

ASSOCIAÇÃO CONTRAPONTO: APOIO E ASSESSORIA À GESTÃO II

Coordenador: Fabio Bittencourt Meira

Este relato de experiência refere-se à ação de extensão "Associação Contraponto - Apoio e Assessoria à Gestão II", sob coordenação do Núcleo de Estudos em Gestão Alternativa da Escola de Administração da UFRGS (NEGA/EA UFRGS). Trata-se de uma atividade que acontece junto à Associação de Produtores da Economia Solidária Contraponto, que, desde 2014, é responsável pela gestão do espaço de comercialização situado no campus central da UFRGS, ao lado da Faculdade de Educação. Minha atividade de bolsista teve início durante o período de restrições da Covid-19, e envolveu a participação em reuniões virtuais. Foi iniciada no momento em que a Associação Contraponto finalizava um projeto, que desenvolveu uma página eletrônica de vendas, cuja finalidade foi suplantar as dificuldades de comercialização em decorrência do isolamento social e do fechamento da loja física. A loja virtual foi pensada para ser uma outra porta aberta para o público. Um dos objetivos iniciais do projeto foi qualificar todos nas operações da nova loja, sendo que as demandas por formação dentro do ambiente virtual partiram dos próprios empreendimentos no decurso das reuniões. Foram observados os processos da prestação de contas do projeto, bem como da digitalização do processo de vendas gerado com a loja virtual. No exercício da observação, é possível afirmar que o esforço inicial para a alavancagem das vendas na loja virtual apresentou enfraquecimento na medida em que as atividades presenciais retornaram ao cotidiano. Foi identificada a vulnerabilidade digital da Associação, em decorrência das dificuldades dos empreendimentos quanto ao manuseio da loja virtual. Ficou claro a importância do espaço físico para todos. Assim, logo que a Universidade autorizou as atividades presenciais, participei de encontros no espaço físico da Associação para verificar a viabilidade de utilizar a loja física como ponto de referência para o processo de vendas virtuais. A partir desta observação, e mantendo o foco no objetivo principal de suplantar as dificuldades de comercialização, realizei a ação de buscar identificar e ordenar quais as dificuldades relacionadas ao uso da loja virtual. Montei um pequeno questionário e solicitei respostas aos empreendimentos associados. A falta de treinamento foi a primeira dificuldade reconhecida, pelos empreendimentos, para realizar vendas na internet, seguida pela falta de experiência com as funcionalidades do smartphone e computador, acompanhados pela fraca conectividade, ou fraco sinal de internet, que os empreendimentos possuem. Além disto, foi possível identificar que o smartphone ou computador são utilizados com alta frequência para a

divulgação, e baixa frequência de uso para vendas. Isso pode indicar uma oportunidade para as atividades de extensão na universidade através da integração dos departamentos, que inclui, além do desenvolvimento de habilidades, a produção de equipamentos acessíveis à população juntamente com o fomento da inclusão digital.