



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

MARIA LETÍCIA VICENTE GALDINO

**RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE ESTÁGIO DESENVOLVIDO NA LOJA TAMY
MAGALHÃES**

GUARABIRA - PB

2026



MARIA LETÍCIA VICENTE GALDINO

**RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE ESTÁGIO DESENVOLVIDO NA LOJA TAMY
MAGALHÃES**

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.

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA DO IFPB - GUARABIRA

G149r Galdino, Maria Letícia Vicente
Relatório de atividades de estágio desenvolvido na loja Tamy Magalhães
/ Maria Letícia Vicente Galdino, 2026.
29f.; il.; color.

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

"Orientação: Profa. Dra. Taysa Tamara Viana Machado"

Referências.

1. Administração de empresa. 2. Verejo. 3. Controle financeiro. 4.
Atendimento ao cliente. 5. Relatório de estágio. I. Título.

CDU 658.87(0.067)

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) MARIA LETÍCIA VICENTE GALDINO (202323800030) 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 Relatório de atividades de estágio desenvolvido na loja Tamy Magalhães, protocolado para versão final. Desta forma, o relatório foi aprovado em 23 de julho de 2026 e definiu-se a seguinte nota: 100.

Guarabira/PB, 24 de julho de 2026.



Documento assinado digitalmente

TAYSA TAMARA VIANA MACHADO

Data: 24/07/2026 11:54:45-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

**PROF. TAYSA TAMARA VIANA MACHADO
SIAPE N.º.
2041935**



MARIA LETÍCIA VICENTE GALDINO

**RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE ESTÁGIO DESENVOLVIDO NA LOJA TAMY
MAGALHÃES**

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 24 de julho de 2026.

BANCA EXAMINADORA



Documento assinado digitalmente
TAYSA TAMARA VIANA MACHADO
Data: 28/07/2026 13:14:00-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Taysa Tamara Viana Machado
(professora orientadora)



Documento assinado digitalmente
TAMYRIS MAGALHAES LIRA
Data: 29/07/2026 16:26:50-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Tamires Magalhães Lira
(supervisora do estágio)



Documento assinado digitalmente
TANNISSA LUANNA CARDOSO DE ARAÚJO
Data: 30/07/2026 18:28:40-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Tannissa Luanna Cardoso de Araújo
(coordenadora de estágio)



Dedico este trabalho à minha avó, exemplo de força, determinação e amor, que sempre acreditou no meu potencial e me incentivou a nunca desistir dos meus sonhos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por me conceder saúde, força e sabedoria para superar os desafios encontrados ao longo desta trajetória acadêmica.

À minha avó, Mercês, pelo amor, incentivo e confiança depositados em mim em todos os momentos. Com seu apoio, compreendi que jamais estaria sozinha durante essa caminhada. Sua presença constante, seus conselhos e seu carinho foram fundamentais para que eu seguisse em frente diante das dificuldades.

Ao meu noivo, Gustavo, pelo apoio, compreensão e incentivo durante toda a trajetória acadêmica. Por muitas noites, mesmo após longos dias de trabalho, fez questão de me levar ao campus e aguardar o término das aulas, para que eu não dependesse exclusivamente do transporte público. Sua dedicação, paciência e companheirismo foram essenciais para a concretização desta conquista.

À professora orientadora Taysa Tamara Viana Machado, pela orientação, dedicação e valiosas contribuições para a realização deste trabalho. Seu suporte e incentivo foram fundamentais para que eu pudesse concluir esta importante etapa da minha formação.

À empresa Tamy Acessórios, pela oportunidade de realização do estágio e pelos conhecimentos compartilhados não apenas durante esse período, mas ao longo dos anos de convivência profissional. Essa experiência contribuiu significativamente para minha formação e para a profissional que me tornei.

Por fim, agradeço aos meus colegas e a todas as demais pessoas que, de alguma forma, contribuíram para meu crescimento acadêmico, profissional e pessoal. O apoio, o incentivo e as palavras de motivação de cada um foram importantes para que eu permanecesse firme e conseguisse chegar até aqui.



"Consagre ao Senhor tudo o que você for fazer,
e os seus planos serão bem-sucedidos."
(*Provérbios 16:3*)

RESUMO

O presente relatório descreve as atividades de estágio supervisionado realizadas na empresa Tamy Acessórios, no município de Areia-PB, como requisito para a conclusão do curso de Tecnologia em Gestão Comercial do IFPB. O estágio ocorreu entre março e maio de 2026, totalizando 300 horas dedicadas aos setores comercial e financeiro. O objetivo geral foi relatar a aplicação prática dos conhecimentos acadêmicos nas rotinas de uma organização varejista. A metodologia consistiu na vivência direta das operações, com foco no atendimento ao cliente (presencial e digital), controle de fluxo de caixa pelo sistema Nex e auxílio na conciliação financeira. Os resultados demonstram que a articulação entre teoria e prática permitiu o desenvolvimento de competências estratégicas, como análise de rotinas empresariais e resolução de conflitos. Conclui-se que a experiência foi fundamental para a transição de uma visão operacional para uma perspectiva de gestão, evidenciando a importância do controle financeiro rigoroso e do relacionamento com o cliente para a sustentabilidade do negócio no mercado local.

Palavras-chave: Gestão Comercial. Varejo. Controle Financeiro. Atendimento ao Cliente. Estágio Supervisionado.

ABSTRACT

This report describes the supervised internship activities carried out at the company Tamy Acessórios, in the city of Areia-PB, as a requirement for completing the Technology in Commercial Management course at IFPB. The internship took place between March and May 2026, totaling 300 hours dedicated to the commercial and financial sectors. The general objective was to report the practical application of academic knowledge in the routines of a retail organization. The methodology consisted of direct experience of operations, focusing on customer service (in-person and digital), cash flow control through the Nex system, and assistance in financial reconciliation. The results demonstrate that the articulation between theory and practice allowed the development of strategic skills, such as analysis of business routines and conflict resolution. It is concluded that the experience was fundamental for the transition from an operational view to a management perspective, highlighting the importance of rigorous financial control and customer relationships for business sustainability in the local market.

Key-words: Commercial Management. Retail. Financial Control. Customer Service. Supervised Internship.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CEO – *Chief Executive Officer* (Diretor Executivo)

CNPJ – Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica

DF – Distrito Federal

IFPB – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba

PB – Paraíba

PIX – Pagamento Instantâneo

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 OBJETIVOS	11
2.1 Objetivo geral	11
2.2 Objetivos específicos	11
3 JUSTIFICATIVA	12
4 REFERENCIAL TEÓRICO	14
4.1 Gestão financeira	14
4.3 Conciliação financeira	14
4.3 Atendimento ao público	15
5 RELATO DE ESTÁGIO	17
5.1 Identificação da empresa	17
5.1.1 Dados referentes ao estágio	17
5.1.2 Perfil da empresa	18
5.1.3 Evolução histórica da organização	19
5.2 Atividades desenvolvidas	20
5.2.1 Atendimento aos clientes	20
5.2.2 Controle do fluxo de caixa	22
5.2.3 Conferência de pagamentos e conciliação financeira	23
6 CONCLUSÃO	26
REFERÊNCIAS	28

1 INTRODUÇÃO

No estágio supervisionado, a fase prática surge como parte essencial na trajetória universitária e profissional, já que permite conectar conhecimentos teóricos com experiências práticas. Ao imergir nesse momento, o aluno enfrenta cenários reais dentro de organizações, fortalece habilidades técnicas além das interpessoais. A vivência traz à tona também a responsabilidade ética exigida na carreira, sobretudo quando se lida com gestão estatal - apontam autores como Pimenta e Lima (2012), assim como documentos oficiais brasileiros (2008).

Entre 1º de março e 25 de maio de 2026, ocorreu o estágio com carga horária total de trezentas horas - vinte e cinco por semana - na Tamy Acessórios. Localizada em Areia, estado da Paraíba, a empresa acolheu a experiência nas áreas de vendas e gestão de finanças. Quem acompanhou diretamente foi Tamyris Magalhães, executiva responsável pela equipe lá dentro. Já no Instituto Federal da Paraíba, os detalhes pedagógicos seguiram pelas mãos da docente Taysa Tamara Viana Machado. O tempo todo houve articulação entre prática real e suporte institucional.

No estágio, cuidar do dinheiro que entra e sai foi uma das tarefas principais. Atender pessoas presencialmente ou pela internet também fez parte da rotina diária. Checar contas e garantir pagamentos aconteceu com frequência ao longo do período. Trabalhar com vendas envolve atenção constante às necessidades dos clientes. Apesar disso, ajudar em assuntos ligados à gestão trouxe novos aprendizados práticos. Conviver num espaço corporativo exigiu disciplina desde os primeiros dias. Manter tudo organizado passou a ser natural com o tempo. A responsabilidade surge não por imposição, mas pelo compromisso sentido na prática. Observar como as empresas funcionam levou a reflexões sobre processos internos.

Cada habilidade construída se conecta diretamente ao conteúdo estudado antes. A gestão de vendas teve papel central nesse processo de aplicação real e o controle financeiro mostra-se essencial fora do ambiente acadêmico. O contato direto com o dia a dia reforçou mais do que qualquer livro poderia reforçar.

A Tamy Acessórios trabalha com venda direta ao consumidor. Produtos oferecidos incluem fragrâncias, itens de beleza, sapatos etc., além disso há artigos para homens e mulheres. O foco está nas pessoas da região central da cidade.

A Tamy Acessórios iniciou suas atividades em pequena escala, realizando vendas de forma direta e itinerante. Com o passar do tempo, a empresa expandiu suas operações e estabeleceu um espaço físico para atendimento ao público. Paralelamente, fortaleceu sua presença no ambiente digital, ampliando a divulgação de seus produtos, oferecendo preços competitivos e desenvolvendo uma identidade própria na comunicação com os clientes. Como resultado desse processo de crescimento, consolidou-se como um estabelecimento reconhecido no comércio local.

A oportunidade de estágio surgiu em uma empresa na qual já havia experiência anterior, embora em setores distintos. O conhecimento prévio da equipe e da dinâmica organizacional contribuíram para uma adaptação mais rápida às atividades desenvolvidas. A vivência proporcionou maior compreensão dos processos internos da organização, além de favorecer o desenvolvimento de novas competências, especialmente nas áreas de vendas e gestão financeira.

Este relatório está estruturado em cinco seções. A primeira apresenta a introdução, contemplando a contextualização da experiência de estágio, os objetivos do trabalho e sua justificativa. A segunda reúne o referencial teórico que fundamenta as atividades desenvolvidas durante o estágio. Na terceira seção, são apresentadas as principais informações sobre a organização concedente, incluindo seu histórico, estrutura e área de atuação. A quarta seção descreve as atividades realizadas durante o estágio supervisionado. Por fim, a quinta seção apresenta as considerações finais, reunindo as principais reflexões decorrentes da experiência.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo geral

Descrever as atividades realizadas durante o estágio nos setores financeiro e comercial da loja Tamy Magalhães, localizada no município de Areia-PB, destacando a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos ao longo do curso de Gestão Comercial.

2.2 Objetivos específicos

- a) Apresentar a trajetória, as principais características e o desenvolvimento da empresa Tamy Magalhães.
- b) Relatar as atividades e ações desempenhadas nos setores de finanças e vendas durante o período de estágio.
- c) Evidenciar as competências e habilidades comportamentais desenvolvidas por meio da experiência prática vivenciada no estágio.

3 JUSTIFICATIVA

O Estágio Supervisionado constitui uma etapa de extrema importância na formação do estudante de nível superior, uma vez que muitos conhecimentos teóricos somente são compreendidos de maneira efetiva por meio da prática profissional. Apesar de a trajetória profissional ainda estar em desenvolvimento, a experiência proporcionada pelo estágio permite perceber que os conteúdos estudados ao longo do curso contribuem significativamente para o desenvolvimento de competências técnicas, interpessoais e organizacionais, fortalecendo a relação entre o meio acadêmico e o mercado de trabalho. 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 se vinculam”.

No curso de Tecnólogo em Gestão Comercial, o estágio proporciona uma experiência prática importante, permitindo compreender de forma mais ampla os desafios e as demandas existentes no ambiente profissional.

Nesse contexto, a realização do estágio na loja Tamy Acessórios permitiu não apenas a aplicação dos conhecimentos administrativo-financeiros adquiridos ao longo do curso, mas também aprendizados e reflexões sobre a gestão de vendas no cotidiano de uma empresa, considerando que a gestão é acima de tudo, uma prática onde arte, ciência e experiência se encontram (Mintzberg, 1994).

A motivação para estagiar nesta empresa está associada à oportunidade de vivenciar as atividades essenciais do varejo, compreendendo desde o atendimento ao público às técnicas gerenciais financeiras, oferecendo um cenário real e ativo para o desenvolvimento do gestor.

A escolha pelos setores de vendas e finanças para a realização do estágio ocorreu em razão da importância estratégica dessas áreas para o desenvolvimento das atividades empresariais, principalmente por já existir um conhecimento prático prévio, possibilitando uma experiência ainda mais enriquecedora e diretamente relacionada à formação em Gestão Comercial. O estágio permitiu observar, sob uma nova perspectiva, práticas e conhecimentos que já faziam parte da vivência

cotidiana, ampliando a compreensão sobre a dinâmica organizacional e os desafios do ambiente profissional.

No setor de vendas, foi possível compreender aspectos relacionados ao atendimento ao cliente, organização de mercadorias e estratégias voltadas para a fidelização dos consumidores e aumento do faturamento. Já no setor financeiro, a experiência proporcionou conhecimentos sobre fluxo de caixa, controle de entradas e saídas, registros de pagamentos e acompanhamento de metas, contribuindo para uma compreensão mais ampla acerca do planejamento e funcionamento da empresa.

Dessa forma, o estágio supervisionado contribuiu significativamente para o desenvolvimento acadêmico, pessoal e profissional da estagiária, aproximando os conhecimentos teóricos adquiridos em sala de aula da prática vivenciada no ambiente organizacional.

4 REFERENCIAL TEÓRICO

4.1 Gestão financeira

De acordo com Gitman (2010), a gestão financeira pode ser compreendida como o conjunto de atividades relacionadas à obtenção e à utilização dos recursos financeiros, visando alcançar os objetivos da organização. Nesse sentido, o gestor financeiro desempenha um papel estratégico, sendo responsável por decisões que impactam diretamente a saúde financeira da empresa.

A gestão financeira reúne as práticas que as empresas utilizam para organizar, acompanhar e planejar o uso do dinheiro. Isso inclui observar as entradas e saídas de recursos, controlar despesas e receitas e analisar essas informações para ajudar na tomada de decisões dentro do negócio.

Quando a empresa faz uma boa administração financeira, ela consegue ter mais controle sobre suas atividades e evita problemas como gastos maiores do que o que está entrando. Uma ferramenta muito utilizada nesse processo é o fluxo de caixa, que permite acompanhar a movimentação de dinheiro no dia a dia e entender melhor a situação financeira da empresa.

No caso das empresas comerciais, a gestão financeira também está ligada ao acompanhamento das vendas, à organização dos registros e à análise dos resultados obtidos. Quando essas informações estão bem-organizadas, fica mais fácil planejar ações para o futuro e manter o funcionamento do negócio de forma equilibrada.

Assim, a gestão financeira vai além de apenas controlar o dinheiro. Ela envolve planejamento, organização e análise, que são fatores importantes para que a empresa continue funcionando de maneira estável e eficiente.

4.2 Conciliação financeira

A conciliação financeira é um processo utilizado pelas empresas para verificar se os registros das movimentações de dinheiro estão corretos. Consiste na comparação entre os registros internos da empresa e documentos como

comprovantes de pagamento, registros de vendas e extratos bancários, permitindo identificar divergências e garantir maior controle financeiro (BANCO DO BRASIL, 2023).

Esse processo é importante porque ajuda a identificar possíveis diferenças entre os valores registrados e os valores que realmente foram movimentados. Quando algum erro ou divergência aparece, é possível corrigi-lo rapidamente, evitando problemas na organização financeira da empresa.

O apoio na conciliação financeira inclui atividades como conferir valores recebidos, verificar pagamentos feitos, organizar comprovantes e analisar as movimentações registradas no caixa. Essas tarefas ajudam a manter as informações financeiras mais organizadas e atualizadas.

Além disso, a conciliação financeira também contribui para deixar as informações da empresa mais claras e confiáveis, permitindo que os responsáveis pela gestão tenham mais controle sobre os recursos e possam tomar decisões com mais segurança.

4.3 Atendimento ao público

O atendimento ao público é uma parte muito importante para empresas que lidam diretamente com clientes. Ele envolve o contato com as pessoas que procuram o estabelecimento, a apresentação de produtos, o esclarecimento de dúvidas e o auxílio durante o processo de compra.

Quando o atendimento é feito de forma atenciosa e respeitosa, o cliente tende a se sentir mais satisfeito e seguro para realizar a compra. Além disso, um bom atendimento ajuda a criar uma relação de confiança entre o cliente e a empresa. De acordo com Kotler e Keller (2012), a satisfação do cliente está relacionada ao desempenho percebido em comparação às suas expectativas, o que reforça a importância de um serviço de qualidade.

Para oferecer um atendimento de qualidade, os colaboradores precisam ter boa comunicação, paciência e capacidade de entender o que o cliente está procurando. Essas habilidades ajudam o profissional a indicar produtos ou serviços que realmente atendam às necessidades do consumidor.

No comércio, o atendimento também influencia diretamente na imagem da empresa. A maneira como o cliente é recebido pode determinar se ele voltará ao local ou até mesmo se irá recomendar o estabelecimento para outras pessoas, visto que clientes satisfeitos não apenas voltam a consumir, mas também indicam a empresa para outras pessoas (Keller, 2013).

Segundo Freemantle (1994, p.13):

O atendimento ao cliente é o teste final. Você pode fazer tudo em termos de produto, preço e marketing, mas, a não ser que você complete o processo com um atendimento ao cliente incrivelmente bom, corre o risco de perder negócios ou até mesmo sair do negócio.

Dessa forma, um atendimento eficiente não só ajuda a manter clientes fidelizados, como também evita a perda de vendas, além de aumentar as vendas e contribuir para a continuidade da empresa no mercado.

5 RELATO DE ESTÁGIO

Este capítulo apresenta o relato das atividades desenvolvidas durante o estágio supervisionado realizado na empresa Tamy Acessórios.

5.1 Identificação da empresa

A empresa Edvan Magalhães Lira, inscrita no CNPJ sob o nº 26.935.716/0001-74 (Figura 1), atua no segmento varejista sob o nome fantasia Tamy Acessórios. Localizada na Rua Epitácio Pessoa, nº 54, Centro, no município de Areia-PB, a organização possui atuação comercial no estado da Paraíba, desenvolvendo atividades voltadas ao comércio varejista de acessórios. A empresa busca oferecer produtos de qualidade, priorizando o atendimento ao cliente e a satisfação do consumidor. Seu público-alvo é composto, principalmente, por consumidores interessados em artigos de moda e acessórios. Atualmente, a organização conta com três colaboradores, contribuindo para o desenvolvimento do comércio local e para a geração de emprego e renda na região.

Figura 1 - Logomarca da loja Tamy Acessórios



Fonte: Acervo da empresa (2026)

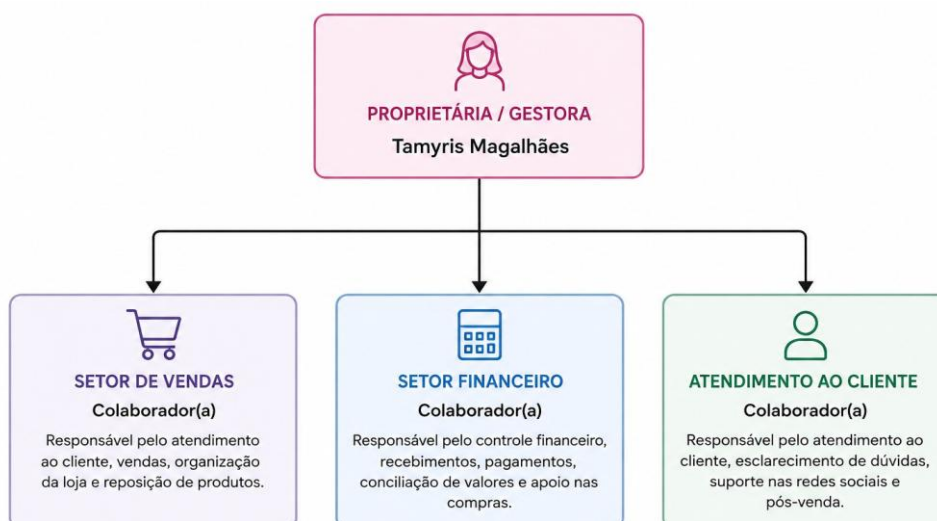
5.1.1 Dados referentes ao estágio

O Estágio com a data inicial 01/03/2026 com término 25/05/2026 com a carga horária de com 25h semanais e 300 horas totais supervisionado pela professora Taysa Tamara Viana Machado.

5.1.2 Perfil da empresa

A Tamy Acessórios é uma empresa de pequeno porte que atua no segmento varejista de perfumaria, cosméticos, calçados e acessórios femininos e masculinos. Sua estrutura organizacional (Figura 2) é enxuta, composta pela proprietária e por 3 colaboradores que desempenham atividades de atendimento ao cliente, vendas, organização de mercadorias, controle financeiro e divulgação dos produtos.

Figura 2 - Organograma da loja Tamy Acessórios



Fonte: Elaborado pela autora (2026).

A empresa atende consumidores do município de Areia-PB e de cidades circunvizinhas, oferecendo produtos diversificados e preços competitivos. Além do atendimento presencial em sua loja física, também realiza vendas por canais digitais, ampliando o alcance de seus produtos e facilitando a comunicação com os clientes.

No mercado em que atua, a organização busca diferenciar-se pela qualidade do atendimento, variedade de produtos disponíveis e pela proximidade com os consumidores. Esses fatores contribuem para a fidelização dos clientes e o fortalecimento da marca no comércio local. Em relação à sua estrutura administrativa, a empresa adota um modelo de gestão centralizado, no qual a

proprietária participa diretamente dos processos de compra, vendas, atendimento e acompanhamento financeiro, permitindo maior controle das operações e das estratégias comerciais.

5.1.3 Evolução histórica da organização

A Tamy Acessórios iniciou suas atividades por meio de vendas realizadas porta a porta, modelo que permitiu à empresa construir sua primeira base de clientes de forma direta e personalizada. O aumento expressivo da procura, impulsionado pelos preços acessíveis e pela facilidade de pagamento, levou à necessidade de expansão do negócio. Assim, a organização estabeleceu seu primeiro ponto físico, ampliando sua capacidade de atendimento e diversificando seu portfólio. Com o avanço das demandas do mercado, a empresa também passou a atuar no ambiente on-line, fortalecendo sua presença digital e ampliando o alcance dos seus produtos.

Ao longo do tempo, a empresa passou por mudanças significativas. Dentre as principais transformações, destacam-se: a transição do modelo exclusivamente porta a porta para uma loja física; a criação da presença digital por meio de loja on-line; a ampliação do portfólio, que inicialmente era voltado apenas para perfumaria e, posteriormente, passou a incluir cosméticos, calçados e acessórios; além do desenvolvimento de uma identidade sólida da marca no município em que atua. Paralelamente, houve aprimoramento no atendimento, tanto presencial quanto virtual, visando maior qualidade e proximidade com o cliente.

O crescimento da Tamy Acessórios ocorreu de forma gradual, acompanhando as mudanças no comportamento dos consumidores e as novas demandas do mercado. O aumento da procura pelos produtos comercializados possibilitou a ampliação do estoque, da variedade de mercadorias e dos canais de atendimento, fortalecendo sua atuação no comércio local. Além disso, a utilização das redes sociais contribuiu para ampliar a visibilidade da marca, facilitar a divulgação de produtos e promoções e estreitar o relacionamento com os clientes.

Atualmente, a Tamy Acessórios oferece perfumes nacionais e contratipos, cosméticos diversos, produtos de cuidados pessoais, calçados e acessórios, além de atendimento personalizado e consultoria de fragrâncias. A organização atua no setor de varejo de cosméticos, perfumaria, acessórios e calçados, atendendo

predominantemente o público local. Em relação ao seu posicionamento, destaca-se como uma loja de proximidade, reconhecida pela variedade de produtos, qualidade, preços competitivos e facilidade de pagamento, o que a tornou referência regional para consumidores que buscam opções de beleza e bem-estar.

5.2 Atividades desenvolvidas

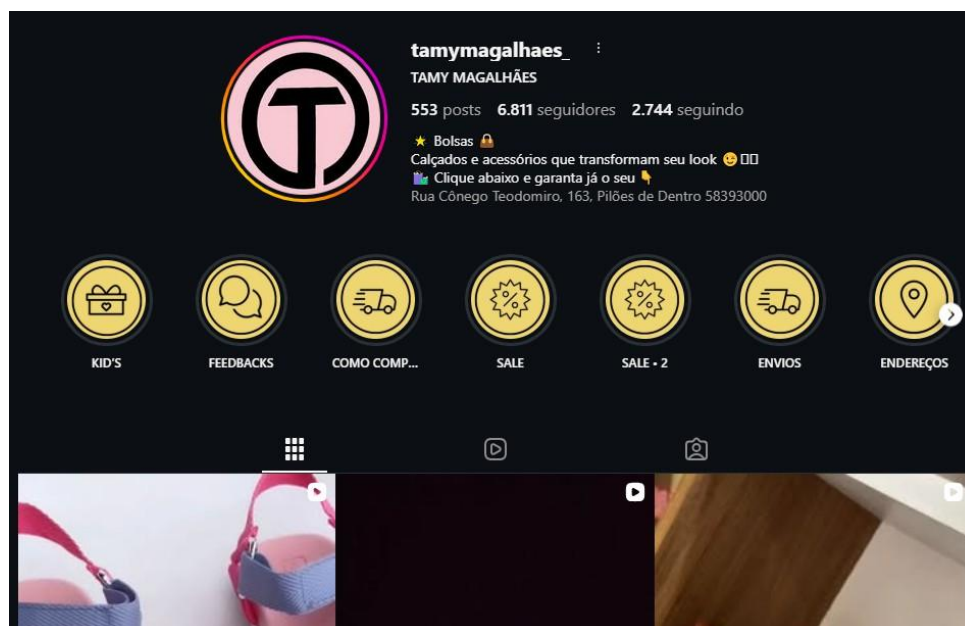
Durante o período de estágio, foram realizadas atividades de atendimento ao cliente tanto de forma presencial quanto por meio das redes sociais da empresa, com maior frequência através do Instagram e WhatsApp, principais canais de comunicação e vendas utilizados pela organização. A rotina envolvia o atendimento de diversos clientes diariamente, prestando orientações sobre os produtos comercializados, esclarecendo dúvidas e auxiliando os consumidores durante todo o processo de compra.

5.2.1 Atendimento aos clientes

Uma das principais atividades desenvolvidas consistia em auxiliar os clientes na escolha de perfumes, cosméticos, calçados e acessórios de acordo com suas preferências pessoais, necessidades e ocasiões específicas. Em muitos casos, os clientes buscavam sugestões para presentes, exigindo uma abordagem mais personalizada para identificar opções adequadas ao perfil da pessoa presenteada.

Além do atendimento direto, também foram desenvolvidas atividades relacionadas à divulgação de produtos e promoções nas redes sociais da empresa (Figura 3). A participação nessas ações permitiu compreender a importância das estratégias de comunicação digital para atrair clientes e fortalecer o relacionamento com o público. Outro aspecto relevante foi a colaboração na organização e exposição de mercadorias, incluindo a montagem de kits presenteáveis em datas comemorativas, contribuindo para a valorização dos produtos e para o aumento das vendas.

Figura 3 - acervo da empresa no instagram (2026)



Fonte: Tamy Magalhães (2026).

Também fazia parte da rotina o acompanhamento pós-venda, especialmente em situações envolvendo presentes para terceiros. Nesses casos, buscava-se verificar a satisfação do cliente e confirmar se o produto atendeu às expectativas, fortalecendo o relacionamento entre consumidor e empresa.

Quando surgiam situações de insatisfação, procurava-se compreender os motivos apresentados pelo cliente, oferecendo alternativas como a troca do produto quando necessário. Essa prática demonstrou a importância da escuta ativa, da empatia e da busca por soluções que garantam a satisfação do consumidor e a preservação da imagem da empresa.

A realização dessas atividades possibilitou o desenvolvimento de habilidades relacionadas à comunicação, negociação, relacionamento interpessoal, resolução de conflitos e fidelização de clientes. Além disso, foi possível observar na prática os conceitos apresentados por Kotler e Keller (2012), que destacam a satisfação do cliente como um dos fatores essenciais para o sucesso organizacional.

Como aspecto positivo, destaca-se a oportunidade de contato direto com diferentes perfis de consumidores, contribuindo para o aprimoramento contínuo das técnicas de atendimento e vendas. Como desafio, observou-se a necessidade de lidar com expectativas distintas, administrar situações de insatisfação e adaptar a

comunicação a cada cliente, demonstrando que o trabalho com o público exige constante preparo profissional e equilíbrio emocional.

Ao comparar a teoria estudada durante o curso com a realidade observada na empresa, verificou-se que o atendimento ao cliente vai além da simples venda de produtos. A necessidade de compreender as preferências dos consumidores, oferecer soluções personalizadas e ao acompanhar a satisfação após a compra demonstrou a importância do relacionamento com o cliente para a fidelização e para o fortalecimento da marca no mercado.

5.2.2 Controle do fluxo de caixa

Durante o período de estágio, uma das atividades desenvolvidas no setor financeiro foi o acompanhamento e controle do fluxo de caixa da empresa. Essa atividade tinha como objetivo registrar e monitorar diariamente as entradas e saídas de recursos financeiros, contribuindo para a organização e o controle das movimentações realizadas pela empresa.

O controle era realizado por meio do sistema Nex, utilizado para registrar as vendas e movimentações financeiras, e também por meio de um caderno de fluxo de caixa, que servia como instrumento complementar de conferência e controle. Essa dupla verificação permitia maior segurança e confiabilidade das informações registradas.

A abertura do caixa ocorria três vezes ao dia: no início do expediente, no intervalo para almoço e ao final do expediente. Em cada conferência eram verificados os valores existentes no caixa, comparando-os com os registros realizados no sistema e no controle manual. Além disso, era realizada a conferência diária do valor total vendido, permitindo acompanhar o desempenho das vendas e identificar possíveis divergências nos registros.

A participação nessa atividade possibilitou compreender, na prática, a importância da gestão financeira para o funcionamento das organizações. Conforme discutido por Gitman (2010), o controle das informações financeiras é fundamental para o acompanhamento dos resultados e para a tomada de decisões estratégicas. Nesse sentido, o fluxo de caixa mostrou-se uma ferramenta essencial para a

organização financeira da empresa, permitindo maior controle sobre os recursos disponíveis.

Como aprendizado, destaca-se o desenvolvimento de habilidades relacionadas à organização, responsabilidade, atenção aos detalhes e análise das informações financeiras. Como aspecto positivo, observou-se que a realização de conferências periódicas ao longo do dia contribui para reduzir erros e aumentar a confiabilidade dos registros financeiros da empresa.

A prática permitiu perceber que o controle financeiro diário é indispensável para a organização empresarial. Embora os conceitos apresentados na literatura possam parecer simples, a rotina da empresa demonstrou que a conferência constante dos registros financeiros é fundamental para evitar erros e garantir informações confiáveis para a gestão.

5.2.3 Conferência de pagamentos e conciliação financeira

Outra atividade desenvolvida durante o estágio foi a conferência de pagamentos e o apoio ao processo de conciliação financeira da empresa. Essa atividade consistia na verificação das diferentes formas de pagamento utilizadas pelos clientes, incluindo PIX, cartão de crédito, cartão de débito, dinheiro em espécie e crédito próprio da loja.

Por se tratar de uma empresa localizada em um município de pequeno porte, uma das modalidades de pagamento bastante utilizadas pelos clientes era o crédito da loja, conhecido localmente como promissória. Nesse sistema, clientes fidelizados possuíam um limite de crédito previamente estabelecido pela empresa, permitindo a realização de compras parceladas por meio de carnês próprios. Dessa forma, além da conferência dos pagamentos à vista, também era necessário acompanhar os registros relacionados às vendas realizadas nessa modalidade a longo prazo.

A conferência financeira era realizada diariamente por meio da comparação entre os comprovantes emitidos pelas maquininhas de cartão, os registros efetuados no sistema Nex e os valores apurados no fechamento do caixa. Esse procedimento tinha como objetivo garantir que todas as movimentações financeiras estivessem

devidamente registradas e que os valores recebidos correspondessem aos lançamentos efetuados no sistema.

Durante o estágio, foi possível participar do fechamento diário do caixa, atividade que exigia atenção e organização para identificar possíveis divergências entre os registros financeiros e os valores efetivamente recebidos. Em períodos de maior movimento, especialmente em datas comemorativas, campanhas promocionais, era comum que os três colaboradores e a gestora realizassem atendimentos simultaneamente, aumentando a necessidade de controle e conferência das operações realizadas.

Em algumas situações foram identificadas diferenças de valores durante o fechamento do caixa. Quando isso ocorria, buscava-se inicialmente identificar a origem da divergência por meio das anotações realizadas no caderno de controle interno e dos registros do sistema. Em casos mais complexos, era realizada a conferência dos horários constantes nos comprovantes de pagamento e, quando necessário, a análise das imagens do sistema de monitoramento da loja para verificar a movimentação realizada. Após a identificação da inconsistência, eram efetuadas as correções necessárias e os respectivos ajustes no sistema.

A participação nessa atividade permitiu compreender a importância da conciliação financeira para a organização e segurança das informações da empresa. A conciliação financeira é fundamental para assegurar a confiabilidade dos registros, identificar possíveis erros operacionais e contribuir para uma gestão financeira mais eficiente (BANCO DO BRASIL, 2023).

Como principal aprendizado, destaca-se o desenvolvimento da atenção aos detalhes, do senso de responsabilidade e da capacidade de análise das informações financeiras. Além disso, a experiência demonstrou que controles internos bem estruturados são essenciais para reduzir falhas, garantir maior transparência nos processos e auxiliar na tomada de decisões organizacionais.

A experiência evidenciou que a conciliação financeira desempenha papel essencial no controle interno da organização. A conferência dos comprovantes e dos registros do sistema permitiu compreender que pequenas falhas operacionais podem gerar divergências financeiras, reforçando a importância dos procedimentos de controle descritos na literatura.

6 CONCLUSÃO

A realização do estágio supervisionado na empresa Tamy Acessórios permitiu a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos ao longo do curso de Tecnologia em Gestão Comercial, contribuindo significativamente para minha formação acadêmica, profissional e pessoal.

Durante o período de estágio, foi possível atuar nos setores de vendas e financeiro, desenvolvendo atividades relacionadas ao atendimento ao cliente, controle de fluxo de caixa, conferência de pagamentos e acompanhamento das rotinas administrativas da empresa. Essas experiências possibilitaram uma compreensão mais ampla sobre o funcionamento de uma organização comercial e sobre a importância da integração entre os diferentes setores para o alcance dos objetivos empresariais.

Um dos principais aprendizados obtidos durante o estágio foi a mudança de percepção em relação ao comércio. Antes, a visão era predominantemente voltada para a atuação como colaboradora; após a experiência vivenciada, foi possível desenvolver uma perspectiva mais estratégica, observando os processos organizacionais sob o ponto de vista da gestão. Nesse contexto, destaca-se o setor financeiro, área pela qual houve maior identificação, devido à necessidade de organização, controle e análise das informações para a tomada de decisões.

No setor de vendas, apesar dos desafios encontrados no relacionamento com diferentes perfis de clientes, a experiência contribuiu para o desenvolvimento das habilidades de comunicação, negociação e atendimento ao público. Compreender as necessidades dos consumidores e buscar soluções adequadas para promover sua satisfação mostrou-se um fator essencial para o sucesso das atividades comerciais. Como observado durante o estágio, cada cliente possui expectativas distintas, tornando o atendimento uma atividade dinâmica e desafiadora.

Além disso, a vivência prática permitiu reconhecer a importância da inovação e das estratégias de marketing utilizadas pela empresa, especialmente nas campanhas promocionais desenvolvidas pela gestão, fator que contribui para a fidelização dos clientes e para a permanência da organização no mercado.

Os objetivos propostos neste relatório foram alcançados, uma vez que foi possível apresentar as características da empresa, descrever as atividades desenvolvidas nos setores financeiro e comercial e identificar as principais competências adquiridas ao longo da experiência. Entre elas, destacam-se a organização, a responsabilidade, a comunicação interpessoal e a capacidade de análise das rotinas empresariais.

Como sugestão para a empresa, destaca-se a ampliação do monitoramento das vendas realizadas por meio de promissórias, utilizando de forma mais estratégica os recursos disponíveis no sistema de gestão, como mecanismos de cobrança e bloqueio de crédito para clientes inadimplentes, contribuindo para um controle financeiro ainda mais eficiente.

Por fim, conclui-se que o estágio supervisionado representou uma experiência enriquecedora e indispensável para a formação profissional, proporcionando conhecimentos que vão além da teoria estudada em sala de aula. A experiência demonstrou que, embora lidar com pessoas seja um desafio constante, a disposição para compreender e ajudar o cliente é um dos principais caminhos para alcançar resultados positivos e construir relações de confiança no ambiente organizacional.

REFERÊNCIAS

BANCO DO BRASIL. Conciliação bancária: essencial para sua empresa. Blog BB, 2023. Disponível em: <https://blog.bb.com.br/conciliacao-bancaria/>. Acesso em: 3 jul. 2026

BRASIL. **Lei nº 11.788**, de 25 de setembro de 2008. Dispõe sobre o estágio de estudantes. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 26 set. 2008.

FREEMANTLE, David. **Incrível atendimento ao cliente**. São Paulo: Makron Books, 1994.

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

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

MINTZBERG, Henry. **Ascensão e queda do planejamento estratégico**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas**. 26. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

PIMENTA, Selma Garrido; LIMA, Maria Socorro Lucena. **Estágio e docência**. 7. ed. São Paulo: Cortez, 2012.