FACULDADEs metropolitanas unidas (fmu)

CURSO DE TECNOLOGIA EM ANÁLISE E DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS

giberto rangel paiva da silva

SÃO paulo

2020

gilberto rangel paiva da silva

modenizaçãO NA INDúSTRIA automobilistica

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas da Faculdade Metropolitanos Unidas, como requisito parcial para obtenção do grau de Tecnólogo em Análise e Desenvolvimento de Sistemas.

Orientador: Rafael Guem Murakami.

SÃO paulo

2020

**SUMÁRIO**

[Resumo 2-5](#_Toc43142847)

[1. Introdução 6](#_Toc43142848)

[2. Pergunta de Pesquisa 7](#_Toc43142849)

[3. Objetivo Geral 8](#_Toc43142850)

[4. Justificativa 9](#_Toc43142851)

[5. Hipótese 10](#_Toc43142852)

[6. A Mordenização das empresas Chinesas e investimentos estrangeiros 11](#_Toc43142853)

[7. Investimento no mercado automobilístico 12](#_Toc43142854)

[8. Made In China 2025 e industrialização Indústria 4.0: a difícil Transição chinesa do catchingup à economia puxada pela inovação 13](#_Toc43142855)

[9. Avanços chineses 14](#_Toc43142856)

[10. A plataforma Alemã Indústria 4.0 15](#_Toc43142857)

[11. Lições para o Brasil 17](#_Toc43142858)

[12. Política e Desenvolvimento no Brasil contemporâneo a experiência do setor automotivo nos anos 90. 18](#_Toc43142859)

[13. O NOVO REGIME AUTOMOTIVO 21](#_Toc43142860)

[14. O Papel do Gerente num Contexto de Mudança Baseada no Uso da Tecnologia CRM 23](#_Toc43142861)

[14.1. Marketing e gestão do cliente 24](#_Toc43142862)

[15. Tecnologia da informação 25](#_Toc43142863)

[16. Coleta de Dados 26](#_Toc43142864)

[16.1. Análise de dados 27](#_Toc43142865)

[17. Análise descritiva das variáveis Demográficas 28](#_Toc43142866)

[18. Análise Univariada 29](#_Toc43142867)

[19. Nível de resistência do gerente 30](#_Toc43142868)

[Conclusão 31](#_Toc43142869)

[Bibliografia 34](#_Toc43142870)

# Resumo

Projeto Integrado tem por objetivo descrever, sobre modernização na indústria automobilística, do início até os dias atuais, o comércio de peças e tecnologias acopladas aos sistemas de injeção eletrônica dos automóveis, fez a alavancamento na indústria. Desde a revolução das máquinas a vapor até então tecnologias robôs da nova era digital, onde no lugar do papel agora é feito a digitalização dos documentos e automatização dos veículos. Descrever sobre tecnologias avançadas nas indústrias nacionais, multinacionais e transnacionais para todo o mundo. Um exemplo de sistema integrado atualmente são os GPS em carros com localização em tempo real com satélites, empresas como Tesla proporcionam essa então inovação e controle dos carros elétricos e autônomos para condutores, com computadores de bordo acoplados nos veículos, sistemas como piloto automático sem uso do homem atrás do volante já são realidade em países como China, Estados Unidos, Inglaterra entre mais países desenvolvidos.

Com relação ao material de pesquisa do case, como podemos programar novas tecnologias de sistemas emergentes de (CRM) Sistemas de relacionamento com o cliente, nas indústrias automotivas levaram ao aumento de novos investimentos na era da tecnologia nos dias atuais, serviços como (call Center) suporte técnico de telemarketing passaram a ser substituídos por assistentes virtuais para o uso de tecnologias inovadoras dentro das indústrias automotivas em concessionárias para melhor comunicação como cliente, que por sua vez estavam insatisfeitos com o atendimento dos atendentes da empresa.

Mudanças de tomada de decisão por parte do gerente da concessionária para automatizar as comunicações entre o consumidor levaram a serem avaliados por auditores e Análistas de processos tecnológicos e estratégicos, sistemas implantados Chat Bots, painel de controle como (dashboards). Sistema de relacionamento com o cliente (CRM), marketing digital para melhor atendimento com o cliente, curso de treinamento de novas tecnologias Business Performance Management (BPM). Pesquisa qualitativa e análise exploratória e Bibliográfica de pesquisa em casa.

# Introdução

Trabalho irá comentar sobre modernização na indústria de automóvel, de um simples carro movido a gasolina para evolução dos veículos autônomos e elétricos. Até mesmo hoje esta evolução acelerou levando mudanças tecnológicas durante século 20, épocas de 70 a 80 e 90 ate século 21, informação das telecomunicações era da internet das coisas com a indústria 4.0 tecnologias inovadoras com robôs inteligentes (IA), softwares de ultima geração também contribuíram a qualidade de vida mais por outro lado fez com que muitos trabalhadores ficassem inadimplentes, procurando-se qualificar mais para o mercado de trabalho através de cursos profissionalizantes para mecânica e especialidade em tecnologias em carros elétricos e autônomos.

De acordo com o case do material projeto integrado, podemos citar as tecnologias implementadas nas concessionárias atualmente como meio de inovação nas indústrias de automóvel, isso traz melhor comunicação entre o vendedor e cliente, onde o auditor Marcos Cabrine, sugere uma solução de implantar novas tecnologias para a então concessionária não ficar ultrapassada no requisito das empresas automotivas. Funcionários que contribuíram para o melhoramento da empresa JR concessionário líder no Brasil. Walter (38 anos) função; Gerente da concessionária. Airton (36 anos) operário da empresa.

Responsáveis por um novo modo de ver na empresa: Marcos Cabrine função: Auditor. Rubens Gavili, função: Analista estratégico. Walter Mendonça, função: Analista de processos tecnológicos. .

Como posso programar tecnologias Emergentes e sistemas de CRM na indústria automotiva?

# Pergunta de Pesquisa

Como posso programar sistemas Emergentes e tecnologias de CRM na indústria automotiva?

# Objetivo Geral

Buscar a modernização na indústria automotiva no Brasil. Analisar pontos negativos e positivos na indústria automotiva. Modernização na indústria automotiva leva segurança, controle, conforto e menos riscos na locomoção de veículos autônomos.

Tema: modernização na indústria automobilística, referente ao curso de analise e Desenvolvimento de Sistemas, tem como função a novas tecnologias emergentes no mercado automotivo e geração de novos empreendedores na indústria 4.0. Futuro que antes era visto nos filmes hoje já é realidade programas de softwares CRM gerenciamento de relacionamento com os clientes e automatização dos robotizada das indústrias com tecnologias precisas como inteligência Artificial (IA).

# Justificativa

Porque o problema que pode ser resolvido com programação de novas tecnologias emergentes, para o melhor uso de veículos na sociedade. Impacto que trás as tecnologias emergentes no mercado automobilismo, que possibilitou o uso de ferramentas de internet para sites de buscas para uso pessoal até mesmo de produtos e imóveis ou veículos, com a modernização na indústria, esse percentual mudou em exponencial positivo para uma tomada de decisão de sistemas de informação emergentes nas empresas com utilização de robôs e mecanismos de segurança sem ajuda braçal do homem. Questão de Pesquisa: como posso programar uma tecnologia Emergente e sistemas de CRM dentro da indústria automotiva?

# Hipótese

As tecnologias levaram a modernização na indústria automobilística.

# A Mordenização das empresas Chinesas e investimentos estrangeiros

De acordo com o avanço da indústria que crescia automaticamente na China e seus países visinhos como Japão, Coréia do Sul e seus rivais no comércio automobilismo, na China com o passar dos anos tiveram um aumento na produção de peças de carros para empresas como Peugeot, Hunday, na região de Shangai a automatização dos robôs na tecnologia é prova que esta produção cresceu exportando para países os Estados Unidos, França e Itália, concorrentes, já nos comércios no Brasil também tem suas contribuições para este aumento de mão de obra nos anos 70, 80 a tecnologia ainda estava engatinhando com os trabalhadores em metalúrgicas de automóveis mãos de obra braçal já nos anos 90 em diante era tecnológica dos computadores levaram para o mercado automobilismo as máquinas automatizadas, a China é prova que o mercado que mais cresceu no dias atuais. A modernização da indústria automobilística chinesa resulta, na verdade, de uma vontade deliberada de desenvolvimento, que se baseia na fixação de Etapas a serem vencidas progressivamente e em estratégia muito precisas. Como resultado das leis de julho de 1979 que autorizaram a entrada de investimentos estrangeiros diretos na China, o nível desses investimentos seja de investimentos aprovados, assim como um crescimento moderado dos investimentos realizados. A abertura da China, a parti dos anos 80, marca a entrada da indústria automobilística chinesa em uma nova era de cooperação, onde os parceiros europeus, mais que os japoneses ou norte-americanos, sucederam ao parceiro soviético. .

# Investimento no mercado automobilístico

De acordo com Japão, que se tornou o segundo produtor mundial de automóveis, no encalço dos Estados Unidos, criou sua indústria automobilística entre as duas Guerras (Toyota, Nissan), com base nos modelos norte-americanos e em participações, até se tornar autônomo em 1955. A Mitsubishi detém uma participação, bastante minoritária, no capital de Hyundai, primeiro grupo automobilístico coreano. A Mazda, por sua vez, participa, também minoritariamente, do capital do grupo coreano Kia. E, por último, após ter operado em joint venture com General Motors, o grupo Daewoo aliou-se aos japoneses, Suzuki e Honda. (JUDET, 1993).

# Made In China 2025 e industrialização Indústria 4.0: a difícil Transição chinesa do catchingup à economia puxada pela inovação

De acordo com a plataforma indústria 4.0 das prenunciou profundas transformações no universo da manufatura com impactos em todas as sociedades. Os autores indicam que na arena tecnológica, apesar de avanços enormes, a China ainda não alcançou os padrões da Alemanha e de países como Estados Unidos e o Japão. A efetivação dos ambiciosos planos chineses, em especial do Made in China 2025, tem pela frente desafios institucionais e tecnológicos significativos, como a incerteza estrutural que permeia a economia e as preferências oficias pelas empresas públicas e grandes corporações privadas, derivadas do estilo top down de decisão que marca a atuação do Estado chinês. Os autores argumentam que a continuidade da progressão chinesa para além do catchingup depende de sua capacidade de combinar a busca de tecnologias de ruptura com a construção de um mais flexível, capaz de difundir a inovação e manter o upgrading constante da capacidade endógena de desenvolvimento de CT&I.

A evolução do investimento em pesquisa e desenvolvimento (P&D), que saltou de menos de 1% do PIB no inicia dos anos 2000 para pouco mais de 2,0% em 2014, surpreendeu pela dimensão e velocidade com que diferenciou a China dos demais países dos Brics: em período semelhante, e partindo de um patamar levemente mais alto, o Brasil chegou a 1,24% (em 2013) e a Rússia a 1,19%. Embora ainda não tenha atingido níveis semelhantes aos do Japão (3,59%) e dos Estados Unidos (2,74% em 2013), o dispêndio chinês em P&D superou a media da União Européia, de 1,95% do PIB.

# Avanços chineses

De acordo a imagem da China como centro da indústria da cópia barata e da mão de obra abundante e pouco quantificada já não são um retrato fiel dessa nação de 9,5 milhões de km e quase 1,4 bilhões de habitantes. Atualmente, a China começa a disputar a liderança em tecnologias da informação e comunicação (as gigantes Hyundai, Xiaomi e ZTE estão entre as maiores empresas do setor), trens de Alta velocidade (China Solar Locomotive e Rolling Stock), energias renováveis (Trina Solar e Yingli Green Energy), energia solar e eólica (Goldwind, Uni Ted Power e Ming Yang) e supercomputadores (com tecnologia 100% chinesa, o Taihulight, da empresa Sunway Systemas, está em primeiro lugar da lista de computadores mais rápidos do mundo). A formação desses grandes conglomerados acompanhou o surgimento de empresas em segmentos não tradicionais, como Baixo (motor de busca na web, com forte investimento em inteligência artificial e veículos autônomos), a Tencent (criadora do Wechat), a Alibaba (e-commerce) e Didi (serviços tipo Uber).

A elevação do patamar produtivo da economia chinesa, propiciada pelo surgimento de novos seguimentos, complexos industriais e proliferação de empresas inovadoras, insiste EME desafiar análises econômicas as mais diversas.

A ascensão chinesa, juntamente com a evolução de um conjunto de outros países emergentes, modificou o mapa da produção mundial de bens e serviços a partir dos anos 2000 e mergulhou esses países em atividade de geração de conhecimento e inovações (NOORDEN, 2016).

A pró-atividade do estado em varias frentes-incentivos as grandes empresas, reformas pró-mercado, qualificação da mão de obra, atração de capital externo - manteve, desde o inicio das reformas em 1979, a CT&I como uma prioridade nacional, o que garantiu estabilidade do público de médio e longo prazo. (ZHOU.LAZONICK, 2016); (SOCIETY, 2011).

# A plataforma Alemã Indústria 4.0

De acordo a plataforma indústria 4.0, adotada pelo governo alemão em 2015, foi pioneira no esforço de criação, e configuração de um novo paradigma industrial e, por isso mesmo, tornou-se referencia para países avançados que procura não perder seu espaço de atuação em sua competitividade, assim como para emergentes que ambicionam disputar um lugar proeminente na arena internacional, como a China.

O termo indústria 4.0 faz referência a quarta revolução industrial atualmente em curso (segundo seus idealizadores), caracterizada pela aplicação intensiva de tecnologias da comunicação de seu uso em sistemas chamados de cyber-fisicos, voltados para a produção de bens e serviços. A evolução tecnológica em andamento prenuncia enormes impactos na competitividade industrial e aponta para uma reconfiguração de toda a indústria, com uma integração intensa com o universo dos serviços, via digitalização, e com os processos de automação avançada (KAGERMANN, 2011).

A comparação entre o MIC 2025 e a plataforma industrial 4.0 ajuda a compreender a real dimensão dos obstáculos e desafios que as empresas, o Estado e a sociedade chinesa têm pela frente.

A plataforma indústria 4.0 ocupa lugar central na atual política industrial e tecnológica da Alemanha. Três características principais dessa plataforma têm chamado a atenção dos mais diferentes governos, empresas e pesquisadores (1) seu foco temático, que se concentra no desenvolvimento de tecnologias de manufatura avançada destrutivas; (2) o horizonte de médio e longo prazo; e (3) a natureza agregadora e a amplitude institucional, aberta a participação de representantes da iniciativa privada, academia, sindicatos de trabalhadores e outras instituições, A mobilização social alcançada pela indústria 4.0 foi resultado de enorme esforço institucional de construção de consensos, que se originou na iniciativa privada, e se prolongou do seu anúncio na Feira de Hannover em 2011 até sua adoção pelo governo alemão em 2015 como plataformas de convergência e de cooperação em defesa da competitividade da indústria alemã.

Apesar de ter sido criada com uma iniciativa propriamente alemã - com o objetivo de elevar a competitividade da indústria e ampliar seu potencial exportador de bens de alto valor agregado, por seus propósitos e pela linha de futuro que abriu para todas as economias e sociedades, e Indústria 4.0 projetou-se como fonte de inspiração para a criação de programas análogos em países como os Estados Unidos, o Japão, a França, o Reino Unido e a China.

# Lições para o Brasil

De acordo a estratégia chinesa e exemplo de atuação proativa de estado planifica dor combinada a uma profusão e empreendedorismo, em ambiente próximo do que se conhece como livre mercado. Essa mescla resultou em programas, política pública nova modelos institucionais e alto investimento concentrado em objetivos definidos centralmente, que estão na base do dinamismo da economia chinesa. Seu atual plano para manufatura avançada, o MIC 2025, inspira-se declaradamente no plano indústria 4.0 e acompanha os desdobramentos do plano norte-americano intitulado de Advanced Manufasturing Initiative.

O Brasil é um país seguidor em matéria de CT&I, como era há China há vinte anos. A China avançou e caminha pelo caminho da sua transformação em uma nação inovadora. Busca, para isso, diminuir aceleradamente a distância da fronteira do conhecimento produtivamente aplicado.

De acordo com este artigo procurou levantar os principais aspectos dos planos da China e da Alemanha para a indústria do futuro. Expôs o modo como o governo chinês executa suas estratégias com o objetivo de transformar a em uma potência mundial em CT&I. Examinou também os planos e programas alemães, voltados para manter e ampliar a alta competitividade de sua economia, a produtividade de sua força de trabalho e o pioneirismo de sua tecnologia .

# Política e Desenvolvimento no Brasil contemporâneo a experiência do setor automotivo nos anos 90.

De acordo com os Países como Estados Unidos, China, Alemanha, Itália e França foram primeiras no ramo automotivo. Todo o setor da fábrica era dividido em partes do veiculo como pinel, bancos e carroceria e motor do veiculo. Já no Brasil a chegada do setor automotivo foi um pouco tardia nos governos de Juscelino Kubitschek nos anos de 1956, primeira migração das montadoras até os anos de 1968. Importante dizer que a indústria automotiva já existia no Brasil antes mesmo do governo de JK incentivado pela implantação. Nos anos 50 e 60, já havia empresas montadoras estrangeiras no Brasil (como Ford e Chevrolet) e algumas empresas nacionais em atividade no país, mas, até então, todos os carros que circulavam palas ruas brasileiras eram importados como kit completo (CDK) ou parcial mentes desmontados (SDK) e remontados no país por subsidiarias estrangeiras ou ainda por empresas licenciadas, como analisou Helen Shapiro, em seu clássico estudo sobre a imigração da indústria automotiva para países novos, como o Brasil.

Nessa nova onda migratória das montadoras para o Brasil, 11 empresas iniciaram a produção de veículos no país a partir das definições da política automotiva do Governo JK nos anos 50, sendo três nacionais, duas joint-ventures e seis empresas de capital estrangeiro. Naquela ocasião, a participação do Banco Nacional de Desenvolvimento econômico e Social (BNDES). Como financiador de projetos da indústria também já foi decisiva, como o da Volkswagen, que recorreu ao banco para iniciar a produção do primeiro modelo nacional, o Fusca. Segundo o estudo de (Shapiro 1997), o mercado automotivo brasileiro já era o maior da América Latina na década de 50, respondendo por 25% dos cerca de 2,7 milhões de veículos em circulação na America do Sul. O Brasil foi o pioneiro nessa indústria, tornando-se o primeiro país mesmo diante de incertezas sobre a viabilidade dessa indústria, olhando em perspectiva para um setor que começou com uma produção anual de pouco mais de 30.000 veículos em 1957.

A situação da indústria automotiva instalada no Brasil naquele início de década realmente inspirava preocupações de todos os segmentos sociais envolvidos, desde os trabalhadores até o empresariado e governo. Por isso, como mostra o de relatório do BNDES, havia um forte sentimento de que se estava passando por uma crise no setor automotivo nacional e que eram necessárias medidas urgentes para salvar a indústria automotiva no Brasil. Havia inclusive a perspectiva de abandono de montadoras e fechamento de fábricas naquele início de década. Foi justamente neste processo econômico também político de mudanças que as classes sociais envolvidas na produção automotiva iniciaram novamente as discussões para, junto ao governo procurar soluções que pudessem impulsionar a produtividade e a modernização no setor.

Nos governos de Itamar Franco e Colo de Mello nos anos de 1995 licenciaram o acordo de redução de 10 % de emprego e o reajuste no setor automotivo.

No início dos anos 90 contribuíram para saída da crise do setor automotivo gerando um acordo entre as montadoras de veículos para melhor estabilidade na economia no Brasil. Primeiro acordo setorial, carro motoras mil cilindradas no país. O primeiro acordo setorial, assinado em julho de 1992, entre seus principais objetivos, propunha: a redução de 22% nos preços dos automóveis e veículos comerciais leves, para facilitar a aquisição e recuperar níveis de produtividade perdidos; a manutenção dos empregos, e a correção mensal de salários. Num contexto de abertura da economia e inflação alta, esse compromisso assegurava garantias relevantes para a classe trabalhadora do setor automotivo instalado, sobretudo, na região metropolitana de São Paulo.

# O NOVO REGIME AUTOMOTIVO

Em 1994, De acordo do grupo político de (FHC) Fernando Henrique Cardoso ao poder teve uma ascensão, pode-se adotar uma estratégia bem sucedida pelo Plano Real em estancar a alta inflação no país, juntamente com um processo de estabilização macroeconômica que se esperava há vários anos. Nesse aspecto a estabilidade geral da economia brasileira abriu uma nova janela de oportunidade para o setor automotivo, que vinha de processo de retomada efeito dos dois acordos. Entretanto, também no Governo FHC, o setor se encontrava novamente diante de novos desafios, entre eles principalmente o aprofundamento da abertura econômica, da modernização tecnológica e da concorrência internacional, bem como da manutenção dos empregos.

As medidas do regime automotivo visavam a proteger o mercado nacional de automóveis e veículos produzidos no país. Havia, em retrospecto, um contexto de maior participação dos importados no mercado brasileiro; no início dos anos 90, havia um déficit comercial no setor de cerca de US$ 2,2 bilhões, além do fato relevante de que 21% das vendas de automóveis no mercado interno, em 1995, foram de veículos importados, contra 2,5% em 1991 e 1,6% em 1994, segundo dados coletados por Arbix (1996). Por isso, entre as medidas adotadas pelo novo regime automotivo, buscava-se equilibrar a balança comercial do setor. O regime automotivo de 1995 teve medidas especificam voltadas exclusivamente para o setor de autopeças, como se pode contatar pela edição do Decreto nᵒ 2.072, de 14 de novembro de 1996, segundo documento elaborado pelo setor:

Conceito de índice de compras de insumos nacionais em relação aos insumos totais destinados a produção, ao invés do índice tradicional sobre o preço de venda, que esta sujeita a manipulação devido ás variáveis subjetivas de que é formado.

O nível de produção das autopeças ano a ano, pois a redução do imposto de importação cairá para 40% em 1998 e 1999, Esses níveis anteriores eram de 85% em 1996, 70% em 1997,55% em 1998 e 40% em 1999.

Dentro da limitação de 1:1 entre importações e exportações, as montadoras somente podem importar com benefícios fiscais um volume de autopeças, no máximo, de 2/3 do valor das exportações.

Foi estabelecido um limite superior (teto) para o bônus de importação das montadoras, com o objetivo de limitar sua importação beneficiada.

O setor de autopeças foi contemplado com linha de financiamento preferencial do BNDES, da ordem de US$ 500 milhões sob critérios especiais de acesso. .

# O Papel do Gerente num Contexto de Mudança Baseada no Uso da Tecnologia CRM

De acordo com o papel de um gerente na empresa na implantação de sistema de CRM. Contato de cliente com o vendedor da Concessionária. Pesquisa feita para uso de tecnologia de CRM para melhor atendimento com o cliente.

Objetivo de implantação do sistema dentro da empresa, avaliar a melhoria no atendimento com o uso de tecnologia.

O consumidor está cada vez mais exigente. A tecnologia só vai adicionar mais conexão do vendedor para com o cliente. Uma nova filosofia de tecnologia. O gerente deve ter uma visão de mudança de comportamento para o cliente. Mudança na área de marketing em toda a empresa e padronização e controle.

Explorar a potencialidade do cliente, comportamento do sistema CRM.

## Marketing e gestão do cliente

Importância do cliente na organização dentro da empresa. Novas oportunidades de política e social em uma estratégia das novas tecnologias.

Planejamento e organização na empresa. Papel do gerente na organização

Um desafio para a organização a mudança exige dos líderes no mercado. Aumento de gerente de conta definido, de uma pessoa responsável mais importante da organização estilo decisório capacidade objetiva é uma tomada de decisão sua proposta muda o ambiente da empresa.

Marketing é uma filosofia organizacional processo de executar a necessidade do cliente.

Desafio do marketing e como lidar o ponto de vista do cliente, marketing de relacionamento exige o mínimo de conhecimento em tecnologia e forma de negociar o marketing requer distinguir a relação precisa com o cliente.

O relacionamento com o Cliente vai além da venda de produtos e atividades financeira.

De acordo Casotti (1995, p. 12): marketing sempre foi alvo de discussões quanto à sua conceituação. Uma

Definição bem aceita é a apresentada pela American Marketing Association,

Em 1985, citada marketing é o processo de planejar e

Executar a concepção, o preço, a promoção e distribuição de idéias, produtos e

Serviços para criar trocas que satisfaçam os objetivos de indivíduos e

Organizações.

# Tecnologia da informação

De acordo a Gestão estratégica mudança na organização inclusão do cliente. Mudança na reformulação de negócios é percebida como poderoso instrumento na organização, aperfeiçoamento no atendimento e nos produtos. Satisfação do cliente o desenvolvimento, contudo a tecnologia de CRM, como mera ferramenta, sem a definição e o planejamento do modelo de relacionamento e sem redesenho dos processos de atendimento ao cliente, será apenas um projeto de informatização de (call Center) suporte técnico, como função de apoio, sem implementar o conceito de cliente-interativo, com respostas em tempo real. Gerenciamento de relacionamento com o Cliente prover recursos de relacionamento com o Cliente na informática.

Trabalho feito em uma empresa de informática em uma implantação de sistema de CRM para elaboração de um desenho de pesquisa. (BRETZKE, 2000).

# Coleta de Dados

Composto por duas etapas: na primeira fez-se uso de questionário de perguntas abertas, aplicado a maioria dos gerentes regionais de vendas, pré-teste feito em tecnologia de gerentes. Questões abordadas a serem atingidas

Instrumento de pesquisa com 11 variáveis e 23 perguntas abertas. Seqüência e vocabulário.

Segunda etapa foi feita a pesquisa entre três gerentes regionais de vendas (GRV) e com (GEVs) que foram similares aos questionários às perguntas já incluíram as evidências com a finalidade de utilização de evidências com o cliente comportamento dos entrevistados. Gerentes regionais de vendas de tecnologia de estudo para atingir o público alvo.

## Análise de dados

Identificava as características do cliente processo de analisar o conteúdo dos dados.

Método de análise dos entrevistados e comparando com os temas propostos.

Análise a elaboração das perguntas e conclusões de observações e analisar as técnicas de conjunto de dados, resultados apresentados nos gráficos e tabelas e análise De sistema Sphinx.

# Análise descritiva das variáveis Demográficas

Perfil do público formação acadêmica e tempo de empresa. Faixa etária de idade de 41 aos 50 anos, tempo de empresa. Dentro da pesquisa 17 tem nível universitário e 23 têm pós-graduados. Havendo predominância na formação acadêmica em administração e informática.

# Análise Univariada

Resultado da pesquisa contato e gerenciamento atitude e comportamento

O Papel do Gerente num Contexto de Mudança

Baseada no Uso da Tecnologia CRM responsável pelo contato ao atendimento ao cliente. Agilidade e atitudes, implantação de sistemas de CRM.

# Nível de resistência do gerente

Comunicação e implementação do sistema na empresa são possíveis concluir a tomada de decisão redução e melhor rapidez na negociação e necessário um readequação deficiência nas dificuldades do perfil gerencial conforme a utilização para com o cliente. Resultados obtidos. Reconhecimento do cliente na relação do sistema de CRM. Processo organizacional ficou evidente que é uma realidade do cliente e empresa e a qualidade do atendimento na melhoria relacionamento comercial. Motivo na satisfação com o cliente motivado com a implantação do sistema CRM com identificação de vários canais para a empresa.

# Conclusão

De acordo a Indústria automotiva dispõe de prestígio e status político e econômico especial em muitas sociedades capitalistas avançadas. Em muitos casos conhecidos, sobretudo os mais recentes, o papel do Estado foi fundamental. A experiência brasileira não foi diferente. Desde os anos 50, quando do início da chagada das montadoras estrangeiras, o Estado estabeleceu várias políticas para fixar essa indústria no país. Nos anos 90, as demandas eram outras, a indústria automotiva representava quase 15% do PIB nacional e o temor generalizado com a concorrência internacional assustava os atores ligados ao complexo industrial. Em meias incertezas geradas no ambiente econômico e político dos anos 90, a organização dos interesses da indústria automotiva no Brasil conseguiu articular com êxito um importante acordo entre os autores envolvidos e o Estado durante o governo de Itamar Franco (1992-1994).

Mais tarde, o novo regime automotivo, firmado entre multinacionais e o Estado brasileiro e o argentino no início do primeiro mandato de Fernando Henrique Cardoso, consagrou a relação entre capital, trabalho e Estado num setor modelar da economia capitalista na América Latina. No caso brasileiro, a experiência acumulada de lutas e negociações entre trabalhadores e empresariado do setor foi de fato essencial para a elaboração dos acordos setoriais. O papel do trabalho organizado foi decisivo na medida em que o interesse na manutenção dos empregos e salários de um lado e o histórico de mobilização contra as empresas montadoras de outro motivaram a negociação coletiva e a definição de acordos e metas para a indústria.

O ganho político e simbólico para o governo Fernando Henrique Cardoso com a expansão da indústria automotiva merece destaque, representando um momento de recuperação e modernização para o setor com um todo. Embora o setor de autopeças tenha efetivamente sentido os impactos da abertura econômica promovida por Fernando Henrique Cardoso, o complexo industrial acabou-se modernizando na década de 90. As iniciativas do Estado através de políticas de incentivos fiscais e financiamento especial para modernização e lançamentos de novos produtos tem sido relevante desde os anos 50, quando aportaram as primeiras montadoras no país. Esse tem sido o padrão das relações entre o Estado e o setor. O peso simbólico e político da indústria automotiva no imaginário das sociedades industriais avançadas representam um elemento decisivo na capacidade do setor em fazer valer suas demandas. (ARBIX, 2002).

Finalidade do gerente é baseada em uma tecnologia de CRM

De acordo com os resultados obtidos e da síntese da analise realizada, pode-se perceber que o regente passa a ter uma postura mais proativa em relação ao contato e ao atendimento do cliente, uma vez as informações decorrentes da utilização do CRM possibilitam o gerenciamento mais efetivo do processo de trabalho e melhor planejamento CRM abre oportunidade, então, para que o gerente possa antecipar-se ás necessidades e acompanhar as solicitações dos clientes. Neste sentido, os resultados mostraram que os clientes têm percebido melhoria continua no relacionamento e nos contatos, por meio dos diversos canais de comunicação.

Além da melhoria do relacionamento, proposto por um sistema de gerencia de relações com o cliente, pode-se perceber também uma melhoria nos negócios, houve uma mudança na postura dos gerentes regionais da empresa pesquisada, possibilitada pela implantação e utilização de um sistema de gerenciamento do relacionamento com o cliente (CRM), conforme (ANTON, 1996).

Para aumentar o conhecimento sobre o assunto, sugere-se fixar o CRM, não penas como um repositório de Dados vindos de diversas áreas da empresa e com elas interligados; mas como um sistema de informação (SI) com suas características e vantagens, testar o CRM sob a ótica dos clientes, explorarem fundamentos teóricos do CRM, verificando se a predominância do marketing ou da tecnologia da informação (TI). (ANTON, 1996).com base nos estudos científicos elaborados nos arquivos de pesquisa como posso programar sistemas Emergentes e tecnologias de CRM na indústria automotiva?

Chegamos á conclusão que foram testadas novas tecnologias para a então empresa de veículos, com o estudo mais aprofundado nas informações do início das indústrias automotivas nos países como China, EUA, Alemanha, contribuíram para a alavanca mento da indústria 4.0. Automatização a parti da década de 90, robotizada de robôs, surgimento no Brasil nos anos de 1956 indústrias, nos governos de Juscelino Kubitschek, Itamar Franco e Fernando Collor de Mello e (FHC) Fernando Henrique Cardoso nos anos 70, 80 e 90 que por sua vez já havia empresa estrangeira da Ford, e Chevrolet no Brasil. Tecnologias de emergentes e sistemas CRM surgiram nos anos 2001 até nossos dias aprimorando as indústrias e tecnologias para todos os setores indústrias não somente automotiva mais em todas as áreas de internet das coisas como robotização das máquinas em softwares programados em sistemas de veículos GPS e localização viam satélite em tempo real de carros autônomos e elétricos. Hipótese do estudo As tecnologias levaram a modernização nas indústrias automobilísticas.

# Bibliografia

**ACEMOGLU**, D. &. R. J. A. "Paths to inclusive policalinstitutions". **Paths to inclusive political institutions**, São Paulo, 12 Dezem 2016.

**ANTON**, J. Customer relationship management:making hard decisions with soft. **Revista de Administração conteporanea** , São paulo, v. 29, n. 3, p. 1-10, 1 Jan 1996.

**ARBIX**, G. Da liberação cega dos anos 90 á contruçao estratégica do desenvolvimento. **Tempo Social**, São Paulo, v. 14, p. p.1-17, Maio 2002.

**BATISTA**, E. O. **Sistema de informação:** o uso consciente da tecnologia para o gerenciamento. 2. ed. são paulo: Saraiva, v. 2, 2009.

**BRETZKE**. Marketing de relacionamento e competição em tempo real. **Remark Revista Brasileira de Marketing**, São Paulo, v. 15, n. Otavio Bandeira de Lamonica Freire, p. pp-103-118, 28 junho 2000. ISSN 2177-5184.

**GLAUCO** **ARBIX**, Z. M. E. A. Made in China 2025 e Industrie 4.0: a dificil transição chinesa do catching up á economia puxada pela inovação. **Tempo Social**, São Paulo, v. 30, n. On-line ISSN, p. 3, set. 2018. ISSN ISSN 1809-4554. http://dx.doi.org/10.11606/0103-2070.ts.2018.144303.

**JUDET**, P. E. A. ECONOMIST,The. **Modernização das Empresas Chinesas e invetimentos Estrangeiros**, Shangai, v. 10, n. 10, p. 248, 14 Setembro 1993. ISSN 248.

**KAGERMANN**, H. E. A. Industria 4.0: Mit dem Internt der Dinge auf dem Weg zur4 industrellen. **nature**, sao paulo, p. 534, 12 Marco 2011. http//www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Digitale-Welt/digitale-strategie-2025.html.

**NOORDEN**, V. China by the Numbers. **Nature**, Sao Paulo, v. 534, n. 452-453, p. 534, 16 Julho 2016. http//www.nature.com/polopol/y fs/1.20122!/menu/topColumns/topLeftColumn/pdf/534452a%20(corrected).pdf.

**SOCIETY**, R. China by the Numbers. **Nature**, sao paulo, v. 543, n. 534, p. 534, 16 Julho 2011. ISSN 533. http//www.nature.com/polopol/y fs/1.20122!/menu/topColumns/topLeftColumn/pdf/534452a%20(corrected).pdf.

**ZHOU**.**LAZONICK**. china as an innovation nation. **China by the Numbers**, Sao paulo, v. 534, n. 534, p. 452-453, 14 Julho 2016. http//www.nature.com/polopol/y fs/1.20122!/menu/topColumns/topLeftColumn/pdf/534452a%20(corrected).pdf.