

## **Análise da Situação (Contextualização)**

O cenário de design proposto se insere na cadeia de suprimentos agrícolas do Brasil, especificamente na interação entre a agricultura familiar e o mercado varejista. De acordo com dados do IBGE, embora a agricultura familiar represente 77% das propriedades rurais, ela enfrenta um gargalo econômico crítico: a maior parte do lucro é retida por intermediários (atravessadores).

O problema de design central é a desconexão estrutural e a ineficiência no processo de comercialização entre pequenos produtores rurais e os compradores (varejistas).

### **Esta desconexão manifesta-se em duas frentes principais:**

- *Para o Produtor Rural:* A forte dependência de intermediários resulta em baixa rentabilidade. Os produtores não conseguem acessar diretamente potenciais compradores, limitando suas vendas e reduzindo suas margens de lucro.
- *Para o Varejista:* O processo de aquisição de produtos é percebido como lento, caro e pouco transparente. Além disso, os compradores enfrentam dificuldades significativas para conseguir garantir a origem e a qualidade dos produtos que adquirem de forma eficiente.

### **Contexto de Intervenção e Oportunidades:**

O sistema de interação será desenvolvido para atuar exatamente nesta lacuna de mercado, onde a ineficiência da cadeia logística e comercial prejudica ambas as pontas. A intervenção de design não focará em replicar o modelo existente, mas em reestruturar a forma como produtores e varejistas se conectam e transacionam.

A oportunidade de melhoria reside em criar um modelo que promova uma negociação mais justa e eficiente. A eliminação das barreiras de comunicação e logística pode diminuir custos operacionais tanto para o produtor quanto para o varejista.

Os potenciais usuários do sistema são divididos em dois grupos principais:

#### **1. Produtores**

Meta Principal: Aumentar a rentabilidade e obter maior autonomia sobre suas vendas.

##### *Tarefas e Objetivos Específicos:*

- Gerar novas oportunidades de venda direta, sem depender de atravessadores.
- Alcançar e negociar diretamente com varejistas.
- Obter um processo de venda mais justo e transparente.

#### **2. Varejistas**

Meta Principal: Otimizar o processo de compra, reduzindo custos e aumentando a confiabilidade.

##### *Tarefas e Objetivos Específicos:*

- Automatizar e agilizar o processo de cotação de produtos.
- Reduzir o tempo e o custo associados à aquisição de mercadorias.
- Garantir de forma eficiente a rastreabilidade, a origem e a qualidade dos produtos comprados.
- Conectar-se diretamente com produtores para otimizar a compra.