



International Coffee Organization
Organización Internacional del Café
Organização Internacional do Café
Organisation Internationale du Café

WP SGP 17/07

5 enero 2007
Original: inglés

C

Grupo Rector de Promoción
25 enero 2007
Londres, Inglaterra

**Propuesta de realización de la red de la
OIC para promover el consumo de café**

Antecedentes

1. En septiembre de 2006, el Comité de Promoción examinó una propuesta recibida del Brasil relativa a la creación de la red de la OIC para la promoción del consumo de café (distribuida como documento WP-Promotion 8/06). Los Miembros exportadores acordaron autorizar al Director Ejecutivo en principio a usar una suma que no excediese de US\$120.000, con cargo al Fondo de Promoción para contratar firmas especializadas que creasen la red de la OIC para promover el consumo de café, tal como se describe en la propuesta. El Director Ejecutivo posteriormente invitó a los consultores a que presentasen una propuesta oficial pormenorizada que sería examinada en la reunión del Grupo Rector de Promoción del 25 de enero.

2. En el documento adjunto figura una propuesta de concebir, crear, estructurar y realizar la red de la OIC para promover el consumo de café. Ha sido distribuida una versión abreviada en español, francés y portugués.

Medidas que se solicitan

Se pide al Grupo Rector de Promoción que examine esta propuesta y presente una recomendación o bien a la Junta Ejecutiva en enero o al Comité de Promoción en mayo.

P&A INTERNATIONAL MARKETING

11 de diciembre de 2007

Sr. Pablo Dubois
Jefe de Operaciones
Organización Internacional del Café
22 Berners Street
Londres W1T 3DD
Reino Unido

Estimado Sr. Dubois:

Tema: Propuesta de concebir, crear, estructurar y realizar la red de la OIC para promover el consumo de café

Adjunto nuestra propuesta de concebir, crear, estructurar y realizar la red de la OIC para promover el consumo de café.

La propuesta fue preparada en respuesta a la decisión del Comité de Promoción, que, en septiembre de 2006, aprobó la asignación de US\$120.000 para la realización de la propuesta del Brasil que figura en el documento WP-Promotion 8/06. En esa ocasión, el Comité de Promoción decidió que la propuesta con respecto a los servicios de consultoría fuese analizada por el Grupo Rector de Promoción y, además, autorizó a la OIC a contratar los servicios en cuestión una vez que el Grupo hubiese aprobado la propuesta.

Cabe señalar que el programa informático Peabirus de gestión de redes, creado por Radiumsystems a un costo de US\$500.000 aproximadamente, se está poniendo a disposición de la red de la OIC, como parte de nuestra propuesta, sin costos por pago de derechos de autor o de transferencia de tecnología, en el marco del concepto de redes abiertas e información compartida que está en la base de la labor de P&A y Radiumsystems.

Estamos por completo a disposición de usted y del Grupo Rector de Promoción para facilitar aclaraciones acerca de cualquier aspecto de nuestra propuesta y toda información adicional que sea precisa.

Reciba un atento saludo,

Carlos H. Jorge Brando
Director

Adjunto: "Propuesta de concebir, crear, estructurar y realizar la red de la OIC para promover el consumo de café" preparada por P&A International Marketing y Radiumsystems.

PROPUESTA DE CONCEBIR, CREAR, ESTRUCTURAR Y REALIZAR LA RED DE LA OIC PARA PROMOVER EL CONSUMO DE CAFÉ

1. INTRODUCCIÓN

Esta es una oferta de servicios de consultoría y tecnología de la información para concebir y realizar la red de la OIC para promover el consumo de café que se describe en el documento WP-Promotion 8/06, en el que figura una propuesta del Brasil con respecto a la promoción del consumo de café en la OIC.

Radiumsystems y P&A International Marketing unen su respectiva experiencia en campos diferentes pero conexos para hacer conjuntamente una oferta completa que responda plenamente a la propuesta del Brasil, propuesta que en lo sucesivo trataremos como el marco de referencia para la red de la OIC de promoción del consumo de café.

En esta oferta se describe nuestra visión de cómo las redes pueden ser instrumento eficaz en la promoción del consumo de café (Sección 2), se presenta nuestra propuesta pormenorizada, con objetivos, campo de servicios, calendario de ejecución y plan de honorarios (Sección 3), se ofrece información acerca de nuestras empresas (Sección 4) y se cierra con tres apéndices en los que se proporciona información adicional acerca de lo que se propone (Sección 5).

3. LA PROPUESTA

Radiumsystems elaboró una metodología basada en Internet para crear y gestionar redes orgánicas. Esta metodología consiste en reorganizar cadenas de valor por medio de la creación de un grupo de gobernanza que orienta, de acuerdo con un plan estratégico, a un grupo de comunidades dirigidas por mediadores escogidos por el grupo de gobernanza dentro de las respectivas cadenas. La aplicación de esta metodología pone a las cadenas de valor formadas por varios tipos de partes interesadas en condiciones de reordenar sus intereses en un entorno de red que traza el mapa de intereses individuales en un proceso de abajo arriba.

El enfoque habitual de Radiumsystems con respecto a nuevos clientes es domiciliar sus redes específicas en el entorno de red de Radiumsystems llamado Peabirus. En el caso de este proyecto de la OIC, Radiumsystems y P&A proponen que se cree un nuevo entorno de red en inglés que esté plenamente adaptado a lo que se precisa para promover el consumo de café en todo el mundo.

La creación de un entorno de red de la OIC añade valor sustancial a nuestra propuesta, puesto que podría ser ampliada en el futuro para dar cabida a otras necesidades de la OIC que no sean la promoción e inclusive para elaborar redes de los países Miembros, como el Brasil ya lo ha hecho por sí mismo, esta vez bajo los auspicios de la OIC.

3.1 Objetivos

Radiumsystems y P&A proponen trabajar con las partes interesadas en el proceso de promoción de la OIC de concebir y realizar un entorno virtual en el que los participantes en la cadena de valor para promover el consumo de café se relacionen los unos con los otros y con los proveedores de productos, servicios y conocimiento para buscar soluciones a sus problemas comunes. Una vez que los problemas que comparten las comunidades sean identificados, Radiumsystems y P&A emprenderán la tarea de establecer conexiones con una amplia gama de posibles asociados, como por ejemplo proveedores de productos y servicios, otras cadenas de valor con intereses sinérgicos, grupos con intereses comunes, entidades de investigación, universidades, etc, que pueda que estén o que no estén participando en la red. El objetivo final es el de construir un ecosistema que funcione junto para promover el consumo de café.

3.2 Metodología

Las firmas consultoras Radiumsystems y P&A usarán un enfoque de red especialmente ideado para organizar los procesos de promoción con pluriparticipantes, con el fin de crear un marco para la promoción que abarque la producción de ideas de promoción, la elaboración de proyectos de promoción y la creación de los acuerdos institucionales precisos, poniendo el énfasis en los consumidores jóvenes y otorgando la atención debida a otros públicos. Las partes interesadas se organizarán a sí mismas en redes y establecerán un contrato de gestión de la red que será siempre propiedad de los usuarios, bajo los auspicios de la OIC, que participará activamente en el innovador sistema de gobernanza compartida.

Las relaciones de trabajo en la promoción del consumo de café adquirirán una nueva arquitectura orientada hacia el comercio que comprenderá los grupos que se describen a continuación:

- el Grupo de Gestión, integrado, por ejemplo, por personal de la OIC y/o representantes del Grupo Rector de Promoción y los Consultores;
- los Mediadores, que serían representantes de países Miembros (indicados, por ejemplo, por los Miembros del Grupo Rector de Promoción), representantes institucionales, profesionales de empresas, consultores activos en el sector, etc;
- los Colaboradores, que serían representantes institucionales, profesionales de empresas en la red, proveedores, ONG, entidades de estudios de mercado, grupos de expertos, etc; y
- los Participantes, que serían miembros de la cadena de valor de la promoción, movilizados por el Grupo de Gestión, los Mediadores y los Colaboradores.

Tiene lugar simultáneamente con la estructuración de la red de colaboración, conocimiento y comercio un proceso de gestión de la información periodística. El propósito de este proceso es el de contribuir a la creación de la personalidad y el modo de cooperación del grupo.

Inicialmente, este proceso de gestión de la información se propone dar cohesión y objetividad a la participación en la red mediante una cobertura periodística del planeamiento y la estrategia de proyectos cooperativos para promover el consumo de café emprendidos por el Grupo de Gestión, los Mediadores, los Colaboradores, los Participantes y los proveedores de productos y servicios por internet.

A medida que madure el proyecto de promoción, se ampliará el proceso de gestión periodística, para incluir las exigencias de información externa de los usuarios de la red y las exigencias de la propia red en cuanto a relaciones con los medios de comunicación tradicionales. Eso significa que con el tiempo el entorno virtual que se ha creado se convierte en la principal fuente de información de esta comunidad al mundo exterior, con un fuerte efecto multiplicador de relaciones públicas.

3.3 Actividades y productos

Las actividades que se crearán se describen a continuación, en donde se hace referencia a Radiumsystems y P&A como “Consultores”. Las comunicaciones, entrevistas, reuniones, etc. se harán por correo electrónico, MSN, Skype o medios semejantes, a menos que se especifique de otra manera.

3.3.1 Lanzamiento del proyecto

- Introducción de los conceptos de la red de colaboración, comercio y conocimiento.
- Introducción y discusión del modelo empresarial.
- Definición de la gobernanza (Grupo de Gestión) en las conversaciones con el Cliente.
- Discusión (cambio, complemento y/o validación) de las subredes y comunidades de la promoción que estén en el marco de referencia (propuesta del Brasil en el documento WP-Promotion 8/06); perfeccionamiento y adaptación de los temas que se elaborarán, con provisión especial para centrarse en los consumidores jóvenes.

3.3.2 Comienzo de la realización de la red (infraestructura de la información) en Internet

3.3.3 Selección de Mediadores

- Indicación de posibles Mediadores por el Grupo de Gestión.
- Entrevistas y selección, por los Consultores, de candidatos para Mediadores:
 - Discusión de los derechos y obligaciones del Mediador; y
 - Presentación del contrato provisional
- Validación de la elección de Mediadores por el Grupo de Gestión.

3.3.4 Elaboración, discusión y firma de contratos con los Mediadores

3.3.5 Diagnóstico

Identificación de problemas compartidos por medio de cuestionarios especialmente ideados que se enviarán a instituciones, empresas y personas que participen en las comunidades de colaboración, comercio y conocimiento.

3.3.6 Planificación estratégica

- Determinación de puntos fuertes, puntos débiles, oportunidades y amenazas (análisis SWOT) usando información recopilada en el diagnóstico.
- Preparación del Plan Estratégico.

3.3.7 Metas

- Definición de prioridades y preparación del Plan de Acción.
- Definición de las metas que se tratarán de lograr con la Gobernanza, los Mediadores y los Proveedores.

3.3.8 Sistema de información

- Sesión informativa de los directores de información de los Consultores acerca de las metas acordadas por las partes.
- Contratación por los Consultores de un profesional local de información, que responderá al director de información.

3.3.9 Fin de la realización de la red (infraestructura de la información) en Internet

3.3.10 Movilización de proveedores

Selección y movilización de proveedores (empresas y entidades) que podrían participar en el logro de las metas, dependiendo de sus propios intereses comerciales.

3.3.11 Movilización de colaboradores

Movilización de colaboradores internos (profesionales de las empresas) y colaboradores externos (representantes de empresas y entidades proveedoras) para participar en las comunidades.

3.3.12 Movilización de participantes

Movilización y desarrollo de la red de colaboración, comercio y conocimiento por medio de la metodología de los Consultores de gestión de la información y articulación del comercio.

3.3.13 Retroalimentación y comienzo de la operación

Con la red realizada, la retroalimentación tiene lugar por medio de:

- continuo trazado de problemas compartidos; y
 - estímulo de los participantes en la red a buscar soluciones
- usando los instrumentos de gestión de la información con concentración en la innovación y el desarrollo del mercado.

El **Apéndice 2** (que figura solamente en la versión en inglés de este documento) muestra las actividades que se han descrito en la forma de un flujograma.

3.4 Sostenibilidad del funcionamiento

Después de que se haya creado el entorno virtual e ideado la red de promoción, los Consultores, junto con la OIC, gestionarán el sistema de forma permanente sin costo alguno para la OIC y, de hecho, con la posibilidad de producir ingresos para la OIC, dependiendo del sistema de participación que se adopte después de las conversaciones al respecto con el Cliente.

El modelo usado para producir ingresos de la operación de la red se basa en el comercio producido por la propia red, usando distintos sistemas de remuneración que abarcan desde emolumentos fijos y variables a comisiones. Este modelo comercial, que ha sido elaborado y perfeccionado aprovechando la experiencia adquirida por los Consultores gestionando otras redes parecidas, será transferido por los Consultores al Cliente como parte de la ejecución del contrato.

El hecho de que la red pueda producir ingresos para la OIC y de que puedan crearse transacciones comerciales a partir de interacciones en la red no supone de modo alguno ningún tipo de responsabilidad para la OIC. La red no pertenecerá a la OIC, que no será responsable ni por la propia red, ni por los intercambios que tengan lugar en ella o por el comercio que sea producido y causado para ser objeto de transacción por medio de ella.

Si bien lo que se pone en la red no está restringido, hay tres niveles de control de intercambios en la red: la gobernanza, los mediadores escogidos por la gobernanza, y la gestión de la red, todos los cuales podrán eliminar el contenido o las personas que no estén de acuerdo con los objetivos de la red. La red es un entorno virtual en el que tienen lugar relaciones. El contenido de los intercambios en la red es responsabilidad única de la persona que lo pone en la red.

Es posible establecer una buena analogía entre las redes virtuales, como la que se propone aquí, y las ferias comerciales, en las que los puestos son arrendados por empresas, se llevan a cabo reuniones de trabajo y seminarios, se manifiestan opiniones y se hacen operaciones comerciales. El patrocinador institucional de la feria comercial no puede hacerse responsable de lo que los participantes y asistentes – empresas y personas – declaren o tramiten. El patrocinador simplemente crea un entorno en el que las personas se reúnen, intercambian puntos de vista y hacen negocios.

El organizador de una feria comercial vende espacio y servicios a los expositores, inscripciones en conferencias a los asistentes, cuotas de patrocinio a los patrocinadores, etc. Aunque esas ventas producen ingresos para la empresa o institución que organiza el evento, el organizador no es responsable ni responde por el contenido de las conversaciones que los asistentes tengan o por el negocio en que entren los participantes en el propio evento o fuera de él como resultado de los contactos que en él se establecieron. Esa situación es igual por completo a la de una red virtual.

Yendo un paso más allá, muchos de los servicios que ofrecen los organizadores de ferias comerciales a los expositores y asistentes son suministrados por empresas independientes y remunerados en proporción con el volumen de servicios conforme a una escala móvil. Los proveedores independientes pueden compartir esos ingresos con los organizadores del evento. Eso es lo que ocurre a menudo con servicios tan diversos como puedan ser el alquiler de muebles y otras necesidades de los puestos, el alquiler o venta de equipo informático, servicios de traducción y prensa, teléfono, Internet y acceso a base de datos, pagos con tarjeta de crédito y otras transacciones electrónicas, etc. Los proveedores independientes remuneran a los organizadores del evento que no tienen transacciones comerciales directas con los clientes de los proveedores independientes. Formando parte del acuerdo, los proveedores independientes esperan que los organizadores recomienden sus servicios y productos a los expositores y asistentes. Repetimos que esta es una analogía perfecta del modo en que funciona la remuneración en una red virtual.

Si la OIC escoge participar en los ingresos que se producirán con la red, lo cual es muy recomendado, será remunerada directamente por los Consultores en proporción con los propios ingresos de los Consultores, conforme a los criterios que se decidan en su debido momento. Los pagos a la OIC serán verificables de acuerdo con los criterios que se adopten. Desde una perspectiva contable, esos pagos, por ejemplo, podrían ser tratados como donaciones al Fondo de Promoción.

Los contratos de gobernanza y mediación, con la OIC y los mediadores respectivamente, estarán redactados de tal manera que protejan a la OIC y a los países Miembros de toda responsabilidad por reclamaciones futuras.

3.5 Calendario

Las actividades descritas pueden ser realizadas en un período de 90 a 120 días, dependiendo de la capacidad del Cliente para apoyar a los Consultores en cuanto a las validaciones necesarias y el contrato de los Mediadores.

3.6 Precio

Se describen a continuación los honorarios por la ejecución del proyecto completo tal como figura en los apartados 3.3.1 a 3.3.13 :

- Tiempo de consultoría dedicado a:
 - idear la red,
 - definir el sistema de gobernanza,
 - seleccionar y entrevistar mediadores,
 - redactar contratos,
 - elaborar cuestionarios,
 - hacer el diagnóstico,
 - hacer el análisis SWOT
 - determinar estrategias,
 - crear el plan de acción,
 - elaborar el sistema de hacer informes,
 - movilizar proveedores, colaboradores y participantes, y
 - poner en funcionamiento el sistema (y hacer la retroalimentación inicial),
- Por un total de 485 horas US\$ 48.500,00
- Adaptación del programa informático: el programa informático Peabirus que ya existe será vuelto a elaborar para que responda a las condiciones específicas de la red de la OIC que se propone, basándose en los mismos principios de funcionamiento, que comprenden:
 - uso amplio de programas informáticos abiertos, que ofrecen gran seguridad y estabilidad,
 - autodefinición y control comunitario, basados en el modelo de invitación,
 - facultar a los usuarios con respecto a la definición y manejo de sus perfiles y comunidades,
 - autodefensa contra el “spam” e instrumentos de publicidad comercial,
 - escalabilidad,
 - control total de los procesos de elaboración de programas informáticos, facilitando nueva realización/rasgos distintivos y corrección de virus, y
 - traducción al inglés,
- a US\$ 56.000,00
- Gastos de viaje US\$ 10.000,00
 - Total US\$114.500,00

3.7 Precio y condiciones de pago

Los honorarios totales por la ejecución del proyecto, de US\$114.500,00, se pagarán de acuerdo con el siguiente plan:

- el 30% al firmar el contrato;
- el 35% al concluir la realización de la red en la Internet (conclusión de la actividad 3.3.9); y
- el 35% cuando la red esté lista para empezar a funcionar (conclusión de la actividad 3.3.12).

Si la conclusión de las actividades 3.3.9 o 3.3.12 es demorada por el Cliente, los pagos correspondientes serán exigibles 60 y 120 días después, respectivamente, de la firma del contrato.

Los honorarios descritos incluyen una reunión de dos días en el despacho del Cliente, en Londres, en el momento que sea acordado por el Cliente y los Consultores. Si el Cliente solicita reuniones adicionales, los Consultores no cobrarán honorarios adicionales por otra reunión de una duración máxima de dos días, pero el Cliente se hará cargo de los precios de los billetes de viaje aéreo internacional, así como de los gastos de transporte y mantenimiento en el lugar de la reunión.

Cada uno de los tres pagos que se han descrito serán repartidos entre Radiumsystems y P&A y pagados directamente a cada empresa conforme a un criterio que será incluido en el contrato.