

O fluxo típico de informações do PDP começa pela definição do *briefing* da coleção, elaborado pelo setor de *marketing*, responsável pela definição das necessidades e desejos dos clientes, a ser repassada para a equipe de estilo, que por sua vez cria os croquis para atender aos clientes. Os croquis são desenhos que expressam visualmente os produtos a serem lançados, que são enviados para os profissionais da engenharia de produto, para traduzir a linguagem visual/comercial do desenho artístico em projeto, na forma de ficha técnica. Esta ficha converte um desenho artístico em linguagem industrial com desenhos técnicos, para permitir que um desenho seja transformado em projeto factível em estrutura produtiva própria ou em empresas terceirizadas (fácções) pertencentes a uma cadeia de valor têxtil e do vestuário (Figura 2).

A ficha técnica é cadastrada no sistema de informação da empresa utilizando parâmetros técnicos com valores e unidades de medida, fragmentando o projeto em variáveis individuais que descrevem custo, dimensões físicas de materiais (largura, comprimento, peso) e relações entre estas variáveis, como gramaturas (g/m²) e taxas de consumos (R\$/kg, unidades/pç), grade de tamanhos, cores, etc. Estes valores são utilizados para quantificar os materiais consumidos pelos produtos (custo unitário e consumo unitário) e a quantificação do trabalho necessário para converter materiais em produtos acabados (tempos consumidos nos recursos (máquinas e pessoas) ao longo dos roteiros de produção).

A informação precisa fluir continuamente ao longo de todas as etapas da cadeia de valor, sobretudo porque na indústria da inovação, produtos e serviços novos são criados e produtos existentes são alterados para atender as expectativas dos clientes atendendo requisitos de custo alvo (*target cost*).

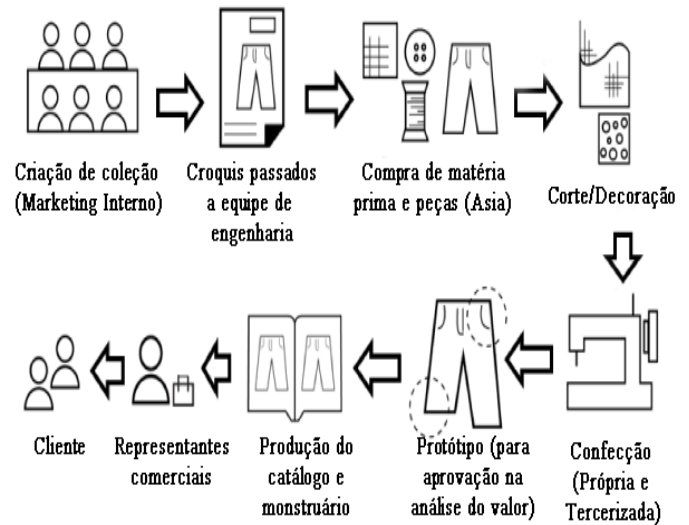


Figura 2. Fluxo de Informações no PDP de uma indústria do vestuário.

Fonte: Desenvolvido pelas autoras

A informação precisa fluir continuamente ao longo de todas as etapas da cadeia de valor, sobretudo porque na indústria da inovação, produtos e serviços novos são criados e produtos existentes são alterados para atender as expectativas dos clientes atendendo requisitos de custo alvo (*target cost*). Ser rápido é essencial ao negócio, e a atualização da informação entre os diversos agentes envolvidos é tanto mais eficaz quanto mais fácil for o acesso e a compreensão destas informações [11].

De acordo com Almeida [12], existem quatro classes de barreiras na comunicação organizacional: a) barreiras pessoais: as pessoas podem facilitar ou dificultar as comunicações; b) barreiras burocráticas: decorrem do excesso de regras para registrar e processar informações; c) excesso de informações: a sobrecarga de informações dificulta a atualização e o foco no essencial; d) comunicações incompletas e parciais: informações fragmentadas, distorcidas ou sujeitas a dúvidas, informações não transmitidas, incompletas ou sonegadas. Segundo Carvalho [13], na comunicação humana o ruído é o conjunto de barreiras, obstáculos, acréscimos, erros e distorções que prejudicam a compreensão da mensagem em seu fluxo emissor x receptor. Conforme Hampton [14], sem a informação necessária, as pessoas e os departamentos dentro da empresa funcionam