



**INSTITUTO  
FEDERAL**  
Paraíba

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA

CAMPUS GUARABIRA

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL

MARIA HELOIZA DA SILVA FELIX

**RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE ESTÁGIO DESENVOLVIDO NA SECRETARIA  
DO SANTUÁRIO NOSSO SENHOR DO BOM FIM SERRA DA RAIZ**

GUARABIRA/PB  
2025

**MARIA HELOIZA DA SILVA FELIX**

**RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE ESTÁGIO DESENVOLVIDO NA SECRETARIA  
DO SANTUÁRIO NOSSO SENHOR DO BOM FIM SERRA DA RAIZ**

Relatório técnico-científico apresentado à Coordenação do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba, Campus Guarabira, como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Comercial.

GUARABIRA/PB  
2025

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA DO IFPB - GUARABIRA

F316r      Felix, Maria Heloiza da Silva  
Relatório de atividades de estágio desenvolvido na secretaria do santuário  
Nosso Senhor do Bom Fim Serra da Raiz / Maria Heloiza da Silva Felix.-  
Guarabira, 2025.  
24f.; il.; color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo em Gestão Comercial). –  
Instituto Federal da Paraíba, Campus Guarabira, 2025.

"Orientação: Profa. Ma. Ana Beatriz Bernardes Oliveira."

Referências.

1. Marketing. 2. Administração de empresa. 3. Finanças. 4. Matemática  
financeira. 5. Relatório de estágio. I. Título.

CDU 658.8(0.067)

Elaborada por Ana Carine da Costa Gonçalves - CRB 000676

## TERMO DE APROVAÇÃO

**Aluno:** Maria Heloiza da Silva Felix

**Curso:** Tecnólogo em Gestão Comercial

**Período/Ano:** 2025/1

**Tipo de Documento:** Relatório técnico-científico

**Modalidade:** Jovem Aprendiz

**Título:** Relatório de atividades de estágio desenvolvido na Secretaria do Santuário Nosso Senhor do Bom Fim Serra da Raiz

### PARECER

O Relatório de Atividades de Estágio II foi submetido para análise e aprovado em 21/08/2025.

---

**Ana Beatriz Bernardes Oliveira**

Professora Orientadora

---

**Marusa Hitaly da Silva Cunha**

Coordenadora de Estágio

---

**Dheborá Maria Silva Alves**

Supervisor de Estágio



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA**

Campus Guarabira

Rua Prof. Carlos Leonardo Arcoverde, S/N, Km 02, Pb-057, CEP 58200-000, Guarabira (PB)

CNPJ: 10.783.898/0011-47 - Telefone: (83) 98195-6465

## **DECLARAÇÃO DE AVALIAÇÃO DO RELATÓRIO DE ESTÁGIO**

Na condição de orientadora da aluna **Maria Heloiza da Silva Felix** - matrícula 202223800028. Declaro para os fins que se fizerem necessários que avaliei o relatório de estágio intitulado **RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE ESTÁGIO DESENVOLVIDO NA SECRETARIA DO SANTUÁRIO NOSSO SENHOR DO BOM FIM SERRA DA RAIZ**, protocolado para avaliação final. Desta forma, o relatório foi aprovado e definiu-se a seguinte nota: 95.

Guarabira (PB), 21 de Agosto de 2025

---

**Ana Beatriz Bernardes Oliveira**  
**Matrícula SIAPE 1055179**

## RESUMO

O presente relatório descreve as atividades desenvolvidas durante o estágio realizado entre 03/05/2024 e 02/05/2025 na Secretaria Paroquial do Santuário Nosso Senhor do Bom Fim, localizado em Serra da Raiz – PB. O estágio teve foco nas áreas de finanças, marketing, elaboração de planilhas e criação de folders, com o objetivo de proporcionar experiência prática em ambiente profissional, complementando a formação teórica. Durante o estágio, foram realizadas atividades como conferência de dízimos e ofertas, controle de despesas, digitalização de documentos, criação de planilhas financeiras e materiais gráficos para divulgação de eventos religiosos. Além disso, foi possível aplicar conceitos das disciplinas técnicas do curso, como Fundamentos de Administração, Marketing e Matemática Financeira. A experiência contribuiu para o desenvolvimento de competências profissionais e pessoais, como organização, comunicação e trabalho em equipe, além de reforçar a importância de uma gestão administrativa eficiente e transparente dentro do ambiente paroquial.

**Palavras-chave:** Marketing; Administração; Finanças.

## ABSTRACT

This report describes the activities developed during the internship carried out between May 3, 2024 and May 2, 2025 at the Parish Secretariat of the Santuário Nosso Senhor do Bom Fim, located in Serra da Raiz – PB. The internship focused on the areas of finance, marketing, preparation of spreadsheets and creation of folders, with the objective of providing practical experience in a professional environment, complementing the theoretical training. During the internship, activities such as checking tithes and offerings, controlling expenses, digitizing documents, creating financial spreadsheets and graphic materials for publicizing religious events were carried out. In addition, it was possible to apply concepts from the technical disciplines of the course, such as Administration, Marketing and Financial Mathematics. The experience contributed to the development of professional and personal skills, such as organization, communication and teamwork, in addition to reinforcing the importance of efficient and transparent administrative management within the parish environment.

**Key-words:** Marketing; Administration; Finance.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> - Logomarca do Santuário Nosso Senhor do Bom Fim.....	17
<b>Figura 2</b> - Santuário Nosso Senhor do Bom Fim .....	18
<b>Figura 3</b> – Casa Paroquial/Secretaria.....	18
<b>Figura 4</b> -Folders.....	20
<b>Figura 5</b> –Folders.....	20
<b>Figura 6</b> – Folders.....	20
<b>Figura 7</b> –Marketing.....	21
<b>Figura 8</b> – Marketing.....	21
<b>Figura 9</b> – Marketing.....	21

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> – Dados do Estágio.....	11
<b>Quadro 2</b> – Dados da Empresa .....	17

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

IFPB – Instituto Federal da Paraíba

PB – Paraíba

CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
1.1	CARACTERIZAÇÃO DA PRÁTICA PROFISSIONAL.....	11
1.2	OBJETIVOS.....	11
1.3	JUSTIFICATIVA .....	11
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>13</b>
2.1	GESTÃO DE FINANÇAS.....	13
2.2	MONTAGENS DE PLANILHAS E FOLDERS.....	14
2.2	MARKETING.....	15
<b>3</b>	<b>CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO .....</b>	<b>17</b>
3.1	DADOS GERAIS .....	17
3.2	EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA ORGANIZAÇÃO.....	17
3.3	IDENTIDADE E ESTRUTURA ORGANIZACIONAL.....	18
<b>4</b>	<b>RELATO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS .....</b>	<b>20</b>
4.1	ATIVIDADE 1 – GESTÃO DE FINANÇAS.....	20
4.2	ATIVIDADE 2 – MONTAGENS DE PLANILHAS E FOLDERS.....	20
4.3	ATIVIDADE 3 – MARKETING.....	21
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>22</b>
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>23</b>

## 1 INTRODUÇÃO

De acordo com o Artigo 428 da Lei 10.097 de 19/12/2000:

“[...] o Contrato de Aprendizagem corresponde a um contrato de trabalho especial, ajustado por escrito e por prazo determinado, em que o empregador se compromete a assegurar ao maior de quatorze e menor de dezoito anos, inscrito em programa de aprendizagem, formação técnico-profissional metódica, compatível com o seu desenvolvimento físico, moral e psicológico, e o aprendiz, a executar, com zelo e diligência, as tarefas necessárias a essa formação”.

O presente relatório tem a finalidade de apresentar as atividades desenvolvidas no período de 03/05/2024 a 02/05/2025, na secretária do Santuário Nosso Senhor do Bom fim mais especificamente no setor de Administração, com ligação direta ao Santuário do Nosso Senhor do Bom Fim.

Concernente a isso, o programa Jovem Aprendiz é uma iniciativa do Governo Federal Brasileiro que visa promover a inserção de adolescentes e jovens no mercado de trabalho, aliando formação teórica a prática profissional. Voltado para pessoas entre 14 e 24 anos, o programa oferece a oportunidade de conquistar o primeiro emprego com carteira assinada, respeitando os direitos trabalhistas e garantindo tempo para a continuidade dos estudos. Assim, as empresas de médio e grande porte são obrigadas, por lei, a contratar aprendizes em proporção ao seu quadro de funcionários, contribuindo, assim, para a capacitação profissional e a inclusão social de jovens em situação de vulnerabilidade.

Ademais, a empresa na qual o estágio foi realizado é a Secretaria Paroquial na cidade de Serra da Raiz, um setor administrativo responsável pela organização e gerenciamento das atividades da paróquia. A Secretaria desempenha um papel fundamental na comunidade, atuando no planejamento eventos religiosos, administração financeira, atendimento ao público e suporte aos serviços eclesiais. A Secretaria da Paróquia é um ambiente dinâmico onde ocorrem diversas atividades administrativas. Entre as principais funções desempenhadas nesse espaço estão o atendimento aos fiéis, o registro de sacramentos, a organização de documentos e a gestão financeira da Igreja.

As atividades desenvolvidas durante o programa de estágio foram: finanças (contagem de dízimo, ofertório), colaboração na prestação de contas e marketing (divulgações de missas, sorteios e bingos) e montagens de planilhas para prestação de contas. Essas atividades foram desenvolvidas pelo aluno, tendo como base as disciplinas técnicas ofertadas durante os três primeiros anos de curso. Tais disciplinas são: Fundamentos da Administração, Gestão da

Qualidade, Gestão de Pessoas, Gestão de Marketing, Comportamento Organizacional e Matemática Financeira.

Inicialmente, serão apresentados a caracterização da prática profissional, a justificativa e objetivos do estágio. Em seguida, o referencial teórico e os dados que caracterizam e identificam a empresa, e uma breve contextualização sobre sua atuação e principais atividades. Na sequência, o relatório abordará o desenvolvimento do estágio, detalhando as atividades desempenhadas e suas respectivas descrições. Por fim, são expostas as considerações finais.

## 1.1 CARACTERIZAÇÃO DA PRÁTICA PROFISSIONAL

Quadro 1: Dados do Estágio

<b>Área de atuação</b>	Finanças, marketing
<b>Local de estágio</b>	Santuário Nosso Senhor do Bom Fim
<b>Departamento/Setor</b>	Administrativo- Secretaria da Paróquia
<b>Período</b>	03-05-2024 a 02-05-2025
<b>Carga horária semanal e total</b>	26 horas semanais

Fonte: Autora (2025)

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo Geral

- Descrever as atividades desenvolvidas durante o estágio no setor administrativo do Santuário Nosso Senhor do Bom fim, no município de Serra da Raiz – PB.

### 1.2.2 Objetivos específicos

- Sistematizar as atividades realizadas nas áreas de marketing e de finanças.
- Apresentar como ocorreu o processo de montagem de folders.
- Refletir sobre a organização e o planejamento de marketing da paróquia.

## 1.3 JUSTIFICATIVA

O Estágio Supervisionado é uma etapa indispensável na formação profissional de estudantes de cursos de nível superior, pois possibilita que eles relacionem a vivência prática e os conhecimentos teóricos adquiridos. Ele constitui um elo entre o mundo acadêmico e o

mercado de trabalho, favorecendo o desenvolvimento de competências técnicas, interpessoais e organizacionais. De acordo com Oliveira (2009, p. 254):

Durante os estágios os estudantes estreitam a sua relação com o mercado de trabalho e embora possam ter alguma experiência anterior, os estágios são reconhecidos como o momento em que o trabalho e a profissão vinculam.

No curso Tecnólogo em Gestão Comercial, o estágio representa uma oportunidade concreta de atuação em contextos reais de gestão ampliando a nossa compreensão sobre os desafios do ambiente profissional.

Nesse contexto, a realização do estágio na Secretaria Paroquial do Santuário Nosso Senhor do Bom Fim permitiu não apenas a aplicação dos conhecimentos administrativos adquiridos ao longo do curso, mas também aprendizados e reflexões sobre a gestão de uma instituição religiosa. Como afirma Pereira (2020) embora as paróquias sejam organizações de cunho espiritual e comunitário, sua estrutura funcional exige planejamento, organização, direção e controle, especialmente quando se trata da administração de recursos financeiros, coordenação de eventos, comunicação com os fiéis e prestação de serviços à comunidade.

A gestão paroquial envolve a aplicação de práticas administrativas para garantir o bom funcionamento da instituição, desde o controle financeiro como a contabilidade de dízimos e ofertas, até a organização de documentos, coordenação de agendas e apoio a eventos eclesiais. “Embora as paróquias tenham certas isenções, elas têm muitas obrigações principalmente com os encargos sociais que envolvem pessoas, patrimônios e finanças” (Pereira, 2020, p. 03)

Além disso, o estágio evidenciou a importância do secretariado, função estratégica em qualquer organização, seja ela pública, privada ou do terceiro setor. De acordo com Barbotin et al. (2022) o profissional de secretariado atua como suporte essencial para a tomada de decisões, organização das rotinas administrativas e comunicação institucional. Em uma paróquia, esse papel é ainda mais relevante, considerando o que afirma Moura et al. (2019) “as secretarias paroquiais possuem um papel fundamental tanto na gestão administrativa das paróquias quanto em relação aos princípios e valores vivenciados em uma comunidade eclesial.” A atuação no secretariado paroquial exige, portanto, sensibilidade, responsabilidade, ética e domínio de práticas organizacionais, sendo uma experiência enriquecedora para a formação profissional de um tecnólogo em gestão comercial.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 GESTÃO DE FINANÇAS

A gestão de finanças é um aspecto fundamental da vida contemporânea, tanto no âmbito pessoal quanto no organizacional. Embora seja frequentemente associada a grandes empresas e corporações, a verdade é que indivíduos e famílias também se beneficiam enormemente de práticas financeiras bem estruturadas. Em vista disso, a administração adequada dos recursos econômicos pode evitar dívidas, promover o bem-estar e garantir maior estabilidade no futuro. Nesse sentido, Segundo Almeida e Feitosa (2020), a adoção de uma boa gestão financeira possibilita diversas vantagens, como a avaliação do patrimônio da empresa, o controle de estoques, a emissão de relatórios gerenciais, o gerenciamento do caixa e o conhecimento do poder de pagamento.

Inicialmente, é importante considerar que a gestão financeira envolve mais do que simplesmente controlar gastos, ou seja, trata-se de um processo contínuo que inclui planejamento, organização, direção e controle dos recursos financeiros disponíveis (Gitman, 2010). Por meio dela, é possível estabelecer metas de curto, médio e longo prazo, além de monitorar o cumprimento dessas metas com base em dados reais. Ademais, segundo Assaf Neto (2012), o uso de ferramentas financeiras permite avaliar com mais clareza as melhores alternativas de investimento e poupança, contribuindo para decisões mais racionais e seguras.

Além disso, a relevância da educação financeira deve ser destacada, uma vez que ela oferece os fundamentos necessários para a construção de uma consciência crítica acerca do uso do dinheiro. Conforme aponta Silva (2015), a falta de conhecimento financeiro está entre as principais causas do endividamento das famílias brasileiras. Embora muitos reconheçam a importância de controlar o orçamento, poucos sabem como fazê-lo de forma eficiente. Dessa forma, é imprescindível que a educação financeira seja promovida desde os primeiros anos escolares, de modo que os indivíduos desenvolvam hábitos saudáveis de consumo e saibam lidar com imprevistos econômicos.

Concernente a isso, de acordo com Almeida e Feitosa (2020), um controle financeiro estruturado é essencial para o sucesso da gestão empresarial, sendo imprescindível que o empresário mantenha atenção rigorosa aos registros de caixa, visto que o lucro é um dos principais objetivos do negócio.

Em um contexto mais amplo, a gestão financeira também se mostra indispensável para o funcionamento adequado das organizações, logo, empresas que não possuem um bom

controle de caixa, por exemplo, tendem a enfrentar dificuldades em honrar compromissos, o que pode comprometer sua sobrevivência no mercado. Para Brigham e Ehrhardt (2012), uma boa administração financeira empresarial está diretamente ligada à geração de valor para os acionistas e à sustentabilidade do negócio. Dessa maneira, compreender princípios básicos de finanças corporativas é fundamental não apenas para quem atua diretamente na área administrativa, mas também para qualquer profissional que deseje colaborar de forma efetiva em sua instituição.

No entanto, não se pode ignorar os desafios que envolvem a implementação de práticas de gestão financeira, uma vez que a inconstância da economia, os baixos níveis de renda e o acesso limitado à informação de qualidade ainda representam barreiras significativas, especialmente em países em desenvolvimento (Almeida; Feitosa, 2020). Contudo, tais obstáculos não devem ser vistos como impedimentos definitivos, mas como estímulos à busca por alternativas viáveis e acessíveis. Programas governamentais, aplicativos de controle financeiro e cursos online gratuitos são exemplos de recursos que podem facilitar esse processo, ampliando o acesso à educação e à prática financeira.

Diante do exposto, verifica-se que sua prática favorece o equilíbrio financeiro, tanto pessoal quanto organizacional, ao mesmo tempo em que promove o desenvolvimento de competências fundamentais para a vida em sociedade. Assim, embora este texto apresente apenas uma introdução ao tema, torna-se evidente que a consolidação de uma cultura de planejamento e controle financeiro é essencial para a construção de uma realidade mais estável e justa. Cabe, portanto, a cada indivíduo e à sociedade como um todo, assumir essa responsabilidade com seriedade e empenho (Brigham; Ehrhardt, 2012).-Além disso, a educação financeira é destacada como ferramenta fundamental para a sustentabilidade das famílias e organizações.

## **2.2 MONTAGENS DE PLANILHAS E FOLDERS**

Durante todo estágio, foi possível aplicar conhecimentos relacionadas à organização de dados por meio de planilhas e materiais gráficos como folders. Esses elementos são de grande importância para uma comunicação dentro e fora de uma instituição, ou seja, a montagem de planilhas envolve mais do que cálculos: é uma prática que demanda método, padronização e clareza conceitual. Nessa ótica, Grossman e Özlük (2010) defendem a adoção de metodologias definidas de "*spreadsheet engineering*", que estruturam o processo de desenvolvimento, documentação e depuração. Nessa ótica, “[...] planilhas eletrônicas, as quais se tornaram

grandes aliadas em esse processo de gestão e tomada de decisão” (Tartari, 2016). Isso destaca que qualquer apresentação deve sempre destacar clareza e um design funcional.

Além disso, McDaid *et al.* (2011) realizaram análise automatizada de 65 mil planilhas utilizadas por departamentos financeiros, concluindo que, embora as planilhas sejam fundamentais, há ausência de políticas institucionais para gestão do ciclo de vida delas, o que resulta em riscos operacionais e baixa eficiência.

No que tange à apresentação, a confecção de folders (materiais institucionais) deve seguir princípios de design informativo e estruturação lógica para transmitir credibilidade e clareza, sobre a qual a literatura de design instrucional sugere que a disposição de dados visuais e numéricos deve envolver hierarquia visual que facilite o entendimento (p.ex., uso de tabelas, gráficos e texto.). No tocante a isso, “[...] sendo os folders um modelo lúdico e prático dentro de um contexto educacional que utiliza imagens e textos objetivos e de fácil compreensão com capacidade de sistematizar o conhecimento de forma atrativa para o leitor” (Lima *et al.*, 2023, p. 1).

Os folders se destacam como uma ferramenta para divulgação de informações importantes, além de exigir uma estética agradável e atrativa. No tocante a isso,

O termo “folder” vem do inglês, onde “fold” significa “dobra”. Isso mostra a *principal característica do folder*. Ele pode ser facilmente dobrado para economizar espaço e facilitar a distribuição. Isso o torna relevante no marketing, mesmo com a existência de redes sociais e outros meios digitais (Gráfica Boa Vista, s/d, s/p).

A citação destaca corretamente a origem e a funcionalidade prática do *folder*, ressaltando sua portabilidade e facilidade de distribuição como fatores que ainda o mantêm relevante no marketing contemporâneo. No entanto, a análise é limitada ao aspecto físico e ignora discussões mais amplas sobre o impacto comunicacional do folder. Em um cenário dominado por mídias digitais, sua eficácia depende não apenas da praticidade, mas da capacidade de adaptação do conteúdo impresso às estratégias visuais e persuasivas que dialoguem com públicos cada vez mais conectados, conforme abordado por (Lima *et al.*, 2023).

## 2.3 MARKETING

O marketing desempenha um papel de grande importância nas organizações, sendo de grande necessidade para o desenvolvimento de estratégias que venham a atender a necessidade e vontades do consumidor. No tocante ao marketing, a formulação estratégica é componente central para estruturar vantagem competitiva. Conforme Schuchmann e Figueira (2025), o

marketing digital baseia-se na identificação do público-alvo e na obtenção de sua autorização prévia, com o intuito de enviar mensagens amistosas sobre marcas, produtos ou serviços, demonstrando um desejo genuíno de ajudar.

Essa definição faz com que a visão de marketing seja ampliada, para que não se limite, busque se envolver e criar valores contínuo com cada cliente, o marketing faz com que crie um bom relacionamento com os clientes. Por conseguinte,

O marketing se apresenta como uma proposta de inovação em uma sociedade cada vez mais exigente perante serviços e produtos prestados por uma pessoa ou organização. Estar preparado para receber um público mais exigente de consumidores requer o uso de estratégias diferenciadas para atrair pessoas e grandes públicos (Viana; Sousa; Muniz, 2025, p. 4).

A citação acima evidencia o papel central do marketing como ferramenta de inovação diante das transformações no perfil do consumidor contemporâneo, marcado por um grau crescente de exigência em relação à qualidade e à experiência proporcionada por produtos e serviços. No entanto, embora reconheça a necessidade de estratégias diferenciadas para atender a esse novo público, o trecho carece de uma problematização mais profunda sobre os riscos de uma lógica mercadológica excessivamente centrada na atração de grandes públicos, o que pode levar à padronização das ofertas e à diluição da autenticidade das marcas.

Segundo Pinheiro e Macêdo (2025), ao longo do tempo, a interação entre os clientes e os diversos tipos de varejo foi se ajustando às exigências individuais dos consumidores, sendo que a evolução do marketing e de seus métodos está diretamente relacionada à ampliação e ao comportamento de cada cliente de forma individualizada.

De forma similar, estudos de diagnóstico do marketing em pequenas empresas, como o de Garghetti (2017), demonstram que análise crítica de forças, fraquezas, oportunidades e ameaças (SWOT) e proposições de ações corretivas advindas dessa análise são cruciais para melhorar o desempenho comercial e posicionar estrategicamente a empresa no mercado. Em função disso, “[...] a comunicação torna-se um dos principais pilares do marketing, por isso ela pode ser visual, verbal, textual, entre outras modalidades” (Viana; Sousa; Muniz, 2025, p. 6).

Segundo Kotler e Keller (2012) “[...] o marketing é responsável por identificar e satisfazer necessidades de maneira lucrativa”. Essa definição deixa claro a importância do equilíbrio entre os interesses de consumidor e os objetivos da organização. Essas visões reforçam a importância do marketing, que vai da comunicação à estratégia, bem como ao comportamento do consumidor à gestão da marca.

### 3 CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO

#### 3.1 DADOS GERAIS

O Quadro 2 abaixo apresenta os dados gerais da empresa em que foi realizado o estágio:

Quadro 2: Dados da Empresa

Razão social	Santuário Nosso Senhor do Bom Fim- Serra da Raiz- PB (CNPJ:08.298.416\0043-07
Nome fantasia	Secretária Paroquial
Endereço	Praça Iniguaçu, Serra da Raiz- PB 58260-000
Área geográfica de atuação	Paraíba
Produtos e serviços oferecidos	Setor administrativo
Quantidade de colaboradores	2

**Fonte:** Autora (2025)

Em seguida, a Figura 1 apresenta a Logomarca da instituição:

Figura 1: Logomarca do Santuário Nosso Senhor do Bom Fim



**Fonte:** Acervo da empresa (2025)

#### 3.2 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA ORGANIZAÇÃO

A pequena capela do Senhor do Bom Fim, foi construída numa parte de terra doada pelos moradores da localidade e elevada à categoria de paróquia no ano de 1870, pelo Padre Emídio Fernandes, hoje decretada uma das mais antigas da Paraíba.

A capela é gerenciada pelos padres e há 2 (dois) anos ela se tornou santuário, quando passou a ser chamada pelo seu nome atual Santuário Nosso Senhor do Bom Fim, com a finalidade de promover a fé entre os seus devotos de Serra da Raiz – PB. As figuras 2 e 3 a seguir ilustram a fachada do Santuário Nosso Senhor do Bonfim e a Casa Paroquial/Secretaria:

**Figura 2:** Santuário Nosso Senhor do Bonfim



Fonte: Google (2022).

**Figura 3:** Casa Paroquial/Secretaria



Fonte: Google (2023).

### 3.3 IDENTIDADE E ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

A missão de uma organização é uma expressão de sua razão de existir, com base em seus valores, objetivos e os princípios que guiam suas ações (Mintzberg, 1991). Assim, o Santuário tem como missão,

[...] promover os ensinamentos de Jesus Cristo, como foram transmitidos pela Igreja, através da evangelização e por meio do serviço a toda a comunidade, buscando ser uma presença ativa em toda a sociedade, através da promoção da paz, da justiça e da solidariedade, além de trabalhar com foco na salvação das almas.

Em suma, a missão da Igreja Católica é ser uma testemunha do amor de Deus no mundo, transformando vidas e a sociedade, através da prática do Evangelho.

Já a visão de uma organização é seu objetivo a longo prazo, o futuro desejado que orienta as decisões e ações atuais, fornecendo uma direção clara para todos na organização (Drucker, 2001). Portanto, a visão do Santuário é “ser um espaço vivo e acolhedor onde se procura fé, onde todos possam sentir e experimentar o amor de Deus sobre nós e viver tudo aquilo que o evangelho nos ensina, buscando sempre promover uma comunidade de fé, unida e solidária, garantir que todos se sintam bem, independente de classe social ou origem”.

Valores são princípios fundamentais que orientam o comportamento e as decisões de uma pessoa ou comunidade. Eles definem a maneira como nos relacionamos frente aos desafios da vida (WEBER, 2004). Os valores de uma organização determinam a sua cultura e impactam diretamente na motivação e nos comportamentos dos colaboradores (Chiavenato, 2003). Assim os valores do Santuário são os princípios que orientam a vida da comunidade, baseando-se nos ensinamentos de Cristo e visando sempre a promoção da vivência da fé cristã. Tais valores não se restringem ao ambiente da Igreja, mas se estendem a vivência cotidiana da comunidade, refletindo nas atitudes e decisões dos membros em suas interações diárias, dentro e fora do espaço religioso.

## 4 RELATO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

### ATIVIDADE 4.1 - FINANÇAS

Durante o período de estágio na área financeira no Santuário Nosso Senhor do Bom Fim, realizei algumas atividades relacionadas à área de gestão financeira, auxiliei na conferência do dízimo, ofertas, doações e taxas de sacramento (casamentos, batismo, missas encomendadas entre outros). Auxiliei na contagem dos valores recebidos diariamente, garantindo a correta contagem, acompanhei os pagamentos das contas, como água, energia elétrica, Internet, participei do lançamento de despesas no sistema financeiro e da organização dos comprovantes de pagamento, auxiliei na digitalização de documentos e financeiros para otimizar a gestão documental, colaborei na preparação de documentos necessários para a prestação de contas junto a cúria diocesana.

### ATIVIDADE 4.2 – MONTAGENS DE PLANILHAS E FOLDERS

Durante o estágio fui responsável pela criação e atualização de planilhas, que auxiliam no controle financeiro e administrativo da paróquia. Entre as planilhas desenvolvidas, destacam-se aquelas voltadas para prestação de contas de dízimos e ofertório, bem como para o controle das despesas e receitas da paróquia. O processo de organização das planilhas permitiu um acompanhamento detalhado e transparente dos recursos financeiros, garantindo maior eficiência no processo de gestão. O estagiário também contribuiu para a elaboração de folders e matérias gráficas para a divulgação de eventos da paróquia, como missas, sorteios e bingos.

A criação desses materiais envolveu design, a redação e organização das informações de forma clara e criativa, com o objetivo de engajar a comunidade e garantir a participação nos eventos. O trabalho de design também incluiu a utilização de ferramentas de edição gráfica, que ajudaram a criar materiais visualmente agradáveis e eficazes na comunicação com público.

**Figura 4:** Folders



**Fonte:** Autora (2025).

**Figura 5:** Folders



**Fonte:** Autora (2025).

**Figura 6:** Folders



**Fonte:** Autora (2025).

## ATIVIDADE 4.3 – MARKETING

O Marketing era a criação e da divulgação de eventos e atividades da paróquia, responsável pela criação de materiais promocionais, como banners e postagens para a redes sociais da paróquia, com um objetivo de divulgar eventos como , sorteios, missas, e diversos eventos importantes e assim garantindo , auxiliei em alguns ajustes nas redes sociais da paróquia , buscando o engajamento da comunidade e garantindo uma interação com seu público, durante a estagio tive a responsabilidade de organizar as informações de forma claras, para que garantisse um acesso bom e com clareza para público junto a isso a criação de cartazes para sorteio e eventos especiais na paróquia.

**Figura 7: Marketing**



Fonte: Autora (2025).

**Figura 8: Marketing**



Fonte: Autora (2025).

**Figura 9: Marketing**



Fonte: Autora (2025).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estágio na Secretaria Paroquial representou uma etapa fundamental para o desenvolvimento profissional e acadêmico, junto a isso proporcionou a oportunidade de aplicar tudo que foi visto na teoria durante o tempo, além disso com o desenvolvimento na comunicação, trabalho em equipe, organização de documentos, gestão financeira, apoio de divulgação de eventos, contribuindo para o aprimoramento de habilidades no campo administrativo e de *marketing*, permitiu para que tivesse um conhecimento de um funcionamento de uma organização e importância da gestão transparente e eficiente dos recursos.

A partir das atividades desenvolvidas, foi possível aprender conceitos técnicos e vivenciar o impacto que uma boa gestão administrativa tem no funcionamento da paróquia e relacionamento com a comunidade. Ademais, o estágio contribui significativamente para o desenvolvimento de habilidades interpessoais, que são essenciais para o bom desempenho em qualquer profissão. Em resumo, o estágio foi fundamental para a formação, oferecendo uma oportunidade de aprendizado prático e preparando para os desafios do mercado de trabalho.

A experiência na paróquia não fortaleceu apenas as competências técnicas adquiridas, mas também ampliou a compreensão sobre a importância do trabalho colaborativo e da organização eficiente no contexto paroquial e comunitário.

Entre as habilidades desenvolvidas ao longo do estágio, destacam-se a proatividade, responsabilidade, empatia, organização, comunicação eficaz e sempre buscar resolução para problemas junto a toda a equipe, o domínio básico de ferramentas digitais, criatividade em criações de materiais para divulgação de eventos da paróquia. Essas competências contribuirão de forma significativa para a atuação profissional futura em qualquer ambiente de trabalho.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, W. A de.; FEITOSA, E. R. M. **Gestão financeira: um estudo de caso numa empresa de materiais de construção localizada em Água Nova – RN.** UERN, 2020.

ASSAF NETO, Alexandre. **Finanças corporativas e valor.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

BARBOTIN, Maria Angeluce Soares Perônico; COSTA, Maria Gêssica Silva da; FERREIRA, Balbino Thaislane; BARREIRO, Izabel Carneiro. Secretariado Executivo e terceiro setor: um estudo de caso na ESSOR Brasil. **Revista de Gestão e Secretariado**, v. 13, n. 2, p. 201–225, 2022.

BRASIL. **Lei nº 10.097, de 19 de dezembro de 2000.** Dispõe sobre a contratação de aprendizes e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, 19 dez. 2000. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2000/L10097.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2000/L10097.htm).

BRIGHAM, Eugene F.; EHRHARDT, Michael C. **Administração financeira: teoria e prática.** 14. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DRUCKER, P. F. **Administração em tempos de grandes mudanças.** São Paulo: Pioneira, 2001.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira.** 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

GRÁFICA BOA VISTA. **Entenda o Que é um Folder e Suas Aplicações.** [S.I.]. Disponível em: <https://graficaboavista.com.br/o-que-e-um-folder-2/>. Acesso em: 08 jun. 2025.

GROSSMAN, T.; ÖZLÜK, Ö. *Spreadsheets Grow Up: Three Spreadsheet Engineering Methodologies for Large Financial Planning Models.* 2010. Disponível em: [fast-standard.org/.../Grossman-Özlük.pdf](http://fast-standard.org/.../Grossman-Özlük.pdf). Acesso em: 08 ago. 2025.

GARGHETTI, G. *Análise das funções de marketing da empresa.* 2017. Disponível em: [rd.uffs.edu.br/.../GARGHETTI.pdf](http://rd.uffs.edu.br/.../GARGHETTI.pdf). Acesso em 08 jun. 2025.

LIMA, Deyvid Wallace De Araújo *et al.*. **A utilização de folders como ferramenta de ensino e divulgação científica: reflexões a partir da ótica do professor.** Anais IX CONEDU... Campina Grande: Realize Editora, 2023. Disponível em: <https://editorarealize.com.br/index.php/artigo/visualizar/99762>. Acesso em: 19 ago. 2025.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing.** 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

MINTZBERG, H. **A estrutura de organizações: uma síntese da pesquisa.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

MCDAID, K. et al. **Spreadsheets in Financial Departments: An Automated Analysis of 65,000 Spreadsheets using the Luminous Technology.** arXiv, 2011. Disponível em: [arxiv.org/abs/1111.6866](https://arxiv.org/abs/1111.6866). Acesso em: 08 ago. 2025.

MOURA, C. S. B. M; SANCHES-CANEVESI, F. C.; SCHMIDT, C. M; CIELO, I. D. **Secretaria paroquial: uma compreensão acerca do desenvolvimento de um plano de carreira para gestão eclesiástica.** *Revista do Secretariado Executivo*, Passo Fundo, v. 15, n. 2, p. 276–291, jul./dez. 2019.

OLIVEIRA, S. **Estágios para universitários: representações e implicações na inserção profissional dos jovens brasileiros e franceses.** 2009. Dissertação (Doutorado em Administração) – Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

PEREIRA, José Carlos. **Como gerir bem uma paróquia: a paróquia como empresa do terceiro setor e suas seis categorias de gestão.** São Paulo: Paulus, 2020.

PINHEIRO, A. F.; MACÊDO, M. E. C. Marketing Digital: Estratégias de Vendas com o Varejo Digital na Pandemia do COVID-19 / Digital Marketing: Sales Strategies with Digital Retail during COVID-19 Pandemic. **ID on line. Revista de psicologia**, [S. l.], v. 15, n. 55, p. 194–205, 2021. DOI: 10.14295/online.v15i55.3045. Disponível em: <https://online.emnuvens.com.br/id/article/view/3045>. Acesso em: 8 jun. 2025.

SILVA, José Ricardo da. Educação financeira: um estudo sobre os impactos da formação financeira na vida das famílias brasileiras. *Revista de Educação Financeira*, v. 4, n. 2, p. 45–60, 2015.

SCHUCHMANN, Beatriz Monica; FIGUEIRA, Agostinho Augusto. Do marketing tradicional ao marketing digital uma análise a partir dos programas de marketing digital online. *Business Journal*, [S. l.], v. 2, n. 2, p. 1–12, 2020. DOI: 10.6008/CBPC2674-6433.2020.002.0001. Disponível em: <https://www.cognitionis.inf.br/index.php/businessjournal/article/view/CBPC2674-6433.2020.002.0001>. Acesso em: 8 jun. 2025.

TARTARI, Tiago. Os Impactos da IA no Futuro da Sociedade - EximiaCo. EximiaCo. 2016. Disponível em: <https://shre.ink/ttiR>. Acesso em: 19 ago. 2025.

VIANA, Joyce Mirella dos Anjos; SOUSA, Janailton Lopes; MUNIZ, Djaldá Maracira Castelo Branco. Estratégias de marketing digital: case do projeto Biblio Fora da Caixa. *ConCI: Convergências em Ciência da Informação*, Aracaju, v. 5, n. dossiê, p. 1–26, 2022. DOI: 10.33467/conci.v5i.17335. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/conci/article/view/17335>. Acesso em: 8 jun. 2025.

WEBER, M. **A ética protestante e o espírito do capitalismo.** 4. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.