

**CENTRO PAULA SOUZA
ETEC DE POÁ
ENSINO MÉDIO INTEGRADO AO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**

**Gustavo Machado Barreira
Lucas Senna Lima Paixão
Daniel Lawall Calejon
Mateus Hian Martins Nascimento
João Victor Gonçalves Dal Pozzo**

OBF METALÚRGICA: Consultoria

**Poá
2025**

Gustavo Machado Barreira
Lucas Senna Lima Paixão
Daniel Lawall Calejon
Mateus Hian Martins Nascimento
João Victor Gonçalves Dal Pozzo

OBF METALÚRGICA: Consultoria

Relatório final, apresentado ao Curso Técnico em Administração da Etec de Poá, orientado pelo(a) Prof. Rafael, como requisito parcial para obtenção do título de administrador.

Poá
2025

Gustavo Machado Barreira
Lucas Senna Lima Paixão
Daniel Lawall Calejon
Mateus Hian Martins Nascimento
João Victor Gonçalves Dal Pozzo

OBF METALÚRGICA: Consultoria

Relatório final, apresentado ao Curso Técnico em Administração da Etec de Poá, orientado pelo(a) Prof. Rafael, como requisito parcial para obtenção do título de administrador.

Data de Aprovação: ____/____/____

Conceito:

BANCA EXAMINADORA

Prof. (Nome do(a) orientador(a))

Afiliações

Prof. (Nome do(a) professor(a) avaliador(a))

Afiliações

Prof. (Nome do(a) professor(a) avaliador(a))

Afiliações

OBF METALÚRGICA: Consultoria

Resumo

O presente trabalho apresenta uma consultoria empresarial realizada pela equipe da Calejon Consultorias para a empresa OBF Metalúrgica, com o objetivo de identificar seus principais desafios e propor soluções que impulsionem sua modernização e crescimento no mercado. A partir de um diagnóstico organizacional baseado na análise SWOT, foram identificadas forças como a experiência e a agilidade produtiva, bem como fraquezas relacionadas à estrutura tecnológica defasada e à ausência de estratégias de marketing. As propostas de intervenção envolveram três eixos principais: atualização tecnológica, implementação de estratégias de marketing digital e automação industrial com máquinas CNC. Além disso, foram sugeridas ações de capacitação da equipe e melhoria da comunicação empresarial. Os resultados esperados incluem o aumento da produtividade, a redução de custos operacionais, a ampliação da presença digital e o fortalecimento da imagem institucional da OBF Metalúrgica como referência em usinagem de precisão.

Palavras-chave: Consultoria Empresarial; Automação Industrial; Marketing Digital; Modernização; OBF Metalúrgica.

Abstract

This paper presents a business consulting project carried out by the Calejon Consultorias team for the company OBF Metalúrgica, with the objective of identifying its main challenges and proposing solutions to boost its modernization and growth in the market. Based on an organizational diagnosis using SWOT analysis, strengths such as experience and productive agility were identified, as well as weaknesses related to outdated technological infrastructure and the absence of marketing strategies. The proposed interventions involved three main areas: technological updating, implementation of digital marketing strategies, and industrial automation with CNC machines. In addition, actions for team training and improvement of corporate communication were suggested. The expected results include increased productivity, reduced operational costs, expanded digital presence, and a strengthened institutional image of OBF Metalúrgica as a benchmark in precision machining.

Keywords: Business Consulting; Industrial Automation; Digital Marketing; Modernization; OBF Metalúrgica

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	8
2. CRIAÇÃO DA EMPRESA.....	9
2.1. Logomarca.....	9
2.2. Missão, visão e valores.....	11
2.2.1. Missão.....	11
2.2.2. Visão.....	11
2.2.3. Valores.....	12
2.3.1. Preço.....	12
2.3.2. Produto.....	12
2.3.3. Praça.....	13
2.3.4. Promoção.....	13
2.4. Marketing.....	13
2.4.1. Proposta estratégica.....	14
2.4.1.1. Público-Alvo.....	14
2.4.1.2. Objetivos de Marketing.....	14
2.4.1.3. Posicionamento e Proposta de Valor.....	15
2.4.1.4. Conteúdo e Caso de Sucesso.....	15
2.4.1.5. Marketing Digital.....	15
2.4.1.6. Ações Offline e Relacionamento.....	15
2.4.1.7. ORÇAMENTO E RECURSOS.....	16
3. DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO ATUAL DA EMPRESA.....	17
2.1. Forças:.....	17
2.2. Fraquezas:.....	18
2.3. Oportunidades:.....	18
2.4. Ameaças:.....	18
4. PROPOSTA DE INTERVENÇÃO.....	20
4.1. Consultoria de tecnologia.....	20
4.2. Consultoria de Marketing.....	21
4.2.1. Estratégias de Marketing.....	22
4.2.2. Cronograma de Implantação (6 Meses).....	22
4.2.3. Indicadores de Sucesso (KPIs).....	23
4.2.4. Investimento Estimado.....	23
4.3. Automação Industrial.....	23
4.3.2. As máquinas.....	24
5. PLANO DE AÇÃO.....	27
5.1. Marketing.....	27
5.1.1. Marketing Digital.....	27
5.1.2. Marketing de Relacionamento.....	27
5.1.3. Feiras e Eventos.....	27

5.1.4. Conteúdo Técnico.....	28
5.1.5. Cronograma de Implantação (12 meses).....	28
5.1.6. Indicadores de Sucesso (KPIs).....	28
5.1.7. Investimento Estimado.....	28
5.1.8. Conclusão.....	29
5.2. Produção.....	29
5.2.1. Orçamento Estimado.....	30
5.3. Planilha.....	31
6. RESULTADOS ESPERADOS.....	32
6.1. Resultados na área de TI.....	32
6.2. Resultados na produção.....	32
6.3. Resultados no marketing.....	32
7. CONCLUSÃO.....	34
8. REFERÊNCIAS.....	35

1. INTRODUÇÃO

A consultoria empresarial tem se consolidado como uma ferramenta estratégica essencial para organizações que buscam aprimorar processos, aumentar sua competitividade e se adaptar às transformações do mercado. Em um cenário econômico caracterizado pela globalização, avanço tecnológico e mudanças constantes no comportamento do consumidor, empresas de diferentes portes encontram na consultoria uma alternativa eficiente para diagnosticar falhas, identificar oportunidades e implementar soluções personalizadas. Segundo Chiavenato (2014), a consultoria atua como um agente externo capaz de oferecer visão crítica e imparcial da realidade organizacional, promovendo intervenções baseadas em análise técnica e planejamento estruturado.

Nesse contexto, o presente trabalho apresenta a consultoria desenvolvida pela Calejon Consultorias para a OBF Metalúrgica, uma empresa com mais de 30 anos de atuação no setor de usinagem, mas que enfrenta desafios relacionados à estrutura tecnológica defasada, baixa presença digital e ausência de estratégias de crescimento. O projeto teve como foco principal a elaboração de diagnósticos gerenciais, propostas de modernização industrial, intervenções na área de marketing e recomendações voltadas à capacitação da equipe. A partir da aplicação de ferramentas como a análise SWOT e a elaboração de um plano de ação detalhado, buscou-se estabelecer alternativas viáveis para a revitalização da empresa, unindo inovação, tecnologia e gestão estratégica. Desse modo, o estudo reforça a importância da consultoria como elemento transformador no desenvolvimento organizacional, especialmente em empresas tradicionais que necessitam se reposicionar diante das exigências do mercado contemporâneo.

2. CRIAÇÃO DA EMPRESA

A nossa empresa de consultoria é conhecida como Calejon Consultorias, uma empresa conhecida por ajudar pequenas empresas de metalurgia a crescer no mercado.

2.1. Logomarca



IMAGEM 1: Logomarca da Calejon Consultorias.

Essa imagem apresenta a logomarca da Calejon Consultorias, uma empresa que transmite solidez, crescimento e visão global. A escolha da cor azul não é por acaso: o azul é amplamente associado à confiança, credibilidade e profissionalismo, qualidades indispensáveis para uma empresa de consultoria. Ele também representa estabilidade emocional e segurança, elementos que passam tranquilidade aos clientes e reforçam a ideia de que estão em boas mãos.

O símbolo do globo com uma seta ascendente reforça o conceito de progresso e expansão internacional. O globo remete à abrangência e visão ampla de mercado, mostrando que a empresa tem conhecimento e estratégia para atuar em diferentes contextos e setores. Já a seta subindo sugere crescimento, sucesso e evolução constante, refletindo o compromisso da Calejon em impulsionar o desenvolvimento de seus clientes.

Em conjunto, o design limpo e equilibrado da marca comunica modernidade e eficiência, enquanto o contraste entre o azul de fundo e o branco dos elementos visuais destaca a clareza e objetividade que a empresa busca entregar em suas

soluções. É uma identidade visual que traduz profissionalismo, inovação e confiança em cada detalhe.

2.2. Missão, visão e valores

A missão, a visão e os valores constituem a base da identidade institucional de qualquer organização. São eles que orientam suas ações estratégicas, sua postura interna e sua imagem diante do mercado.

Segundo Chiavenato (2014), esses elementos funcionam como norteadores de longo prazo, pois alinham cultura, objetivos e decisões corporativas. Já Kotler e Keller (2012) afirmam que, ao expressarem propósito, ambições e princípios, fortalecem a competitividade e a credibilidade da empresa perante seus públicos de interesse.

2.2.1. Missão

A missão define o propósito atual da empresa, ou seja, o motivo de sua existência e o valor que oferece à sociedade.

A Calejon Consultorias tem como missão auxiliar empresas de diferentes portes e segmentos a alcançarem maior eficiência administrativa, financeira e operacional. Seu objetivo é transformar desafios organizacionais em oportunidades de crescimento sustentável, oferecendo soluções personalizadas em gestão, planejamento estratégico e desenvolvimento corporativo. A empresa atua com foco na melhoria de resultados, na otimização de processos e na formação de uma cultura empresarial sólida e inovadora.

2.2.2. Visão

A visão representa o futuro desejado, indicando aonde a organização pretende chegar a médio e longo prazo.

A Calejon Consultorias almeja ser reconhecida nacionalmente como uma das principais referências em consultoria empresarial, destacando-se pela excelência técnica, pela confiança de seus clientes e pela capacidade de gerar resultados concretos. Busca consolidar-se como parceira estratégica de empresas que valorizam a inovação, o crescimento sustentável e a gestão orientada por dados, ampliando sua presença em diversos setores e regiões do país.

2.2.3. Valores

Os valores refletem os princípios éticos, morais e culturais que guiam o comportamento organizacional e as relações da empresa com seus colaboradores, clientes e parceiros.

A Calejon Consultorias fundamenta suas ações nos seguintes valores:

- Ética e transparência: conduzir todas as relações com honestidade, clareza e responsabilidade profissional;
- Comprometimento com resultados: atuar buscando sempre superar as expectativas dos clientes;
- Inovação e aprendizado contínuo: estimular a melhoria constante dos métodos de gestão e o desenvolvimento técnico da equipe;
- Parceria e confiança: construir relações duradouras, baseadas em respeito mútuo, colaboração e entrega de valor real;

2.3.1. Preço

A precificação será baseada na estratégia de valor percebido, na qual o cliente paga não apenas pelo produto final, mas também pela segurança, precisão e cumprimento de prazos oferecidos pela empresa. Dessa forma, busca-se evitar a guerra de preços com concorrentes de menor valor agregado, enfatizando a eficiência produtiva e a redução de desperdícios obtida por meio das máquinas CNC, e além disso, a OBF poderá aplicar tabelas de preços diferenciadas conforme o volume de pedidos e a fidelização do cliente, oferecendo descontos progressivos para contratos contínuos e condições comerciais especiais para parcerias estratégicas. Essa abordagem estimula a manutenção de relacionamentos duradouros e garante previsibilidade de receita para a empresa.

2.3.2. Produto

Oferecemos uma consultoria especializada na área da Metalúrgica, focando em processos e máquinas de usinagem (tanto manuais como CNC), agregando, assim,

uma consultoria voltada para micro e pequenas empresas que querem aumentar seu tamanho.

Com o nosso foco em metalurgia, as empresas clientes conseguem obter o máximo do potencial que elas têm, aproveitando melhor ou ampliando seu maquinário, ou melhorando seus métodos de produção, e com isso, ela consegue ter mais eficiência operacional e produzir mais peças/serviços, futurando mais.

2.3.3. Praça

A localização estratégica da OBF, próxima à Região Metropolitana de São Paulo, facilita o acesso a importantes centros industriais, como o ABC Paulista, Campinas e Vale do Paraíba, ampliando as possibilidades de logística e transporte. Essa vantagem geográfica contribui para reduzir prazos de entrega e otimizar o escoamento da produção.

2.3.4. Promoção

Divulgaremos nossa empresa de consultoria por meio de postagens em nosso Instagram

e LinkedIn e direcionar nossos anúncios para empresas, além de escrever artigos na área de metalúrgica (nosso principal foco), abrangendo dicas e novidades na área, que podem aparecer até em revistas famosas da área.

2.4. Marketing

Esta proposta apresenta um plano estratégico de marketing e posicionamento de marca para a Calejon Consultoria, desenvolvido com base em um caso de sucesso real realizado para a empresa OBF Metalúrgica. O plano tem como objetivo capitalizar os resultados desse projeto para estabelecer a Calejon como uma consultoria especializada na modernização e crescimento de empresas industriais. A estratégia central baseia-se no tema "Do Chão de Fábrica ao Topo do Mercado: Transformação Real, Resultados Mensuráveis", utilizando o caso OBF Metalúrgica como prova social fundamental. As táticas propostas envolvem a criação e distribuição de conteúdo de autoridade, marketing digital segmentado e ações de

relacionamento, visando aumentar o reconhecimento da marca, gerar leads qualificados e consolidar a posição da empresa no mercado.

O plano fundamenta-se no valor do marketing baseado em casos de sucesso, onde a prova social e a demonstração de resultados tangíveis atuam como os principais fatores de persuasão para B2B (Business-to-Business), especialmente no segmento industrial (KOTLER; KELLER, 2018). A metodologia de diagnóstico SWOT, aplicada no caso OBF, serve não apenas como ferramenta de consultoria, mas também como um elemento de credibilidade a ser comunicado no marketing, reforçando o rigor metodológico da empresa.

A estratégia proposta alinha-se ao conceito de marketing integrado, que combina esforços online e offline para construir uma marca forte e gerar demanda de forma consistente.

2.4.1. Proposta estratégica

2.4.1.1. Público-Alvo

- Principal: Empresários e gestores (diretores, gerentes) de médias empresas dos setores metal-mecânico, usinagem e manufatura.
- Secundário: Diretores de operações, gerentes de produção e gestores de marketing industrial.

2.4.1.2. Objetivos de Marketing

- Posicionamento: Estabelecer a Calejon Consultoria como a principal consultoria para modernização e crescimento de empresas industriais tradicionais em seu mercado de atuação dentro de 12 meses.
- Brand Awareness: Aumentar o reconhecimento da marca em 40% no público-alvo dentro de 6 meses.
- Geração de Leads: Captar 30 novos leads qualificados no próximo trimestre.

2.4.1.3. Posicionamento e Proposta de Valor

- Posicionamento: "Somos o catalisador que sua empresa precisa para evoluir da operação tradicional para a excelência moderna, unindo chão de fábrica e estratégia digital."
- Proposta de Valor Única (PVU): "Implementamos um Plano de Transformação 360° para a Indústria, que integra a modernização tecnológica da sua fábrica com uma estratégia de marketing poderosa para atrair mais clientes. Você não apenas produzirá melhor, mas venderá muito mais."

2.4.1.4. Conteúdo e Caso de Sucesso

- Estudo de Caso Aprofundado: Desenvolver um material completo (PDF e página web) detalhando o caso OBF Metalúrgica.
- Webinar: Promover o webinar "Caso Real: Como a OBF Metalúrgica Está se Tornando uma Referência em Usinagem com Apenas 3 Estratégias".
- Artigos para Blog: Produzir conteúdo educativo sobre modernização tecnológica, marketing digital para indústrias e automação.

2.4.1.5. Marketing Digital

- LinkedIn: Campanhas de anúncios segmentados, publicação regular de conteúdo e divulgação de vídeos curtos sobre o caso de sucesso.
- Google Ads: Campanhas de busca com palavras-chave relacionadas a "consultoria para metalúrgica", "modernização industrial".
- E-mail Marketing: Sequência de nutrição para leads com conteúdo rico e oferta de diagnóstico gratuito.

2.4.1.6. Ações Offline e Relacionamento

- Participação em feiras do setor industrial.
- Desenvolvimento de um sales kit físico e digital.
- Realização de eventos privados (cafés executivos) para potenciais clientes.

2.4.1.7. ORÇAMENTO E RECURSOS

Os recursos necessários para a execução do plano incluem:

- Recursos Humanos: Equipe de marketing, vendas e consultores para apoio em conteúdo e eventos.
- Investimento em Mídia Paga: Verba destinada a anúncios no LinkedIn e Google Ads.
- Produção de Conteúdo: Custos com design gráfico, produção de vídeo e redação especializada.
- Eventos: Custos com inscrição e montagem de estande em feiras, e organização de coffee breaks.

3. DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO ATUAL DA EMPRESA



IMAGEM 2; Resumo da análise SWOT

A análise SWOT é muito importante porque, por meio dela, a empresa consegue saber seus pontos fortes e fracos, e como a empresa consultada necessita saber disso, fizemos essa análise e descobrimos algumas coisas interessantes sobre ela, então vamos considerar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças:

2.1. Forças:

Experiência: Essa é uma empresa com 30 anos de experiência, e com tanto tempo, ela já conhece o suficiente de como funciona a atuação no mercado para serem mais consolidadas.

Entrega rápida: uma empresa com uma entrega e produção rápida sempre terá uma vantagem em relação a outras empresas, pois empresas muitas vezes precisam de produtos o mais rápido possível para algum reparo, e saber que terão um bom produto rápido é um ótimo ponto positivo para empresa.

Constante melhora: a empresa, apesar de já se mostrar consolidada, mantém sempre sendo uma empresa em busca de melhorias nos maquinários e no processo produtivo.

2.2. Fraquezas:

Estrutura precária: A carência de recursos físicos e tecnológicos adequados dificulta o desempenho das atividades e gera um ambiente de trabalho menos produtivo, limitando a eficiência operacional e comprometendo a qualidade dos serviços/produtos oferecidos.

Falta de mão de obra qualificada: A escassez de profissionais experientes e treinados prejudica a entrega de um serviço consistente e de alto padrão, afetando tanto a execução das tarefas quanto a capacidade de inovação e atendimento às demandas do mercado.

Marketing fraco: A ausência de estratégias bem definidas de comunicação e divulgação limita o alcance dos nossos produtos/serviços ao público-alvo e impede o fortalecimento da marca e a conquista de novos clientes. A empresa ainda não consegue se posicionar de forma eficaz no mercado, o que resulta em baixa visibilidade e perda de oportunidades de crescimento.

2.3. Oportunidades:

Especialização da equipe: Investir em qualificação contínua pode resolver gargalos operacionais e técnicos.

Expansão da linha automotiva: Desenvolvimento de novos produtos abre portas para novos nichos de mercado.

Aquisição de imóvel próprio: Pode gerar mais estabilidade e autonomia no médio prazo.

Marketing digital: A utilização de redes sociais e marketing online pode atrair novos clientes e fortalecer a marca.

2.4. Ameaças:

Estamos em um país complicado para o desenvolvimento de empresas e também que mantém uma disputa acirrada, dito isso, algumas das ameaças são:

Concorrência: A empresa está em concorrência com diversas organizações, tanto nacionais, quanto internacionais, e essa competição pode sufocar os ganhos da empresa.

Carga Tributária: A organização deve lidar, assim como toda a empresa no Brasil, com impostos extremamente elevados, diminuindo muito a margem de lucro da empresa.

Então concluindo, descobrimos o quanto a empresa está com sua estrutura ultrapassada e vimos que o marketing dela é praticamente inexistente, além de nosso país estar difícil de empreender e outros países, como a China está concorrendo com ela, mas existem muitas oportunidades para ela melhorar, além dela ter 30 anos no mercado, sendo assim bem experiente.

4. PROPOSTA DE INTERVENÇÃO

O serviço de consultoria empresarial pode se resumir a um atendimento especializado que ajuda determinadas empresas a melhorar sua performance dentro do mercado, resolvendo problemas específicos ou implementando melhorias para o crescimento sustentável. Esse processo conta com consultores empresariais, responsáveis por analisar processos, estratégias e gestão, oferecendo soluções práticas e visão externa para aumentar a competitividade, organizar a empresa e adequar suas fraquezas.

A primeira etapa desse serviço de consultoria envolve um diagnóstico minucioso da situação atual da empresa. Neste levantamento, são analisados a gestão financeira, a abordagem de marketing, recursos humanos e as dinâmicas competitivas de mercado. A partir das características coletadas, o consultor sugere medidas que solucionem os problemas particulares de cada cliente, no entanto, as soluções sempre buscam otimização nos resultados e incrementos na competitividade.

Sobretudo, a consultoria empresarial tem um papel dominante na implementação das ações propostas e segue acompanhando as mudanças. Os consultores atuam junto às equipes de trabalho, treinam os que ocuparão funções de liderança e analisam em conjunto com a empresa os indicadores de desempenho para garantir que os passos dados estão realmente cumprindo os objetivos traçados. Este acompanhamento contínuo é extremamente necessário para reduzir as forças de resistência e garantir a estabilidade das mudanças.

Em relação à consultoria, é pertinente destacar o benefício trazido pela visão externa que um consultor pode oferecer. Muitas vezes, a rotina extremamente ocupada pode levar os negócios a se fecharem para novas ideias, novas falhas ou até mesmo novas oportunidades. Internalizar um olhar neutro e imparcial pode prestar assistência em contar mudanças estratégicas com um elevado alcance no uso da posição da empresa no mercado.

4.1. Consultoria de tecnologia

Uma consultoria dessa natureza nada mais é do que um serviço especializado de suporte em questões relacionadas à tecnologia, envolvendo o mapeamento de necessidades dos clientes, o planejamento de projetos e a elaboração de estratégias utilizando ferramentas tecnológicas.

Na prática, isso significa que uma consultora de tecnologia aconselha as empresas em questões referentes à área de TI e avalia e indica soluções para melhorar a sua gestão, ensinando sobre essas práticas a todas as pessoas envolvidas.

Ao analisar por cima a empresa foi-se percebido que alguns dos processos ainda são realizados de maneira muito ultrapassada para a forma que empresas de metalúrgica em geral necessitam para efetuar seus processos de maneira mais rápida e efetiva.

O maior impedimento para o progresso tecnológico da organização que foi previamente percebido foi o seu computador, pois, além de ser apenas um computador para a empresa toda, o aparelho foi adquirido a quase duas décadas, e não tem um bom desenvolvimento para sustentar os processos que o negócio requer, já que lá além de todas as peças são projetadas através desse computador, também os processos bancários e a troca de e-mails com os compradores também são realizadas por este aparelho, o que compromete muito toda a elaboração dos produtos para venda.

E além de todas as coisas anteriormente informadas, também se deve chamar a atenção para a instabilidade da empresa, pois com um processo eletrônico tão antigo a empresa fica muito facilmente suscetível a diversos problemas, pois, como a companhia tem apenas um computador, caso haja algum problema com o aparelho, a empresa irá ter um atraso enorme em sua produção.

4.2. Consultoria de Marketing

A OBF Metalúrgica precisa de uma maior imagem no mercado de usinagem, além de aumentar a carteira de clientes e consolidar a empresa como referência em qualidade, precisão e confiabilidade em serviços de usinagem, então definimos esses objetivos:

- Aumentar a visibilidade da empresa em canais digitais e presenciais.
- Gerar novos leads (clientes potenciais) em setores estratégicos (automotivo, petróleo & gás, agronegócio, metalúrgico, etc.).
- Reforçar a credibilidade da marca, destacando diferenciais técnicos e de qualidade.
- Fidelizar clientes atuais, através de comunicação eficiente e marketing de relacionamento.

Nosso público alvo são indústrias de médio e grande porte que demandam serviços de usinagem de precisão, fabricantes e fornecedores de peças metálicas, além do setor automotivo.

Assim, a empresa será percebida como uma empresa de usinagem de alto padrão que sempre foca em tecnologia, qualidade e precisão, confiabilidade e parceria estratégica.

4.2.1 Estratégias de Marketing

MARKETING DIGITAL: Vamos melhorar o site da OBF, fazendo-o otimizado (SEO), moderno, responsivo e com portfólio de serviços, criaremos um LinkedIn e melhoraremos o Instagram, fazendo publicações semanais mostrando bastidores da produção, cases de sucesso, diferenciais técnicos e depoimentos de clientes, além de criar campanhas de anúncios segmentados (Google Ads e LinkedIn Ads) direcionados para empresas que buscam serviços de usinagem, e uma newsletter mensal com novidades, dicas técnicas e tendências do setor.

MARKETING DE RELACIONAMENTO: Criaremos um programa de visitas técnicas a clientes e potenciais parceiros, faremos relatórios de desempenho e comunicação transparente no pós-venda, além de oferecer condições comerciais diferenciadas para clientes fidelizados, participar em feiras do setor (ex.: FEIMEC, EXPOMAFE e AUTOMECC), e oferecer patrocínio ou apoio a eventos técnicos e workshops.

Podemos produzir artigos e vídeos explicativos sobre processos de usinagem, normas técnicas e inovações.

4.2.2. Cronograma de Implantação (6 Meses)

Mês 1-2: Criação do novo site, identidade visual e abertura das redes sociais.

Mês 2-3: Lançamento das primeiras campanhas digitais + produção de conteúdos técnicos.

Mês 3-4: Início de campanhas pagas segmentadas (Google Ads e LinkedIn).

Mês 4-5: Participação em eventos/feiras regionais do setor.

Mês 5-6: Implementação da newsletter e consolidação do programa de relacionamento.

4.2.3. Indicadores de Sucesso (KPIs)

- Crescimento de visitas ao site e interações nas redes sociais.
- Número de novos leads gerados mensalmente.
- Taxa de conversão em contratos fechados.
- Aumento da retenção e satisfação de clientes atuais.

4.2.4. Investimento Estimado

Site e identidade visual:	R\$ 8.000 – R\$ 12.000 (único).
Campanhas digitais:	R\$ 2.000 – R\$ 5.000/mês.
Material institucional (catálogos, vídeos, fotos):	R\$ 5.000 – R\$ 8.000.
Feiras e eventos:	Média de R\$ 15.000 por participação.

4.3. Automação Industrial

Talvez uma das transformações mais profundas que a Oreste Barreira possa fazer seja a adoção da automação industrial, com destaque para a introdução de máquinas CNC (Comando Numérico Computadorizado). Esse tipo de tecnologia permite que processos como corte, usinagem e moldagem de peças sejam feitos de forma extremamente precisa, com repetibilidade e em alta velocidade, praticamente eliminando as falhas humanas comuns em processos manuais.

No setor metalúrgico, onde a repetição de tarefas e a exigência por precisão são constantes, automatizar representa uma grande vantagem competitiva. Com as máquinas CNC, é possível atender grandes demandas com menor tempo de produção e manter um padrão elevado de qualidade, que seria difícil de alcançar com métodos tradicionais.

Mas os benefícios não param por aí. A automação também aumenta significativamente a segurança do trabalho. Processos de soldagem, corte a plasma, dobra de chapas e movimentação de peças pesadas são, historicamente, fontes de

acidentes. Quando essas atividades passam a ser realizadas por máquinas, o risco de acidentes é reduzido drasticamente. E o trabalhador, por sua vez, deixa de estar exposto a riscos diretos, passando a ocupar um papel mais estratégico, atuando como operador e supervisor dos sistemas automatizados.

Concluindo, modernizar a empresa exige um investimento estratégico e bem planejado. Com base nas soluções propostas, é possível estimar um orçamento dividido em cinco grandes áreas: infraestrutura tecnológica, segurança da informação, presença digital, automação industrial e capacitação da equipe.

O maior investimento para a OBF Metalúrgica está na automação industrial, especialmente com a adoção de máquinas CNC. A aquisição de equipamentos como máquina de corte CNC, torno CNC, centro de usinagem e periféricos representa um custo estimado de R\$ 330 mil. Esse investimento transforma completamente o processo produtivo, elevando os níveis de precisão, repetibilidade, segurança e produtividade da empresa.

Por fim, a capacitação da equipe é essencial para que essa modernização tenha sucesso. Os treinamentos técnicos em CNC, softwares industriais e a consultoria para a transição tecnológica têm um custo estimado em R\$ 10 mil. Além de garantir que os funcionários estejam preparados para operar os novos sistemas, esse processo contribui para a valorização profissional e para a retenção de talentos. Por fim compra de equipamentos periféricos no valor estimado de 33.700

4.3.2. As máquinas

Máquina para corte CNC (estimativa de preço: R\$ 180 mil)

O que é: Máquina controlada por computador usada para cortar chapas de metal, madeira, plásticos ou outros materiais.

Para que serve: Faz cortes com altíssima precisão e pode criar formas complexas que seriam difíceis ou impossíveis de cortar manualmente.

Exemplo: Máquina de corte a laser, plasma ou jato d'água.

Torno CNC (estimativa de preço: R\$ 150 mil)

O que é: Um torno tradicional, mas controlado por computador (CNC = Computer Numerical Control).

Para que serve: Usado para usinar peças cilíndricas ou simétricas, como eixos, porcas, parafusos e anéis. Ele gira a peça enquanto ferramentas cortam o material.

As vantagens na utilização dessas máquinas é a produção seriada de peças idênticas, em larga escala, com nível de exatidão micrométrica. Essa precisão, praticamente inalcançável em processos manuais, assegura não apenas a uniformidade dimensional das peças, mas também a confiabilidade do processo produtivo, reduzindo desperdícios e elevando a qualidade final do produto.

Equipamentos periféricos

1. Compressor de ar - Atua como elemento indispensável de suporte ao processo industrial. O ar comprimido fornecido por ele é utilizado em diversas funções: desde a limpeza de cavacos e impurezas que permanecem sobre a superfície da peça, até a ativação de dispositivos pneumáticos e ferramentas auxiliares da própria máquina. Essa multifuncionalidade garante maior eficiência operacional e prolonga a vida útil do equipamento, além de assegurar a precisão do corte ao manter a área de trabalho constantemente limpa, e custa cerca de R\$ 12.000,00.

2. Ar-Condicionado - Atua como item de necessidade para auxiliar nos processos de produção industrial. O ar fornecido de ar-condicionado é utilizado com a função de resfriamento do local para maior conforto do funcionário tendo como consequência uma maior produção, e custa cerca de R\$ 10.850,00 cada.

A modernização da OBF Metalúrgica por meio da implantação de máquinas CNC e equipamentos periféricos trará resultados significativos para toda a operação da empresa. Em primeiro lugar, haverá um aumento expressivo na precisão e qualidade das peças produzidas, reduzindo erros e retrabalhos. Ao mesmo tempo, a empresa alcançará maior produtividade, com capacidade de atender demandas em prazos menores e com padronização em larga escala.

Outro resultado esperado é a melhoria da segurança do trabalho, já que os operadores deixarão de estar expostos a riscos diretos e passarão a atuar em funções mais técnicas e estratégicas. Além disso, a modernização reforça a competitividade da empresa no mercado, permitindo que a Orest Barreira se destaque frente aos concorrentes. Por fim, a capacitação da equipe agregará valor tanto para os colaboradores, que terão acesso a novas oportunidades profissionais, quanto para a própria empresa, que contará com mão de obra mais qualificada e preparada para os desafios tecnológicos do setor.

5. PLANO DE AÇÃO

5.1. Marketing

As atividades propostas foram planejadas de forma integrada, de modo que cada ação contribua para o fortalecimento da presença da empresa no mercado de usinagem e metalurgia. A seguir, detalham-se os principais eixos de atuação:

5.1.1 Marketing Digital

FASE 1 - Website institucional (SEO e UX):

Portfólio detalhado com imagens, vídeos e especificações técnicas.

Blog com artigos técnicos e novidades do setor.

Área de contato direto para orçamentos.

FASE 2 - Redes sociais (LinkedIn, Instagram e YouTube):

LinkedIn: foco em artigos técnicos, cases e networking B2B.

Instagram: mostrar bastidores da produção, cultura da empresa e humanização da marca.

YouTube: vídeos técnicos, demonstrações de processos e depoimentos de clientes.

FASE 3 - Campanhas pagas (Google Ads + LinkedIn Ads):

Palavras-chave segmentadas (“usinagem de precisão”, “usinagem CNC”, “peças industriais”).

Anúncios direcionados para engenheiros, gestores de produção e compradores.

Newsletter mensal:

Conteúdo exclusivo para clientes e leads: tendências, cases, novas tecnologias e boas práticas.

5.1.2. Marketing de Relacionamento

Programa de visitas técnicas: engenheiros comerciais da OBF visitam potenciais clientes para demonstração de capacidade produtiva.

Pós-venda ativo: relatórios de qualidade e acompanhamento do desempenho das peças.

Clube OBF de Parceiros: programa de fidelização com descontos progressivos, condições diferenciadas e treinamentos exclusivos.

5.1.3. Feiras e Eventos

Participação ativa em feiras setoriais: FEIMEC, EXPOMAFE, Agrishow e eventos regionais.

Workshops próprios: organização de minicursos técnicos e palestras sobre usinagem, promovendo a OBF como autoridade técnica.

Networking estratégico: patrocínio a eventos acadêmicos e parcerias com universidades.

5.1.4. Conteúdo Técnico

Artigos técnicos: sobre processos, materiais, normas ISO, tolerâncias e soluções inovadoras.

Cases de sucesso: mostrar como a OBF resolveu problemas complexos de clientes.

Vídeos explicativos: curtos e didáticos, demonstrando a eficiência dos processos e maquinários.

5.1.5. Cronograma de Implantação (12 meses)

Meses 1-2: Criação do novo site, identidade visual e abertura das redes sociais.

Meses 3-4: Produção de conteúdo técnico e institucional; início de postagens regulares.

Meses 4-5: Lançamento das campanhas digitais segmentadas.

Meses 5-6: Primeira participação em feira regional; início da newsletter mensal.

Meses 7-8: Consolidação do programa de relacionamento e fidelização.

Meses 9-10: Produção de vídeos técnicos e cases em vídeo.

Meses 11-12: Participação em grande feira nacional; análise de resultados e ajustes de estratégias.

5.1.6. Indicadores de Sucesso (KPIs)

Alcance digital: aumento de acessos ao site (meta: +70% em 6 meses).

Engajamento: crescimento de seguidores e interações no LinkedIn e Instagram (meta: +50% em 6 meses).

Leads qualificados: geração de pelo menos 30 novos leads/mês após campanhas.

Taxa de conversão: transformar 10% dos leads em contratos fechados.

Fidelização: crescimento de 20% no ticket médio dos clientes atuais.

5.1.7. Investimento Estimado

Identidade visual + site: R\$ 10.000 – R\$ 15.000 (único).

Campanhas digitais (Google Ads/LinkedIn): R\$ 3.000 – R\$ 6.000/mês.

Produção de conteúdo (fotos, vídeos, artigos): R\$ 6.000 – R\$ 10.000.

Participação em feiras: R\$ 15.000 – R\$ 25.000 cada evento.

Marketing de relacionamento: R\$ 5.000 anuais.

Sugestão: início com orçamento enxuto (campanhas digitais e branding), aumentando o investimento progressivamente conforme resultados.

5.1.8. Conclusão

A estratégia de marketing proposta para a OBF vai além da comunicação: é um plano de crescimento estruturado que posiciona a empresa como referência nacional em usinagem de precisão, então, com ações integradas (marketing digital, feiras e relacionamento), a OBF:

- Ganhará autoridade técnica no setor.
- Aumentará sua carteira de clientes qualificados.
- Fortalecerá a fidelização e a percepção de valor.

O resultado esperado é a consolidação da OBF como parceira estratégica da indústria brasileira, unindo tradição, tecnologia e inovação em serviços de usinagem.

5.2. Produção

FASE 1 — Infraestrutura e Segurança (2 a 3 meses)

Nesta etapa inicial, o foco está na preparação do ambiente físico e tecnológico para garantir condições adequadas de operação.

Obras elétricas e adaptações de bancada/instalação de exaustão: realização de ajustes na rede elétrica para suportar a demanda energética das máquinas de alta performance, incluindo o reforço de disjuntores e cabeamento. Além disso, a instalação de sistemas de exaustão e ventilação tem como objetivo assegurar a adequada remoção de partículas, fumaças e resíduos provenientes do processo de usinagem.

Instalação de ar comprimido e ar condicionado (compressor): implantação de linhas de ar comprimido para alimentar dispositivos pneumáticos, garantindo eficiência na operação. O ar condicionado industrial também será fundamental para manter a temperatura estável, reduzindo riscos de falhas em equipamentos sensíveis.

Segurança da informação e controle de acesso: implementação de políticas básicas de segurança cibernética, assegurando que apenas profissionais autorizados tenham acesso às máquinas e softwares. Isso inclui criação de senhas de acesso, registros de atividades e controles físicos de entrada ao espaço produtivo.

FASE 2 — Capacitação e Transição Operacional (9 a 12 meses)

Após a preparação da infraestrutura, inicia-se o processo de capacitação da equipe e adaptação ao novo modelo operacional.

Treinamentos técnicos: cursos especializados em CNC (Comando Numérico Computadorizado), softwares CAM/CAD e manutenção preventiva. Esses

treinamentos, estimados em R\$ 10.000, são fundamentais para garantir que os operadores dominem não apenas a operação, mas também o diagnóstico inicial de problemas.

Treinamento de segurança e EPIs: realização de módulos práticos e teóricos sobre normas de segurança e uso correto de Equipamentos de Proteção Individual. Este processo será conduzido com orientação direta do chefe de operação da empresa, assegurando que os protocolos internos sejam respeitados.

Transição operacional: início da produção em pequena escala para familiarização dos colaboradores, permitindo ajustes gradativos no fluxo de trabalho.

FASE 3 — Escalonamento e Manutenção Contínua (9 a 12 meses)

Nesta fase, a empresa passa a expandir gradativamente sua capacidade produtiva, alinhando a operação às metas estratégicas.

Expansão da produção: aumento do volume de peças fabricadas, buscando atender às demandas do mercado de forma mais ampla.

Manutenção programada: implementação de cronogramas de manutenção preventiva e corretiva, reduzindo paradas não planejadas.

Monitoramento de KPIs: criação e acompanhamento de indicadores-chave de desempenho (produtividade, tempo de máquina parada, taxa de refugo), fornecendo dados concretos para a melhoria contínua dos processos.

FASE 4 — Aquisição e Instalação de Máquinas (2 a 3 anos)

Etapa de maior investimento, voltada para automação e consolidação da capacidade fabril.

Processo de aquisição: elaboração de RFP (Request for Proposal), análise técnica detalhada de fornecedores e posterior negociação de condições comerciais e prazos de entrega.

Compra de equipamentos prioritários: aquisição de uma máquina de corte CNC (estimada em R\$ 180.000) e um torno CNC (estimado em R\$ 150.000). O valor total previsto para este investimento é de aproximadamente R\$ 330.000, representando um salto significativo rumo à automação da produção.

Instalação, calibração e testes de aceitação (FAT/SAT): validação técnica do maquinário, garantindo que as máquinas atendam aos requisitos de precisão, velocidade e segurança antes de sua operação definitiva.

5.2.1. Orçamento Estimado

Aquisição de máquinas CNC (corte + torno/centro): R\$ 330.000,00 (estimado).

Treinamento e consultoria especializada: R\$ 10.000,00 (estimado).

Equipamentos periféricos (compressor, exaustor, EPIs, etc.): R\$ 33.700,00 (estimado).

Contingência (10–15%): valor adicional a ser aplicado sobre o total do projeto, garantindo margem de segurança contra imprevistos.

5.3. Planilha

O seguinte gráfico expõe a expectativa quanto a aplicação das propostas, segundo as pretensões do nosso cliente. O primeiro gráfico visa combinar as propostas com o tempo em que levariam para serem aplicadas, tendo em vista estimativas de até dois anos. O segundo gráfico é a proposta original de modernização, já o primeiro contém os valores que o cliente está disposto a investir.

Desafios Estruturais					
Meta\Prazo	de 1 a 3 meses	de 3 a 6 meses	de 6 a 12 meses	de 1 a 2 anos	Custo Estimado
1-Renovar a Infraestrutura Tecnológica	planejamento	início	desenvolvimento	consolidação	R\$ 4.000,00
2-Automação Industrial com Máquinas CNC	planejamento	início	desenvolvimento	consolidação	R\$ 150.000,00
3-Implantar de Sistemas de Segurança à Inf.	início	consolidação			R\$ 50,00
4-Criar e Fortalecer Presença Digital	início	consolidação			R\$ 100,00
Total					R\$ 154.150,00

Proposta de Marketing					
Meta\Prazo	de 1 a 3 meses	de 3 a 6 meses	de 6 a 12 meses	de 1 a 2 anos	Custo Estimado
1-Participação em Feiras e Eventos		início	desenvolvimento	consolidação	R\$ 140,00
2-Portfólio Digital e Apresentação Online	início	desenvolvimento	consolidação		R\$ 0,00
3-Marketing Digital Básico	início\desen.	consolidação			R\$ 0,00
4-Reserva de Emergência	consolidação				R\$ 80,00
Total					R\$ 220,00

Custos da Proposta de Modernização	
Máquina de corte CNC	R\$ 180.000
Torno CNC	R\$ 150.000
Centro de usinagem	R\$ 250.000
Equipamentos Periféricos	R\$ 40.000
Capacitação	R\$ 45.000
Total	R\$ 665.000

6. RESULTADOS ESPERADOS

6.1. Resultados na área de TI

Espera-se que a implementação dos novos computadores, associada à instalação de uma rede local que possibilite a integração e o compartilhamento de arquivos entre as diferentes estações de trabalho, proporcione maior eficiência nos processos internos da empresa. Além disso, a adoção de aplicativos voltados à cibersegurança, como soluções antivírus e sistemas de proteção de dados, contribuirá para o aumento da segurança das informações sensíveis, reduzindo riscos de perdas, acessos não autorizados e eventuais interrupções operacionais.

Dessa forma, a proposta busca não apenas otimizar o processo de criação de novas peças e ferramentas, mas também favorecer a organização e a padronização dos arquivos digitais, assegurando maior confiabilidade e agilidade nas atividades desenvolvidas.

6.2. Resultados na produção

Com a aquisição de novas máquinas e periféricos, espera-se alcançar melhorias significativas no setor produtivo da empresa. A modernização do parque fabril contribuirá para a redução da necessidade de terceirização de processos, o que impactará positivamente na margem de lucro, ao manter a execução das atividades de forma interna e mais controlada.

Além disso, a atualização dos equipamentos está diretamente relacionada ao aumento da segurança no ambiente de trabalho, uma vez que máquinas mais modernas tendem a apresentar sistemas de proteção aprimorados e menor índice de falhas, proporcionando melhores condições ergonômicas e reduzindo riscos de acidentes.

Espera-se também um crescimento no volume de peças produzidas, decorrente da maior eficiência e da capacidade produtiva das novas máquinas. Esse fator, aliado a um ambiente de trabalho mais seguro e organizado, contribuirá para a elevação da motivação da equipe, resultando em um clima organizacional mais favorável e produtivo.

6.3. Resultados no marketing

Com a adoção de estratégias de marketing digital e presencial, espera-se ampliar de forma significativa a visibilidade da empresa perante seu público-alvo. O uso das redes sociais, de maneira planejada e contínua, possibilitará maior interação com clientes atuais e potenciais, fortalecendo a imagem institucional e contribuindo para

a fidelização. Paralelamente, a manutenção de um site constantemente atualizado garantirá a divulgação adequada de informações sobre produtos, serviços e novidades, reforçando a credibilidade da empresa no mercado.

Adicionalmente, a participação em feiras e eventos do setor tem como objetivo promover maior aproximação com o público especializado, estabelecer parcerias estratégicas e identificar novas oportunidades de negócios. Tais ações, quando integradas, favorecem tanto a prospecção de clientes quanto a consolidação da marca em nichos de mercado específicos.

Dessa forma, estima-se que, no período de aproximadamente seis meses, seja possível alcançar um retorno significativo em termos de captação de clientes, o que se refletirá diretamente no aumento da demanda e, conseqüentemente, no crescimento da produção de peças.

7. CONCLUSÃO

A consultoria realizada para a OBF Metalúrgica permitiu identificar com clareza os principais fatores que limitavam seu crescimento e competitividade no mercado de usinagem, evidenciando que o problema central não estava apenas na infraestrutura industrial, mas também na ausência de planejamento estratégico, comunicação institucional e investimentos em modernização. A partir do diagnóstico organizacional e das propostas de intervenção apresentadas, tornou-se possível estruturar um caminho viável para a transformação da empresa, envolvendo atualização tecnológica, fortalecimento do marketing, capacitação profissional e adoção de máquinas CNC para ampliar a produtividade e reduzir custos operacionais.

Os resultados esperados não se restringem ao aumento da produção ou à melhoria da imagem corporativa, mas incluem também o amadurecimento da gestão administrativa, a valorização do capital humano e o reposicionamento da OBF Metalúrgica como referência em usinagem de precisão. Dessa forma, o trabalho demonstrou que a consultoria empresarial pode atuar não apenas como agente corretivo, mas como instrumento estratégico de inovação, capaz de gerar impacto direto na competitividade e na sobrevivência organizacional.

Ao final do processo, conclui-se que a modernização estrutural, aliada a uma comunicação eficiente e à adoção de práticas de gestão orientadas por dados, proporciona às empresas tradicionais a oportunidade de se manterem sólidas em um mercado cada vez mais tecnológico e exigente. O estudo reafirma, portanto, a relevância da consultoria como ponte entre o presente operacional e o futuro desejado, reforçando a necessidade de planejamento contínuo, adaptação e visão estratégica para o desenvolvimento sustentável da OBF Metalúrgica e de organizações semelhantes.

8. REFERÊNCIAS

NICOLETTI, Maíra. **Consultoria de tecnologia: tudo o que você precisa saber para trabalhar na área.** *Alura*, 14 nov. 2023. Disponível em: <https://www.alura.com.br/artigos/consultoria-tecnologia-trabalhar-area>. Acesso em: 26 abr. 2025.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing.** 15. ed. São Paulo: Pearson, 2018. Acesso em 26 abr. 2025