



**INSTITUTO  
FEDERAL**  
Paraíba

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

**CLAYRTON ALVES GOMES**

**RELATO DE ESTÁGIO NA EMPRESA SOLUTECH**

**GUARABIRA - PB**

**2026**



**CLAYRTON ALVES GOMES**

**RELATO DE ESTÁGIO NA EMPRESA SOLUTECH**

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**

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| G633r | <p>Gomes, Clayrton Alves</p> <p>Relato de estágio na empresa Solutech / Clayrton Alves Gomes - Guarabira, 2026.</p> <p>23f.; il.; color.</p> <p>Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo em Gestão Comercial). – Instituto Federal da Paraíba, Campus Guarabira, 2026.</p> <p>"Orientação: Profa. Ma. Hawylla Monteiro de Oliveira Rodrigues"</p> <p>Referências.</p> <p>1. Marketing 2. Marketing digital. 3. Solutech 4. Relatório de estágio. I. Título.</p> <p>CDU 658.8(0.067)</p> |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Elaborada por Ana Carine da Costa Gonçalves - CRB/15 - 676



**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) **CLAYRTON ALVES GOMES**, (202223800007) 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, tendo o aluno apresentado a versão final do relatório de estágio intitulado o **RELATO DE ESTÁGIO NA EMPRESA SOLUTECH**, protocolado para versão final. Desta forma, o relatório foi aprovado em 12 de Fevereiro de 2026 e definiu-se a seguinte nota: 95.

Guarabira/PB, 12 de Fevereiro de 2026.

HAWYLLA MONTEIRO DE  
OLIVEIRA  
RODRIGUES:1214105246  
7

Assinado de forma digital por  
HAWYLLA MONTEIRO DE OLIVEIRA  
RODRIGUES:12141052467  
Dados: 2026.02.12 11:56:31 -03'00'

\_\_\_\_\_  
**PROF. HAWYLLA MONTEIRO DE OLIVEIRA RODRIGUES**  
SIAPE Nº.3436249



**CLAYRTON ALVES GOMES**

**RELATO DE ESTÁGIO NA EMPRESA SOLUTECH**

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 12 de Fevereiro de 2026.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Profa. Me. Hawylla Monteiro de Oliveira Rodrigues (Orientadora - IFPB)

---

Raniery Bezerra da Silva (Supervisor do Estágio)

---

Thobias Apolonio Batista da Silva (Coordenador de Estágio - IFPB)



*Quero dedicar a todos que me apoiaram até aqui*

## **AGRADECIMENTOS**

Dedico este trabalho primeiramente, a Deus, por me conceder força, sabedoria e perseverança ao longo de toda essa trajetória acadêmica. Em seguida, expresso minha gratidão às pessoas que estiveram ao meu lado e me apoiaram nos momentos mais desafiadores, em especial à minha mãe e a Ellen, que sempre me incentivaram a persistir no curso.

Agradeço também ao meu primo Natan, que foi responsável por me encaminhar o edital do curso, contribuindo de forma decisiva para o início dessa jornada. Registro, ainda, meus sinceros agradecimentos a todos os motoristas que foram essenciais ao longo desse percurso, especialmente Edvan, Pedro, Núbio, Valério e Willian, que estiveram presentes de maneira constante e colaboraram significativamente para que eu pudesse seguir firme nessa caminhada.

Não poderia deixar de agradecer aos professores que, de alguma forma, contribuíram para minha formação acadêmica e profissional. Em especial, à professora Renata, que me acompanhou desde o início do curso, bem como aos professores Jaciara, Augusto e Eufrásio, que foram além do papel docente, atuando como colegas e importantes conselheiros ao longo do processo de aprendizagem.

Estendo meus agradecimentos aos colegas que conheci durante essa trajetória, os quais tornaram essa experiência mais leve e enriquecedora. Embora não seja possível mencionar todos, deixo meu agradecimento especial a Raniery, Pedro Henrique, Edner, Daniel, Igor, Isaac e aos demais que fizeram parte dessa caminhada.

Por fim, mas não menos importante, expresso meus agradecimentos à professora que conheci no final do curso, mas que se tornou fundamental para a conclusão dessa etapa: minha orientadora, Hawylla Monteiro, pelo apoio, dedicação, e contribuições essenciais para a realização deste trabalho.



“É justo que muito custe o que muito vale.”

Santa Teresa d'Ávila.



## RESUMO

O presente relatório tem como objetivo apresentar e descrever as atividades desenvolvidas durante o estágio supervisionado realizado no período de 08/10/2025 a 03/02/2026, na área de marketing da empresa Solutech, localizada na cidade de Guarabira, no estado da Paraíba. O documento contempla a caracterização da empresa, o contexto organizacional e as experiências práticas vivenciadas ao longo do estágio, com ênfase nas ações de comunicação digital, na gestão de conteúdos para mídias sociais e no atendimento ao público, tanto de forma presencial quanto digital. As atividades desenvolvidas possibilitaram a aplicação prática dos conhecimentos teóricos adquiridos no curso de Gestão Comercial, especialmente aqueles relacionados ao marketing digital, comportamento do consumidor e presença digital das marcas. Ao longo do estágio, foi possível compreender a relevância estratégica das mídias sociais como ferramentas de divulgação, relacionamento e fortalecimento da identidade da empresa, bem como sua contribuição para a ampliação do alcance e da visibilidade no mercado regional. Dessa forma, o relatório evidencia a integração entre teoria e prática, destacando a importância do estágio supervisionado para o desenvolvimento profissional.

**Palavras-chave:** Estágio supervisionado; Marketing digital; Comunicação digital; Mídias sociais; Gestão Comercial.



## ABSTRACT

This report aims to present and describe the activities carried out during the supervised internship undertaken from October 8, 2025, to February 3, 2026, in the marketing department of the company Solutech, located in the city of Guarabira, in the state of Paraíba, Brazil. The document includes a characterization of the company, the organizational context, and the practical experiences developed throughout the internship, with an emphasis on digital communication actions, social media content management, and customer service, both in person and through digital channels. The activities performed enabled the practical application of the theoretical knowledge acquired in the Commercial Management program, especially those related to digital marketing, consumer behavior, and brand digital presence. Throughout the internship, it was possible to understand the strategic relevance of social media as tools for promotion, relationship building, and strengthening the company's identity, as well as their contribution to expanding reach and visibility in the regional market. Thus, the report highlights the integration between theory and practice, emphasizing the importance of the supervised internship for professional development.

**Key-words:** Supervised internship; Digital marketing; Digital communication; Social media; Commercial Management.



## SUMÁRIO

|                                                      |    |
|------------------------------------------------------|----|
| <b>1 INTRODUÇÃO</b>                                  | 12 |
| <b>2 OBJETIVOS</b>                                   | 13 |
| <b>2.1 OBJETIVO GERAL</b>                            | 13 |
| <b>2.2 OBJETIVOS</b>                                 |    |
| ESPECÍFICOS                                          | 13 |
| <b>3 REFERENCIAL TEÓRICO</b>                         | 14 |
| 3.1 Impacto do Marketing Digital                     | 14 |
| 3.2 Aplicação do Marketing                           | 15 |
| 3.3 Presença Digital                                 | 16 |
| <b>4 RELATO DE ESTÁGIO</b>                           | 17 |
| <b>4.1 IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA</b>                  | 18 |
| 4.1.1 Local do estágio e aspectos físicos da empresa | 18 |
| 4.1.2 Dados referentes ao estágio                    | 18 |
| 4.1.3 Perfil da empresa                              | 19 |
| <b>4.2 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS</b>                  | 20 |
| <b>5 CONCLUSÃO</b>                                   | 21 |
| <b>REFERÊNCIAS</b>                                   | 22 |

## 1 INTRODUÇÃO

O estágio é uma atividade prevista na Lei nº 11.788/2008, de 25 de setembro de 2008, (Brasil, 2008) que regula essa atividade como algo importante para a formação do estudante. Essa vivência abre lacuna para a aplicação de conhecimento adquirido em aula, possibilitando o desenvolvimento do aluno. O presente relatório tem por objetivo apresentar as atividades desenvolvidas no período de 08/10/2025 a 03/02/2026, realizadas na área do marketing da empresa Solutech, que está localizada na cidade de Guarabira - PB.

A Solutech promove suas atividades visando a manutenção de alguns equipamentos eletrônicos, tais quais, computadores, notebooks, impressoras, além disso, a empresa trabalha com um sistema voltado ao gerenciamento de notas fiscais, auxiliando na gestão de outras empresas. Apesar de o foco está no setor técnico, o marketing ocupa um espaço importante na empresa, sendo responsável por promover os serviços através da divulgação de conteúdos variados, como rotina de trabalho, artes gráficas, memes e dicas sobre a manutenção de equipamentos

Conforme destacam Trindade e Taguchi (2024, p. 437), “o marketing digital redefine a forma como as empresas se conectam com seus consumidores, e seu impacto é crescente à medida que novas tecnologias emergem.” A interação do consumidor em mídias sociais digitais é essencial para atender um público cada vez mais informado e exigente". Essa abordagem está alinhada à atuação da Solutech, que utiliza meios, como estratégias para promover os serviços e manter um relacionamento com o cliente.

O estágio proporcionou uma vivência prática importante na área de marketing, permitindo compreender a relevância da comunicação digital e da presença estratégica nas redes sociais para o fortalecimento da marca. Por meio das atividades desenvolvidas, foi possível acompanhar de forma ativa a construção do posicionamento da empresa e suas ações para ampliar o alcance no mercado regional.

## **2 OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo geral**

Relatar as atividades desenvolvidas durante o estágio supervisionado na área de marketing da empresa Solutech, evidenciando a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos em sala de aula e a contribuição das ações de comunicação digital para o fortalecimento da marca e ampliação de sua presença no mercado regional.

### **2.2 Objetivos específicos**

- Analisar a importância das mídias sociais digitais no processo de comunicação e relacionamento com o público.
- Descrever as atividades realizadas no setor de marketing da empresa Solutech, destacando as práticas adotadas no ambiente organizacional.
- Demonstrar a aplicação dos conhecimentos adquiridos nas disciplinas do curso nas atividades práticas realizadas durante o estágio na Solutech.

### 3 REFERENCIAL TEÓRICO

#### 3.1 IMPACTO DO MARKETING DIGITAL

“O marketing digital, por meio de estratégias como redes sociais, marketing de conteúdo, e-commerce e anúncios personalizados, exerce uma influência direta nas preferências e comportamentos dos consumidores” (Trindade; Taguchi, 2024, p. 425). Nesse sentido, essa união de práticas beneficia o crescimento da marca, onde o marketing digital adota um papel relevante na construção de relacionamentos entre o prestador de serviço e o público, contribuindo para o fortalecimento do comércio.

Segundo Gonçalves e Mendes (2024), o marketing digital possui como uma de suas ramificações o *web marketing*, que consiste no uso de ferramentas e estratégias aplicadas no ambiente virtual para promover a comercialização de produtos e serviços.

Inserido no marketing digital, surgem ramificações que visam satisfazer as eventuais demandas do ambiente online, essa prática envolve a utilização de ferramentas de anúncios, monitorando métricas e eventualmente moldando um planejamento baseado nos resultados, abrindo lacunas para que as empresas investiguem formas eficientes de chegar ao seu público.

Segundo Pereira et al. (2023, p. 233), “as redes sociais exercem um papel fundamental na divulgação e promoção de produtos e serviços, pois permitem rapidez na resolução de dúvidas e oferecem uma visualização instantânea ao consumidor”. Essa presença demonstra que as mídias digitais não possuem uma limitação unicamente á meios de exposição, pois também funcionam como uma ponte entre o consumidor e a marca, fortalecendo a entrega de informações, possibilitando a influência na decisão de compra, bem como, impactando a forma como as empresas definem suas escolhas. Esse procedimento beneficia as organizações, ampliando a possibilidade de mudanças das suas práticas, conforme as novas demandas. Deste modo, se tornando indispensável o cenário de melhorias, através da presença da empresa nas mídias digitais.

### 3.2. APLICAÇÃO DO MARKETING

De acordo com Pereira et al. (2024), as redes sociais não são um fenômeno recente, pois surgem desde que as pessoas passaram a se reunir para trocar conversas. No entanto, os autores destacam que os avanços tecnológicos e a mobilidade digital ampliaram esse processo, permitindo interações instantâneas e acessíveis de praticamente qualquer lugar. Essa visão consolida o indicativo que as redes sociais, embora estejam presentes na sociedade há um longo período, apenas com as mídias digitais essa comunicação adquiriu um novo patamar, exercendo uma nova proporção com o avanço da tecnologia. O avanço tecnológico criou espaço para que as empresas se beneficiassem do marketing digital para desenvolver conteúdos concisos com seus consumidores, em paralelo, permitindo que marcas se consolidaram através das ferramentas digitais, possibilitando mudanças na interação, bem como, impactando diretamente a maneira como os indivíduos visualizam as empresas.

Conforme afirmam Silva et al. (2024), o marketing digital envolve um conjunto de ações planejadas especificamente para o ambiente online, no qual o consumidor passa a ter controle sobre a quantidade e o tipo de conteúdo que recebe. Os autores destacam ainda que os jovens representam o principal grupo presente no meio digital, por serem os maiores consumidores desse tipo de mídia, motivados pela praticidade, mobilidade e comodidade proporcionadas pelas plataformas digitais.

Nesse contexto, o marketing digital abrange diferentes formas de aplicações, indo além da divulgação, exercendo vetores na segmentação do público, na personalização do conteúdo e entre outros. Tal qual, as empresas, com melhor precisão, chegam ao seu público. Além disso, essa interação promove ajustes na forma como as empresas tornam o marketing digital essencial para o mercado. Essa abordagem cria um cenário onde as marcas, além de identificar estratégias mais adequadas, também consigam mensurar o impacto das ações mais assertivas, tornando o marketing digital um fator importante para o crescimento no mercado contemporâneo.

Gonçalves et al. (2024) destacam que o marketing digital ultrapassa a função comunicacional, tornando-se uma estratégia essencial para o fortalecimento das marcas, para o aumento das receitas e para a manutenção da sustentabilidade financeira. Segundo os autores, no cenário empresarial contemporâneo, essa abordagem constitui a base para a construção do sucesso das organizações.

As aplicações do marketing requerem diferentes informações para o fortalecimento da relação com o consumidor. Ao aplicar ferramentas digitais, as empresas passam a possuir a identificação de necessidades, possibilitando se adaptar. Desta forma, o marketing digital possui grande influência na vantagem competitiva, tal qual é um fator importante para a consolidação da mesma, mediante constantes mudanças.

“As redes sociais proporcionam um canal exclusivo para as empresas estabelecerem uma conexão direta com seus consumidores, estabelecendo assim um vínculo mais íntimo e personalizado” (Leite; Eufrásio, 2025, p. 20). A determinada conexão, bem explorada, exerce uma eficiência no uso do marketing digital, pois permite a fidelização, além da humanização nas comunicações digitais. Por meio de feedbacks e conteúdos direcionados, às organizações possuem espaços para criar o revigoramento das suas marcas, sendo assim, melhorando a experiência, que consequentemente influencia no valor percebido pelo público, tal qual, melhora a decisão de compra.

### 3.3 PRESENÇA DIGITAL

Segundo Silva e Valente (2024), o crescimento das plataformas de mídias sociais ampliou as oportunidades para que as empresas promovam seus produtos e serviços. Essa ampliação possibilita o cenário onde as empresas conseguem alcançar um público novo, de maneira mais eficaz e objetiva, contribuindo para a visibilidade online, além da expansão do engajamento com os seguidores, ademais, propiciando a construção de autoridade. As mídias digitais não se limitando apenas a promoção, também coletam dados de preferências e feedbacks, se beneficiando dessas informações para atender melhor às expectativas do público-alvo. Além disso, a presença ativa melhora a imagem, criando oportunidades de fortalecimento entre a empresa e o consumidor, de modo que as empresas mantenham relevantes estratégias para atrair cada vez mais um público mais conectado.

Segundo Pereira (2024, p. 14), “entender o comportamento do consumidor é uma atividade feita e discutida por vários empresários no mundo todo, entender, conhecer e chamar atenção deles para suas marcas é o objetivo das empresas.” A dedicação aos consumidores envolve criar experiências que buscam incentivar a sua fidelização, bem como o seu engajamento. Desta forma, entender o comportamento no meio digital reforça a conexão com público-alvo. Além disto, o monitoramento constante dispõe a empresa uma visão mais detalhada sobre como seu público reage a dessemelhantes conteúdos. A presença digital,

portanto, é relevante na interpretação de dados, para a abertura da capacidade de converter os mesmos em ações que gerem resultados. A edificação da frequência constante da empresa no meio digital produz o lembrete da sua posição no mercado, fortalecendo a percepção e criando uma identidade digital coerente com as necessidades do público, sendo capaz de atrair novos clientes de forma contínua.

Segundo Mendes (2024, p. 11), o “marketing digital beneficia tanto pequenas quanto grandes empresas, pois disponibiliza estratégias mensuráveis que possibilitam a realização de testes com menor investimento”. Dessa forma, o marketing digital oferece oportunidades para pequenas e grandes empresas, possibilitando um cenário de competição, ao passo que, quanto melhor a segmentação, maior é a eficiência estratégica. Ademais, a análise de métricas possibilita a flexibilização do uso de recursos para campanhas de divulgação, além de que, permite que as empresas possam visualizar os formatos, conteúdos e as tendências no âmbito do seu público, favorecendo a adaptação às mudanças de mercado. Com isso, o marketing propicia uma abordagem mais adequada perante as empresas, para alcançar seus objetivos.

Segundo Batista et al. (2023, p. 7), “o marketing configura-se como uma estratégia fundamental para organizações de diferentes portes, especialmente para pequenos empreendimentos, uma vez que favorece o aumento da visibilidade da marca, a atração de novos clientes e o crescimento das vendas”. Essa atuação do marketing digital se predomina de maneiras mais importante e eficaz, analisando que é um fator determinante para promoção eficaz do segmento. nesse contexto, estratégias alinhadas ao crescimento digital impulsionam a sustentabilidade do negócio. Além disto, a estratégia configura como investimento, não restringindo apenas a divulgação, como também inovação, garantindo uma predominância mensurável para a melhoria da empresa.

#### **4 RELATO DE ESTÁGIO**

Durante o estágio supervisionado na empresa Solutech, foi possível analisar e relatar as atividades desenvolvidas no setor de marketing, com ênfase na comunicação digital e no fortalecimento da marca no mercado regional. A vivência permitiu observar as práticas adotadas no ambiente organizacional, bem como as estratégias utilizadas para divulgação dos serviços e interação com o público por meio das mídias sociais, evidenciando a importância dessas ferramentas para a consolidação da presença digital da empresa.

Além disso, o estágio proporcionou a aplicação prática dos conhecimentos teóricos adquiridos no curso de Gestão Comercial, especialmente aqueles relacionados ao marketing e ao comportamento do consumidor. A articulação entre teoria e prática contribuiu para o

desenvolvimento profissional do estagiário, possibilitando compreender, de forma concreta, o papel do marketing digital no relacionamento com os clientes e na competitividade da organização.

#### **4.1 Identificação da empresa**

##### **4.1.1 Local do estágio e aspectos físicos da empresa**

Sendo realizado na empresa Solutech, localizada na Rua Quintino Bocaiúva, na cidade de Guarabira, no estado da Paraíba, o estágio ofereceu ao estagiário um espaço físico amplo, organizado e adequado para o desenvolvimento das atividades relacionadas à área de marketing, bem como aos demais serviços prestados pela empresa. A Solutech está devidamente registrada sob o CNPJ nº 52.150.619/0001-86, tendo como responsável legal o Sr. Raniery Bezerra da Silva. A estrutura física da empresa é qualificada para atender às demandas do público tanto de forma presencial quanto por meio digital, proporcionando um ambiente funcional que favorece o atendimento ao cliente, a produção de conteúdos digitais e a execução das atividades administrativas e de comunicação.

##### **4.1.2 Dados referentes ao estágio**

O estágio iniciou-se no ano de 2025, com duração de quatro meses e carga horária de 30 horas semanais, sob a supervisão do Sr. Raniery Bezerra da Silva e orientação acadêmica da professora Hawylla Monteiro de Oliveira Rodrigues, com previsão de encerramento no primeiro semestre de 2026. Durante esse período, o estágio na empresa Solutech proporcionou o desenvolvimento do estagiário por meio de atividades voltadas à criação e gestão de conteúdos para os meios digitais, utilizando principalmente as ferramentas da empresa Meta, como Instagram e WhatsApp, que se configuram como os principais canais de comunicação da organização. Dessa forma, o estagiário contribuiu diretamente para as ações de marketing da empresa. Ademais, o estágio contemplou o atendimento ao público, tanto no ambiente digital quanto no presencial, fortalecendo, por meio das práticas de marketing, uma comunicação positiva e alinhada à imagem institucional da Solutech.

##### **4.1.3 Perfil da empresa**

A Solutech é uma empresa que está em atividade há mais de 2 anos, sendo responsável pelo ramo de equipamentos tecnológicos, especificamente computadores, notebooks,

impressoras, controle de videogames (Xbox e Playstation) e complementos dos mesmos, como teclados, mouse, estéreos e gabinete. Onde a Solutech entra por meio da manutenção desses equipamentos e vendas dos mesmos, tendo um diferencial competitivo: o serviço intitulado “Leva e traz”, onde o cliente fica isento de ter que ir até a empresa para estar levando o equipamento.

Por meio desse serviço, o cliente recebe o equipamento em sua residência após a finalização do trabalho prestado pela Solutech. A empresa dispõe ainda de um sistema voltado ao controle de estoque e à emissão de notas fiscais, o qual é comercializado principalmente para pequenos empreendedores e pequenas e médias empresas da região. Tendo o marketing como principal estratégia de comunicação, a Solutech utiliza as redes sociais para divulgar seus produtos e serviços, fortalecendo o relacionamento com seu público-alvo.

Abaixo apresento uma foto de uma das artes desenvolvidas durante o período de estágio:

Figura 1 - Design feito para divulgação de serviços:



Fonte: Instagram da Solutech (2025)

Destaca-se que, durante o estágio na empresa Solutech, foi possível utilizar as publicações visuais como estratégia de observação e coleta de informações sobre o comportamento do público nas redes sociais. A partir da análise do desempenho das imagens

publicadas, considerando métricas como curtidas, comentários, compartilhamentos e alcance, foi possível identificar padrões de interação, preferências do público e maior engajamento com determinados tipos de conteúdo. Essa prática permitiu compreender como as mídias sociais atuam como um canal direto de comunicação entre a empresa e seus consumidores, fortalecendo o relacionamento, aproximando a marca do público e fornecendo dados relevantes para o direcionamento das estratégias de marketing digital adotadas pela Solutech.

#### **4.2 Atividades desenvolvidas**

As atividades desenvolvidas durante o estágio concentraram-se, majoritariamente, na área de marketing, tendo como principal foco a criação e o gerenciamento de conteúdos digitais para os perfis da empresa no Instagram e no WhatsApp, que se configuram como os principais canais de comunicação da Solutech. Entre as atribuições do estagiário estiveram o desenvolvimento de artes visuais e a publicação de conteúdos variados, tais como dicas de manutenção de equipamentos, curiosidades relacionadas à tecnologia e materiais com abordagem leve, como memes alinhados ao segmento. Além disso, foi realizado o acompanhamento das interações dos usuários nas redes sociais, utilizando métricas de engajamento como base para a definição de parâmetros e elaboração de planos de ação voltados à produção de novos conteúdos, visando maior alcance e envolvimento do público.

Tanto no ambiente digital quanto de forma presencial, houve o atendimento ao público nas atividades do estagiário, prestando esclarecimentos, repassando orçamentos e orientando os clientes acerca dos serviços oferecidos pela empresa. Essas atividades contribuíram significativamente para o desenvolvimento de competências relacionadas ao marketing e ao comportamento do consumidor, ao possibilitar o contato direto com o público e a compreensão de suas necessidades e expectativas.

O estágio demonstrou-se diretamente alinhado às disciplinas cursadas ao longo da graduação, especialmente Informática Aplicada, Plano de Negócios e Administração de Marketing, uma vez que permitiu a aplicação prática de conhecimentos sobre uso de ferramentas digitais, planejamento estratégico, análise de mercado e posicionamento de marca.

## 5 CONCLUSÃO

O estágio realizado na empresa Solutech, localizado no município de Guarabira–PB, representou uma etapa importante no processo de formação acadêmica e profissional do estagiário. A oportunidade de aprendizado no contexto prático abriu a oportunidade do contato direto com a realidade do empreendedor, principalmente no setor de marketing, permitindo o entendimento de como as estratégias de comunicação digital são planejadas, no contexto real. O desenvolvimento no uso das mídias digitais, alinhado com o atendimento ao público, houve uma elevação na compreensão da importância do marketing como ferramenta relevante, tanto para o desenvolvimento de uma marca, tal qual para o fortalecimento do relacionamento com os clientes.

Ao longo do estágio, foi possível usar os conhecimentos teóricos adquiridos no curso de Gestão Comercial, sobretudo aqueles com relação ao marketing, comportamento do consumidor e comunicação organizacional, promovendo uma aproximação entre teoria e prática. As atividades desenvolvidas, como a criação de conteúdos digitais, e o atendimento aos clientes de forma presencial e online, contribuíram para o desenvolvimento de competências profissionais, tais como criatividade, organização, análise de resultados e postura ética no atendimento ao público.

Ademais, a vivência prática permitiu entender acerca da presença digital para empresas que atuam em mercados cada vez mais competitivos, evidenciando que o uso método como usado as mídias sociais vai além da simples divulgação de produtos e serviços, tornando-se um diferencial competitivo. Nesse sentido, o estágio proporcionou uma visão mais ampla sobre o papel do marketing digital na construção da imagem institucional, no aumento da visibilidade da empresa e na ampliação de sua atuação no mercado regional.

Por fim, conclui-se que o estágio atingiu seus objetivos ao proporcionar aprendizado prático e contínuo, aperfeiçoando profissionalmente o estagiário no marketing digital aplicado à realidade empresarial. A experiência agregou de forma relevante para a formação do estagiário, preparando-o para os desafios do mercado de trabalho e reforçando a importância do estágio supervisionado como instrumento essencial de qualificação profissional e desenvolvimento acadêmico.

## REFERÊNCIAS

BATISTA, Bruna da Silva; SILVA, Tayze Andreza da; MENDES, Ijosiel; SILVA, Suéllen Danúbia da; MARSOLI, Glaucimarcos Fakine; PEREIRA, Jairo Antonio Bertelli Francisco Gabaldi. A IMPORTÂNCIA DO MARKETING DIGITAL PARA PEQUENOS NEGÓCIOS. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 9, n. 4, p. 703–715, 2023. DOI: 10.51891/rease.v9i4.9257. Disponível em:

<https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/9257>. Acesso em: 2 set. 2025.

BRASIL. **Lei nº 11.788, de 25 de setembro de 2008**. Dispõe sobre o estágio de estudantes; altera a redação do art. 428 da Consolidação das Leis do Trabalho – CLT. Presidência da República, 2008. Disponível em:

[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2008/Lei/L11788.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11788.htm). Acesso em: 2 set. 2025.

DA SILVA, M. de F. C.; SANTOS, G. de S.; FERNANDES, P. D.; ARAÚJO, T. F. M. Marketing digital e o uso das redes sociais no agronegócio brasileiro. **Revista Foco**, v. 17, n. 3, p. e4539, 2024. DOI: 10.54751/revistafoco.v17n3-005. Disponível em: <https://ojs.focopublicacoes.com.br/foco/article/view/4539>. Acesso em: 22 ago. 2025.

GONÇALVES, J. P. et al. A importância das redes sociais na construção da imagem de marca, 2024. **Trabalho de conclusão de curso** (Curso Técnico em Administração) - Escola Técnica Estadual ETEC de Sapopemba (Fazenda da Juta - São Paulo), São Paulo, 2024.

GONÇALVES, Loumar Barbosa; MENDES, Tatiana Dornelas de Oliveira. Poder do marketing digital. **Revista Vianna Sapiens**, v. 15, n. 1, p. 238-259, 2 ago. 2024. Instituto Vianna Junior Ltda. <http://dx.doi.org/10.31994/rvs.v15i1.991>. Disponível em: <https://www.viannasapiens.com.br/revista/article/view/991>. Acesso em: 20 ago. 2025.

LEITE Alzirene Brandão; EUFRÁSIO, Valéria Lima. Marketing digital e o comportamento do consumidor: Um estudo com usuários do Instagram em Uruçuí. 2025. 37 f. **Monografia** (Bacharelado em Administração) - Universidade Estadual do Piauí, Uruçuí, 2025.

MENDES, Joice Soares. Marketing Digital: um estudo de caso da empresa BS Presentes. 2024. 26 f. **Trabalho de Conclusão de Curso** (Graduação em Administração) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2024.

NEGÓCIOS. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 9, n. 4, p. 703-715, 29 abr. 2023. Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciencias e Educacao. <http://dx.doi.org/10.51891/rease.v9i4.9257>.

PEREIRA, Leila Fernandes; VIAIS NETO, Daniel dos Santos; FERNANDES, Carolina Martins; VIAIS, Matheus dos Santos. Estratégias de marketing digital: Estudo de caso em um posto de combustível. **Revista Alomorfia**, v. 8, n. 2, p. 92–108, 2024. Disponível em: <https://www.alomorfia.com.br/index.php/alomorfia/article/view/344>. Acesso em: 22 ago. 2025.

PEREIRA, Gabrielle Mariana. Aplicação de mineração de dados na descoberta de perfis de consumidores do comércio eletrônico da comunidade UFU de monte carmel. 2024, 62 f. **Trabalho de Conclusão de Curso** (Graduação em Sistemas de Informação) - Universidade Federal de Uberlândia, Monte Carmelo, 2024.

PEREIRA, Ricardo; ROSA, K. M.; REIS, C. S.; CAVALHERO, A.; SCREMIN, L. B.; SILVA, F. R.; CARDOSO, R. E.; MORAIS, F. P.; BANHÔTE, M. P.; PEREIRA, E. S.; EFFEL, P. S.; FIALHO, F. A. P.; SANTOS, N. **Perspectivas em engenharia, mídias e gestão do conhecimento**, v.6. Florianópolis, Sc: Arquétipo, 2025. 282 p. Disponível em: <https://editoraarquetipos.com.br/>. Acesso em: 25 ago. 2025.

SILVA, Maria de Fátima Caetano da; SANTOS, Germínia de Souza; FERNANDES, Pedro Dantas; ARAËJO, Túlio Farias Montenegro. Marketing digital e o uso das redes sociais no agronegócio brasileiro. **Revista Foco**, v. 17, n. 3, p. 1-8, 1 mar. 2024. South Florida Publishing LLC. <http://dx.doi.org/10.54751/revistafoco.v17n3-005>.

SILVA, Ewerton Bermejo da; VALENTE, Vânia Cristina Pires Nogueira. A influência das mídias sociais na comunicação empresarial moderna. **Caderno Pedagógico**, v. 21, n. 5, p.

1-24, 14 maio 2024. South Florida Publishing LLC.  
<http://dx.doi.org/10.54033/cadpedv21n5-098>.

TRINDADE, Vitória Roberta; TAGUCHI, Renato Leandro. O impacto do marketing digital no comportamento do consumidor. **Zenodo**, v. 2, n. 5, p. 423-440, 24 nov. 2024. Zenodo.  
<http://dx.doi.org/10.5281/ZENODO.14212643>.