

Marcelo Pereira da Silva
(Organizador)

A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO NAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO



Marcelo Pereira da Silva
(Organizador)

A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO NAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO



Atena
Editora
Ano 2021

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Gabriel Motomu Teshima

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2021 Os autores

Copyright da edição © 2021 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial**Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília



Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins



A produção do conhecimento nas ciências da comunicação

Diagramação: Daphynny Pamplona
Correção: Maiara Ferreira
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizador: Marcelo Pereira da Silva

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

P964 A produção do conhecimento nas ciências da comunicação /
Organizador Marcelo Pereira da Silva. – Ponta Grossa -
PR: Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-741-0

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.410212012>

1. Comunicação. I. Silva, Marcelo Pereira da
(Organizador). II. Título.

CDD 153.6

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná – Brasil
Telefone: +55 (42) 3323-5493
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br



Atena
Editora
Ano 2021

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



APRESENTAÇÃO

O campo da comunicação tem se consolidado na produção de conhecimento por meio de monografias, dissertações e teses em cursos de graduação, especialização e programas de Mestrado e Doutorado, mas, também, da realização de relevantes eventos regionais, nacionais e internacionais, de publicações em revistas científicas qualificadas e debates acerca de temáticas transversais que se enleiam aos processos comunicacionais contemporâneos, evidenciando relações inerentes entre passado, presente e futuro.

A Comunicação constitui-se de diversas áreas do saber que se entrecruzam e emolduram, por meio da especificidade de objetos empíricos e objetos teóricos, metodológicos e epistemológicos, produzindo investigações que tratam da sociedade, organizações, tecnologias, atores sociais etc. Pesquisas de importância internacional que devem atentar para a necessidade do impacto social, promovendo ações, propostas e produtos que interfiram na realidade de pessoas, comunidades, países, organizações e sociedades.

O mundo atual caracteriza-se pela confusão social, colapso da ética e da integridade, busca frenética do poder e de se apoderar da consciência do Outro por meio de narrativas e práticas de desinformação assim como pelo erigir do “ministério da verdade” que condiciona a verdade a “quem fala” e “de onde fala”, da “novilingua”, “novafala” ou “novidioma” que oprime o pensar e falar livres, abertos e do “duplipensar”, a aceitação simultânea de duas crenças mutuamente contraditórias como corretas, tal como profetizou George Orwell, em 1949, pensar, problematizar e analisar o lugar da comunicação nesse ambiente torna-se fulcral para as democracias, haja vista que ela, a comunicação, só prospera em lugares com abertura para a circulação de informação e de irrestrita liberdade de expressão, conforme os ditames da Constituição.

Nesse sentido, esta obra viceja, por meio da participação de pesquisadores do Brasil e de outras nações, múltiplas expectativas, desafios e oportunidades para a comunicação em um tempo de emergentes formas de ver, estar e sentir o mundo que ressignificam a existência, redefinem profissões e produzem emergentes modos de interação, troca e socialidade.

Queremos que o conhecimento aqui materializado, não sirva, de acordo com Hayek (2019, p.49), para moldar resultados como um artífice faz com sua obra, mas, ao contrário, para “cultivar um crescimento ao oferecer um ambiente favorável, aos moldes do jardineiro com as plantas”.

ORWELL, George. **1984**. São Paulo: Cia das Letras, 2009.

HAYEK, F. A. **A pretensão do conhecimento**. São Paulo: LVM Editora, 2019.

Marcelo Pereira da Silva


SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

A “ECONOMIA DA SAUDADE” E O ENCONTRO DE GERAÇÕES NA REDE DIGITAL
FACEBOOK: ANÁLISE DA FANPAGE “CAMPINAS DE ANTIGAMENTE”

Marcelo Toledo Andriotti


Marcelo Pereira da Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120121>

CAPÍTULO 2..... 11

CULTURA ORGANIZACIONAL E CULTURAS NAS ORGANIZAÇÕES SOB UMA
PERSPECTIVA CRÍTICA

Juliane do Rocio Juski


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120122>

CAPÍTULO 3..... 23

COMUNICAÇÃO CONTRA-HEGEMÔNICA NAS PLATAFORMAS DIGITAIS: UMA
PERSPECTIVA DAS TEORIAS DA AÇÃO POLÍTICA DO JORNALISMO

Claudia Miranda Rodrigues


Leonel Azevedo de Aguiar

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120123>

CAPÍTULO 4..... 35

AS TEMPESTADES DO PASSADO, VIAGENS DO PRESENTE

Georgina Rodríguez Herrera

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120124>

CAPÍTULO 5..... 46

A COMUNICAÇÃO E O CONSUMO DAS ARTES CÊNICAS NA PÓS-MODERNIDADE


Suelen Gotardo

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120125>

CAPÍTULO 6..... 59

APRENDIZAJE E INVESTIGACIÓN. LAS SINERGIAS DETRÁS DE LA PRIMERA
PRODUCCIÓN DOCUMENTAL DE LA UNIVERSIDAD DE MURCIA PREMIADA EN
HOLLYWOOD


Alfonso Burgos Risco







 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120126>

CAPÍTULO 7..... 75


AS CONTRIBUIÇÕES DE GERD BAUMANN (2010) PARA O DEBATE
MULTICULTURALISTA

João Renato de Souza Coelho Benazzi

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120127>

CAPÍTULO 8	89
LITERACIA EM SAÚDE E LITERACIA DE MÍDIA: UM OLHAR SOBRE OS CONCEITOS E AS PRÁTICAS	
Adinan Nogueira	
Letícia Magalhães Pereira	
Maria Izabel Ferezin Sares	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120128	
CAPÍTULO 9	95
MANIFESTACIÓN EN REDES SOCIALES DE JÓVENES COSPLAYERS EN EL JUEGO DE “SER OTRA”, EL CROSSPLAY MASCULINO (M&F)	
María de la Luz Nalleli Martínez Hernández	
Sandra Flores Guevara	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.4102120129	
CAPÍTULO 10	106
MODELO DE NEGÓCIO E GESTÃO PARA UM AMBIENTE VIRTUAL DE NOTÍCIAS COLABORATIVO (AVNC)	
Daniele Fernandes Rodrigues	
Luiz Renato de Souza Justiniano	
Carlos Henrique Medeiros de Souza	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201210	
CAPÍTULO 11	122
ACESSO E CONSUMO DE NOTÍCIAS JORNALÍSTICAS EM REDES SOCIAIS: NOTAS METODOLÓGICAS PARA A PROBLEMATIZAÇÃO DA NOÇÃO DE “PARTICIPAÇÃO”	
Telma Sueli Pinto Johnson	
Pedro Augusto Farnese de Lima	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201211	
CAPÍTULO 12	135
IMPLEMENTAÇÃO DE SEIS SIGMA EM UMA PADARIA NO MÉXICO	
Brenda Carolina Pérez Millán	
Erasto Vergara Hernández	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201212	
CAPÍTULO 13	143
A VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER NO JORNAL CEARENSE O POVO	
Francielle Souza Nonato	
Isabella Vieira Santos	
Pedro Gabriel Barreto Ramos	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201213	
CAPÍTULO 14	155
MULHERES: ALVOS DA SOCIEDADE	
Caio Vitor Silva da Costa	

Nathalia Rank de Freitas
Amarinildo Osório de Souza
Maria Lúcia Tinoco Pacheco

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201214>

CAPÍTULO 15..... 163

JOGO DE CHANTAGENS: REFLEXÃO SOBRE O CAMPO POLÍTICO BRASILEIRO E AS NOVAS FORMAS DE DISSUAÇÃO POLÍTICA A PARTIR DA CIBERCULTURA

Deusiney Robson de Araújo Farias

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201215>

CAPÍTULO 16..... 173

ZYL – 3 RÁDIO CLUBE DE GARÇA

Luciana Antunes

Andréa Pereira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201216>

CAPÍTULO 17..... 183

DIREITO À INFORMAÇÃO OU À INTIMIDADE: A PALAVRA FINAL COM A JUSTIÇA

Sílvio Henrique Vieira Barbosa

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201217>

CAPÍTULO 18..... 193

WEBDOC: A NARRATIVA INTERATIVA DO DOCUMENTÁRIO

Sílvio Henrique Vieira Barbosa

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201218>

CAPÍTULO 19..... 205

DOCUGAME: A GAMIFICAÇÃO DO WEBDOC VALE DO RIO DE LAMA

Sílvio Henrique Vieira Barbosa

João Carlos Massarolo

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201219>

CAPÍTULO 20..... 216

MDOOH E O IMPACTO NO PÚBLICO NAS RELAÇÕES DE INTERAÇÃO, CONTEÚDO E AUDIÊNCIA

Leandro Rolim

Félix Ortega

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201220>


CAPÍTULO 21..... 227

ANÁLISE DE COMENTÁRIOS DAS PLATAFORMAS ONLINE DE RESTAURANTES MICHELIN NO BRASIL

Tiago Eugenio de Melo

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201221>

CAPÍTULO 22	239
UMA HISTÓRIA CULTURAL DA PUBLICIDADE: PRIMEIROS MOVIMENTOS DO CAMPO NO BRASIL	
Bruna Aucar	
Everardo Rocha	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201222	
CAPÍTULO 23	252
GRAVIDEZ FITNESS E DISCURSOS CONTEMPORÂNEOS SOBRE A BOA FORMA	
Fabiola Calazans	
Angélica Fonsêca de Freitas	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201223	
CAPÍTULO 24	270
PRÉ-HISTÓRIA DO CD E DA DIGITALIZAÇÃO E DESMATERIALIZAÇÃO DO ÁUDIO NAS PÁGINAS DA REVISTA SOMTRÊS	
Luis Fernando Rabello Borges	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201224	
CAPÍTULO 25	283
HUMANO OU INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL? AUTORIA DE NOTÍCIAS SÃO QUESTIONADAS EM QUIZZES RELACIONADOS AOS CONCEITOS DE AGÊNCIA PESSOAL E INTERAÇÃO	
Luciane Maria Fadel	
Maria José Baldessar	
Regina Zandomênico	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201225	
CAPÍTULO 26	295
REALIDADE VIRTUAL E REALIDADE AUMENTADA: INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS NO CAMPO DA MÚSICA	
Denise Mendes de Souza Gonçalves	
Marco José de Souza Almeida	
Ezidras Farinazzo Lacerda Filho	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201226	
CAPÍTULO 27	306
STORYTELLING HIPERCONECTADO: INTERNET DAS COISAS E NARRATIVA TRANSMÍDIA	
Adinan Nogueira	
Letícia Magalhães Pereira	
Maria Izabel Ferezin Sares	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201227	

CAPÍTULO 28.....	315
A LITERATURA EM CAMPANHA PELA PUBLICIDADE	
Marina Aparecida Espinosa Negri	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.41021201228	
SOBRE O ORGANIZADOR.....	328
ÍNDICE REMISSIVO.....	329

IMPLEMENTAÇÃO DE SEIS SIGMA EM UMA PADARIA NO MÉXICO

Data de aceite: 01/11/2021

Data de submissão: 08/10/2021

Brenda Carolina Pérez Millán

Instituto Politécnico Nacional, CECyT 19.
Tecámac, Estado de México, México

Erasto Vergara Hernández

Instituto Politécnico Nacional, UPIIH
San Agustín Tlaxiaca, 42080, Hidalgo, México

RESUMEN: El presente trabajo tiene como objetivo exponer la aplicación de diferentes herramientas Six Sigma para describir los cambios de mejora continua necesarios en una panificadora. Se explica la metodología Six Sigma, las herramientas usadas en las etapas de definición y medición del sistema de calidad implementado en la panificadora y las variables relacionadas en el proceso. Los resultados revelaron que con la implementación adecuada de esta metodología y con el apoyo al equipo y al personal de la organización se puede obtener la satisfacción del cliente.

PALABRAS CLAVE: Six sigma, lean manufacturing, panificadora, cliente.

IMPLEMENTATION OF SIX SIGMA IN A BAKERY IN MEXIC

ABSTRACT: The aim of this article is to present the application of different Six Sigma tools to describe the continuous improvement changes needed in a bakery. It explains the Six Sigma methodology,

the tools used in the definition and measurement stages of the quality system implemented in the bakery and the variables related to the process. The results revealed that with the proper implementation of this methodology and with the support of the organisation's team and staff, customer satisfaction can be achieved.

KEYWORDS: Six sigma, lean manufacturing, bakery, customer.

1 | INTRODUCCIÓN

La metodología Seis Sigma para proyectos de mejora de procesos existentes se fundamenta en el empleo de ciertas herramientas metodológicas denominadas por las siglas DMAIC, que es un acrónimo de cada una de las etapas que la componen. Es conveniente mencionar que cuando se trata de procesos que se encuentran en la etapa de diseño, la metodología cambia ligeramente a Diseño para Seis Sigma o DPSS por sus siglas en inglés.

La metodología DMAIC (Definition, Measurement, Analysis, Improvement y Control) es una serie de herramientas metodológicas basadas en aspectos básicos de Control total de la calidad (TQM), Control estadístico de procesos, Reingeniería de procesos, entre otras que permite seleccionar qué herramientas emplear sin restricción alguna, a diferencia de otras metodologías, que son rígidas y en las cuales se deben emplear todos los pasos para

la culminación de los objetivos, similar a un rompecabezas en el que se deben emplear todas las piezas y si falta alguna el resultado es incorrecto.

Es conveniente aclarar que, así como Seis Sigma depende de herramientas estadísticas y gráficas para su aplicación, estas no podrían aplicarse sin contar con información relacionada con el proceso. Esta necesidad de datos hace que esta metodología sea una herramienta objetiva basada en un gran procesamiento de información para llegar a conclusiones acertadas. Sobre todo porque las decisiones de las herramientas muchas veces se fundamentan en hechos históricos que son grabados o recopilados muchas veces con el propósito de tener referencias o registros que nos ayuden a entender el desempeño del proceso.

2 | DESARROLLO

Se plantea como meta la reducción de tiempo y número de facturas en estatus “client resolution” en la empresa “Tommy S,A de CV”. El defecto que se aborda es el tiempo que tarda una factura en el proceso de Client Resolution, el cual se observa en el proceso que toda factura de proveedor pasa antes de ser pagada, esto en el área de Cuentas por Pagar Se observó que el tiempo de solución de una factura en Client resolution fue aumentando con la fusión de varias empresas que hubo en el grupo, el volumen de facturas fue creciendo y esto entorpeció el proceso, es decir, el tiempo para procesar una factura aumentó entre un 50 y un 70% más en tiempo.

Los objetos más comunes son: la información fiscal (requisitos) y la información comercial. Los defectos más numerosos están en la información comercial, ya que en la información fiscal simplemente se rechaza y el proveedor vuelve a facturar correctamente.

Por los protocolos y políticas que la empresa tiene sobre la recepción y procesamiento de facturas (información comercial) y por las regulaciones fiscales que se imponen. Este proyecto se desarrolló en México solamente, abarca todas las facturas que sean facturadas a las sociedades del grupo. El proyecto solamente abarca procesos que tengan que ver con cuentas por pagar México, por lo tanto, no incluye procesos fuera del área de Cuentas por pagar. Sociedades que no sean de México.

Las posibles barreras que se puede encontrar son: El costo del proyecto, el tiempo invertido, desarrollos muy grandes para problemas pequeños. Las actividades manuales (no automatizadas).

Para medición de los resultados de la implementación se estableció el métrico primario “Y” o regla. Este indicador debe de ligar al problema con el objetivo de forma que el mejorar la Y nos lleve a lograr el objetivo. Estas mediciones se validarán más adelante en la fase de medición. En este proyecto el métrico primario es el: Tiempo que espera una factura en ser contabilizada pasando por todo el proceso completo de cuentas por pagar, desde que el proveedor la manda al buzón de facturas hasta que ya es registrada y

esperando su vencimiento en SAP

A. Los Límites de especificación Métrico Primario (Y) se establecieron en el siguiente rango:

Valor mínimo aceptable: 24 horas/factura de espera.

Valor máximo aceptable: 48 horas/factura de espera.

Desempeño Actual (Y) : de 72 a 96 horas de espera.

Desempeño Histórico (Gráfico): tendencia hacia el alta, se acentúan en los meses de diciembre y enero.

La meta que se quiere lograr es una reducción de entre el 50 y el 60% del tiempo promedio de los último 5 meses más recientes.

El diagrama de despliegue de la función de calidad (QFD), se muestra en la Figura 1.

1. A Necesidades del cliente

Resolución de facturas con temas especiales en Cuentas por Pagar (Client Resolution)	Weight / Importance	Relative Weight	Competitive Analysis (0=Worst, 5=Best)					
			CxP México	CxP USA	BPO Capgemini	Otros trabajos		
Identificar las diferentes causas que llevan a tener un tema especial.	10	29.41	5	4	5	4		
Analizar la complejidad del sistema para los usuarios externos finanzas/cuentas por pagar.	8	23.53	3	4	3	2		
Controlar el tiempo de respuesta en la solución al tema especial	7	20.59	3	5	4	4		
Revisar parte del proceso o parte de algún sistema de otras áreas que está generando temas especiales.	9	26.47	4	4	2	2		

2. Características de Diseño (Soluciones)

Row Number	Quality Characteristics (a.k.a. "Functional Requirements" or "Hows")	Minimize (▼), Maximize (▲), or Target (x)	Target or Limit Value	Max Relationship Value	Requirement Weight	Relative Weight (Relative Importance)
1	Bajar reportes con datos relevantes de la plataforma donde se administran las facturas	▲	1	9	552.94	27.98%
2	Realizar capacitaciones y manuales para el entendimiento del proceso PTP	▲	1	9	558.82	28.27%
3	KPI que midan el tiempo de respuesta por parte de cuentas por pagar	x	1	9	264.71	13.39%
4	Simplificar Procesos que impliquen acción de otras áreas o que impliquen el uso de software de otras áreas.	▲	1	9	600.00	30.36%

Figura 1. Diagrama QFD.

Para el diagrama del desarrollo SIPOC se siguió la metodología de:

Enunciado del proyecto

Reducción de tiempo y número de facturas con temas especiales o en resolución en Cuentas por Pagar (Client Resolution).

Oportunidad / Problema

- 1.- El número de Facturas en estado “client resolution” es excesivo.
- 2.- El tiempo de respuesta a la solución que se le debe dar a una factura con tema especial excede al establecido (2 días hábiles).
- 3.- El sistema es complejo para el usuario que realiza la Requisición ya que, al crearse mal la Requisición, la OC nace mal, por lo tanto, al ingresar la factura no lo permite el sistema, por la incongruencia de la información.

OBJETIVO

Disminución en un 50% el tiempo la resolución de facturas en estatus “client resolución” para que la factura siga el proceso normal de registro en el tiempo establecido y reducir el número de incidencias por falta de simplicidad en el procesos o simplicidad en el sistema para la creación de las requisiciones.

DEFINICIÓN DE LAS Y'S

- Tiempo máximo de estatus “Client Resolution”: 2 días hábiles.
- Manuales de uso de sistemas para la creación de requisiciones.
- Capacitaciones para la creación de requisiciones.
- Capacitaciones a proveedores para la emisión de facturas que cumplan con los requisitos fiscales y cumplan con la validación comercial con la empresa.

BENEFICIOS

Con la creación correcta de requisiciones y con la correcta emisión de facturas de los proveedores, se reduce el número de facturas con algún tema especial, por lo tanto, se puede tener un mayor control en el tiempo de respuesta en la resolución de facturas con temas especiales para que sigan el proceso normal de captura en SAP. Otro efecto positivo es la reducción de la incurrencia en el no cumplimiento de pago al vencimiento debido al tiempo que se esperan a que le den solución.

S	I	P	O	C
(PROVEEDORES)	(ENTRADAS)	(PROCESOS)	(SALIDAS)	(CLIENTES)

¿Quién suministra lo que necesita para ejecutar el proceso?	¿Cuáles son los insumos o entradas requeridos?	¿Qué hace el proceso?	¿Cuál es el resultado esperado del proceso?	¿Qué clientes necesitan la salida de este proceso?
Usuarios requisitores o creadores de requisiciones	Facturas bien emitidas	Dar solución a las facturas que tengan algún detalle que les impida seguir su proceso normal de registro en SAP	Reducir el número de facturas sin detalle so temas especiales.	Cuentas por pagar, que es parte del proceso, peor al final el beneficio es para él mismo.
Área de compras	Requisiciones bien emitidas		No exceder de los 2 días hábiles por factura que requiera una solución a algún tema especial que impida a la factura seguir su proceso normal de registro.	Proveedores que esperan el pago de sus facturas.
			Pagar las facturas a tiempo al vencimiento	Usuarios requisitores, que les facilita el uso del software

El diagrama de proceso de facturación en la panificadora se observa en la Figura 2:

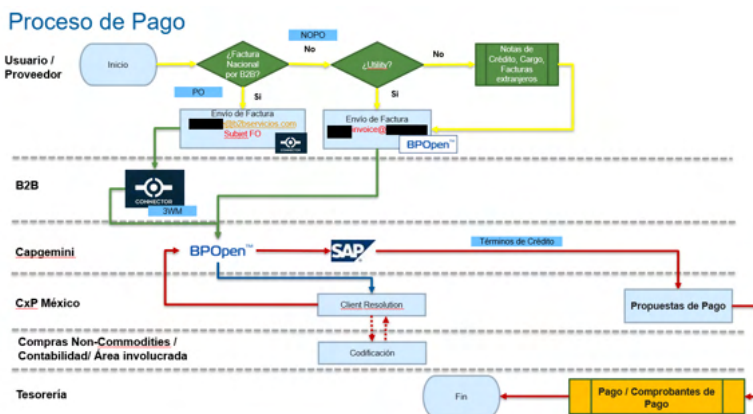


Figura 2.- Diagrama del proceso de pago.

I. Estadística Descriptiva

Estadísticos descriptivos: Operario 1; Operarios 2

Estadísticas

Variable	N	N*	NAcum	Media	Error estándar de la media	Desv.Est.	Mediana	Modo	N para moda
Operario 1	100	0	100	51,51	2,02	20,17	47,00	35	7
Operarios 2	100	0	100	48,31	1,94	19,40	44,50	34	9

II. Índice Cp

- Límite superior – 48 horas
- Límite inferior – 24 horas
- Objetivo – 34 horas

Valor del Cp.	Clase de proceso	Decisión
$Cp. > 2$	Clase mundial	Tiene calidad seis sigma
$1.33 \leq Cp. \leq 2$	1	Mas que adecuado
$1 \leq Cp. < 1.33$	2	Adecuado para el trabajo, pero requiere de un control estricto conforme el Cp. se acerca a uno.
$0.67 \leq Cp. < 1$	3	No adecuado para el trabajo. Un análisis del proceso es necesario. Requiere modificaciones serias para alcanzar una calidad satisfactoria
$Cp. < 0.67$	4	No adecuado para el trabajo. Requiere de modificaciones serias.

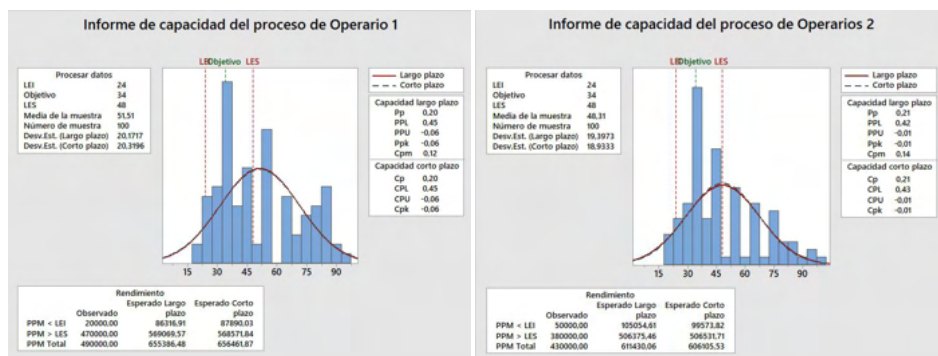


Figura 3.- Gráfico de capacidad para el Operario 1 y el Operario 2

El índice Cp para el operario 1 es de 0.20 y el del operario 2 es de 0.2, ambos están

en la última categoría, la 4, por lo que se recomienda hacer un serio cambio en el proceso. En el Histograma de cada uno de los operarios se observa claramente que el proceso no está en control, el tiempo de registro de una factura sobre sale mucho del límite superior en ambos operarios; al igual que las campanas de Gauss de ambos, son chatas por lo que hay mucha dispersión en las muestras, esto significa mucha variabilidad en el proceso (en este caso, tiempo).

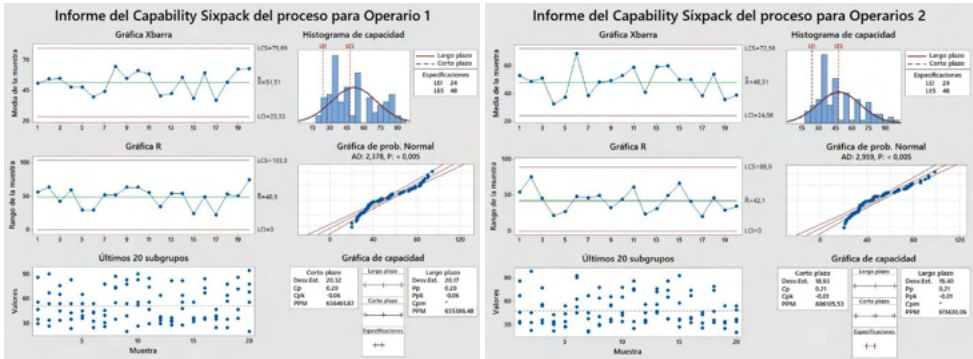


Figura 4.- Gráfico de capacidad sixpack para el Operario 1 y el Operario 2

En los informes de Capability Sixpack, se pueden observar la calidad en el proceso de cada operador, al igual que los histogramas anteriores, e observa mucha variabilidad y mucha desviación respecto a la propia media de cada operador.

III. Justificación y descripción de los datos

Como se dijo anteriormente, los datos son las horas que una factura en Client Resolution estuvo en ese estatus hasta que fue registrada, los datos se tomaron de una muestra de 20 facturas por mes que se hicieron a cada uno de los Operarios (quienes registran), con estos datos se puede sacar una clara estadística de ellos tiempo que están tomando cada uno en registrar la factura.

3 I CONCLUSIONES

La metodología Seis Sigma en el sector industrial ha tenido una influencia fundamental, ya que ha colocado a muchas empresas en la elite de alto competitividad al colocar más productos o servicios de calidad a los más bajos costos posibles. La metodología está basada en aspectos básicos de Control total de la calidad (TQM), Control estadístico de procesos, reingeniería de procesos, entre otras implica implementación de diversas técnicas para la definición, conceptualización, solución y control de problemas relacionados a la falta o carencia de estándares de calidad aceptables en la producción de bienes o servicios.

REFERENCIAS

Eckes George, **El Six Sigma para Todos**, Grupo Editorial Norma, 2004.

Miranda Rivera Luis Nestor, **Seis Sigma / Six Sigma: Guia Para Principiantes / Guide for Beginners**, Editorial Panorma 2006.

Socconini Luis, **Lean Six sigma Green Belt**, Manual de participante. Marge Books, 2015.

Taylor Gerald M., **Lean Six Sigma Service and Excellence**, 2012

ÍNDICE REMISSIVO

A

Aplicativos 89, 91, 92, 199, 211, 262, 295, 301, 302, 303, 304

Artes cênicas 4, 46, 47, 50, 52, 55, 56, 57, 58

Assédio 150, 155, 156, 157, 160

Audiência 6, 1, 2, 30, 118, 176, 216, 219, 221, 222, 225, 285

Autobiografia 35, 40, 45

C

Campinas 4, 1, 3, 4, 6, 7, 8, 10, 179, 192, 203, 215, 315, 328

Campo político 6, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 170, 171

CD 7, 270, 271, 274, 275, 276, 277, 278, 281, 282

Censura 25, 183, 188, 189, 190, 192

Centro de convivência 1, 5

Chantagem 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171

Ciberespaço 34, 107, 108, 109, 112, 116, 118, 119, 164, 167, 168, 170, 171, 203, 215, 295, 296, 300, 301, 304, 305

Cliente 48, 110, 115, 135, 137, 219, 221, 242, 246

Comunicação 2, 3, 4, 1, 11, 12, 19, 20, 22, 23, 24, 28, 32, 33, 34, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 55, 56, 57, 58, 75, 82, 83, 87, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 106, 107, 108, 109, 110, 121, 122, 123, 124, 126, 127, 128, 132, 133, 134, 144, 146, 147, 155, 156, 158, 162, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 173, 180, 181, 182, 184, 187, 189, 190, 191, 192, 195, 197, 199, 201, 202, 203, 209, 211, 212, 214, 216, 217, 218, 219, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 239, 240, 241, 242, 246, 247, 248, 252, 268, 270, 271, 272, 273, 274, 283, 284, 285, 286, 290, 291, 292, 295, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 304, 313, 314, 315, 316, 317, 325, 328

Conscientização 155, 156, 158

Convergência digital 216

Corpo 4, 18, 148, 243, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 297, 300, 302

Cosplay 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 104, 105

Crossplay 5, 95, 96, 97, 98, 99, 101, 102, 103, 104, 105

Cultura organizacional 4, 11, 12, 16, 18, 19, 20, 21, 22

D

Democracia 12, 133, 163, 164, 166, 170, 171, 185, 186, 189

Digitalização 7, 24, 108, 270, 271, 274

Divulgação 30, 46, 47, 48, 49, 50, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 95, 149, 171, 186, 187, 188, 198, 301, 316, 324

Docugame 6, 193, 197, 200, 205, 211, 212, 214

F

Facebook 4, 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 30, 31, 54, 55, 101, 103, 111, 112, 122, 123, 124, 125, 127, 128, 130, 131, 134, 199, 211, 227, 228, 230, 233, 234, 235

Fan-page 1, 3

G

Gamificação 6, 200, 202, 205, 212, 213, 214

Gestão cultural 46, 48, 50, 55, 58

H

História cultural 7, 15, 239, 250

História do rádio 173, 175

Howard Becker 239, 240

I

Identidade 17, 22, 47, 49, 50, 53, 54, 55, 58, 75, 76, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 86, 87, 88, 95, 113, 156, 167, 180, 182, 243, 246, 250, 318

Identidade cultural 75, 76, 86, 243, 246

Indústria jornalística 106, 108, 109, 112

inteligência artificial 7, 283, 284, 285, 286, 287, 289, 291, 292

Interatividade 91, 95, 107, 134, 196, 197, 200, 201, 206, 210, 211, 216, 217, 218, 223, 224, 225, 291, 303

Interface 22, 94, 133, 200, 201, 221, 286, 293, 295, 302

Internet 7, 2, 23, 24, 28, 29, 32, 33, 53, 72, 92, 97, 99, 100, 104, 106, 107, 108, 110, 120, 123, 124, 162, 167, 168, 171, 172, 195, 197, 198, 205, 206, 209, 211, 217, 218, 219, 226, 272, 296, 301, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 314

Internet das coisas 7, 306, 307, 308, 310, 311, 312, 313

Intimidade 6, 56, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 191, 309

J

Jornalismo 4, 23, 24, 25, 26, 29, 30, 31, 33, 34, 46, 47, 48, 55, 56, 57, 58, 94, 108, 112, 120, 122, 134, 143, 144, 145, 151, 183, 186, 190, 191, 192, 193, 195, 196, 197, 200, 201, 202, 203, 206, 209, 210, 212, 217, 283, 284, 285, 293

Jornalismo multimídia 193, 196, 210

Jornal o povo 143

L

Lean manufacturing 135
Liberdade de informação 184, 185, 187, 188, 189
Liberdade de informação 183
Liberdade de Informação 191
Linguagem Natural 227, 292, 293
Literacia de mídia 5, 89, 90, 91
Literacia em saúde 5, 89, 90, 91, 92

M

Memória 4, 5, 6, 9, 108, 173, 174, 175, 182, 282, 298
Mídia ninja 23, 25, 29, 30, 31, 32, 33
Modelo de negócio 106, 108, 109, 113, 114, 119, 120
Modelo de negócio 5, 106, 116, 120, 121
Mulher 5, 29, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 162, 217, 252, 253, 254, 257, 259, 264, 266, 267, 268, 269, 320, 321, 322
Multiculturalismo 75, 76, 78, 80, 82, 84, 85, 86, 87
Música 7, 8, 37, 49, 50, 52, 56, 180, 194, 200, 212, 231, 250, 270, 289, 291, 295, 296, 298, 299, 300, 301, 302, 303, 304, 305

N

Narrativa jornalística 193
Narrativas transmídia 306, 309, 314
Notícias 5, 7, 23, 26, 30, 33, 34, 106, 108, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 121, 122, 123, 124, 125, 127, 128, 133, 146, 163, 164, 168, 170, 171, 174, 188, 199, 211, 217, 243, 254, 283, 284, 285, 288, 289, 291, 293

O

O Estado de S. Paulo 121, 122, 123, 128, 246
Organizações 3, 4, 11, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 24, 46, 47, 51, 107, 108, 110, 111, 112, 113, 114, 119, 164, 241
Out of home 216, 220

P

Panificadora 135, 139
Participação 3, 5, 1, 46, 106, 119, 122, 123, 124, 125, 127, 128, 132, 133, 217, 240, 246, 303, 307

Pauta 29, 56, 143, 158, 165, 254, 322

Publicidade 7, 8, 2, 24, 25, 27, 46, 48, 54, 56, 112, 115, 118, 119, 155, 173, 185, 216, 219, 223, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 252, 306, 307, 308, 311, 312, 313, 315, 316, 317, 318, 320, 321, 322, 323, 324, 326, 327

Q

Quiz 283, 284, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293

R

Rádio regional 173, 182

Realidade aumentada 7, 295, 296, 297, 298, 299, 302, 303, 312

Realidade virtual 7, 295, 296, 297, 298, 301, 302, 303, 304, 305

Redes digitais 110, 296, 301

Religião 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 84, 85, 156, 174, 180

Restaurantes 6, 1, 4, 5, 111, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 234, 235

Revista somtrês 7, 270

Riqueza intangível 106, 108, 110, 111, 112, 115, 117, 119

S

Six sigma 135, 142

Storytelling 7, 202, 214, 306, 307, 308, 309, 310, 312, 313, 314

Subjetividades 252, 253, 258, 265, 266, 268, 300

T

Tecnologias digitais musicais 270, 301

Teorias do jornalismo 23, 31, 34

V





Vale do rio de lama 6, 195, 199, 202, 205, 207, 211, 214

Violência 5, 27, 30, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 156, 157, 160, 162, 164, 165, 320, 321





W

Webdocumentário 193, 195, 196, 197, 199, 202, 205, 206, 209, 211, 212, 214.

A PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO NAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

-  www.atenaeditora.com.br
-  contato@atenaeditora.com.br
-  [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)
-  www.facebook.com/atenaeditora.com.br

A PRODUÇÃO DO
CONHECIMENTO
.....
NAS CIÊNCIAS DA
COMUNICAÇÃO
.....

-  www.atenaeditora.com.br
-  contato@atenaeditora.com.br
-  [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)
-  www.facebook.com/atenaeditora.com.br