



INSTITUTO FEDERAL DA PARAÍBA
CAMPUS GUARABIRA
CURSO SUPERIOR TECNÓLOGO EM GESTÃO COMERCIAL

VINICIOS WANDERLEY MEIRELES DOS SANTOS

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO NO AFTER GASTROBAR: ATIVIDADES DE
RECEPÇÃO, ATENDIMENTO AO CLIENTE E MARKETING DIGITAL**

GUARABIRA - PB

2026

VINICIOS WANDERLEY MEIRELES DOS SANTOS

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO NO AFTER GASTROBAR: ATIVIDADES DE
RECEPÇÃO, ATENDIMENTO AO CLIENTE E MARKETING DIGITAL**

Relatório de Estágio apresentado à
Coordenação de Estágio do Instituto
Federal da Paraíba, Campus Guarabira,
como requisito parcial para conclusão do
Curso Superior Tecnólogo em Gestão
Comercial.

GUARABIRA - PB

2026

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA DO IFPB - GUARABIRA

S237r Santos, Vinicios Wanderley Meireles dos
Relatório de estágio no after gastrobar: atividades de recepção,
atendimento ao cliente e marketing digital / Vinicios Wanderley Meireles
dos Santos.- Guarabira, 2026.
27f.; il.; color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo em Gestão Comercial). –
Instituto Federal da Paraíba, Campus Guarabira. 2026.

“Orientação: Prof. Dr. Luiz Antonio Felix Júnior”

Referências.

1.Marketing digital. 2. Atendimento ao cliente. 3. Comportamento do
consumidor. 4. Relatório de estágio. I. Título.

CDU 658.8:004.738.5 (0.067)

Elaborada por Ana Carine da Costa Gonçalves - CRB 000676

**MEC – SETEC
SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
DIRETORIA DE DESENVOLVIMENTO DE ENSINO
COORDENAÇÃO DO CURSO DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL**

DECLARAÇÃO DE APROVAÇÃO DE RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Na condição de orientador(a) do(a) aluno(a) Vinícios Wanderley Meireles dos Santos (202523800022) no Curso Superior Tecnólogo em Gestão Comercial do Instituto Federal da Paraíba - Campus Guarabira. Declaro, para os fins que foram cumpridas por ele todas as atividades e carga horária previstas para o Estágio Obrigatório para conclusão do curso, tento o aluno apresentado a versão final do relatório de estágio intitulado o RELATÓRIO DE ESTÁGIO NO AFTER GASTROBAR: ATIVIDADES DE RECEPÇÃO, ATENDIMENTO AO CLIENTE E MARKETING DIGITAL, protocolado para versão final. Desta forma, o relatório foi aprovado em 21 de julho de 2026 e definiu-se a seguinte nota: 85.

Guarabira/PB, 21 de julho de 2026.



Documento assinado digitalmente
LUIZ ANTONIO FELIX JUNIOR
Data: 21/07/2026 18:44:05 -0300
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Prof. Luiz Antonio Felix Júnior
SIAPE Nº.1220722

VINICIOS WANDERLEY MEIRELES DOS SANTOS

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO NO AFTER GASTROBAR: ATIVIDADES DE
RECEPÇÃO, ATENDIMENTO AO CLIENTE E MARKETING DIGITAL**

Relatório de Estágio apresentado à
Coordenação de Estágio do Instituto
Federal da Paraíba, Campus Guarabira,
como requisito parcial para conclusão do
Curso Superior Tecnólogo em Gestão
Comercial.

Aprovado em 21 de julho de 2026.

BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente
 **LUIZ ANTONIO FELIX JUNIOR**
Data: 28/07/2026 10:57:07-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Luiz Antonio Felix Júnior (Orientador - IFPB)

Documento assinado digitalmente
 **GIOVANNE MARTINS DE PAIVA JUNIOR**
Data: 29/07/2026 15:14:26-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Giovanne Martins de Paiva Júnior (Supervisor do Estágio)

Documento assinado digitalmente
 **TANNISSA LUANNA CARDOSO DE ARAUJO**
Data: 30/07/2026 18:24:52-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Tannissa Luanna Cardoso de Araujo (Coordenadora de Estágio)

Dedico meu trabalho a minha mãe.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, pela vida, pela força e pela perseverança que me sustentaram ao longo desta caminhada.

Aos meus pais, Vanderlei Padre dos Santos e Ivoneide da Cruz Meireles, e à minha irmã, Isabelly Meireles dos Santos, expresso minha profunda gratidão pelo amor, apoio, incentivo e dedicação em todos os momentos da minha trajetória.

À minha namorada, Luzivânia Maria da Silva, agradeço pelo companheirismo, pela compreensão e pelo incentivo constantes durante esta jornada, sendo um importante apoio nos momentos de maior dificuldade.

Agradeço também aos meus amigos, que me acolheram e incentivaram durante o meu reingresso ao curso, contribuindo para que eu seguisse em frente com confiança, determinação e esperança.

Registro meu agradecimento à Cláudia Pereira do Nascimento Cardoso, do Controle Acadêmico, pela atenção, disponibilidade e auxílio prestados sempre que necessário. Sua colaboração foi fundamental para que eu conseguisse retornar ao curso e dar continuidade à minha formação acadêmica.

A todos os professores que contribuíram para a minha formação, deixo os meus mais sinceros agradecimentos. Em especial, à professora Renata Braga Berenguer de Vasconcelos, pela atenção, paciência e compreensão diante das dificuldades enfrentadas, e ao meu orientador, professor Luiz Antônio Félix Júnior, pelas orientações, dedicação e acompanhamento durante a elaboração deste relatório.

Agradeço, ainda, ao meu amigo e supervisor de estágio, Giovanne Martins de Paiva Júnior, pela confiança, pelos ensinamentos compartilhados e pela oportunidade de vivenciar experiências que contribuíram significativamente para o meu crescimento profissional.

Ao Instituto Federal da Paraíba (IFPB) – Campus Guarabira, expresso minha gratidão pela oportunidade de crescimento acadêmico, profissional e pessoal proporcionada ao longo do curso.

Este trabalho representa o encerramento de uma importante etapa da minha vida acadêmica e simboliza a realização de um objetivo construído com esforço, perseverança e o apoio de muitas pessoas. Esta conquista não é apenas minha, mas de todos aqueles que caminharam ao meu lado, acreditaram no meu potencial e contribuíram para que este sonho se tornasse realidade. A todos vocês, o meu mais sincero muito obrigado.

Enquanto a educação insistir em avaliar todos da mesma forma, continuará ignorando que cada mente aprende de um jeito diferente.

RESUMO

O presente relatório apresenta as atividades desenvolvidas durante o Estágio Supervisionado Obrigatório do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, realizado na empresa After Gastrobar, no setor de Recepção, Atendimento e *Marketing* Digital. O estágio teve como objetivo relatar as atividades executadas e relacioná-las aos conhecimentos teóricos adquiridos ao longo da graduação. Inicialmente, o relatório apresenta as características gerais, a evolução histórica e a estrutura organizacional da empresa. Em seguida, descreve as atividades desenvolvidas, com destaque para o atendimento ao cliente, recepção, organização do fluxo de atendimento, produção e publicação de conteúdos para as redes sociais, além do acompanhamento das interações dos consumidores no ambiente digital. A experiência permitiu aplicar conhecimentos relacionados ao *marketing*, comportamento do consumidor, gestão de serviços e atendimento ao cliente, evidenciando a integração entre teoria e prática. Também possibilitou o desenvolvimento de competências como comunicação, organização, criatividade, proatividade, trabalho em equipe e capacidade de adaptação. Conclui-se que o estágio contribuiu significativamente para a formação acadêmica e profissional, proporcionando uma visão ampla sobre a atuação do gestor comercial e sobre a importância da integração entre atendimento ao cliente, *marketing* digital e estratégias de relacionamento para o fortalecimento das organizações.

Palavras-chave: Gestão Comercial. Estágio Supervisionado. Atendimento ao Cliente. Marketing Digital. Comportamento do Consumidor.

ABSTRACT

This report presents the activities carried out during the Mandatory Supervised Internship of the Higher Technology Course in Commercial Management, completed at After Gastrobar in the Reception, Customer Service, and Digital Marketing sector. The internship aimed to describe the activities performed and relate them to the theoretical knowledge acquired throughout the undergraduate program. Initially, the report presents the company's general characteristics, historical development, and organizational structure. It then describes the main activities carried out, including customer service, reception, organization of service flow, creation and publication of content for social media, and monitoring customer interactions in digital environments. The internship enabled the practical application of knowledge related to marketing, consumer behavior, service management, and customer service, demonstrating the integration of theory and practice. It also contributed to the development of professional skills such as communication, organization, creativity, proactivity, teamwork, and adaptability. It is concluded that the internship significantly contributed to the academic and professional development of the student, providing a broader understanding of the role of the commercial manager and the importance of integrating customer service, digital marketing, and relationship strategies to strengthen organizations.

Key-words: Commercial Management. Supervised Internship. Customer Service. Digital Marketing. Consumer Behavior.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Logomarca do estabelecimento	19
Figura 2 - Fachada da Empresa	20
Figura 3 - Perfil da empresa no Instagram	20
Figura 4 - Registro de atendimento ao cliente	21
Figura 5 - Registro de montagem de bebida	21
Figura 6 - Registro de atendimento ao cliente	22

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 OBJETIVOS	14
2.1 Objetivo Geral	14
2.2 Objetivos Específicos	14
3 JUSTIFICATIVA	15
4 REFERENCIAL TEÓRICO	16
5 RELATO DE ESTÁGIO	17
5.1 IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA	18
5.1.1 Local do estágio e aspectos físicos da empresa	18
5.1.2 Dados referentes ao estágio	23
5.1.3 Perfil da empresa	23
5.2 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS	24
6 CONCLUSÃO	26
REFERÊNCIAS	27

1 INTRODUÇÃO

O estágio supervisionado constitui uma etapa essencial na formação acadêmica, pois possibilita ao estudante a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos ao longo da graduação. Essa experiência promove a integração entre teoria e prática, contribuindo para o desenvolvimento de competências técnicas e habilidades profissionais indispensáveis ao exercício da futura profissão. Nesse sentido, Lima e Pimenta (2006) afirmam que o estágio deve ser compreendido como um campo de conhecimento que articula teoria e prática, ultrapassando a visão de mera atividade prática instrumental.

No contexto da Gestão Comercial, a adoção de estratégias voltadas ao planejamento, à análise de mercado e ao relacionamento com os clientes contribui para o aumento da competitividade, eficiência e da qualidade dos serviços prestados. Nesse sentido, o estágio supervisionado proporciona ao estudante a oportunidade de compreender, na prática, como esses conhecimentos são aplicados no ambiente empresarial. (Ramos; Silva; Ibiapina, 2025).

No curso de Tecnologia em Gestão Comercial, o estágio apresenta grande relevância, uma vez que proporciona ao discente o contato direto com atividades fundamentais para o exercício da futura profissão, a realização do estágio na empresa escolhida mostrou-se uma oportunidade relevante para vivenciar a rotina organizacional, compreender os processos de atendimento ao cliente, recepção e apoio administrativo, além de observar a importância das estratégias de gestão no ambiente empresarial. Durante esse período, foi possível relacionar os conteúdos teóricos estudados com as atividades desempenhadas, fortalecendo habilidades técnicas, organizacionais e interpessoais indispensáveis à atuação na área de Gestão Comercial e contribuindo significativamente para o crescimento acadêmico e profissional.

Nesse contexto, o estágio possibilita ao estudante o acesso a experiências práticas no setor comercial, ampliando a compreensão sobre o mercado de trabalho e contribuindo para o desenvolvimento de suas competências para a atuação profissional na área.

Dessa forma, o presente relatório tem como objetivo apresentar as atividades desenvolvidas durante o Estágio Supervisionado Obrigatório, realizado no período de 12 de fevereiro de 2026 a 22 de abril de 2026, na empresa After Gastrobar, no setor de Recepção e Atendimento e *marketing*, sob supervisão do administrador Giovanne Martins de Paiva Júnior e orientação do professor Luiz Félix Júnior. Durante o estágio, foram realizadas atividades voltadas ao atendimento ao cliente, recepção e apoio operacional, contribuindo para a formação acadêmica e profissional na área de Gestão Comercial.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Analisar e relatar as atividades desenvolvidas durante o estágio supervisionado realizado na empresa After Gastrobar, no setor de recepção, *marketing* e atendimento, relacionando a prática profissional com os conhecimentos teóricos adquiridos no Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial do Instituto Federal da Paraíba – Campus Guarabira.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Descrever a identidade organizacional e a estrutura administrativa do estabelecimento;
- Relatar as atividades desenvolvidas no setor de recepção e atendimento ao cliente;
- Relacionar as atividades práticas realizadas durante o estágio com os conhecimentos teóricos adquiridos ao longo do curso;
- Apresentar as características gerais e a evolução histórica da empresa;
- Identificar e evidenciar as habilidades técnicas e comportamentais desenvolvidas durante a realização do estágio.

3 JUSTIFICATIVA

A realização do estágio supervisionado no setor de recepção e atendimento do After Gastrobar justifica-se pela relevância dessas atividades no contexto da Gestão Comercial, especialmente no que se refere ao relacionamento direto com o cliente e à qualidade na prestação de serviços. O After Gastrobar é um empreendimento inserido no setor gastronômico, atuando no segmento de bares e restaurantes, no qual a experiência do cliente, aliada à qualidade dos produtos e do atendimento, constitui um fator determinante para a competitividade e permanência no mercado.

Nesse contexto, o setor de recepção desempenha um papel estratégico, pois representa o primeiro contato entre o cliente e o estabelecimento, sendo responsável por influenciar diretamente a percepção inicial do consumidor. A forma como o cliente é recebido, orientado e atendido impacta significativamente sua experiência no ambiente, tornando o atendimento um elemento essencial para a construção da imagem organizacional do After Gastrobar.

Além disso, a vivência prática nesse tipo de empreendimento permite ao discente compreender o funcionamento das atividades comerciais no setor gastronômico, especialmente no que se refere à organização do fluxo de atendimento, à interação com os clientes e ao suporte às rotinas administrativas. Trata-se de um ambiente dinâmico, que exige agilidade, organização e capacidade de lidar com diferentes demandas simultaneamente, contribuindo para o desenvolvimento de competências profissionais relevantes.

Ademais, o estágio possibilita a articulação entre os conhecimentos teóricos adquiridos ao longo do curso de Tecnologia em Gestão Comercial e a prática profissional, permitindo ao estudante aplicar conceitos relacionados ao atendimento ao cliente, qualidade em serviços e gestão de processos. Dessa forma, a experiência adquirida contribui significativamente para a formação acadêmica e profissional, preparando o discente para os desafios do mercado de trabalho.

Diante disso, a realização do estágio no After Gastrobar mostra-se fundamental para o aprimoramento das habilidades práticas e para a consolidação do aprendizado, fortalecendo a Formação do estudante na área de Gestão Comercial.

4 REFERENCIAL TEÓRICO

O atendimento ao cliente constitui um dos principais fatores de diferenciação no setor de serviços, especialmente em estabelecimentos do ramo alimentício, como bares e restaurantes. Nesse contexto, a qualidade do atendimento está diretamente relacionada à capacidade da empresa de atender às expectativas dos consumidores, influenciando sua satisfação e fidelização. Nos serviços, a produção e o consumo ocorrem simultaneamente, o que torna o atendimento um elemento essencial, pois eventuais falhas são percebidas imediatamente pelos clientes. Dessa forma, a atuação dos colaboradores no contato direto com o público torna-se determinante para a percepção da qualidade do serviço prestado (Oliveira, 2002).

Dentro desse processo, a recepção representa o primeiro contato entre o cliente e a organização, sendo considerada uma etapa fundamental do atendimento. A forma como o cliente é recebido pode influenciar diretamente sua percepção inicial sobre o estabelecimento, contribuindo para a construção de uma imagem positiva ou negativa da empresa. Aspectos como cordialidade, simpatia e atenção no momento da chegada favorecem uma experiência satisfatória, fortalecendo a relação entre cliente e organização. Nesse sentido, o acolhimento inicial exerce papel decisivo na qualidade do atendimento percebido e na formação da imagem institucional do estabelecimento (Gama; Margutti; Wada, 2025).

A importância desse primeiro contato torna-se ainda mais evidente no contexto dos restaurantes, onde a qualidade no atendimento é considerada um fator essencial para a competitividade. Com consumidores cada vez mais exigentes, não basta apenas oferecer produtos de qualidade; é necessário proporcionar uma experiência positiva durante toda a prestação do serviço. Assim, elementos como atenção ao cliente, agilidade no atendimento e organização do ambiente contribuem significativamente para a percepção de qualidade, influenciando diretamente a satisfação e a decisão de retorno ao estabelecimento (Oliveira, 2002).

Para que essa experiência seja alcançada, os processos de atendimento devem ser conduzidos de forma eficiente e integrada. Esses processos envolvem diferentes etapas, desde a recepção do cliente até a finalização do serviço, exigindo coordenação entre os diversos setores do restaurante. Entretanto, devido à forte dependência do fator humano, os serviços apresentam maior variabilidade, o que pode impactar a qualidade do atendimento. Por essa razão, a padronização dos procedimentos e o treinamento contínuo dos colaboradores tornam-se fundamentais para garantir a melhoria contínua dos serviços prestados e a

manutenção dos padrões de qualidade esperados pelos clientes (Oliveira, 2002).

Mesmo diante de planejamento, organização e capacitação, falhas podem ocorrer durante o processo de atendimento. Nesse contexto, a capacidade da empresa de identificar e corrigir problemas torna-se essencial para preservar a satisfação do consumidor. A recuperação de serviços consiste no conjunto de ações adotadas para solucionar falhas e minimizar seus impactos negativos na experiência do cliente. Quando realizada de forma eficiente, essa prática não apenas reduz possíveis insatisfações, mas também pode transformar situações adversas em oportunidades de fortalecimento da confiança e da relação entre cliente e empresa, contribuindo para sua fidelização (Oliveira, 2002).

5 RELATO DE ESTÁGIO

Durante o período de estágio supervisionado realizado na empresa After Gastrobar, foram desenvolvidas atividades voltadas tanto ao atendimento presencial quanto ao atendimento ao cliente por meio das plataformas digitais da empresa, proporcionando uma visão abrangente das práticas comerciais adotadas pelo estabelecimento. No atendimento presencial, as atividades envolveram a recepção e o acolhimento dos clientes, o fornecimento de informações sobre os serviços oferecidos, a organização do fluxo de atendimento e o apoio às rotinas operacionais, contribuindo para a qualidade dos serviços prestados e para a satisfação dos consumidores.

Entretanto, grande parte das atividades esteve relacionada ao ambiente digital, especialmente à gestão das redes sociais da empresa, com destaque para o Instagram. Nesse contexto, foram desenvolvidas ações de produção, organização e publicação de conteúdos voltados à divulgação de produtos, promoções e eventos, buscando ampliar o alcance da marca, fortalecer o relacionamento com os clientes e aumentar o engajamento nas plataformas digitais. Além da criação de materiais de divulgação, foi possível acompanhar a interação dos clientes nas redes sociais, observando suas preferências, níveis de engajamento e comportamento de compra, informações que auxiliaram na definição das estratégias de comunicação e divulgação do estabelecimento.

A experiência permitiu relacionar, na prática, diversos conhecimentos adquiridos ao longo do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, especialmente aqueles referentes ao *marketing* digital, comportamento do consumidor, atendimento ao cliente, gestão de serviços e relacionamento com o mercado. A análise das interações dos clientes e a participação nas ações de divulgação evidenciaram a importância das estratégias digitais para

a atração, fidelização e comunicação com o público, enquanto as atividades presenciais reforçaram a relevância da qualidade do atendimento para a construção de uma experiência positiva. Dessa forma, o estágio proporcionou o desenvolvimento de competências como comunicação, organização, criatividade, proatividade, trabalho em equipe e capacidade de análise, contribuindo significativamente para a formação acadêmica e profissional.

Durante a realização do estágio, foram desenvolvidas habilidades como comunicação interpessoal, organização, responsabilidade, proatividade, trabalho em equipe e capacidade de adaptação. Dessa forma, a experiência proporcionou importante crescimento profissional e pessoal, além de contribuir para o fortalecimento dos conhecimentos e competências.

Ressalta-se que, em razão da natureza das atividades desenvolvidas, predominantemente relacionadas ao atendimento digital, à produção de conteúdos e à gestão das redes sociais da empresa, não foram realizados registros fotográficos do estagiário durante a execução das atividades. Assim, as imagens apresentadas neste relatório foram obtidas do perfil oficial do After Gastrobar no Instagram, sendo utilizadas para ilustrar a identidade visual, as ações de divulgação e a presença digital do estabelecimento.

5.1 IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA

5.1.1 Local do estágio e aspectos físicos da empresa

O Estágio Supervisionado Obrigatório foi realizado na empresa After Gastrobar, inscrita no CNPJ nº 42.218.740/0001-49, localizada na Rua Antônio de Luna Freire, nº 205, no município de Mari, estado da Paraíba. Fundada em 07 de junho de 2021, a empresa atua no segmento de alimentação e entretenimento, oferecendo serviços gastronômicos em um ambiente voltado ao lazer, à convivência social e à experiência do cliente. Desde o início de suas atividades, o After Gastrobar tem buscado consolidar sua atuação no mercado local por meio da qualidade dos produtos oferecidos, da excelência no atendimento e da utilização das redes sociais como ferramenta de divulgação e fortalecimento da marca. Ao longo de sua trajetória, o estabelecimento ampliou sua presença entre os consumidores da cidade e da região, tornando-se uma referência no segmento gastronômico local em razão da combinação entre atendimento, ambiente e estratégias de comunicação digital.

A empresa possui uma estrutura organizacional enxuta, composta por setores integrados de recepção, atendimento, cozinha, bar, administração e *marketing*, que atuam de forma coordenada para garantir a eficiência dos serviços prestados. Sua estrutura física é ampla e organizada, contando com salão interno, área externa destinada ao atendimento dos

clientes, cozinha equipada e bar com variedade de bebidas. Além da prestação de serviços presenciais, o After Gastrobar investe na divulgação de produtos, promoções e eventos por meio das redes sociais, especialmente o Instagram, fortalecendo o relacionamento com os clientes e ampliando sua visibilidade no mercado. Esses aspectos demonstram a preocupação da empresa com a inovação, a qualidade dos serviços e a melhoria contínua de seus processos, fatores que contribuem para sua competitividade e permanência no mercado.

A imagem a seguir apresenta a logomarca oficial do After Gastrobar, utilizada como principal elemento de identidade visual da empresa no Instagram. Sua aplicação nas redes sociais contribui para o fortalecimento da marca e para o reconhecimento do estabelecimento junto aos clientes.

Figura 1 - Logomarca do estabelecimento



Fonte: AfterGastrobar (2026)

A imagem abaixo apresenta a fachada do After Gastrobar, evidenciando a estrutura externa do estabelecimento. O ambiente foi planejado para oferecer conforto aos clientes e reforçar a identidade visual da empresa, constituindo o primeiro contato do público com o empreendimento.

Figura 2- Fachada da Empresa



Fonte: Acervo do autor (2026)

Já nesta imagem, é apresentado o perfil oficial do After Gastrobar na plataforma Instagram, principal canal utilizado pela empresa para divulgação de produtos, promoções e eventos. Durante o estágio, parte das atividades desenvolvidas esteve relacionada à produção e publicação de conteúdos para essa rede social, contribuindo para as estratégias de *marketing* digital e para o fortalecimento da comunicação com os clientes. Em razão dessa atuação, optou-se pela utilização de imagens do perfil oficial da empresa, que representam de forma mais adequada às atividades desenvolvidas no ambiente digital

Figura 3 - Perfil da empresa no Instagram



Fonte: Perfil oficial do AfterGastrobar no Instagram (2026)

Na sequência é ilustrado o ambiente de atendimento do After Gastrobar durante o funcionamento do estabelecimento. Além do atendimento presencial, as atividades desenvolvidas incluíram o registro de momentos do cotidiano da empresa para divulgação nas redes sociais, evidenciando a experiência proporcionada aos clientes e reforçando as estratégias de comunicação e relacionamento com o público.

Figura 4 - Registro de atendimento ao cliente



Fonte: Story do Instagram oficial do AfterGastrobar, captura de tela do autor (2026)

Nesta imagem a seguir apresenta um registro do processo de montagem e finalização de uma das bebidas comercializadas pelo After Gastrobar. Durante o estágio, foram realizados registros fotográficos e audiovisuais da preparação de bebidas e demais produtos do cardápio, utilizados na produção de conteúdos, como por exemplo: *Storys* do instagram da empresa.

Figura 5 - Registro de montagem de bebida



Fonte: Story do Instagram oficial do AfterGastrobar, captura de tela do autor (2026)

E por fim apresenta-se um exemplo de publicação utilizada para divulgar os pratos oferecidos pelo After Gastrobar.

Figura 6 - Demonstração de um dos pratos do cardápio



Fonte: Publicação do Instagram oficial do AfterGastrobar (2026)

5.1.2 Dados referentes ao estágio

O estágio foi desenvolvido no setor de Recepção e Atendimento da empresa After Gastrobar, no período de 12 de fevereiro de 2026 a 22 de abril de 2026, sob supervisão do administrador Giovanne Martins de Paiva Júnior e orientação acadêmica do professor Luiz Antônio Félix Júnior.

A carga horária semanal foi de 25 horas, cumprida no horário das 9h às 15h, totalizando aproximadamente 250 horas de atividades práticas. Durante esse período, foram desenvolvidas atividades relacionadas ao atendimento presencial ao cliente, recepção, organização do fluxo de atendimento, apoio às rotinas operacionais e administrativas, bem como à produção e publicação de conteúdos para as redes sociais da empresa, especialmente o Instagram. Também foram acompanhadas as interações dos clientes no ambiente digital, possibilitando a observação de seu comportamento de consumo e contribuindo para a aplicação de estratégias de *marketing* e relacionamento com o cliente, fortalecendo a formação acadêmica e profissional na área de Gestão Comercial.

5.1.3 Perfil da empresa

After Gastrobar é uma empresa privada do ramo de alimentação e entretenimento, fundada em 07 de junho de 2021. Sua atividade principal consiste na oferta de serviços gastronômicos e de lazer, buscando proporcionar aos clientes um ambiente agradável, atendimento de qualidade e experiências diferenciadas.

Além disso, é um estabelecimento que foca também no entretenimento dos seus clientes, oferecendo uma proposta que combina gastronomia, lazer e convivência em um ambiente moderno, acolhedor e acessível a diferentes públicos. Seu espaço foi planejado para atender desde grupos de amigos, casais e famílias, proporcionando conforto, qualidade no atendimento e uma experiência agradável aos clientes. Além dos serviços presenciais, a empresa utiliza as redes sociais como um importante canal de comunicação, divulgação de produtos e interação com o público, fortalecendo sua presença digital e ampliando seu relacionamento com os consumidores. Com foco na satisfação dos clientes, o After Gastrobar busca aliar inovação, qualidade e bom atendimento, consolidando-se como uma opção de lazer e gastronomia na cidade de Mari e região.

5.2 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

Durante o período de estágio supervisionado na empresa After Gastrobar, foram desenvolvidas atividades relacionadas ao atendimento ao cliente, à comunicação com o público e ao apoio às estratégias de *marketing* digital da empresa, proporcionando uma experiência prática voltada à aplicação dos conhecimentos adquiridos ao longo do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial. As atividades envolveram tanto o atendimento presencial quanto o acompanhamento das ações de divulgação realizadas por meio das redes sociais, permitindo compreender diferentes formas de relacionamento entre a empresa e seus consumidores.

Entre as principais atividades desenvolvidas destacam-se a produção e publicação de conteúdos para o perfil oficial do After Gastrobar no Instagram, a divulgação de produtos, promoções e eventos, o registro fotográfico e audiovisual de bebidas, pratos e do ambiente do estabelecimento, além do acompanhamento da interação dos clientes nas plataformas digitais. Essas ações possibilitaram observar o comportamento do consumidor, identificar o alcance das publicações e compreender a importância do *marketing* digital como ferramenta de fortalecimento da marca, fidelização dos clientes e divulgação dos serviços oferecidos.

No atendimento presencial, foram realizadas atividades de recepção e acolhimento dos clientes, orientação quanto aos serviços oferecidos, organização do fluxo de atendimento e apoio às rotinas operacionais do estabelecimento. Essas experiências contribuíram para o desenvolvimento da comunicação interpessoal, da cordialidade, da organização e da capacidade de resolução de situações cotidianas, reforçando a importância da qualidade do atendimento para a satisfação dos consumidores.

As atividades desenvolvidas permitiram relacionar, na prática, conhecimentos adquiridos nas disciplinas de *marketing*, comportamento do consumidor, gestão de serviços, atendimento ao cliente e comunicação organizacional, evidenciando a integração entre teoria e prática. A experiência também possibilitou compreender como as estratégias digitais complementam o atendimento presencial, ampliando o relacionamento da empresa com o público e contribuindo para sua competitividade no mercado.

Como aspectos positivos, destacam-se a oportunidade de participar das estratégias de comunicação da empresa, o desenvolvimento de competências relacionadas ao *marketing* digital, à organização, à criatividade, ao trabalho em equipe e ao relacionamento com os clientes.

Entre os desafios encontrados, destacam-se as dificuldades iniciais relacionadas à

adaptação às rotinas de trabalho e à execução correta de algumas atividades. Entretanto, com o passar do tempo e a aquisição de experiência prática, essas dificuldades foram superadas, permitindo maior segurança e eficiência no desempenho das funções.

Outro ponto relevante foi o aumento do movimento nos finais de semana, período em que o estabelecimento recebia um número maior de clientes. Essas situações exigiam maior organização, agilidade e capacidade de comunicação, contribuindo significativamente para o desenvolvimento profissional do estagiário.

De modo geral, o estágio proporcionou uma experiência enriquecedora, permitindo aplicar os conhecimentos teóricos em situações reais, desenvolver competências técnicas e comportamentais e compreender a importância da integração entre atendimento ao cliente, *marketing* digital e gestão comercial para o fortalecimento da imagem da empresa e a satisfação dos consumidores.

6 CONCLUSÃO

A realização do Estágio Supervisionado Obrigatório no After Gastrobar representou uma etapa importante na formação acadêmica e profissional, possibilitando a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos ao longo do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial. Os objetivos propostos neste relatório foram alcançados, uma vez que foi possível conhecer as características organizacionais da empresa, descrever as atividades desenvolvidas no setor de Recepção e Atendimento, relacionar a prática profissional aos conteúdos estudados durante a graduação e identificar as competências técnicas e comportamentais desenvolvidas ao longo do período de estágio.

A experiência permitiu compreender a importância da integração entre o atendimento ao cliente e as estratégias de *marketing* digital para o fortalecimento da imagem da empresa e para a fidelização dos consumidores. Além das atividades presenciais, a participação na produção e publicação de conteúdos para as redes sociais proporcionou uma visão mais ampla sobre a comunicação organizacional, o comportamento do consumidor e a utilização das mídias digitais como ferramentas estratégicas para divulgação de produtos, serviços e eventos. Esses conhecimentos complementaram os conteúdos estudados em disciplinas relacionadas ao *marketing*, gestão de serviços, atendimento ao cliente e comportamento do consumidor, evidenciando a relação entre teoria e prática.

Durante o estágio, também foram desenvolvidas competências como comunicação, organização, proatividade, criatividade, responsabilidade, trabalho em equipe e capacidade de adaptação, habilidades essenciais para a atuação do profissional de Gestão Comercial. Os desafios enfrentados contribuíram para o amadurecimento profissional, permitindo maior segurança na tomada de decisões e no desenvolvimento das atividades propostas.

Conclui-se, portanto, que o estágio supervisionado proporcionou uma experiência enriquecedora, ampliando a compreensão sobre a dinâmica das organizações e fortalecendo a formação acadêmica e profissional. Por fim, destaca-se a importância da continuidade da parceria entre a instituição de ensino e a empresa concedente, uma vez que experiências dessa natureza possibilitam aos estudantes vivenciar a realidade do mercado de trabalho, consolidar os conhecimentos adquiridos em sala de aula e desenvolver competências indispensáveis para o exercício da profissão.

REFERÊNCIAS

AFTER GASTROBAR (@aftergastrobar). **Estão preparados para viver essa experiência? Aguardem...** [Post]. Instagram, Mari, PB, 19 jul. 2022. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CgNjSLUODVi/?igsh=MWg4N2w2dTl2MjZ4bQ==>. Acesso em: 11 jul. 2026.

AFTER GASTROBAR (@aftergastrobar). **Perfil oficial no Instagram.** Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/aftergastrobar?igsh=N3lxM2xkZXBqcms2>. Acesso em: 11 jul. 2026.

AFTER GASTROBAR (@aftergastrobar). **Tábua de cupim - R\$ 49,99** [Post]. Instagram. Mari, PB, 6 jun. 2026. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DZAJwy9AM95/?igsh=MXV2MmQyMWgzbGZ5cg==>. Acesso em: 11 jul. 2026.

FERREIRA PINHO GAMA, Nathalia; NARDINI MARGUTTI, Auhana; KYOKO WADA, Elizabeth. Os fatores de hospitalidade percebidos pelos clientes em restaurantes. **RITUR - Revista Iberoamericana de Turismo**, [S. l.], v. 15, n. 3, p. 1–17, 2025. DOI: 10.28998/ritur.V15.N3.A2025.pp1-17.19675. Disponível em: <https://periodicos.ufal.br/ritur/article/view/19675>. Acesso em: 9 jul. 2026.

LIMA, Maria Socorro Lucena; PIMENTA, Selma Garrido. ESTÁGIO E DOCÊNCIA: DIFERENTES CONCEPÇÕES. **Póiesis Pedagógica**, Catalão, v. 3, n. 3 e 4, p. 5–24, 2006. DOI: 10.5216/rpp.v3i3e4.10542. Disponível em: <https://periodicos.ufcat.edu.br/index.php/poiesis/article/view/10542>. Acesso em: 10 jul. 2026.

OLIVEIRA, Keli de. **Recuperação de serviço no processo de atendimento em restaurante: estudo de caso em Porto Alegre**. 2002. Dissertação (Mestrado Profissionalizante em Engenharia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Escola de Engenharia, Porto Alegre, 2002. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/1728/000356261.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 9 jul. 2026.

RAMOS, Jaqueline de Lara; SILVA, Silmara Lara da; IBIAPINA, Iveltyma Roosemalen Passos. EFICIÊNCIA EM GESTÃO COMERCIAL: ESTRATÉGIAS E PRÁTICAS PARA O AUMENTO DA COMPETITIVIDADE NAS EMPRESAS. **REVISTA ACADÊMICA DA LUSOFONIA**, [S. l.], v. 2, n. 9, p. 1–25, 2025. DOI: 10.69807/2966-0785.2025.177. Disponível em: <https://revistaacademicadalusofonia.com/index.php/lusofonia/article/view/177>. Acesso em: 11 jul. 2026.