



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

WP SGP 17/07

5 janeiro 2007  
Original: inglês

P

Grupo Diretor de Promoção  
25 janeiro 2007  
Londres, Inglaterra

**Proposta para implementar a Rede da OIC  
para Promoção do Consumo de Café**

### **Antecedentes**

1. Em setembro de 2006, o Comitê de Promoção examinou proposta recebida do Brasil no sentido de criar uma Rede da OIC para Promoção do Consumo de Café (documento de trabalho WP-Promotion 8/06). Os Membros exportadores decidiram autorizar o Diretor-Executivo, em princípio, a usar uma importância não superior a US\$120.000 do Fundo de Promoção para contratar firmas especializadas e encarregá-las de criar uma Rede da OIC para Promoção do Consumo do Café da forma descrita na proposta do Brasil. Posteriormente o Diretor-Executivo convidou os Consultores a apresentar uma proposta formal detalhada, que seria examinada na reunião do Grupo Diretor de Promoção em 25 de janeiro.

2. O documento adiante reproduzido contém uma proposta para conceber, criar, estruturar e implementar a Rede da OIC para Promoção do Consumo de Café. Uma versão abreviada foi distribuída em espanhol, francês e português.

### **Ação**

Solicita-se ao Grupo Diretor de Promoção que aprecie esta proposta e apresente uma recomendação à Junta Executiva em janeiro ou ao Comitê de Promoção em maio.

## P&A INTERNATIONAL MARKETING

11 de dezembro de 2007

Ilmo. Sr. Pablo Dubois  
Chefe de Operações  
Organização Internacional do Café  
22 Berners Street  
Londres W1T 3DD  
Reino Unido

Prezado Sr. Dubois,

**Assunto: Proposta para conceber, criar, estruturar e implementar a Rede da OIC para Promoção do Consumo de Café**

Encaminho-lhe em anexo nossa proposta para conceber, criar, estruturar e implementar a Rede da OIC para Promoção do Consumo de Café.

A proposta foi preparada em resposta à decisão do Comitê de Promoção, que em setembro de 2006 aprovou verba de US\$120.000 para implementar a proposta do Brasil que consta no documento de trabalho WP-Promotion 8/06. Na ocasião o Comitê de Promoção decidiu que a proposta para prestar serviços de consultoria seria analisada pelo Grupo Diretor de Promoção e, além disso, autorizou a OIC a contratar esses serviços logo que o Grupo aprovasse a proposta.

Convém notar que o software Peabirus de gestão de redes, que a Radiumsystems desenvolveu a um custo de cerca de US\$500.000, está sendo disponibilizado à Rede da OIC como parte de nossa proposta, sem os custos do pagamento de royalties ou transferência de tecnologia, no contexto do conceito de redes abertas e compartilhamento de informações subjacente ao trabalho da P&A e da Radiumsystems.

Estamos à sua inteira disposição e à disposição do Grupo Diretor de Promoção para esclarecimentos sobre qualquer aspecto de nossa proposta e outras informações porventura necessárias.

Atenciosamente,

Carlos H. Jorge Brando  
Diretor

Anexo: "Proposta para conceber, criar, estruturar e implementar a Rede da OIC para Promoção do Consumo de Café" preparada pela P&A International Marketing e a Radiumsystems.

# **PROPOSTA PARA CONCEBER, CRIAR, ESTRUTURAR E IMPLEMENTAR A REDE DA OIC PARA PROMOÇÃO DO CONSUMO DE CAFÉ**

## **1. INTRODUÇÃO**

Esta é uma oferta de serviços de consultoria e tecnologia da informação para conceber e implementar a Rede da OIC para Promoção do Consumo de Café descrita no documento de trabalho WP-Promotion 8/06, que contém uma proposta do Brasil para a promoção do consumo de café na OIC.

A Radiumsystems e a P&A International Marketing unem as respectivas experiências em áreas diferentes mas relacionados para, conjuntamente, fazer uma oferta abrangente e em total sintonia com a proposta brasileira, que tratamos adiante como constituindo os termos de referência para a Rede da OIC para Promoção do Consumo de Café.

Esta oferta descreve nossa visão de como as redes podem contribuir para a promoção do consumo de café (Seção 2); apresenta nossa proposta detalhada, com objetivos, âmbito dos serviços, cronograma de execução e relação de honorários (Seção 3); informa sobre nossas empresas (Seção 4); e finaliza com três apêndices, com informações adicionais sobre o que é proposto (Seção 5).

## **3. PROPOSTA**

A Radiumsystems desenvolveu uma metodologia baseada na Internet para criar e gerir redes orgânicas. Essa metodologia consiste em reorganizar cadeias de valor pela criação de um grupo de governança que, de acordo com um plano estratégico, orienta um grupo de comunidades lideradas por mediadores selecionados pelo grupo de governança dentro das respectivas cadeias. A aplicação desta metodologia possibilita que cadeias de valor compostas de vários tipos de participantes realinhem seus interesses num ambiente de rede, que mapeia os interesses individuais, atuando de baixo para cima.

A abordagem-padrão que a Radiumsystems oferece a novos clientes é a hospedagem de suas redes específicas no ambiente de rede da Radiumsystems denominado Peabirus. No caso deste projeto da OIC, a Radiumsystems e a P&A propõem criar um novo ambiente de rede que, operando em inglês, seja inteiramente individualizado para atender às necessidades da promoção de café no mundo todo.

A criação de um ambiente de rede da OIC agrega substancial valor a nossa proposta, pois possibilita a futura expansão da rede, para atender a necessidades da OIC que vão além da promoção e, até mesmo, para ajudar a desenvolver redes nos países Membros, a exemplo do que o Brasil já fez independentemente, mas sob os auspícios da OIC.

### **3.1 Objetivos**

A Radiumsystems e a P&A propõem colaborar com os participantes engajados no processo de promoção da OIC na concepção e implementação de um ambiente virtual em que os participantes na cadeia de valor associada com a promoção do consumo de café se relacionam uns com os outros e com fornecedores de produtos, serviços e conhecimentos na procura de soluções para seus problemas comuns. Após identificação dos problemas compartilhados pelas comunidades, a Radiumsystems e a P&A trabalharão para estabelecer elos com uma ampla variedade de possíveis parceiros – como, por exemplo, fornecedores de produtos e serviços, outras cadeias de valor com interesses sinérgicos, grupos de interesses comuns, instituições de pesquisa, universidades, etc. – independentemente de eles estarem ou não participando da rede. A meta final é construir um ecossistema que opere em conjunto para promover o consumo de café.

### **3.2 Metodologia**

Os Consultores (Radiumsystems e P&A) usarão uma abordagem de rede especialmente concebida para organizar processos de promoção com múltiplos participantes, com o propósito de criar uma estrutura para a promoção que englobe a geração de idéias promocionais, o desenvolvimento de projetos de promoção e a criação dos arranjos institucionais necessários, dando ênfase aos consumidores jovens e a devida atenção a outros públicos-alvo. Os participantes se organizarão em redes e estabelecerão um contrato para a gestão da rede, que será sempre propriedade dos usuários, sob os auspícios da OIC, que participará ativamente deste sistema inovador de governança compartilhada.

As relações de trabalho na promoção do consumo de café ganharão uma nova arquitetura que, voltada para os negócios, compreende os grupos descritos abaixo:

- o Grupo Gestor, constituído, por exemplo, por funcionários da OIC e/ou representantes do Comitê Diretor de Promoção e pelos Consultores;
- os Mediadores, entre os quais representantes dos países Membros (indicados, por exemplo, pelos integrantes do Grupo Diretor de Promoção), representantes de instituições, profissionais de empresas, consultores atuando no setor, etc.;
- os Colaboradores, entre os quais representantes de instituições, profissionais de empresas da rede, fornecedores, ONGs, institutos de pesquisa de mercado, think tanks, etc.; e
- os Participantes, entre os quais membros da cadeia de valor associada com a promoção, mobilizados pelo Grupo Gestor, os Mediadores e os Colaboradores.

Um processo de gestão de informações jornalísticas ocorre simultaneamente com a estruturação da rede de colaboração, conhecimentos e negócios. Seu propósito é contribuir para a criação da personalidade e modo de cooperação do grupo.

Inicialmente, esse processo de gestão de informações procura dar coesão e objetividade à participação na rede, mediante cobertura jornalística do planejamento e estratégia dos projetos cooperativos para promover o consumo de café empreendidos pelo Grupo Gestor, os Mediadores, os Colaboradores, os Participantes, além dos provedores de produtos e serviços on-line.

Com o amadurecimento do projeto de promoção, o processo de gestão jornalística se amplia, para incluir as necessidades de informação externas dos usuários da rede e as da própria rede no tocante a relações com a mídia tradicional. Isso significa que, com o tempo, o ambiente virtual criado se torna a principal fonte de informações dessa comunidade para o mundo externo, com um poderoso efeito multiplicador de relações públicas.

### **3.3 Atividades e produtos**

As atividades a serem desenvolvidas são descritas nos itens abaixo, em que a Radiumsystems e a P&A são referidas como “Consultores”. As comunicações, entrevistas, reuniões, etc. serão por email, MSN, Skype, ou meios semelhantes, a não ser que de outra forma especificado.

#### **3.3.1 Lançamento do projeto**

- Introdução dos conceitos da rede de colaboração, negócios e conhecimentos.
- Introdução e discussão do modelo de negócios.
- Definição de Governança (Grupo Gestor) nas discussões com o Cliente.
- Discussão (mudar, complementar e/ou validar) das sub-redes e comunidades de promoção delineadas nos termos de referência (Proposta brasileira, documento de trabalho WP-Promotion 8/06); refinamento e individualização dos tópicos a serem desenvolvidos, com disposições especiais para focalizar os consumidores jovens.

#### **3.3.2 Início da implementação da rede (infra-estrutura de informação) na Internet**

#### **3.3.3 Seleção de Mediadores**

- Indicação dos possíveis Mediadores pelo Grupo Gestor.
- Entrevistas e seleção dos candidatos a Mediador pelos Consultores:
  - discussão dos direitos e obrigações do Mediador
  - apresentação da minuta do contrato
- Validação da escolha dos Mediadores pelo Grupo Gestor.

### **3.3.4 Desenvolvimento, discussão e assinatura de contratos com os Mediadores**

### **3.3.5 Diagnóstico**

Identificação de problemas compartilhados, por meio de questionários especialmente concebidos a serem enviados às instituições, empresas e pessoas que participam das comunidades de colaboração, negócios e conhecimentos.

### **3.3.6 Planejamento estratégico**

- Definição dos Pontos Fortes, Pontos Fracos, Oportunidades e Ameaças (Análise SWOT), usando as informações colhidas no diagnóstico.
- Preparo do Plano Estratégico.

### **3.3.7 Metas**

- Definição de prioridades e preparo do Plano de Ação.
- Definição das metas que a Governança, os Mediadores e os Fornecedores procurarão alcançar.

### **3.3.8 Sistema de informações**

- Briefing dos editores de informação dos Consultores sobre as metas acordadas pelas partes.
- Contratação pelos Consultores de um profissional local de informação, que será responsável perante o editor de informações.

### **3.3.9 Final da implementação da rede (infra-estrutura de informação) na Internet**

### **3.3.10 Mobilização de fornecedores**

Seleção e mobilização de fornecedores (empresas e entidades) que possam participar da consecução das metas, dependendo de seus próprios interesses de negócios.

### **3.3.11 Mobilização de colaboradores**

Mobilização de colaboradores internos (profissionais de empresas) e externos (representantes de companhias e entidades fornecedoras) para participar das comunidades.

### **3.3.12 Mobilização dos participantes**

Mobilização e desenvolvimento da rede de colaboração, negócios e conhecimentos através da metodologia de gestão de informação e articulação de negócios dos Consultores.

### **3.3.13 Retroalimentação e início da operação**

Com a rede implementada, a retroalimentação se realiza mediante:

- contínuo mapeamento de problemas compartilhados e
  - indução dos atores da rede a procurar soluções
- usando instrumentos de gestão de informação centrados na inovação e no desenvolvimento do mercado.

**O Apêndice 2**, que só figura na versão em inglês deste documento, mostra as atividades descritas acima na forma de um fluxograma.

## **3.4 Sustentabilidade da operação**

Após a criação do ambiente virtual e planejamento da rede de promoção, os Consultores, juntamente com a OIC, administrarão o sistema em caráter permanente, sem quaisquer custos para a OIC e, na verdade, com a possibilidade de gerar receita para a OIC, dependendo do sistema de compartilhamento a ser adotado após discussões com o Cliente.

O modelo usado para gerar receita com a operação da rede se baseia nos negócios gerados pela própria rede, usando diferentes sistemas de remuneração que vão de taxas fixas e variáveis a comissões. Esse modelo de negócios, desenvolvido e aperfeiçoado com base na experiência obtida pelos Consultores na gestão de redes semelhantes, será transferido dos Consultores para o Cliente como parte da execução do contrato.

O fato de que a rede pode gerar receita para a OIC e de que transações comerciais podem advir das interações através da rede de forma alguma pressupõem qualquer tipo de responsabilidade para a OIC. A rede não pertencerá à OIC, e esta não responderá pela própria rede, pelos intercâmbios que se efetivarem em seu âmbito, nem pelos negócios por ela gerados e transações dela decorrentes.

Embora a ativação de remessas de informações não seja restrita, há três níveis de controle dos intercâmbios dentro da rede: a governança, os mediadores selecionados pela governança, e a gestão da rede. Em todos eles podem-se excluir conteúdos ou pessoas que não estejam em sintonia com os objetivos da rede. A rede é um ambiente virtual onde as relações ocorrem e onde os conteúdos dos intercâmbios são de responsabilidade exclusiva das pessoas que ativam suas transferências.

Uma boa analogia é possível entre as redes virtuais como a que aqui se propõe e as feiras comerciais, onde estandes são alugados pelas empresas, workshops e seminários são realizados, opiniões são externadas e negócios, transacionados. O patrocinador institucional da feira de negócios não pode ser responsabilizado por aquilo que os que dela participam ou nelas comparecem – empresas e pessoas – afirmam ou transacionam. O patrocinador simplesmente cria um ambiente no qual as pessoas se encontram, trocam opiniões e fazem negócios.

O organizador de uma feira comercial vende espaço e serviços aos exibidores, inscrições de conferência a participantes, quotas de patrocínio a patrocinadores, etc. Embora as vendas gerem receita para a empresa ou instituição que organiza o evento, o organizador não é responsável pelo conteúdo das conversas entre participantes nem pelos negócios que eles façam no próprio evento ou fora dele, em resultado dos contatos incitados pelo evento. Esta situação é absolutamente idêntica à de uma rede virtual.

Indo um pouco além, muitos dos serviços disponibilizados pelos organizadores de feiras comerciais aos expositores e participantes são prestados por empresas independentes e remunerados proporcionalmente ao volume dos serviços, de acordo com uma escala móvel. Os fornecedores independentes podem partilhar a receita com os organizadores do evento. Isso é o que frequentemente ocorre com serviços tão diversificados quanto o aluguel de mobília e outros requisitos dos estandes, o aluguel ou venda do hardware, os serviços de tradução e imprensa, o acesso a telefones, internet e bancos de dados, os pagamentos de cartões de crédito e outras transações eletrônicas, etc. Os fornecedores independentes remuneram os organizadores do evento, que não fazem negócios diretos com os clientes desses fornecedores. Como parte do acordo, os fornecedores independentes esperam que os organizadores do evento recomendem seus serviços e produtos aos exibidores e participantes. Aqui também é perfeita a analogia com a maneira como a remuneração se efetiva numa rede virtual.

Se a OIC optar por participar da receita gerada pela rede – e isso é enfaticamente recomendado –, ela será remunerada diretamente pelos Consultores proporcionalmente à receita dos próprios Consultores, de acordo com critérios a discutir oportunamente. Os pagamentos à OIC serão verificáveis segundo os critérios que se adotem. Do ponto de vista contábil, esses pagamentos poderiam, por exemplo, ser tratados como doações ao Fundo de Promoção.

Os contratos de governança e mediação, com a OIC e os mediadores respectivamente, serão redigidos de modo a proteger a OIC e seus países Membros de responsabilidade na eventualidade de futuras ações judiciais.



### 3.5 Cronograma

As atividades acima poderão ser implementadas num período de 90 a 120 dias, dependendo da habilidade do Cliente de apoiar os Consultores nas validações necessárias e na contratação dos Mediadores.

### 3.6 Preço

Os honorários pela execução do projeto completo que se delinea nos itens 3.3.1 a 3.3.13 acima são descritos abaixo:

- Tempo de consultoria para:
  - projetar rede,
  - definir sistema de governança,
  - entrevistar e selecionar mediadores,
  - redigir contratos,
  - preparar questionários,
  - fazer diagnóstico,
  - realizar análise SWOT
  - definir estratégias,
  - criar plano de ação,
  - desenvolver sistema de apresentação de relatórios,
  - mobilizar fornecedores, colaboradores e participantes, e
  - iniciar sistema (e efetivar retroalimentação inicial),num total de 485 horas ..... US\$48.500,00
  
- Individualização do software: o atual software Peabirus será redesenvolvido de forma a refletir as condições específicas da rede proposta da OIC, com base na mesma filosofia operacional, que compreende:
  - uso extenso de software aberto, proporcionando grande segurança e estabilidade,
  - autodefinição e controle pela comunidade, com base no modelo de convites,
  - atribuição de direitos dos usuários no tocante à definição e gestão de seus perfis e comunidades,
  - autodefesa contra spam e instrumentos de publicidade de marketing,
  - escalabilidade,
  - total controle dos processos de desenvolvimento do software, facilitando nova implementação / novas características e correção de vírus, e
  - tradução para o inglês,a ..... US\$56.000,00
- Despesas de viagem ..... US\$10.000,00
- Total ..... US\$114.500,00

### **3.7 Condições de preços e pagamentos**

O total dos honorários pela execução do projeto, de US\$114.500.00, deverá ser pago de acordo com o seguinte cronograma:

- 30% na assinatura do contrato;
- 35% no término da implementação da rede na Internet (término da atividade 3.3.9 acima); e
- 35% quando a rede estiver pronta para começar a funcionar (término da atividade 3.3.12 acima).

Se o término das atividades 3.3.9 ou 3.3.12 for atrasado pelo Cliente, os pagamentos correspondentes deverão ser feitos, respectivamente, no 60<sup>o</sup> e 120<sup>o</sup> dia após a assinatura do contrato.

Os honorários acima incluem uma reunião de dois dias no escritório do Cliente em Londres numa altura a combinar pelo Cliente e os Consultores. Se o Cliente solicitar reuniões adicionais, os Consultores não cobrarão nenhuma quantia adicional por outra reunião que tenha uma duração máxima de dois dias, mas o Cliente será responsável pelo custeio das passagens aéreas internacionais, assim como do transporte e manutenção no local da reunião.

Cada um dos três pagamentos acima será dividido entre a Radiumsystems e a P&A e pago diretamente a cada empresa de acordo com um critério a ser incluído no contrato.