales y transeccionales, tal y como la presente investigación, la variable es medida una sola vez, en un tiempo único. Su intención es puntualizar variables y analizar su incidencia e interrelación en un instante dado.

3.3 Población y Muestra

Se entiende por población, el conjunto de personas con características similares, que serán objeto de estudio. Según Balestrini (1998), expone desde el punto de vista estadístico, “una población o universo puede estar referido a cualquier conjunto de elementos de los cuales pretendemos indagar y conocer sus características o una de ellas y para el cual serán validadas las conclusiones obtenidas en la investigación” (p.122). Por su parte, Ramírez (1999) expresa que la población finita es aquella:

Cuyos elementos en su totalidad son identificables por el investigador, por lo menos desde el punto de vista del conocimiento que se tiene sobre su cantidad total, por ejemplo, los libros en una biblioteca, el número de alumnos de una escuela, la producción de automóviles en un año determinado, etc. Así, entonces, la población es finita cuando el investigador cuenta con el registro de todos los elementos que conforman la población en estudio. Sin embargo, estadísticamente se considera que una población es finita cuando está conformada por menos de cien mil elementos (p. 92).

De acuerdo a estos criterios, se consideró la población en estudio como finita, en esta investigación el universo de los elementos que componen el sujeto de la investigación, está representado por los empleados de la empresa logística de cosméticos, gerencia de almacén, responsables del proceso de pickeo, específicamente: un supervisor de área, un analista de área, quince (15) almacenistas, que está personificado por diecisiete (17) personas.

Con respecto a la muestra, Balestrini (1998), asevera que la muestra es considerada como "(...) una parte representativa de la población, cuyas características deben reproducirse en ella, lo más exactamente posible" (p. 142).

Por otra parte, Hernández (2006) establece "si la población es menor a cincuenta (50) individuos, la población es igual a la muestra" (p. 69).

En función de la cita anterior y considerando que en esta investigación la población consta de diecisiete (17) individuos, se determina que la población es igual a la muestra.

Por otra parte, Arias (2006) define el error muestral como "la falla que se produce al extraer la muestra de la población, oscila entre 1% y 5%", en esta investigación al no haberse extraído muestra, tampoco fue requerido calcular el error muestral.

3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Para esta propuesta de investigación, se utilizó como una de las técnicas la observación, según Arias (2006):

La observación es una técnica que consiste en visualizar o captar mediante la vista, en forma sistemática, cualquier hecho, fenómeno o situación que se produzca en la naturaleza o en la sociedad, en función de unos objetivos de investigación preestablecidos (p.69).

A través de una lista de cotejo, la cual según Arias (2006) se define como un “instrumento en el que se indica la presencia o ausencia de un aspecto o conducta a ser observada” (p. 70) la investigadora recolectó la información referente a la situación actual en la empresa logística de cosméticos, en relación a las TIC existentes, para determinar el nivel de incorporación de las mismas en la empresa.

La técnica a empleada para determinar los conocimientos que posee el personal del área de picking en relación a las TIC fue la encuesta, la cual “se define como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de si mismos, o en relación con un tema en particular” (Arias, 2006, p. 73), empleándose el cuestionario como instrumento, el cual según Arias (2006) se define como:

La modalidad de la encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas. Se le denomina cuestionario auto administrado porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador (p.74).

Este cuestionario fue conformado por preguntas cerradas y dicotómicas, las interrogantes del mismo tienen correspondencia directa con los objetivos de la investigación; ya que, son producto de la operacionalización de variables y de la definición de los indicadores.

3.5 Validez y confiabilidad

Bernal (2000), establece que “un instrumento de medición es válido cuando mide aquello para lo cual está destinado” p. (214). En lo que respecta a la presente investigación la validación de criterio, constructo y contenido del cuestionario se determina antes de la aplicación del instrumento, sometido el mismo al juicio de expertos y profesionales relacionados con la temática que se investiga.

El cuestionario aplicado para la recolección de los datos inherentes a la investigación para el diseño del contenido de un programa de capacitación en línea, basado en conocimientos básicos del proceso de picking, para ser utilizado en una empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela; a través de herramientas de la comunicación digital; fue sometido al juicio profesional de tres expertos (metodología, estadística y contenido), los cuales expresaron su opinión a los fines de determinar el grado de validez del instrumento que les fue presentado.

Los expertos evaluaron la calidad de la estructura, la redacción, la pertinencia y la coherencia, así como la cantidad y la adecuada secuencia de los ítems, para determinar la capacidad del cuestionario de verificar el logro de los objetivos planteados; luego de realizada la correspondiente evaluación, se obtuvo que los tres expertos garantizaron la validez del instrumento y apoyan su aplicación.

Respecto a la confiabilidad, Bernal (2000), afirma que la pregunta clave para determinar la confiabilidad de un instrumento de medición es: “Si se miden fenómenos o eventos una y otra vez con el mismo instrumento de medición, ¿Se obtienen los mismos resultados u otros muy similares?” (p. 218). Si ante la pregunta anterior se obtiene una respuesta afirmativa, se puede decir que el instrumento es confiable.

Por otra parte, Hernández Sampieri; Fernández y Baptista (2003) indican que “la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto, produce iguales resultados” (p. 243).

La presente investigación no requiere el cálculo de la confiabilidad; ya que, la aplicación del instrumento involucra a la población total de los empleados que laboran en el área de pickeo de la empresa logística de cosméticos, en esta oportunidad el tamaño de la muestra es igual al tamaño de la población en estudio y al medir el evento una y otra vez con el instrumento de medición el resultado obtenido será el mismo o extremadamente similar, lo cual certifica el instrumento como confiable según los autores antes citados.

3.6 Técnicas de Procesamiento y Análisis de datos

La lista de cotejo y el cuestionario aplicados se procesaron mediante la Estadística Descriptiva, la cual según Martín y Munar (2002), “es conjunto de métodos cuyo objetivo es ordenar las observaciones, resumir la información disponible y obtener las medidas cuantitativas que describen sus características, a través de frecuencias y representaciones gráficas” (p.2), para el análisis de los datos obtenidos a través de ambos instrumentos se hizo empleo de representaciones gráficas para mostrar a los lectores los valores obtenidos.

3.7 Procedimiento Metodológico

En el marco del diseño de la investigación, y a efectos de establecer un esquema que facilite el diseño del contenido del programa de capacitación en línea, basado en conocimientos básicos del proceso de picking, para ser utilizado a través de herramientas de la comunicación digital, se estructuró la investigación a través de las siguientes fases:

3.7.1 Fase I: Diagnóstico

Examen de la situación actual de las TICS en la empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela, y análisis del nivel

de conocimiento del personal del área de pickeo, en relación al proceso de picking.

3.7.2 Fase II: Factibilidad

Determinación de la factibilidad económica, estimando los insumos y equipos necesarios del diseño del contenido de un programa de capacitación en línea, para ser utilizado a través de herramientas de la comunicación digital.

3.7.3 Fase III: Diseño de la Propuesta

Desarrollar el contenido de un programa de capacitación en línea, basado en conocimientos básicos del proceso de pickeo, para ser utilizado en una empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela; a través de herramientas de la comunicación digital.

En esta fase se usan como referencia las etapas detalladas en la Guía para el diseño de cursos en Internet, la cual fue desarrollada por Sonia Zavanda y Claudio Parra (1999), en colaboración con INTERCHILE dentro del marco del proyecto “Uso de Internet para Facilitar la Masificación de la Capacitación”, a continuación se detallan las etapas a desplegar:

3.7.3.1 Desarrollo general del curso: en esta etapa se define el nombre del programa, su objetivo general, los objetivos específicos, el perfil de los participantes, la metodología de la capacitación y el contenido de la plataforma virtual. Se plantea la primera aproximación a la estructura que tendrá el programa, definiendo los elementos adicionales con los que contará: bienvenida, diagnóstico inicial, evaluación final, glosario, biblioteca o ayuda.

3.7.3.2 Desarrollo de unidades de aprendizaje y mensajes instruccionales: en esta etapa se desarrollan las unidades de aprendizaje, las cuales están relacionadas con los objetivos específicos del programa, cada objetivo específico se desarrolla utilizando la ficha para unidad de aprendizaje, en la

cual se especifica el nombre de la unidad, el objetivo general del programa, la meta de aprendizaje, el contenido a desarrollar y la metodología de la enseñanza virtual. Por otra, se selecciona la evaluación de la unidad, en caso de ser necesario.

Adicionalmente, se recopila, selecciona y prepara el material que servirá para el diseño de los mensajes instruccionales, los cuales representan un conjunto de elementos, como fotografías, textos, dibujos, videos, entre otros estructurados con el propósito de modificar el comportamiento cognitivo, afectivo y psicomotor de los participantes.

CAPÍTULO IV

DIAGNÓSTICO Y FACTIBILIDAD

A continuación se presentará y analizará de manera detallada los datos obtenidos por la autora para dar respuesta a las interrogantes planteadas en la investigación. Los datos serán descritos y detallados mediante tablas, gráficas porcentuales, resúmenes y descripciones. Siguiéndose el orden del procedimiento metodológico expuesto en el capítulo anterior.

4.1 Fase I: Diagnóstico

4.1.1 Examinación de la situación actual de las TIC en la empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela.

Para llevar a cabo el examen de la situación actual de las TIC en la empresa logística de cosméticos, se aplicó una lista de cotejo. Con ayuda de este instrumento la investigadora precisó la utilización de las TIC en la empresa como recurso de apoyo en los procesos diarios de la empresa y en los métodos de aprendizaje, para determinar el proceso de comunicación digital existente.

Los resultados de este diagnóstico en el cual se evaluó la presencia o ausencia de cada aspecto del instrumento aplicado, se pueden observar en la siguiente tabla:

Tabla 5 **Situación actual en la Empresa Logística de Cosméticos en relación a las TIC**

		SI	NO
1	Hoja de cálculo	X	
2	Procesador de texto	X	
3	Editor de Presentaciones	X	
4	Correo electrónico	X	
5	Redes sociales		X
6	Telefonía VoIP	X	
7	Foros de debate en línea		X
8	Sesiones de chat		X

Fuente: Elaboración propia (2015).

Los datos obtenidos al examinar la situación actual de las TIC en la empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela, muestran que de un total de ocho (08) ítems evaluados, cinco (05) se detectaron en la empresa; la hoja de cálculo, el procesador de texto, el editor de presentaciones, el correo electrónico y la telefonía VoIP, representan los ítems que se encuentran a disposición de los empleados.

Estos datos revelan un sesenta y dos coma cinco por ciento (62,5%) de empleo de las TIC en función de los elementos evaluados, el treinta y siete coma cinco por ciento (37,5%) restante representa los ítems que no están presentes en la organización, los cuales son: las redes sociales, los foros de debate en línea y las sesiones de chat.

Al aplicar la lista de cotejo, la intención de la investigadora fue determinar el proceso de comunicación digital presente en la empresa, examinando los procesos de producción y distribución que se manejan empleando la tecnología digital, con el objetivo de establecer la capacidad que posee la organización para comunicarse, relacionarse y colaborar a través de los paquetes de programas informáticos para oficina y los servicios de Internet asociados a las TIC establecidos por Mifsud (2011), y expuestos en el Capítulo II.

Por otra parte, basándose en la lista de competencias de la comunicación digital expuestas por Magro y salvatella (2014), y a las cuales se hace referencia en el Capítulo II, se afirma que el proceso de comunicación digital actual, tiene a su disposición los siguientes escenarios tecnológicos:

- Escenario para comunicarse de manera asincrónica:

Escenario presente en la empresa en estudio, a través del empleo de los paquetes de programas informáticos presentes en la organización (hoja de cálculo, procesador de textos, editor de presentaciones) y el correo electrónico. Como se pudo observar en la empresa logística, las hojas de cálculo, los procesadores de texto

y el editor de presentaciones; son empleados a diario en los departamentos de la organización en mayor o menor medida.

Las hojas de cálculo son las predilectas en las unidades de Inventario, Almacén, Área de Armado y Despacho, debido a su capacidad de permitir el manejo de datos esenciales para el desarrollo del proceso productivo.

Se observó preferencia por el editor de presentaciones a la hora de mostrar información relevante de adiestramiento y aprendizajes. Los departamentos de Recursos Humanos y Seguridad presentan mayor afinidad por el editor de presentaciones; ya que, en este programa se plasman los entrenamientos oficiales a los nuevos ingresos, entrenamientos mensuales y otros dirigidos a la capacitación del personal relacionados a seguridad industrial y buenas prácticas dentro del almacén.

Por otra parte, el procesador de texto es el elegido para la presentación de informes, finalmente el uso de las hojas de cálculo acentúa su uso en áreas relacionadas al cálculo del salario del trabajador y controles de asistencia. Adicionalmente, la empresa cuenta con correo electrónico; en cada departamento el personal analista, supervisor y gerencial cuenta con una cuenta Outlook que permite el envío y recepción de cualquier tipo de información digitalizada.

- Escenario para comunicarse de manera sincrónica online:

Escenario presente, a través del empleo de la Telefonía Volp.

Asimismo, la lista de cotejo aplicada permitió reconocer una serie de servicios de Internet asociados a las TIC ausentes en la empresa (redes sociales, foros de debate en línea y sesiones de chat).

El hecho que la empresa no cuente con escenarios tecnológicos adecuados para estos servicios, restringe a los empleados de participar proactivamente en

entornos virtuales y espacios colaborativos online, alejando a los individuos de la posibilidad de interactuar con herramientas de la comunicación digital y desarrollar competencias de la era de la globalización.

En conclusión, para que la empresa logística de cosméticos en estudio mejore su intercambio de información y conocimiento haciendo uso de las tecnologías digitales, se debe trabajar en crear escenarios tecnológicos que incorporen los ítems que no fueron detectados en el diagnóstico realizado por la investigadora (redes sociales, foros de debate en línea y sesiones de chat), creando así contextos tecnológicos que contengan las siguientes características:

- Escenarios que promuevan la participación activa de los empleados en conversaciones y debates online realizando aportaciones de valor.
- Escenarios que promuevan la comunicación utilizando medios digitales.
- Escenarios que permitan generar contenidos de valor que ayuden a generar debate.
- Escenarios que promuevan la participación de los empleados en entornos digitales, redes sociales y espacios colaborativos online.

En definitiva, las características antes señaladas deben ser incorporadas a la herramienta de la comunicación digital, a través del diseño del contenido del programa de capacitación en línea, basado en conocimientos básicos del proceso de picking, para la empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela.

En este sentido, se apoya la concepción de Moreira (2009), en relación a la Teoría de la Tecnología Educativa, la autora afirma que hoy en día se desarrolla en función de las TICS, herramientas culturales que los individuos y organizaciones entienden y emplean en función de sus necesidades, generándose al final la interacción entre el sujeto y la tecnología.

Aunado a ello, si el desempeño de un empleado es el resultado de poner en acción capacitación, información, relaciones y herramientas, el reto es crear los entornos para desarrollar las competencias que faciliten y permitan que cada trabajador autogestione esos cuatro ámbitos.

4.1.2 Análisis del nivel de conocimiento del personal del área de picking, en relación al proceso de picking.

Para el análisis del nivel de conocimiento del personal del área de pickeo en relación al proceso de picking, se aplicó una encuesta, a los diecisiete (17) trabajadores relacionados al proceso, las preguntas del cuestionario, se encuentran categorizadas en dos áreas de análisis:

- **Nivel de comprensión:** evalúa el conocimiento del personal en relación a las teorías y leyes que sustentan el proceso de picking y los aspectos técnicos involucrados (formatos y estándares).
- **Nivel de reconocimiento:** evalúa los saberes prácticos del personal relacionados con aspectos que afectan a los procesos del picking, involucra el manejo de cifras y procedimientos que repercuten directamente en la productividad; adicionalmente identifica el grado, propósito y aceptación en relación a la implementación de un programa de capacitación en línea.

A continuación se muestran las preguntas presentes en los cuestionarios realizados a la muestra, con el objetivo de exponer los datos obtenidos, de forma tabulada y graficada:

4.1.2.1 Análisis del nivel de comprensión de las teorías y leyes

Ítem N°1. ¿Conoce cómo se define el proceso de picking?

(SI) (NO)

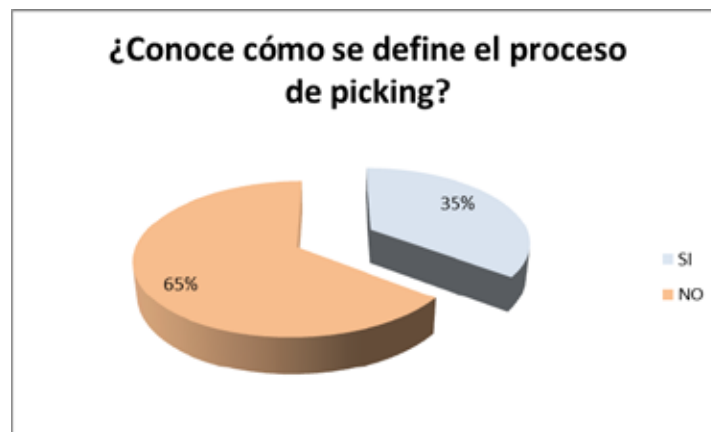
Tabla 6. Porcentaje de personas que conocen la definición de picking.

Variable	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	6	35%
NO	11	65%
Total	17	100%

Fuente: Elaboración propia (2015).

A continuación, se muestra en la Figura 2 un gráfico que refleja los datos obtenidos en la pregunta N° 1 de la encuesta aplicada:

Figura 2. Gráfico del porcentaje de personas que conocen la definición de picking.



Fuente: Elaboración propia (2015).

Según Mauleón (2013), se define a la preparación de pedidos o picking (término derivativo del idioma inglés) como “la actividad que desarrolla dentro del almacén un equipo del personal para preparar los pedidos de los clientes” (p. 217). En esta pregunta el sesenta y cinco por ciento (65%) de la muestra seleccionada afirma que desconoce el concepto anterior, mientras que el treinta y cinco por ciento (35%) restante lo conoce, lo anterior revela que la mayoría de la muestra no posee conocimiento de la definición de este concepto.

Ítem N°2. El proceso de picking en la empresa logística en la cual se desempeña, ¿Se realiza a partir de una orden de trabajo?

(SI) (NO)

Tabla 7. Porcentaje de personas que relacionan inicio del picking con orden de trabajo.

Variable	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	2	12%
NO	15	88%
Total	17	100%

Fuente: Elaboración propia (2015).

Seguidamente, se muestra en la Figura 3 un gráfico que refleja los datos obtenidos en la pregunta N° 2 de la encuesta aplicada:

Figura 3. Gráfico del Porcentaje de personas que relacionan inicio del picking con orden de trabajo.



Fuente: Elaboración propia (2015).

El gráfico antes detallado refleja que el ochenta y ocho por ciento (88%) de la muestra seleccionada niega que el proceso de picking en la empresa se realice a partir de una orden de trabajo, solo el doce por ciento (12%) afirma que el proceso de picking se realiza a partir de esta.

En función de Tejada (2014), "se denomina preparación de pedidos como el proceso, por el cual se selecciona y recoge de sus lugares de almacenamiento

una serie de artículos solicitados por un cliente a través de una orden de pedido” (p. 17).

En la empresa en estudio a la orden de pedido que hace referencia Tejada (2014), se le denomina “Hot List”, por lo tanto el mismo representa el instrumento a partir del cual se realiza el proceso de picking, los resultados demuestran que la mayoría de las personas están en lo correcto y poseen un alto entendimiento de la fase de Preparación del proceso de picking establecida por Mauleón (2013).

Ítem N°3. ¿El pickeo de productos se puede realizar tanto en racks de alturas como en racks ubicados en el piso?

(SI) (NO)

Tabla 8. Porcentaje de personas que confirman el desarrollo del proceso de picking en altura y piso.

Variable	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	17	100%
NO	0	0%
Total	17	100%

Fuente: Elaboración propia (2015).

Analizando los datos de la tabla anterior, el cien por ciento (100%) de la muestra afirma que el pickeo de los productos se puede llevar a cabo tanto en racks de alturas como en racks ubicados en el piso, según Mauleón (2013) y sus fases de preparación de pedidos o picking, específicamente la fase de Extracción.

Por lo tanto, la muestra está en lo cierto y el pickeo se realiza tanto en racks de alturas como en racks ubicados en el piso, los datos anteriores demuestran que el personal tiene pleno conocimiento de las áreas en las cuales se realiza el pickeo de los productos.

Ítem N°4. ¿Conoce que se entiende por código de un producto?

(SI) (NO)

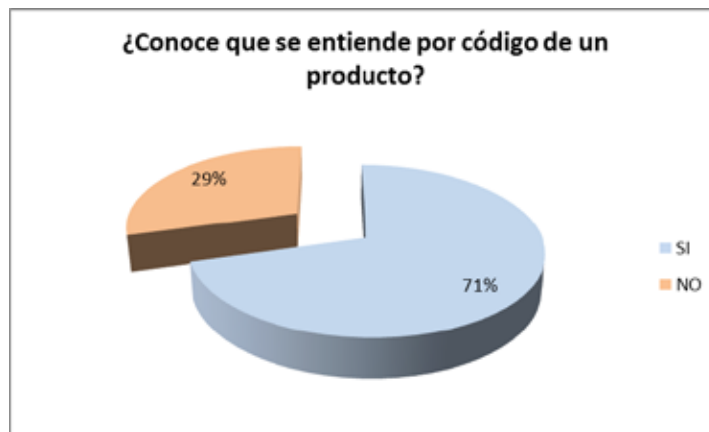
Tabla 9. Porcentaje de personas que conocen lo que se entiende por código de un producto.

Variable	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	12	71%
NO	5	29%
Total	17	100%

Fuente: Elaboración propia (2015).

La Figura 4 muestra los datos obtenidos en la pregunta N°4 en la encuesta aplicada:

Figura 4. Gráfico del Porcentaje de personas que conocen lo que se entiende por código de un producto.



Fuente: Elaboración propia (2015).

En el gráfico anterior se muestra que el setenta y un por ciento (71%) de la muestra afirma que conoce lo que se entiende por código del producto, solo el veintinueve por ciento (29%) restante ignora lo que significa la expresión.

En líneas generales y en base de los resultados anteriores se asevera que los empleados poseen un alto conocimiento de este término que rige el proceso de picking. Ya que, el código del producto es el que permite determinar los artículos solicitados por el cliente que deben ser tomados de sus ubicaciones según los requerimientos del Hot List.

Ítem N°5. ¿Conoce que se entiende por lote de un producto?

(SI) (NO)

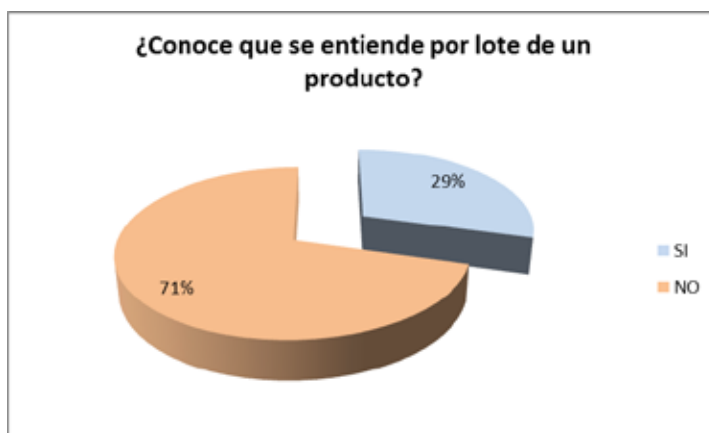
Tabla 10. Porcentaje de personas que conocen el término “lote del producto”.

Variable	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	5	29%
NO	12	71%
Total	17	100%

Fuente: Elaboración propia (2015).

Seguidamente, se muestra en la Figura 5 un gráfico que refleja los datos obtenidos en la pregunta N° 5 de la encuesta aplicada:

Figura 5. Gráfico del porcentaje de personas que conocen el término “lote del producto”.



Fuente: Elaboración propia (2015).

Los datos que se presentan en el gráfico anterior, demuestran que existe ausencia de conocimiento en lo que se refiere al significado de lote de un producto.

Ya que, el setenta y un por ciento (71%) de la muestra afirma que desconoce el término, solo el veintinueve por ciento (29%) de la misma muestra discernimiento de la expresión; la cual se encuentra asociada al área de calidad que rige el proceso de pickeo, lo anterior manifiesta un bajo nivel de comprensión por parte de la muestra.

Ítem N°6. ¿Conoce que se entiende por Hot List?

(SI) (NO)

Tabla 11. Porcentaje de personas que conocen el término “Hot List”.

Variable	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	16	94%
NO	1	6%
Total	17	100%

Fuente: Elaboración propia (2015).

Seguidamente, se muestra en la Figura 6 un gráfico que refleja los datos obtenidos en la pregunta N° 6 de la encuesta aplicada:

Figura 6. Gráfico del porcentaje de personas que conocen el término “Hot List”.



Fuente: Elaboración propia (2015).

El gráfico de la Figura N° 6 muestra que el noventa y cuatro por ciento (94%) de la muestra afirma conocer lo que se entiende por Hot List, solo el seis por ciento (6%) de la misma desconoce este término. Como ya se explicó en el análisis de la pregunta N°2, en la empresa en estudio a la orden de pedido que hace referencia Tejada (2014), se le denomina “Hot List”, por lo tanto el mismo representa un formato básico y el instrumento a partir del cual se realiza el proceso de picking, por lo tanto estos resultados demuestran un alto nivel de comprensión del formato.

Ítem N°7. ¿Conoce la nomenclatura de los pasillos del almacén?

(SI) (NO)

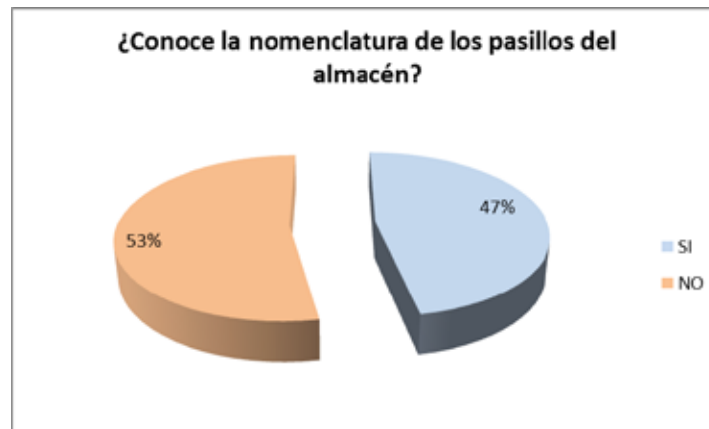
Tabla 12. Porcentaje de personas que conocen nomenclatura de pasillos.

Variable	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	8	47%
NO	9	53%
Total	17	100%

Fuente: Elaboración propia (2015).

Seguidamente, se muestra en la Figura 7 un gráfico que refleja los datos obtenidos en la pregunta N° 7 de la encuesta aplicada:

Figura 7. Gráfico del porcentaje de personas que conocen nomenclatura de pasillos.



Fuente: Elaboración propia (2015).

En el gráfico anterior se puede apreciar que el cincuenta y tres por ciento (53%) de la muestra no conoce la nomenclatura de los pasillos del almacén en los cuales se realiza el proceso de picking.

Esto es preocupante; ya que, uno de los principales conocimientos que deben tener los empleados para un picking efectivo es cómo funciona la nomenclatura de los pasillos del almacén.

Este conocimiento se relaciona directamente con la fase de Recorridos expuesta por Mauleón (2013), debido a que la misma indica a donde deben dirigirse los obreros sin perder tiempo valioso en el proceso, desde la zona de operaciones hasta el punto de ubicación del producto.

Por su parte, el cuarenta y siete por ciento (47%) de la muestra afirma conocer la nomenclatura de los pasillos del almacén.

Ítem N°8. ¿Conoce la nomenclatura de los racks del almacén?

(SI) (NO)

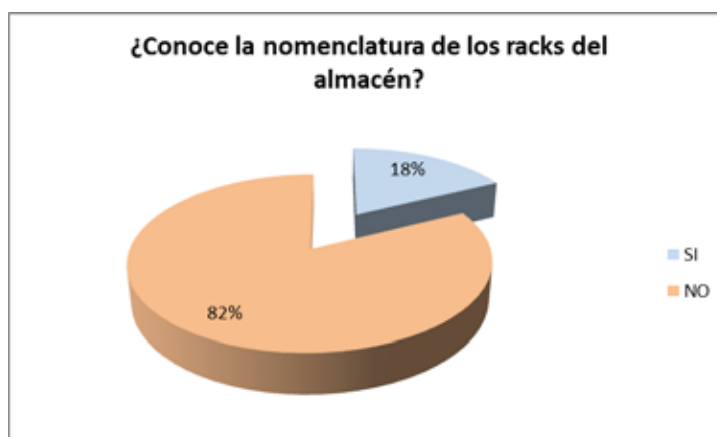
Tabla 13. **Porcentaje de personas que conocen nomenclatura de racks.**

Variable	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	3	18%
NO	14	82%
Total	17	100%

Fuente: Elaboración propia (2015).

A continuación el gráfico que muestra los datos obtenidos en la encuesta para la pregunta N° 8:

Figura 8. **Gráfico del porcentaje de personas que conocen nomenclatura de racks.**



Fuente: Elaboración propia (2015).

En el gráfico anterior se puede observar que un ochenta y dos por ciento (82%) de la muestra desconoce la nomenclatura de los racks del almacén, estos datos aunados con los de la pregunta N°7 demuestran un vacío de conocimiento en lo que respecta a la fase de Recorridos expuesta por Mauleón (2013) en el Capítulo II de la presente investigación.

Ítem N°9. ¿Posee conocimiento de cuándo debe transcribir en las hojas del Hot List el saldo restante en la ubicación?

(SI) (NO)

Tabla 14. Porcentaje de personas con conocimiento del Hot List y saldo restante.

Variable	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	3	16%
NO	16	84%
Total	19	100%

Fuente: Elaboración propia (2015).

A continuación se muestra el gráfico que muestra los resultados obtenidos en la encuesta para la pregunta N° 9:

Figura 9. Gráfico del porcentaje de personas con conocimiento del Hot List y saldo restante.



Fuente: Elaboración propia (2015).

Los datos registrados en la valoración de esta pregunta, proporcionan una base importante para analizar el nivel de comprensión del personal; ya que, el ochenta y cuatro por ciento (84%) de la muestra desconoce cómo se debe realizar

la transcripción de la información en la hoja del Hot List, específicamente la casilla correspondiente al saldo restante en la ubicación.

En esta pregunta solo el dieciséis por ciento (16%) de la muestra afirma poseer conocimiento del formato del Hot List en lo que respecta al correcto llenado y presentación de la información, estos datos muestran la importancia de ofrecer capacitación en la fase de la preparación de pedidos denominada Extracción y expuesta por Mauleón (2013), en el Capítulo II de la presente investigación.

Ítem N°10. ¿Posee algún tipo de conocimiento de cuándo se debe llenar la columna de excedente en el formato del Hot List?

(SI) (NO)

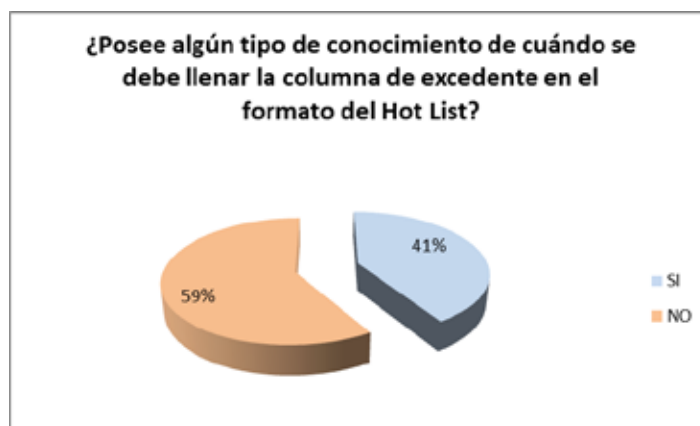
Tabla 15. Porcentaje de personas con conocimiento del Hot List y excedente.

Variable	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	7	41%
NO	10	59%
Total	17	100%

Fuente: Elaboración propia (2015).

A continuación se muestra el gráfico que muestra los datos obtenidos en la encuesta para la pregunta N° 10:

Figura 10. Gráfico del porcentaje de personas con conocimiento Hot List y excedente.



Fuente: Elaboración propia (2015).

En el gráfico anterior se muestra que el cincuenta y nueve por ciento (59%) de la muestra desconoce cómo se debe llenar la columna de excedente en el Hot List, esta respuesta corrobora un déficit de comprensión asociada al correcto llenado y presentación de la información; sin embargo, el cuarenta y un por ciento (41%) de la muestra afirma conocer cómo llenar adecuadamente la información. Esta pregunta se relaciona directamente con la pregunta anterior y la necesidad de entrenar al personal en la fase de Extracción expuesta por Mauleón (2013).

Ítem N°11. ¿Conoce a dónde debe ser llevado el producto una vez pickeado?

(SI) (NO)

Tabla 16. Porcentaje de personas que conocen ubicación final del producto.

Variable	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	5	29%
NO	12	71%
Total	17	100%

Fuente: Elaboración propia (2015).

A continuación se muestra el gráfico que muestra los datos obtenidos en la encuesta para la pregunta N° 11:

Figura 11. Gráfico del porcentaje de personas que conocen ubicación final del producto.



Fuente: Elaboración propia (2015).

Un veintinueve por ciento (29%) de la muestra afirma conocer a donde debe ser llevado el producto una vez pickeado; sin embargo, un setenta y un por ciento (71%) desconoce la información. Los resultados obtenidos muestran la necesidad de capacitar al personal en los procedimientos asociados a la última fase expuesta por Mauleón (2013), la fase de Verificación del Acondicionado, relacionado al traslado de la mercancía a la zona de expedición.

Ítem N°12. ¿Posee conocimientos de cómo debe actuar si al dirigirse a una de las ubicaciones generadas en el Hot List, se consigue que el producto físico no esté coincidiendo en código, descripción, lote ni cantidad, con lo solicitado?

(SI) (NO)

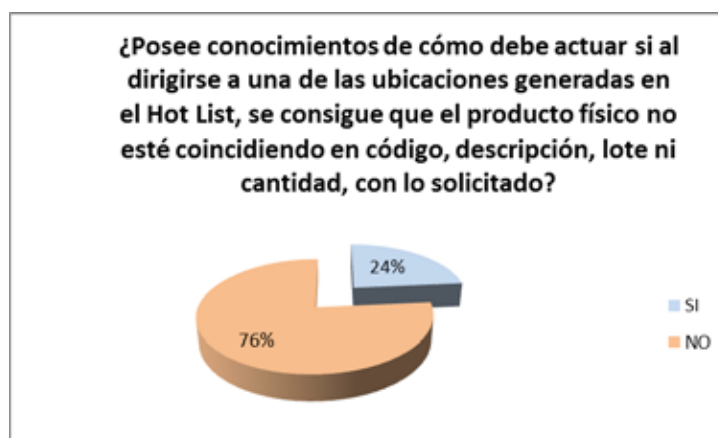
Tabla 17. Porcentaje de personas que actúan ante diferencias en el picking.

Variable	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	4	24%
NO	13	76%
Total	17	100%

Fuente: Elaboración propia (2015).

A continuación se muestra el gráfico que muestra los datos obtenidos en la encuesta para la pregunta N° 12:

Figura12. Gráfico del porcentaje de personas que actúan ante diferencias en el picking.



Fuente: Elaboración propia (2015).

En esta pregunta el veinticuatro por ciento (24%) de la muestra afirma tener conocimiento en lo que respecta a cómo deben actuar ante un escenario en el que exista discrepancia entre el producto solicitado por el Hot List (producto teórico) y el producto físico detectado al llegar a la ubicación. Por su parte, el setenta y seis por ciento (76%) de la muestra desconoce el procedimiento que se debe desarrollar. Estos resultados muestran la importancia de capacitar al personal en la fase de Extracción expuesta por Mauleón (2014), con el objetivo de mejorar los índices de productividad.

Ítem N°13. ¿Posee conocimiento de los elementos que se deben verificar al realizar el pickeo de los productos?

(SI) (NO)

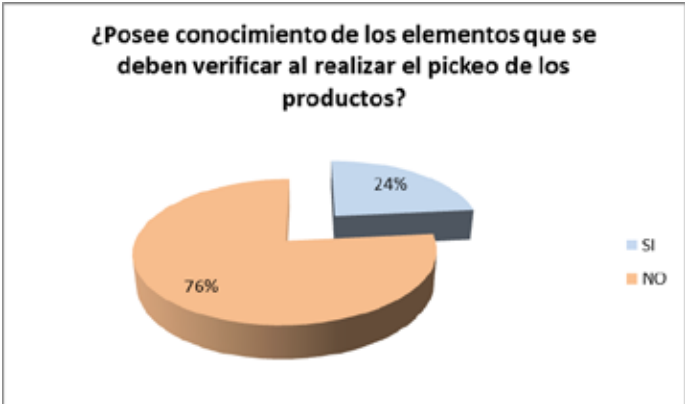
Tabla 18. Porcentaje de personas que poseen conocimientos en verificación del picking.

Variable	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	4	24%
NO	13	76%
Total	17	100%

Fuente: Elaboración propia (2015).

A continuación se muestra el gráfico que muestra los datos obtenidos en la encuesta para la pregunta N° 13:

Figura 13. Gráfico del porcentaje de personas que poseen conocimientos en verificación.



Fuente: Elaboración propia (2015).

La verificación del código, la descripción del producto, el lote y la cantidad del producto solicitado según Hot List, son los elementos a los que hace referencia la pregunta anterior; un veinticuatro por ciento (24%) de la muestra afirma conocer los cuatro ítems nombrados.

Sin embargo, el setenta y seis por ciento (76%) de la muestra desconoce los elementos que se deben verificar al realizar el pickeo de un producto. La clave de un pickeo efectivo se encuentra en esta verificación; ya que, permite al personal detectar las incongruencias en las primeras etapas del proceso.

Ítem N°14. ¿Entiende la diferencia entre una ubicación de piso y una de altura?

(SI) (NO)

Tabla 19. Porcentaje de personas que entienden diferencias entre ubicaciones de picking.

Variable	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	15	88%
NO	2	12%
Total	17	100%

Fuente: Elaboración propia (2015).

A continuación se muestra el gráfico que muestra los datos obtenidos en la encuesta para la pregunta N° 14:

Figura 14. Gráfico del porcentaje de personas que entienden diferencias entre ubicaciones.



Fuente: Elaboración propia (2015).

El gráfico anterior muestra que el ochenta y ocho por ciento (88%) de la muestra entiende la diferencia entre un racks de piso y un rack de altura, si bien los racks de alturas son aquellos que exigen que el empleado haga uso del montacargas para realizar el pickeo, los racks de piso son aquellos en los cuales dicha maquinaria no es necesaria porque los mismos forman parte de los primeros niveles del estante general, los cuales se encuentran a la altura de un ser humano promedio.

En esta pregunta el doce por ciento (12%) de la muestra desconoce esta diferencia lo que indica un total de dos personas con ausencia de conocimientos en esta área.

Presentados los resultados de esta primera área de estudio, la cual analizó el nivel de comprensión de los empleados en relación a las teorías, leyes y aspectos técnicos que sustentan el proceso de picking, conformada por catorce (14) preguntas, se hace necesario reflexionar acerca de la importancia del conocimiento del personal en relación a los aspectos teóricos y técnicos de los procesos.

En este caso específicamente el de picking; el cual representa el proceso crítico de la empresa en estudio; por tanto, establecer el nivel de entendimiento común que los empleados poseen permite evaluar las fortalezas y debilidades de los mismos, brindando información relevante referente a los conceptos y temas evaluados, y develando el nivel de profundidad con que los mismos deben ser abordados en el diseño del programa de capacitación en línea.

En este mismo orden de ideas, se determina en base a los resultados del cuestionario aplicado que un treinta y seis por ciento (36%) de los temas inmersos en las preguntas formuladas son de la comprensión del personal; por lo tanto, estos temas en los cuales los empleados demuestran un buen nivel de entendimiento, no tendrán un gran impacto en el diseño del contenido del programa de capacitación en línea; a continuación se detallan los temas en cuestión:

- Diferencias entre Orden de Trabajo y Hot List (pregunta N° 2).
- Discernimiento de las áreas donde se lleva a cabo el picking (pregunta N° 3).
- Definición de código de producto (pregunta N° 4).
- Definición de Hot List (pregunta N° 6).
- Diferencias entre el picking de piso y el de altura (pregunta N° 14).

Por otra parte, el sesenta y cuatro por ciento (64%) de las preguntas de esta área indican desconocimiento de las teorías y leyes que sustentan el proceso de picking y los aspectos técnicos involucrados (formatos y estándares), estos resultados soportan la necesidad de diseñar el contenido de un programa de capacitación en línea, basado en conocimientos básicos del proceso de picking, para ser utilizado en una empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela; a través de herramientas de la comunicación digital.

Mediante el análisis de los datos obtenidos la investigadora estableció los temas (teorías y leyes que sustentan el proceso de picking y los aspectos técnicos), que deben ser incluidos con mayor profundidad en el diseño del programa de capacitación. Los temas que se detallan a continuación son desconocidos por la mayoría del personal; los mismos se presentan clasificados según las fases del proceso de picking expuestas en el Capítulo II, según Mauleón (2013):

Temas asociados a la Fase de Preparación:

- Definición de picking o preparación de pedidos, (pregunta N° 1).
- Definición de lote de producto, (pregunta N° 5).

Temas asociados a la Fase de Extracción:

- Metodología para el correcto llenado y presentación de la información del Hot List (saldo en ubicación), (pregunta N° 9).
- Metodología para el correcto llenado y presentación de la información del Hot List (columna del excedente), (pregunta N° 10).

- Elementos básicos a verificar en el proceso de picking (diferencias de producto físico Vs. producto en ubicación), (pregunta N° 12).
- Elementos básicos a verificar en el proceso de picking (código, descripción del producto, lote y cantidad), (pregunta N° 13).

Temas asociados a la Fase de Recorridos:

- Nomenclatura de los pasillos del almacén, (pregunta N°7).
- Nomenclatura de los racks del almacén, (pregunta N° 8).

Temas asociados a la Fase de Verificación del Acondicionado:

- Traslado de la mercancía a la zona de consolidación una vez realizado proceso de picking, (pregunta N° 11).

Al clasificar los temas que presentaron desconocimiento en la mayoría del personal, según las fases del proceso de picking expuestas en el Capítulo II según Mauleón (2013), se logró determinar la etapa del proceso de picking que presenta mayores debilidades, con el objetivo de exaltar estos temas en el diseño del programa de capacitación y desarrollar las competencias teórico-prácticas necesarias en los empleados.

En la investigación desarrollada se comprobó que la Fase de la Extracción, de la empresa logística de cosméticos, ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela fue la que presentó un menor nivel de entendimiento por parte del personal.

En este mismo orden de ideas, la relevancia de establecer el nivel de comprensión de los empleados en relación a las teorías, leyes y aspectos técnicos del proceso de picking, fue fundamental para gestionar la información y el conocimiento y sobre todo para aprovechar al máximo la conexión entre los empleados de la empresa en estudio y la información, lo antes expresado se relaciona directamente al concepto de Gestión del Conocimiento ofrecido por Ossa (2015) en el Capítulo II.

Sin embargo, desde el punto de vista de la investigadora, los sistemas de gestión del conocimiento que permiten entregar a los empleados la información que necesitan para desarrollar mejor su trabajo, deben integrarse con la comunicación digital para manejar la convergencia entre conocimiento, globalización y cambio tecnológico acelerado.

4.1.2.2 Análisis del nivel de reconocimiento práctico del proceso

Ítem N°15. ¿Podría determinar el mínimo número de personas requeridas para pickear una ubicación de altura?

(SI) (NO)

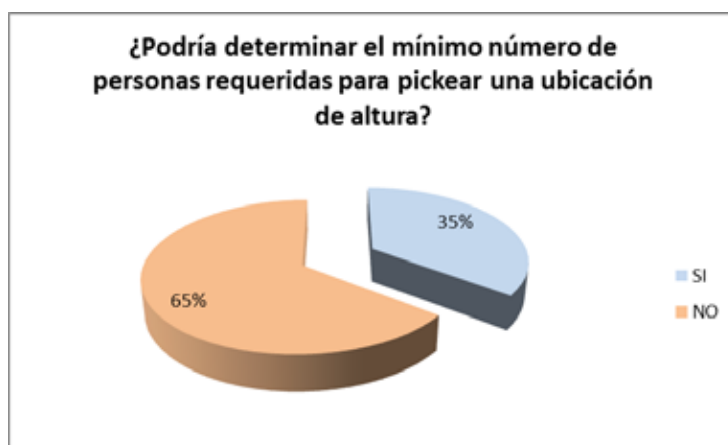
Tabla 20. Porcentaje de personas que conocen cifras de pickeos efectivos en altura.

Variable	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	6	35%
NO	11	65%
Total	17	100%

Fuente: Elaboración propia (2015).

A continuación se muestra el gráfico de los datos obtenidos en la encuesta para la pregunta N° 15:

Figura 15. Gráfico del porcentaje de personas que conocen cifras de pickeos en altura.



Fuente: Elaboración propia (2015).

Los resultados del gráfico anterior muestran que el treinta y cinco por ciento (35%) de la muestra afirma poder determinar el mínimo número de personas requeridas para pickear una ubicación de altura.

Ya se expuso en preguntas anteriores que estos racks son los que requieren un montacargas para llevar a cabo el proceso de picking.

Por otra parte, el sesenta y cinco por ciento (65%) de la muestra expone no estar en capacidad de determinar esta cifra, los resultados antes detallados muestran la necesidad de capacitar al personal en la fase de Preparación expuesta por Mauleón (2013).

Ítem N°16. ¿Podría determinar el mínimo número de personas requeridas para pickear una ubicación de tablado?

(SI) (NO)

Tabla 21. Porcentaje de personas que conocen cifras de pickeos efectivos en piso.

Variable	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	8	47%
NO	9	53%
Total	17	100%

Fuente: Elaboración propia (2015).

A continuación se muestra el gráfico que muestra los datos obtenidos en la encuesta para la pregunta N° 16:

Figura 16. Gráfico del porcentaje de personas que conocen cifras de pickeos efectivos en piso.



Fuente: Elaboración propia (2015).

El gráfico anterior demuestra que el cuarenta y siete por ciento (47%) de la muestra afirma poder determinar el número de personas requeridas para pickear una ubicación de tablado, el cincuenta y tres por ciento (53%) de la muestra no está en capacidad de determinar esta cifra; la cual es de importancia técnica para el desarrollo eficiente del proceso de picqueo, esta pregunta en consistencia con la pregunta anterior muestra la necesidad de capacitar al personal en lo que se refiere al manejo de cifras que afectan los procesos pertenecientes a la fase de Preparación expuestas por Mauleón (2013).

Ítem N°17. ¿Conoce el tiempo promedio de picqueo para un producto?

(SI) (NO)

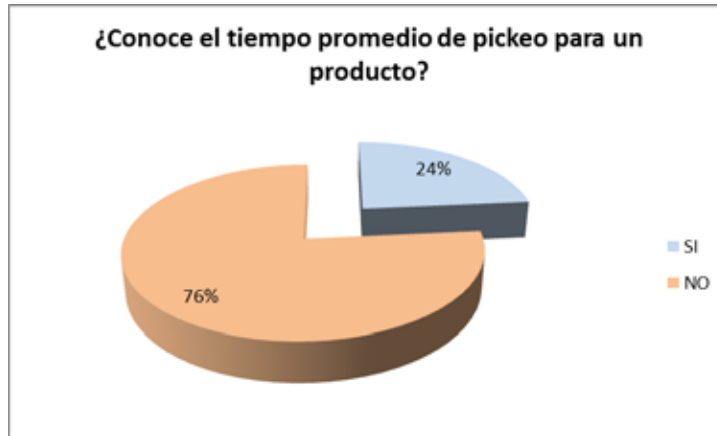
Tabla 22. Porcentaje de personas que conocen tiempo promedio de picqueo.

Variable	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	4	24%
NO	13	76%
Total	17	100%

Fuente: Elaboración propia (2015).

A continuación se muestra el gráfico que muestra los datos obtenidos en la encuesta para la pregunta N° 17:

Figura 17. Gráfico del porcentaje de personas que conocen tiempo promedio de pickeo.



Fuente: Elaboración propia (2015).

Los datos que se presentan en el gráfico anterior, demuestran que existe un déficit de capacitación en lo que se refiere al tiempo promedio de picking de un producto, el setenta y seis por ciento (76%) de la muestra desconoce esta información, solo el veinticuatro por ciento (24%) afirma conocerla.

Esta pregunta en correspondencia con las dos anteriores buscan evaluar los saberes del personal relacionados con el nivel de reconocimiento práctico que afectan los procesos del pickeo, ante los resultados obtenidos se hace evidente la necesidad de capacitar al personal en relación a la fase de Extracción expuesta por Mauleón (2013).

Ítem N°18. ¿Considera importante estar informado acerca de las últimas tendencias logísticas relacionadas a los procesos de pickeo?

(SI) (NO)

Tabla 23. Porcentaje de personas que consideran importante estar informados sobre últimas tendencias logísticas.

Variable	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	15	88%
NO	2	12%
Total	17	100%

Fuente: Elaboración propia (2015).

A continuación se muestra el gráfico que muestra los datos obtenidos en la encuesta para la pregunta N° 18:

Figura 18. Gráfico del porcentaje de personas que consideran importante estar informados sobre últimas tendencias logísticas.



Fuente: Elaboración propia (2015).

El gráfico anterior muestra que un ochenta y ocho por ciento (88%) de la muestra considera importante estar informado acerca de las últimas tendencias logísticas relacionadas a los procesos de pickeo, demostrando un alto grado de intención del personal en ser capacitados en esta área.

Ítem N°19. ¿Le gustaría realizar un programa de capacitación en línea basado en conocimientos básicos del proceso de pickeo?

(SI) (NO)

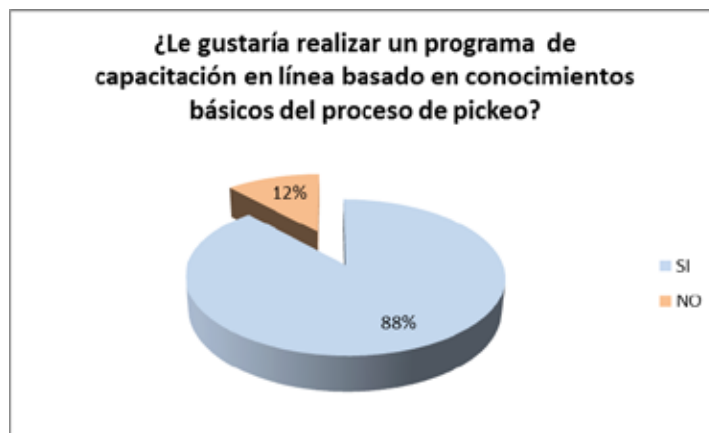
Tabla 24. Porcentaje de personas que desean realizar un programa de capacitación sobre proceso de picking.

Variable	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	15	88%
NO	2	12%
Total	17	100%

Fuente: Elaboración propia (2015).

A continuación se muestra el gráfico que muestra los resultados obtenidos en la encuesta para la pregunta N° 19:

Figura 19. Gráfico del porcentaje de personas que desean realizar un programa de capacitación sobre proceso de picking



Fuente: Elaboración propia (2015).

Los datos registrados en esta pregunta, constituyen otro factor relevante para el análisis del grado de aceptación de un programa de capacitación en línea por parte de los empleados del área de picking, en el gráfico anterior se puede observar que se obtuvo un alto grado de aceptación; ya que, el ochenta y ocho por ciento de la muestra (88%) manifestó su total interés en la capacitación.

Ítem N°20. ¿Posee una máquina conectada a internet que le permita emplear herramientas interactivas de retroalimentación, como chat, llamadas y video llamadas?

(SI) (NO)

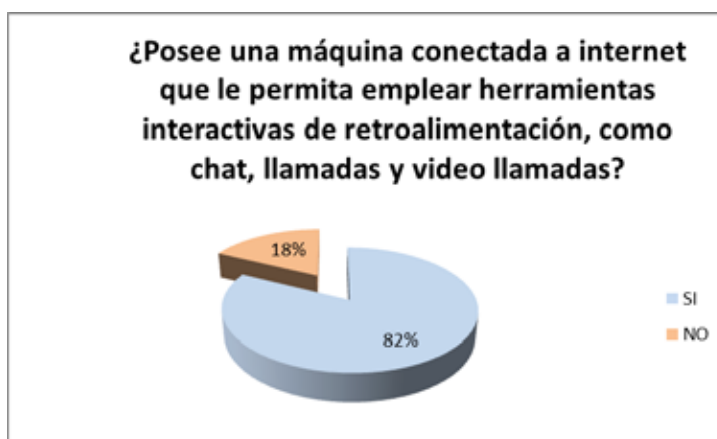
Tabla 25. Porcentaje de personas que poseen una máquina conectada a internet.

Variable	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	14	82%
NO	3	18%
Total	17	100%

Fuente: Elaboración propia (2015).

A continuación se muestra el gráfico que muestra los datos obtenidos en la encuesta para la pregunta N° 20:

Figura 20. Gráfico del porcentaje de personas que poseen una máquina conectada a internet.



Fuente: Elaboración propia (2015).

El ochenta y dos por ciento (82%) de la muestra afirma poseer una máquina conectada a Internet capaz de emplear herramientas interactivas, solo un dieciocho por ciento (18%) manifiesta no poseerla, a este porcentaje de la muestra hay que facilitarle el acceso a la tecnología para asegurar su proceso de capacitación.

Expuestos los resultados de esta segunda área de estudio, encargada de analizar los saberes prácticos del personal relacionados con aspectos que afectan los procesos del picking (involucra el manejo de cifras y procedimientos que repercuten directamente en la productividad), conformada por tres (03) preguntas, se hace necesario recapacitar acerca de la importancia de determinar las habilidades de los empleados en relación a esta área.

Ya que, las mismas son actividades que permiten monitorear, estabilizar y optimizar el proceso de picking; con el objetivo de mejorar la calidad, eficiencia y la atención al cliente.

En este mismo orden de ideas, se determina en base a los resultados del cuestionario aplicado que en un cien por ciento (100%) de las preguntas asociadas a esta área de análisis se demostró desconocimiento por parte de los empleados, evidenciándose un déficit de información en relación a los saberes prácticos del personal en relación con aspectos que afectan a los procesos del picking.

Por consiguiente, de igual forma que en el área de estudio antes expuesta, se ratifica la necesidad de implementar un programa de capacitación en línea, basado en conocimientos básicos del proceso de picking, para ser utilizado en una empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela; a través de herramientas de la comunicación digital.

En concordancia con los parámetros establecidos por la investigadora en el área anterior, en este análisis se establecieron los temas (saberes prácticos relacionados con aspectos que afectan los procesos del picking), que deben ser incluidos con mayor profundidad en el diseño del programa de capacitación.

Los temas que se detallan a continuación son desconocidos por la mayoría del personal; los mismos se presentan clasificados según las fases del proceso de picking expuestas en el Capítulo II, según Mauleón (2013):

Temas asociados a la Fase de Preparación:

- Organización del personal para un proceso de picking efectivo, (pregunta N° 15 y 16).

Temas asociados a la Fase de Extracción:

- Tiempo promedio de pickeo según el tipo de productos, (pregunta N° 17).

Temas asociados a la Fase de Recorridos:

- Traslado efectivos de mercancía y productos, (pregunta N° 17).

Al clasificarse los temas que presentaron desconocimiento en la mayoría del personal, según las fases del proceso de picking expuestas en el Capítulo II, se logró diagnosticar que en esta área de conocimiento se presenta falta de información en tres (03) de las fases del proceso de picking (Fase de Preparación, Fase de Extracción y Fase Recorridos).

Por lo tanto es necesario exaltar estos temas en el diseño del programa de capacitación, para así desarrollar las competencias teórico-prácticas relacionadas a este campo, necesarias en los empleados.

Adicionalmente, se obtuvieron resultados altamente positivos en relación a la disposición de los empleados en participar en un programa de capacitación en línea, basado en conocimientos básicos del picking; la buena disposición y motivación de los empleados a capacitarse se relaciona directamente con las gráficas de capacitación expuestas en el capítulo II, según Siliceo (2006), las cuales plantean que al transcurrir el tiempo en una empresa con planes de capacitación permanente el nivel de productividad y la moral de los empleados aumentan.

Sin embargo, para la investigadora ser un experto en algo, almacenar muchos conocimientos en un ámbito específico, es una condición necesaria pero ya no es suficiente.

La era digital requiere empleados que tengan gran capacidad de entendimiento, resiliencia y adaptación al cambio. Empleados preparados para gestionar la información, trabajar en red, aprender continuamente y adaptarse al cambio.

Finalmente, a pesar que una minoría manifestó no contar con una máquina conectada a internet, se establece la necesidad de determinar la factibilidad económica para implementar un área con equipos en la empresa en estudio.

4.2 FASE II: Factibilidad

A continuación se procederá a la determinación de la factibilidad económica, estimando los insumos y equipos necesarios. En esta etapa se ejecutaron una serie de estudios de presupuesto y estimación con el propósito de obtener un aproximado al costo de la inversión, es decir, conocer cuánto cuesta en moneda nacional (bolívares fuertes) llevar a cabo la implementación del espacio físico para un programa de capacitación en línea; estos cálculos se hacen considerando los datos obtenidos en la pregunta del cuestionario que evalúa el número de personas que no disponen de una máquina asociada a Internet y con capacidad para el uso de herramientas interactivas en la red.

A continuación se detallan los gastos necesarios a realizar para la implementación del espacio físico del programa:

Tabla 26 Gastos necesarios para la implementación del programa

Recursos	Cantidad	Costo Unitario (Bsf.)	Total Costo de la Inversión (Bsf.)
Monitores	5	90.000	450.000
CPU	5	130.000	650.000
Mouse	5	28.000	140.000
Teclado	5	4.000	20.000
Cornetas	5	2.500	12.500
Sillas de escritorio	5	4.000	20.000
Pad Mouse	5	1.000	5.000
		259.500	1.297.500

Fuente: Elaboración propia (2016).

Seguidamente se demuestra el costo de la inversión de la propuesta vs un aproximado de las ganancias netas del 2016 por los servicios logísticos ofrecidos por la empresa:

- **Costo de la inversión: 1.297.500 Bsf.**
- **Aproximación de las ganancias netas en el 2016: 12.000.000.000 Bsf.**
- **Formula: aprox. de ganancias netas – Costo de inversión = Factibilidad de la inversión administrativa de la propuesta**
- **Resultados: 11.998.702.500 Bsf.**

Según el resultado de la formula anterior el costo del desarrollo administrativo del proyecto es menor al ingreso neto del 2016 por los servicios logísticos ofrecidos por la empresa, por lo tanto invertir en la implementación de un programa de capacitación en línea no generará consecuencias negativas en los costos a establecer para los objetivos que se llevarán a cabo en el 2016 por la empresa.

Por lo tanto se concluye que la empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela; se encuentra en la posibilidad económica de ejercer la implementación de un programa de capacitación en línea basado en conocimientos básicos del proceso de pickeo.

Trayendo beneficios a largo plazo asociados a incrementos de la productividad y la moral de los trabajadores, postura adoptada por Siliceo (2006), y compartida por la investigadora. Todos los recursos antes detallados serán ubicados en una sala de la organización destinada a la capacitación en línea de los empleados.

CAPITULO V

EL DISEÑO DE LA PROPUESTA

Una vez examinada la situación actual de las TIC en la empresa en estudio; y analizados los temas a incluirse en el diseño del contenido del programa de capacitación, mediante la Fase I del procedimiento metodológico, con respecto a las dos áreas de diagnóstico: nivel de comprensión de los empleados en relación a las teorías, leyes y aspectos técnicos que sustentan el proceso de picking; y la segunda área relacionada al diagnóstico de los saberes prácticos del personal relacionado con aspectos que afectan los procesos del picking; se procedió a evaluar las herramientas de la comunicación digital que fueron descritas en el Capítulo II por González (2016).

La investigadora optó por la herramienta de comunicación digital que según su juicio y en concordancia con González (2016) permite el despliegue del diseño del contenido de un programa de capacitación en línea, basado en conocimientos básicos del proceso de picking.

En definitiva, se estableció que la herramienta que se adapta a las necesidades de capacitación de la empresa, asociada a la comunicación digital consiste en una plataforma de e-learning empresarial (e-training).

A continuación se desarrolla el contenido del programa de capacitación en línea, basado en conocimientos básicos del proceso de pickeo, para ser utilizado en una empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela; a través de herramientas de la comunicación digital.

5.1 Desarrollo general del curso

5.1.1 Nombre del programa:

Programa de capacitación en línea basado en conocimientos básicos del proceso de pickeo para el personal del área de picking.

5.1.2 Objetivo general del programa:

Desarrollar las competencias teórico-prácticas necesarias para la ejecución adecuada del proceso de picking de la empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela.

5.1.3 Objetivos específicos:

- Proporcionar los conocimientos necesarios en lo que respecta a las teorías y leyes que sustentan la actividad logística y el proceso de picking o preparación de pedidos.
- Explicar los aspectos técnicos involucrados en el proceso de picking (formatos y estándares) propios de la empresa logística.
- Ilustrar los indicadores de gestión y las últimas tendencias del picking o la preparación de pedidos.

5.1.4 Administración de la ejecución del programa de capacitación en línea:

En esta etapa se distinguen dos tipos de administración: la Administración Técnica y la Administración de Contenido.

La administración técnica, será desarrollada por el equipo de informática de la empresa logística, considerando que este equipo de profesionales posee los conocimientos informáticos y computacionales necesarios para implementar el diseño de la capacitación propuesta en la plataforma virtual Moodle, así como la creación de claves de acceso para los participantes del programa, instalación de los softwares de acceso del programa y atención a los usuarios ante posibles fallas técnicas, mantenimiento y sostenibilidad de la herramienta comunicacional.

La administración de contenido, es responsabilidad de la investigadora y autora de la tesis en curso; ya que, la misma cuenta con los conocimientos necesarios sobre los temas del programa y está en capacidad de atender las dudas y consultas de los participantes sobre el contenido del curso y sus actividades, incluye administración del grupo de Facebook del programa.

5.1.5 Perfil de los participantes:

El programa de capacitación en línea está dirigido al personal del área de pickeo de la Empresa Logística de Cosméticos.

5.1.6 Metodología de la capacitación:

A través del desarrollo de un módulo de capacitación en línea, se hará un trabajo de aplicación práctica y participativa. Los participantes podrán interactuar desde su hogar, las instalaciones de la empresa, entre otros. En cada unidad de aprendizaje se desarrollará los distintos ejes temáticos del programa.

Comprende el diseño y elaboración de una plataforma virtual de entrenamiento Moodle que permite socializar el conocimiento y ofrecer recursos didácticos, sencillos y prácticos para el desarrollo de los curso. Adicionalmente, se creará una cuenta en Facebook del programa de capacitación con temas de interés, dirigida únicamente por la investigadora, quien es la administradora del contenido.

5.1.7 Organización de las Unidades de Aprendizaje:

El programa está organizado en tres Unidades de Aprendizaje, distribuido en dos horas la primera unidad y tres horas la segunda y la tercera unidad. La primera unidad será impartida durante un día laborable de la semana, la segunda unidad será impartida el segundo día laborable luego de iniciada la primera unidad, y la tercera unidad el

tercer día laborable luego de iniciada la segunda unidad. Es decir, se requiere un total de tres días para culminar la capacitación.

Primera Unidad de Aprendizaje: El primer día de capacitación el participante tomará la Primera Unidad de Aprendizaje, el mismo contará con un máximo de 8 horas a partir del momento que inicia la unidad para presentar la evaluación. Durante este tiempo podrá visitar los mensajes instruccionales que se presentan para reforzar los temas vistos en el video y asegurarse de la comprensión de los temas.

Segunda Unidad de Aprendizaje: El segundo día de capacitación constará de un primer bloque en el cual el participante podrá tomar la segunda Unidad de Aprendizaje desde una máquina conectada a internet; sin embargo, para el segundo bloque que consta la elaboración de la evaluación de la unidad, deberá dirigirse a las instalaciones del almacén para proceder con la evaluación práctica; el participante contará con un máximo de 8 horas a partir del momento que inicia la unidad para presentar la evaluación. La empresa tiene un horario laborable de 7:00 am a 4:00 pm. Con una hora de almuerzo desde las 12:00 pm hasta la 1:00 pm.

Tercera Unidad de Aprendizaje: Finalmente el tercer día de capacitación el participante deberá asistir a las instalaciones de la empresa desde las 7:00 am, para asistir al despliegue de la tercera Unidad de Aprendizaje, la cual de ser dos o más participantes se acondicionará un lugar con un proyector y una máquina conectada a internet.

El participante está en capacidad de repetir las evaluaciones de la primera y segunda Unidad de Aprendizaje, tantas veces sea necesaria hasta obtener su aprobación.

5.1.8 Modo de participación:

Primera Unidad de Aprendizaje y Primer Bloque de la Segunda Unidad de Aprendizaje:

Se sugiere dos formas de participación:

- a. El participante acondicionará un espacio personal para participar de la capacitación. Este día el participante podrá interactuar desde su hogar sin necesidad de asistir a las instalaciones del almacén.
- b. En caso que el participante no cuente con un espacio personal acondicionado con una máquina conectada a internet podrá asistir a las instalaciones del almacén donde se le proporcionará una máquina.

Segundo Bloque de la Segunda Unidad de Aprendizaje:

El participante deberá dirigirse a las instalaciones del almacén, luego de haber superado el primer bloque de la unidad a presentar la evaluación práctica

Tercera Unidad de Aprendizaje:

El participante deberá dirigirse a las instalaciones del almacén, a primera hora de la mañana, 7:00 am.

5.1.9 Contenidos de la Plataforma Virtual de entrenamiento Moodle:

- Diseño y desarrollo de una sección para divulgación de material audiovisual, didáctico e interactivo.
- Propuesta de una, videoteca virtual, biblioteca virtual.
- Glosario de términos, ordenados alfabéticamente y por materia.
- Habilitación de página de transmisión online (streaming) con herramientas interactivas de retroalimentación, como chat, llamadas y video llamadas.

5.2 Desarrollo de unidades de aprendizaje y mensajes instruccionales

Distribución (tiempo estimado): 3 días

Tabla 27 Desarrollo de las unidades de aprendizaje y mensajes instruccionales del programa de capacitación

Primera Unidad de Aprendizaje	¿Qué es la logística?	
Un (1) día	<ul style="list-style-type: none"> Operaciones de la cadena logística. 	
	<ul style="list-style-type: none"> La cadena de valor y los operadores 	
Tercera Unidad de Aprendizaje (1) día	<p>logísticos.</p> <ul style="list-style-type: none"> Organización del personal para proceso de picking Recepción, ubicación y gestión física de mercancía Traslados efectivos de mercancía productos Tecnologías y parámetros que evalúan el picking o preparación de pedidos. 	Encuentro
Fuente: Elaboración propia (2016).	<ul style="list-style-type: none"> Picking o preparación de pedidos. <p>107</p>	Virtual

5.2.1 Matriz Curricular de capacitación de la Primera Unidad de Aprendizaje

Tabla 28

Matriz Curricular Primera Unidad de Aprendizaje

Nombre de la Unidad de aprendizaje						
Descripción de los procesos básicos en la actividad logística y picking (Encuentro Virtual)						
Objetivo General: Desarrollar competencias teórico-prácticas necesarias para la ejecución adecuada del proceso de pickeo de la empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela.						
Objetivo Específico	Dominio del Aprendizaje	Contenido	Método de Enseñanza	Diseño del mensaje instruccional	Evaluación de la Unidad	Tiempo
Proporcionar los conocimientos necesarios en lo que respecta a las teorías y leyes que sustentan la actividad logística y el proceso de picking o preparación de pedidos.	Impartir conocimiento.	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es la logística? • Operaciones de la cadena logística. • La cadena de valor y los operadores logísticos. • Recepción, ubicación y gestión física de la mercancía. • Picking o preparación de pedidos. • ¿Qué es el código de un producto? • ¿Qué es el lote de un producto? 	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>realizará la explicación de los siete (7) temas del contenido de manera teórica.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Una (1) revista en línea con lecturas asociadas a los temas, • Diagrama interactivo de la cadena de valor de los operadores logísticos. • Libro en línea, <p style="text-align: center;">por</p>	<p>Prueba teórica de selección múltiple. Si el resultado obtenido en la prueba es menor a 80%, la acción a seguir por el participante será ir al inicio de la Unidad. Por el contrario si el rango es mayor o igual a 80% entonces el participante deberá avanzar a la próxima Unidad de Aprendizaje</p>	<p>01 Hrs. de reproducción del video.</p> <p>01 Hrs. Para el desarrollo de la evaluación.</p>

Fuente: Elaboración Propia (2016).

5.2.2 Matriz Curricular de capacitación de la Segunda Unidad de Aprendizaje

Tabla 29 Matriz Curricular Segunda Unidad de Aprendizaje

Nombre de la Unidad de aprendizaje						
Descripción de los formatos y estándares involucrados en el proceso de picking propios de la empresa logística (Encuentro Virtual y Presencial)						
Objetivo General: Desarrollar competencias teórico-prácticas necesarias para la ejecución adecuada del proceso de pickeo de la empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela.						
Objetivo Específico	Dominio del Aprendizaje	Contenido	Método de Enseñanza	Diseño del mensaje instruccional	Evaluación de la Unidad	Tiempo
Explicar los aspectos técnicos involucrados en el proceso de picking (formatos y estándares) propios de la empresa logística.	Comprensión Aplicación	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es el Hot List? • Metodología para el correcto llenado y presentación de la información solicitada en el Hot List. • Nomenclatura de pasillos y racks del almacén. • Elementos básicos a verificar en el proceso de picking. • Traslado correcto de la mercancía una vez realizado el proceso de picking. 	<ul style="list-style-type: none"> • Un (1) video: realizará la explicación de dos temas del contenido de manera teórica, ¿Qué es Hot List? Y Elementos básicos a verificar en el proceso de picking. • Simulación de la Metodología para el correcto llenado y presentación de la información en el Hot List. • Animación 3D de la nomenclatura de los pasillos y racks. • Animación 3D del traslado correcto de mercancía. 	<ul style="list-style-type: none"> • Animaciones 3D. • Simulaciones . • Foro de debate en línea (aclaratoria de dudas sobre los temas del contenido de la Unidad de Aprendizaje) 	Prueba práctica en la cual el participante deberá desarrollar el proceso de picking en las instalaciones del almacén. Si el resultado obtenido en la prueba es menor a 80%, la acción a seguir por el participante será ir al inicio de la Unidad. Por el contrario si el rango es mayor o igual a 80% entonces el participante deberá avanzar a la próxima Unidad de Aprendizaje.	<p>01 Hrs. de reproducción del video.</p> <p>30 Min. Para la simulación.</p> <p>30 Min. Para las dos animaciones 3D. 15 Min cada una.</p> <p>01 Hrs. Para el desarrollo práctico de la evaluación.</p>

Fuente: Elaboración propia (2016).

5.2.3 Matriz Curricular de capacitación de la Tercera Unidad de Aprendizaje

Tabla 30 Matriz Curricular Tercera Unidad de Aprendizaje

Nombre de la Unidad de aprendizaje Diseño de una correcta y efectiva estrategia de pickeo (Encuentro Presencial)						
Objetivo General: Desarrollar las competencias teórico-prácticas necesarias para la ejecución adecuada del proceso de pickeo de la empresa logística de cosméticos ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela.						
Objetivo Especifico	Dominio del Aprendizaje	Contenido	Método de Enseñanza	Diseño del mensaje instruccional	Evaluación de la Unidad	Tiempo
Ilustrar los indicadores de gestión y las últimas tendencias del picking o la preparación de pedidos.	Comprensión Aplicación Planificación	<ul style="list-style-type: none"> Organización del personal para un proceso de picking efectivo. Tiempo promedio de pickeo de los productos. Traslados efectivos de mercancía y productos. Tecnologías y parámetros que están revolucionando el picking o la preparación de pedidos. 	<ul style="list-style-type: none"> Una (1) clase virtual en vivo: Exposición y diálogo con el gerente de la sede principal de la empresa ubicada en caracas. Se tocarán los tres tópicos detallados en el contenido. 	<ul style="list-style-type: none"> Clase Virtual. Sesión de chat para aclaratoria de dudas. 	<ul style="list-style-type: none"> El Gerente de Logística realizará una pregunta a cada participante, según su criterio y buen juicio. <p>El mismo una vez obtenida la respuesta por parte del participante deberá retroalimentar correspondiente.</p>	02 Hrs. Para las dos clases virtuales 01 Hr. cada clase. 01 Hr. Para el desarrollo de la evaluación (ronda de preguntas y respuestas).

Fuente: Elaboración propia (2016).

ASPECTOS FINALES

6.1 Conclusiones

Prosperar en el fortalecimiento de nuevas maneras de capacitar e incentivar a los empleados, requiere que las organizaciones trabajen de la mano con la tecnología y las nuevas invenciones en el campo del aprendizaje y la capacitación, lo cual implica un profundo compromiso organizacional. Es así, como la cultura de las empresas debe propiciar que sus empleados alcancen nuevas destrezas y perfeccionen las ya adquiridas; ya que, ello contribuirá al logro de los objetivos globales de la organización.

En este sentido, el propósito de este estudio relacionado al diseño del contenido de un programa de capacitación en línea, se orientó en esa dirección, en el entendido que las nuevas tecnologías deben convertirse en herramientas de uso habitual en todas las organizaciones que deseen ser competitivas y estar enmarcadas en la globalización.

En relación a lo expuesto y en atención a las interrogantes y objetivos planteados, el estudio desarrolló una investigación aplicando instrumentos con diversos componentes, los cuales permitieron a partir del análisis exhaustivo de la información arrojada, llegar a una serie de conclusiones que se indican a continuación:

- La investigación permitió diagnosticar la situación actual de la empresa logística de cosméticos en relación a las TIC presentes, determinándose la necesidad de crear escenarios tecnológicos que incorporen los ítems que no fueron detectados en la lista de cotejo aplicada por la investigadora (las redes sociales, foros de debate en línea y sesiones de chat), escenarios tecnológicos con características específicas que permitan desarrollar y fortalecer el proceso de comunicación digital de la Empresa Logística de Cosméticos.

Asimismo, las Tecnologías de la Información y la Comunicación tienen que ser entendidas como un recurso, un lenguaje, una forma de expresión y de comunicación, que enriquecen a la comunicación digital.

- El nivel de conocimiento del personal del área de picking en relación al proceso de picking, se analizó a través de dos áreas: Nivel de comprensión (evalúa el conocimiento del personal en relación a las teorías y leyes que sustentan el proceso) y Nivel de reconocimiento (evalúa los saberes prácticos del personal relacionados con aspectos que afectan a los procesos del picking).

Los resultados obtenidos soportaron la necesidad de diseñar el contenido de un programa de capacitación en línea, basado en conocimientos básicos del proceso de picking; a través de herramientas de la comunicación digital.

Para la primera área de análisis se determinó siguiendo las fases del proceso de picking expuestas por Mauleón (2013), que la Fase de la Extracción, de la empresa logística de cosméticos, ubicada en el Estado Carabobo, Venezuela fue la que presentó un menor nivel de entendimiento por parte del personal.

Por otra parte, se diagnosticó que en la segunda área de análisis se demostró la necesidad de capacitar en relación a tres (03) de las fases del proceso de picking: Fase de Preparación, Fase de Extracción y Fase Recorridos.

Los datos obtenidos de este diagnóstico permitieron a la empresa determinar la información que deben transmitir a los empleados para ejecutar correctamente el proceso de preparación de pedidos o picking, develándose los temas y contenidos que deben ser incluidos con mayor profundidad en el diseño del programa de capacitación en línea, basado en conocimientos básicos del proceso de picking; a través de herramientas de la comunicación digital.

Adicionalmente, se obtuvieron resultados positivos en relación a la disposición de los empleados en participar en un programa de capacitación

en línea; sin embargo, un pequeño porcentaje de la población manifestó no contar con un dispositivo conectado a internet, lo que reforzó la necesidad de determinar la factibilidad económica para implementar un área de capacitación en la empresa.

- Se determinó que el costo del desarrollo de la propuesta es menor al ingreso neto del 2016 por los servicios logísticos ofrecidos por la empresa, por lo tanto invertir en el diseño del programa de capacitación en línea, es factible para la empresa.
- Se estableció que la herramienta que se adapta a las necesidades de capacitación de la empresa, asociada a la comunicación digital consiste en una plataforma de e-learning empresarial (e-training).

Asimismo, se propuso el diseño del contenido de un programa de capacitación en línea, basado en conocimientos básicos del proceso de picking; conformado por tres unidades de aprendizaje, que se desarrollan en tres días, mediante encuentros virtuales y presenciales, a través de una plataforma virtual de entrenamiento Moodle.

Al involucrar la tecnología como herramienta en el proceso de capacitación, los responsables no solo se deben limitar al manejo de instrumentos; ya que, este proceso comunicacional debe facilitar razonamientos de contenidos.

Esto no significa explícitamente educar, pero permite transmitir conocimiento para comprender procesos y sistemas, fortaleciendo la gestión del conocimiento organizacional.

La diferencia entre emplear la tecnología en el campo educativo con la capacitación práctica, radica en el fortalecimiento de la visión social, es decir enseñar a utilizar los recursos del internet en función del desarrollo, validando en esta una clara acción social, comprometida con la formación educativa como base de crecimiento intelectual de un país.

Mientras que en la capacitación a través del e-learning empresarial, se fortalece la capacidad productiva del país a través del desarrollo de procesos y el fortalecimiento de la comunicación digital.

6.2. Recomendaciones

Al llegar al final de la investigación y en consideración de las conclusiones desprendidas de ella, la autora se permite sugerir una serie de recomendaciones a las organizaciones y al sector universitario, orientadas a mejorar el proceso de incorporación de la comunicación digital y sus herramientas, no solo en los procesos de enseñanza y capacitación sino en todo aquel proceso que permita a los individuos y organizaciones asumir el reto de la transformación digital.

- A las organizaciones, utilizar las herramientas de comunicación digital en distintas iniciativas de cambio, las cuales pueden ir desde la capacitación del personal y de los equipos de trabajo hasta la transformación de toda la organización.
- Al sector universitario, sus diferentes facultades y especialmente a la Maestría Gerencia de la Comunicación Organizacional, realizar una gestión para generar y compartir conocimiento acerca de la comunicación digital, sus herramientas y la importancia de aceptar la transformación digital en la sociedad.
- A la Empresa Logística de Cosméticos, una vez puesta en marcha el programa de capacitación en línea, autorizar al encargado de la administración de contenido para monitorear la estabilidad de los cambios en el tiempo y el progreso del programa para la obtención de resultados.
- A todos los sectores, los costos elevados de los libros en físico requiere el acceso a estas referencias de manera más económica por la web, por lo tanto el e-learning o e-learning empresarial representa un alternativa para el fortalecimiento social y productivo del país.

REFERENCIAS CONSULTADAS

Libros

- Arias, F. (1999). *El proyecto de Investigación, Guía para su Elaboración*. Caracas, Venezuela. Editorial Episteme.
- Arias, F. (2006). *El proyecto de Investigación, Introducción a la Metodología Científica*. Caracas, Venezuela. Editorial Episteme.
- Asinsten, J. (2008). *Producción de Contenido para Educación Virtual – Guía de trabajo del docente-contenidista*. Buenos Aires, Argentina Editorial Virtual Educa.
- Balestrini, M. (1998). *¿Cómo se elabora un proyecto de investigación?*. Caracas, Venezuela. Editorial: Consultores Asociados.
- Bernal, C. (2000). *Metodología de la investigación para administración y economía*. Bogotá, Colombia. Pearson Educación (COLOMBIA).
- Cabero, J. (1998). *Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones educativas*. Granada, España. Grupo Editorial Universitario.
- Chávez, N. (1994). *Introducción a la Investigación Educativa*. Caracas, Venezuela. Editorial Grafica, C.A.
- Falieres, N. (2006). *Cómo enseñar con las nuevas tecnologías en la escuela de hoy: Para docentes en la enseñanza básica*. Buenos Aires, Argentina. Editorial: Círculo latino Austral.
- Fernández, C. (2003). *El proyecto de Investigación y su esquema de elaboración*. Caracas, Venezuela. Editorial Uyapar.
- Fernández, R. (2005). *Marco conceptual de las nuevas tecnologías aplicadas a la educación*. La Mancha, España. Editorial: Universidad de Castilla.
- Hernández, M (2006). *Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales*. Caracas, Venezuela. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.

- Hernández Sampieri, R.; Fernández, C. y Batista, P. (2003). *Metodología de la Investigación*. México DF, México. Editorial McGraw Hill.
- Islas, O (2000). *Internet: El medio inteligente*. México DF, México. Editorial Continen.
- Mauleón, M. (2013). *Preparación de pedidos. Picking teoría*. Madrid, España. Ediciones Díaz de Santos.
- Mifsud, E. (2011). *Guía Didáctica: Instalación y Mantenimiento de Servicios de Internet (Grado Medio)*. Madrid, España. Editorial McGraw Hill.
- Pizzolante, N. (2004). *El Poder de la Comunicación Estratégica*. Bogotá, Colombia. Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Ramírez, T. (1999). *Cómo hacer un proyecto de investigación*. Caracas, Venezuela. Editorial: Carthel C.A.
- Riesco, M. (2006). *El negocio es el conocimiento*. Madrid, España. Ediciones Díaz de Santos.
- Siliceo, A. (2006). *Capacitación y desarrollo de personal*. Baldras 95, México DF, México. Editorial Limusa.
- Sánchez, V. (2009). *Entornos virtuales para la formación práctica de estudiantes de educación: implementación, experimentación y evaluación de la plataforma web*. Granada, España. Editorial de la Universidad de Granada.
- Tamayo y Tamayo, M. (2007). *Investigación científica*. Barcelona, España. Editorial Limusa.
- Tejada, M. (2014). *Preparación de Pedidos, Recepción, Almacenaje y Distribución de Productos*. Madrid, España. Ideas Propias editorial.

Documentos Electrónicos

- Aguilera, J.; Castillo, A.; García, J. (2007). *El e-training en México: un primer acercamiento*. [En línea] Consultado el 16 de agosto, 2014 en: <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:19357/n04garciasan07.pdf>

- Area, M.; Adell, J. (2009). *E-Learning: Enseñar y aprender en espacios virtuales*. [En línea]. Consultado el 16 de agosto, 2014 en: <http://tecedu.webs.ull.es/textos/eLearning.pdf>
- Acosta, J. (2013). *Condiciones de la gestión del conocimiento, capacidad de innovación y resultados empresariales*. [En línea]. Consultado el 16 de agosto, 2014 en: http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n35/n35_a03.pdf
- Alfonzo, I. (2013). *La Universidad Virtual de Salud. Sistema Complejo*. [En línea]. Consultado el 05 de mayo, 2016 en: <http://www.medigraphic.com/pdfs/infodir/ifd-2013/ifd1317c.pdf>
- Alva, R. (2014). *Las Tecnologías de información y comunicación como instrumentos eficaces en la capacitación del personal: el caso de la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE)*. [En línea]. Consultado el 16 de agosto, 2014 en: http://200.62.146.130/bitstream/cybertesis/3766/1/Alva_ar.pdf
- Annan, K. (2003). *Cumbre mundial sobre la sociedad de la información. Ginebra 2003*. [En línea]. Consultado el 16 de Enero, 2017 en: <http://www.itu.int/net/wsis/messages/annan-es.html>
- Asinsten, J. (2013). *Producción de contenido para Educación Virtual*. [En línea]. Consultado el 15 de septiembre, 2014 en: http://virtualeduca.org/documentos/manual_del_contenidista.pdf
- Colina, I. (2011). *Uso de las TIC en el contexto de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela* [Tesis en línea]. Consultado el 16 de agosto, 2014 en: <http://saber.ucv.ve/xmlui/bitstream/123456789/1746/1/Tesis%20Final.pdf>
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (1999). Gaceta Oficial de la República, N° 36.860. [Extraordinaria]. [Documento en línea]. Consultado el 11 de agosto, 2014 en:

http://www.mp.gob.ve/c/document_library/get_file?p_l_id=29942&folderId=14478&name=DLFE-2425.pdf

Cortés, D. (2012). *El E-Training Empresarial: un Método Innovador para la Formación de Recursos Humanos*. [Tesis en línea]. Consultado el 16 de agosto, 2014 en: <http://cdigital.uv.mx/bitstream/123456789/32203/1/cortezramirezdavid.pdf>

Díaz, J. (2013). *Análisis comparativo de herramientas para video conferencia en aulas virtuales de la ESPOCH*. [Tesis en línea]. Consultado el 16 de agosto, 2015 en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/4130/1/20T00471.pdf>

Filippi, J. (2009). *Método para la integración de las TICS* [Tesis en línea]. Consultado el 16 de agosto, 2014 en: http://postgrado.info.unlp.edu.ar/Carreras/Magisters/Tecnologia_Informatica_Aplicada_en_Educacion/Tesis/Filippi.pdf

Fundesco (1986). *Los libros de Fundesco*. [En línea]. Consultado el 24 de Octubre, 2014 en: http://oa.upm.es/5411/1/Computadores_personales_Hacia_un_mundo_de_maquinas_informaticas.pdf

Goethe, J. (2008). *Los años de aprendizaje de Wilhelm Meister*. [En línea]. Consultado el 15 de Enero, 2017 en: <http://www.ataun.net/BIBLIOTECAGRATUITA/CI%C3%A1sicos%20en%20Espa%C3%B1ol/Goethe/Los%20a%C3%B1os%20de%20aprendizaje%20de%20Wilhelm%20Meister.pdf>

González, E. (2015). *La necesidad de educar en comunicación digital en la sociedad global*. [En línea]. Consultado el 11 de Enero, 2017 en: http://www.periodicos.udesc.br/index.php/linhas/article/view/1984723817332016008/pdf_112

González, I. (2016). *¿Qué es comunicación digital? y ¿Por qué es importante en las empresas?*. [En línea]. Consultado el 11 de Enero, 2017 en:

<http://ilifebelt.com/que-es-comunicacion-digital-y-por-que-es-importante-en-las-empresas/2016/09/>

Ley Orgánica de Telecomunicaciones (2000). Gaceta Oficial de la República N° 36.970. [Extraordinaria]. [Documento en línea]. Consultado el 11 de agosto, 2014 en: <http://www.derechos.org.ve/wp/wp-content/uploads/telecomunicaciones.pdf>

Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación (2014). [Documento en línea]. Consultado el 11 de agosto, 2014 en: <http://www.ciens.ucv.ve/locti/info/LEY%20ORGANICA%20DEL%20MINISTERIO%20DE%20CIENCIA%20Y%20TECNOLOGIA.pdf>

Malaver, M. (2010). *Programa de capacitación y desarrollo dirigido al personal administrativo del Instituto Universitario de Tecnología José Antonio Anzoátegui de el Tigre, del Estado Anzoátegui (IUTJAA)* [Tesis en línea]. Consultado el 16 de agosto, 2014 en: <https://www.google.co.ve/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CB0QFjAA&url=http%3A%2F%2Funefapostgradoanzoategui.jimdo.com>

Maldonado, J. (2013). *Creación de un plan de Capacitación en Tecnologías de la Información y Comunicación para la parroquia de Mindo, Cantón San Miguel de los Bancos, durante el periodo 2010-2012.* [Tesis en línea]. Consultado el 11 de enero, 2017 en: <http://www.dspace.uce.edu.ec:8080/bitstream/25000/2314/1/T-UCE-0013-TS66.pdf>

Magro, C.; Salvatella, J. (2014). *Cultura Digital y Transformación de las Organizaciones.* [En línea] Consultado el 12 de Enero, 2017 en: http://www.rocasalvatella.com/sites/default/files/maqueta_competencias_espanol.pdf

Martín, J.; Munar, M. (2002). *Introducción a la estadística descriptiva para economistas.* [En línea] Consultado el 24 de Octubre, 2014 en:

<http://www.uib.cat/depart/deaweb/personal/profesores/personalpages/magdalenacladera/Estadistica/Material101.PDF>.

Molina, J.; Montserrat, M. (2001). *La gestión del conocimiento en las empresas*. [En línea]. Consultado el 16 de agosto, 2014 en: <https://books.google.co.ve/books?hl=es&lr=&id=0TemaGyqdZ8C&oi=fnd&pg=PT2&dq=La+gesti%C3%B3n+del+conocimiento+en+las+organizaciones&ots=9H4Y9WU24g&sig=LYQ5f8WfICo2ZA9YKHcgHSvTZMY#v=onepage&q=La%20gesti%C3%B3n%20del%20conocimiento%20en%20las%20organizaciones&f=false>

Monge, R.; Chacón, F. (2002). *Cerrando la Brecha Digital en Costa Rica. Acceso y Uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs)*. [En línea]. Consultado el 26 de Enero, 2017 en: http://www.caatec.org/CAATEC/publicaciones/crdigital/CR_Digital_1.pdf

Moreira, M (2009). *Introducción a la Tecnología Educativa*. [En línea]. Consultado el 25 de Mayo, 2015 en: <http://es.slideshare.net/mlbossolasco/area-moreira-2009-introduccion-a-la-tecnologia-educativa-capitulo-5-universidad-de-la-laguna>.

Ossa, C. (2015) *La gestión del conocimiento: el camino hacia la productividad*. [En línea]. Consultado el 25 de Mayo de 2016 en: <http://delaossa.co/blog/128-la-gestion-del-conocimiento-el-camino-hacia-la-productividad>.

Sánchez, G. (2009) *Entornos virtuales para la formación práctica de estudiantes de educación: implementación, experimentación y evaluación de la plataforma web* [Tesis en línea]. Consultado el 18 de agosto, 2014 en: <http://hera.ugr.es/tesisugr/1850436x.pdf>

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. [En línea]. Consultado el 07 de enero del 2017 en: <file:///F:/pdf%20varios/Hipermediaciones-Carlos-Scolari-Cap1.pdf>

- Zavanda, S; Parra, C. (1999). *Uso de Internet para Facilitar la Masificación de la Capacitación*. [En línea]. Región Metropolitana, Chile. Consultado el 18 de agosto, 2015 en: <http://docplayer.es/8612432-Oferta-tecnologica-en-el-mercado-de-la-autoinstruccion-y-barreras-para-su-adopcion.html>
- Terrero, J. (2006). *Teorías de Comunicación*. [En línea]. Consultado el 11 de septiembre, 2014 en: http://www.riial.org/espacios/teoriacom/teoriacom_docbase.pdf
- Unesco (1984). *Glossary of Educational Technology Terms*. [En línea]. Consultado el 20 de agosto, 2014 en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0006/000607/060725mo.pdf>.
- Véjar, D. (2009). *Elaboración del Programa de Capacitación en Seguridad, Salud y Ambiente para los empleados de la Compañía Andes Petroleum Ecuador Ltd., en el bloque Tarapoa* [Tesis en línea].. Consultado el 16 de agosto, 2014 en: https://www.google.co.ve/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CB0QFjAA&url=http%3A%2F%2F repositorio.espe.edu.ec%2Fbitstream%2F21000%2F8208%2F1%2FT-ESPE-047646.pdf&ei=rHg0VNeyl87ygwTY_YDYBA&usg=AFQjCNHUq0BTbKi1q-RRm1_mnrZ77wpy0A&sig2=e4bLjg89_001oV1t37D9jQ.
- Vinicio, A. (2013). *Diseño de un plan de entrenamiento bajo la metodología E-Learning que contribuya al mejoramiento de la productividad. Caso: Produbanco*. [Tesis en línea]. Consultado el 16 de agosto, 2015 en: <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/7972/4/CD-4881.pdf>
- Wu, F.; Yeniyurt, S.; Kim, D.; Cavusgil, S. (2006). *The impact of information technology on supply chain capabilities and firm performance: A resource-based view*. [En línea] Unidos. Consultado el 16 de agosto, 2014 en: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0019850105000751>
- Zapata, J. (2011). *Metodología para la implementación de tecnologías de la información y las comunicaciones TIC's para soportar una estrategia de cadena de suministro esbelta* [Tesis en línea]. Consultado el 16 de agosto, 2014 en: <http://www.bdigital.unal.edu.co/4569/1/71366786.2011.pdf>

Zavanda, S.; Parra, C. (2010). *Uso de Internet para Facilitar la Masificación de la Capacitación* [En línea]. Consultado el 24 de Octubre, 2014 en: <http://es.slideshare.net/DYNABRASIL/guia-para-el-diseo-de-cursos-de-internet>

Zuñiga, I (2014). *Diseño de un ambiente virtual de e-training sobre Seguridad Industrial Eléctrica al personal de la Empresa Orgatec Riobamba 2014* [Tesis en línea]. Consultado el 13 de Enero, 2016 en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/4638/1/20T00697.pdf>

ANEXOS

ANEXO (A)

Instrumento de Recolección de Datos

Cuestionario

Estimado (a):

Usted ha sido seleccionado(a) para participar en una investigación titulada _____ ; en donde es necesario la aplicación del presente cuestionario que permitirá recabar información acerca del estudio y llevarlo a cabo.

Se espera que su respuesta sea lo más sincera posible, de tal modo que permitan analizar con claridad los resultados y enfocar la investigación de acuerdo a estos. Los datos que aporte se utilizarán en el área objeto de estudio. Cabe destacar, que toda la información que suministre será tratada de manera confidencial.

Muchas gracias por su disposición y aporte, sin duda de gran importancia para el éxito de esta investigación.

INSTRUCCIONES:

1. Lea con detenimiento cada uno de los ítems.
2. Marque con una equis (X) la respuesta que estime correcta.
3. Trate de no omitir ninguna respuesta.
4. Responda con total sinceridad.

NOTA: este cuestionario es de carácter eminentemente anónimo.

Responsable: Ing. Nashley Flores.

Preguntas		Pertinencia			Redacción		
		A	MA	I	A	MA	I
		1	2	3	1	2	3
1	¿Conoce cómo se define el proceso de picking? (SI) (NO)						
2	El proceso de picking en la empresa logística en la cual se desempeña, ¿Se realiza a partir de una orden de trabajo? (SI) (NO)						
3	¿El pickeo de productos se puede realizar tanto en racks de alturas como en racks ubicados en el piso?(SI) (NO)						
4	¿Conoce que se entiende por código de un producto?(SI) (NO)						
5	¿Conoce que se entiende por lote de un producto?(SI) (NO)						
6	¿Conoce que se entiende por Hot List?(SI) (NO)						
7	¿Conoce la nomenclatura de los pasillos del almacén? (SI) (NO)						
8	¿Conoce la nomenclatura de los racks del almacén? (SI) (NO)						
9	¿Posee conocimiento de cuándo debe transcribir en las hojas del Hot List el saldo restante en la ubicación?(SI) (NO)						
10	¿Posee algún tipo de conocimiento de cuándo se debe llenar la columna de excedente en el formato del Hot List? (SI) (NO)						
11	¿Conoce a donde debe ser llevado el producto una vez pickeado? (SI) (NO)						
12	¿Posee conocimientos de cómo debe actuar si al dirigirse a una de las ubicaciones generadas en el Hot List, se consigue que el producto físico no esté coincidiendo en código, descripción, lote ni cantidad, con lo solicitado? (SI) (NO)						
13	¿Posee conocimiento de los elementos que se deben verificar al realizar el pickeo de los productos? (SI) (NO)						
14	¿Entiende la diferencia entre una ubicación de piso y una de altura?(SI) (NO)						
15	¿Podría determinar el mínimo número de personas requeridas para pickear una ubicación de altura? (SI) (NO)						
16	¿Podría determinar el mínimo número de personas requeridas para pickear una ubicación de tablado? (SI) (NO)						

Preguntas		Pertinencia			Redacción		
		A	MA	I	A	MA	I
		1	2	3	1	2	3
17	¿Conoce el tiempo promedio de pickeo para un producto? (SI) (NO)						
18	¿Considera importante estar informado acerca de las últimas tendencias logísticas relacionadas a los procesos de pickeo? (SI) (NO)						
19	¿Le gustaría realizar un programa de capacitación en línea basado en conocimientos básicos del proceso de pickeo? (SI) (NO)						
20	¿Posee una máquina conectada a internet que le permita emplear herramientas interactivas de retroalimentación, como chat, llamadas y video llamadas? (SI) (NO)						

Observaciones:

ANEXO (B)

Validación

UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ

DIRECCIÓN GENERAL DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

FORMATO DE VALIDACIÓN

Instrumento: Cuestionario dirigido al personal del área de pickeo de Empresa Logística de Cosméticos del Estado Carabobo, Venezuela.

1												
2												
3												
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												
16												
17												
18												
19												
20												

1. El instrumento permite verificar el logro de objetivos:				Puede ser aplicado	Puede aplicarse luego de efectuarse las correcciones	Debe ser re-elaborado. Se recomienda no aplicarse
2. El número de ítems es adecuado:						
3. Los ítems poseen una secuencia lógica y secuencial						

UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ

DIRECCIÓN GENERAL DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

IDENTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, a través de este medio, doy constancia de haber revisado el instrumento diseñado por Nashley Flores, titular de la cédula de identidad N° 17.312633, siendo este un cuestionario que busca el objetivo de recabar información pertinente para la realización del trabajo de grado titulado “

, con el cual

aspira obtener el grado de Magister en gerencia de la comunicación organizacional.

IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO:

Nombres y apellidos: _____

Número de cédula de identidad: _____

Profesión: _____

Institución donde labora: _____

Cargo desempeñado: _____

Firma _____