

ANÁLISE DE MERCADO PARA PROPOSTA DE UM CURSO DE EDUCAÇÃO EM ROBÓTICA INDUSTRIAL

ANÁLISIS DE MERCADO PARA LA PROPUESTA DE CURSO DE FORMACIÓN EN ROBÓTICA INDUSTRIAL

MARKET ANALYSIS FOR THE PROPOSAL OF AN EDUCATION COURSE IN INDUSTRIAL ROBOTICS

Hélio Rodrigues Junior*
helio.rodriguesjunior29@gmail.com

Bruno Fonseca de Oliveira*
brunocq@hotmail.com

Camila Aparecida Maciel da Silveira*
camila.a.silveira@hotmail.com

*Universidade Federal Fluminense, Volta Redonda, RJ/Brasil

Resumo

Este artigo tem por objetivo analisar as possibilidades de mercado para a instalação de um curso de capacitação em robótica industrial na região sul fluminense do estado do Rio de Janeiro. A análise foi de abordagem qualitativa, sendo considerada as informações mais recentes referentes a investimentos nesse mercado, a corrente disponibilidade de oferta desse tipo de formação e uma pesquisa de campo nas empresas localizadas nessa região, com foco estratégico nos setores prioritários para essa demanda. Após definido o público alvo, os dados foram compilados e analisados, verificando-se que a capacitação é necessária e importante, facilitando o processo de desenvolvimento da mão de obra da região.

PALAVRAS-CHAVE: Curso de capacitação. Robótica industrial. Análise de mercado.

Resumen

Este artículo tiene como objetivo analizar las posibilidades de mercado para la instalación de un curso de capacitación en robótica industrial en la región sur del estado de Río de Janeiro. El análisis utilizó un enfoque cualitativo, considerando la información más reciente sobre inversiones en este mercado, la disponibilidad actual de este tipo de capacitación y un relevamiento de campo en empresas ubicadas en esta región, con un enfoque estratégico en sectores prioritarios para esta demanda. Luego de definir el público objetivo, se recopilaron y analizaron los datos, verificando que la capacitación es necesaria e importante, facilitando el proceso de desarrollo de la fuerza laboral de la región.

PALABRAS CLAVE: Curso de formación. Robótica industrial. Análisis de Mercado.

Abstract

This article aims to analyze the market possibilities for the installation of a training course in industrial robotics in the southern region of Rio de Janeiro state. Knowledge of project management and market analysis were combined for the construction of this material, so that it could assertively support the judgment of the feasibility of establishing this course. For this analysis, the most recent information regarding investments in this market, the current availability of this type of training and a field survey in companies located in this region, with a strategic focus on priority sectors for this demand, was considered by a qualitative way.

Finally, after defining the target audience, the data was analyzed and a verdict on the subject was reached, capable of guiding the launch of this project, with robust and reliable data that squared the regional scenario in view of this challenge.

KEYWORDS: Training course. Industrial robots. Market Analysis.

1. Introdução

A região Sul fluminense do estado do Rio de Janeiro dispõe de um polo industrial importante no cenário econômico nacional, com crescentes investimentos em novas tecnologias para a melhoria dos processos industriais. Esse avanço da automatização requererá mão de obra cada vez mais especializada para a operação e manutenção dos equipamentos. Com isso faz-se necessário acelerar o acesso dos profissionais a conhecimentos específicos referentes a tecnologia de controle e automação, de modo que a capacitação para o mercado seja rápida e com qualidade.

O objetivo deste trabalho é realizar uma análise de mercado na região sul fluminense capaz de orientar a necessidade de fornecimento de treinamentos na área de robótica industrial, com o intuito de capacitar os profissionais da região sul fluminense na realização de operações e manutenções de robôs industriais. Este trabalho justifica-se pelo fato da região em questão não dispor de um centro de treinamento de robótica, que aborde de forma teórica e prática a operação e manutenção de braços robóticos industriais. Os colaboradores devem ser deslocar para a formação, o que restringe o processo impactando as expectativas do ambiente fabril.

2. Metodologia

Esta pesquisa possui abordagem qualitativa sendo de natureza aplicada. A primeira etapa desta pesquisa se concentra na avaliação do cenário econômico regional, a segunda etapa define o público alvo da pesquisa e a terceira parte contempla o envio de um questionário para o levantamento das informações pertinentes à pretensão de abertura do curso em questão. Para a coleta dos dados o questionário foi enviado a 16 empresas da região, com retorno de 100%, cobrindo as principais empresas do setor automobilismo da região. Os respondentes foram os líderes dos setores de interesse, para tal, a pesquisa concentrou sua opinião nos coordenadores de manutenção (supervisão geral), pela capacidade de visão geral e gestão estratégica dos setores investigados. Após o recebimento dos dados foram compilados usando o *software* Excel.

3. Fundamentação teórica

Segundo o guia PMBOK (2017) “Um projeto é um esforço temporário empreendido para criar um produto, serviço ou resultado exclusivo”. Como bem definido acima, um projeto tem por objetivo uma entrega específica, limitada no espaço e tempo, portanto é algo mensurável e tangível. Atividades inovadoras compreendem na maioria dos casos, riscos e dificuldades na aquisição e gerenciamento de recursos, tem se tornado cada vez mais complexa, justificando um estudo específico para essas demandas.

A pesquisa de mercado é um importante instrumento para a consolidação da análise de

mercado. De acordo com Schlesinger (1964, p. 10) a pesquisa de mercado tem como função “obter e distribuir fatos que auxiliem todos os departamentos da empresa a preencher seus objetivos com eficiência. Daí derivam consequências de mais consumo e maiores lucros”. Muitas vezes a pesquisa de mercado é utilizada após o ato de produzir algo ou sucede a instalação de uma determinada empresa. Segundo Tagliacarne (1989, p. 35):

Insistem muito sobre a fase de distribuição e vendas, como se as pesquisas devessem intervir só após a fabricação do produto, quando, muitas vezes, elas são úteis antes da fabricação, justamente para saber aquilo que deve produzir, para quem, a que preços, etc.

Decisões empresariais necessitam ser tomadas a todo momento e muitas vezes os decisores carecem de informações importantes como por exemplo, o que deve ser levado em conta na elaboração de propostas? Conforme definido no livro pesquisa de mercado (FGV 2011) “A Pesquisa de mercado faz o diagnóstico de uma determinada situação mercadológica a partir de um esforço planejado se organizado para obtenção de fatos e novos conhecimentos de mercado, de modo a minimizar os riscos de uma tomada de decisão”.

4. Análise dos dados e discussões

Nesta análise de mercado o importante é confirmar a real necessidade de implementação do projeto de treinamento para o curso de educação em robótica industrial detalhando qual deverá ser a proposta mais apropriada para a demanda existente.

4.1. Cenário econômico sul-fluminense

A região Sul Fluminense abriga o segundo polo automotivo do país em número de empresas, 20 (vinte) no total. Segundo informações do Jornal Automotiva Business, o setor planeja investir 32 bilhões entre 2021 e 2025. Boa parte desse investimento está ligado a modernizações das plantas e aumento de produtividade, assim como adoção de manufatura digital 4.0. Visando uma gama de projetos que podem ser beneficiados pelo programa Rota 2030 (novo programa de incentivo do governo ao setor).

4.2. Definição de público alvo

É sabido que a indústria automobilística é o setor onde mais se empregam robôs. A diferença é tão expressiva que a indústria automobilística corresponde sozinha por 63% dos robôs instalados em toda indústria do país.

Define-se como público alvo da instrução em robótica industrial como sendo as empresas do setor automobilístico que compõe o Cluster Automotivo Sul Fluminense que pretendam contratar o serviço para melhoria do nível técnico de suas equipes de trabalho; os trabalhadores técnicos que desejam se capacitar de modo que possam ocupar melhores posições nas empresas que atuam e/ou que queiram agregar diferencial competitivo ao seu portfólio de atividades.

4.3. Compilação de dados

Com base nos dados levantados pela pesquisa pode se concluir que o número de técnicos habilitados em robôs na região é de apenas 17,92%, um percentual que corrobora a justificativa do projeto apresentado até então. O corpo técnico da região concentra-se prioritariamente nas cidades de Barra Mansa, Volta Redonda e Resende. Considerando o posicionamento geográfico, pode-se dizer que a oferta desse treinamento deverá se situar entre as cidades de Barra Mansa e Volta Redonda, afim de estar acessível de forma prioritária a 69,07% da demanda total. Comparando a quantidade de técnicos treinada atualmente (17,92%) com a demanda informada pelas lideranças como sendo ideal (36,79%) observa-se uma demanda imediata de 18,87% do total de técnicos. Considerando que novas tecnologias estão em adoção, o que demandará maior número de técnicos capacitados, há ainda uma demanda futura de 63,21% configurando um potencial de crescimento.

Diante das análises realizadas, considera-se factível a oportunidade da instalação de um curso de treinamento de robótica na região. Com boa perspectiva de recebimento imediata e capacidade de expansão futura em face das demandas crescentes por inovação.

5. Considerações finais

A falta de conhecimento da aplicabilidade de braços robóticos, impede que os profissionais no exercício de suas competências técnicas, proponham soluções inovadoras para os problemas enfrentados nas organizações, limitando as soluções a mecanismos preexistentes. Sendo assim, a pesquisa confirma que a proposta de um curso que profissionalize os funcionários será importante para a melhoria da mão de obra regional.

Referências

- KUTNEY, P. Jornal Automotive Business. MT2, em abril de 2021.
MORITA, M. Livro Análise de Mercado. IESDE Brasil S.A., 2012
PINHEIROS, R. M. Livro Pesquisa de Mercado. Fundação Getúlio Vargas, 2011
PMBOK. Project Management Instituto Inc, 2017
SCHLESINGER, Hugo. Pesquisa e Análise do Mercado. Rio de Janeiro: Lidador, 1964.
TAGLIACARNE, Guglielmo. Pesquisa de Mercado: técnica e prática. São Paulo: Atlas, 1989.

Recebido em: 20/10/2021

Aceito em: 05/11/2021

Endereço para correspondência:

Nome Hélio Rodrigues Junior

Email: helio.rodriguesjunior29@gmail.com



Esta obra está licenciada sob uma [Licença Creative Commons Attribution 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)