

**Autor: Renato Ferraz de Campos**

**Orientador: Prof. Dr. Wanderlei Marinho da Silva**

## **RESUMO**

Este trabalho tem como objetivo apresentar as montadoras de automóveis o quanto o custo de um sistema de *infotainment* influencia no momento da aquisição do veículo pelo consumidor brasileiro. Foram escolhidos cinco sistemas de *infotainment* que inicialmente foram apresentados tecnicamente, são eles Rádio AM/FM, Bluetooth, Navegação (GPS), Câmera de ré e Reconhecimento de voz. Em seguida foi elaborada uma pesquisa com os consumidores de veículos apresentando os sistemas previamente escolhidos sem o custo e em seguida com o custo. Os custos de cada sistemas foram estimado de acordo com cenário nacional de desenvolvimento de um produto, contemplando todas as etapas como desenvolvimento, validação e produção pelo fornecedor. A análise do questionário foi feita para cada sistema separadamente, ou seja, para cada sistema analisou-se as respostas sem custo e com custo. Como consideração final conclui-se que o custo ainda tem um impacto muito grande sobre os clientes e as montadoras devem criar formas de baratear os sistemas e torna-los mais atrativos.

**Palavras-chave:** *Infotainment*. Montadoras de automóveis. Influência do custo na compra do produto.