



ESTUDIO DE CASO: CHINA

TSINGHUA TONGFANG Y EL COMPUTADOR

CHANGFENG: TECNOLOGÍA INNOVADORA Y SU HÁBIL APLICACIÓN

Resumen

China tiene la mayor población agrícola del mundo: 900 millones de personas. Pero los chinos rurales tienen mucho menos conocimientos sobre computadores y acceso a ellos que sus pares urbanos. Esta brecha digital inhibe el desarrollo humano en zonas rurales y frena el desarrollo económico del país. Tsinghua Tongfang, una empresa de computación de alta tecnología ubicada en Beijing, se asoció en 2005 con el gobierno municipal de Beijing para desarrollar el computador Changfeng, diseñado para usuarios rurales. Algunas características clave hicieron que estos sistemas estuvieran más al alcance de los habitantes rurales que un computador personal cualquiera: un sistema operativo de bajo costo, software y hardware personalizado que se basan en investigaciones exhaustivas de las necesidades de los usuarios rurales y centros de capacitación rural innovadores para los agricultores. El software incluye programas de utilidad agrícola para entregar a los agricultores orientación y conocimientos comerciales especializados. El caso examina la asociación entre el sector público y el privado que fue de beneficio mutuo: Tsinghua Tongfang ingresó al mercado no explotado de los computadores rurales y el gobierno impulsó sus metas de desarrollo digital en el ámbito rural.



Resultados positivos para los pobres

- La población rural tiene ahora más acceso a computadoras y a Internet.
- Los Centros de Información entregan capacitación computacional gratuita.
- Los estudiantes pertenecientes a minorías étnicas obtienen cursos de calidad que se imparten en su idioma nativo.
- El software de utilidad agrícola entrega orientación y conocimientos comerciales especializados a los agricultores.
- Los niños de las zonas rurales reciben cursos pregrabados dictados por maestros sumamente calificados.

Resultados positivos para la empresa

- Al asumir un riesgo mayor con la exploración del mercado, THTF tiene ahora la ventaja de haber sido el primero.
- La empresa puede incursionar en el mercado rural sin explotar de los computadoras.



Principales restricciones

- *Información de mercado:* falta de información sobre las preferencias y necesidades de los consumidores.
- *Infraestructura física:*
 - Falta de proveedores de servicios de Internet en China rural (baja cobertura de Internet).
 - Falta de servicio permanente de electricidad.
- *Conocimiento y habilidades:*
 - Los potenciales usuarios rurales no estaban familiarizados con los computadores y el servicio de Internet y no existían fuentes específicas en línea dedicadas a temas agrícolas para la formación de capacidades.
 - Los usuarios rurales no tenían conocimientos computacionales ni estaban conscientes de sus ventajas.

Estrategias más importantes

- *Adaptar productos y procesos:* Los computadores CF tenían un interfaz simplificado con programas agrícolas para fines específicos y un enlace en línea pre-instalado, programas de educación a distancia y software de formación de habilidades.
- *Invertir para remover las restricciones:* THTF llevó a cabo tres rondas de investigaciones de mercado.
- *Combinar recursos y capacidades:*
 - La alianza con el gobierno municipal de Beijing aportó recursos a la región.
 - THTF aplicó asimismo una estrategia de marketing innovadora: construyó centros de información en zonas rurales en asociación con el gobierno para demostrar el potencial de los computadores.



Matriz de estrategias

		Estrategias					
		Tsinghua Tongfang	Adaptar productos y procesos	Invertir para remover las restricciones	Apalancar las fortalezas de los pobres	Apalancar las fortalezas de los pobres	Comprometerse en diálogos con el gobierno
Restricciones	Información de mercado						
	Marco regulatorio						
	Infraestructura física						
	Conocimiento y habilidades						
	Acceso a servicios financieros						

Oportunidades y desafíos para ampliar la escala de aplicación

- El acelerado aumento de la información agrícola incrementará la demanda de computadoras por parte de la población rural.
- Más consumidores considerarán la alternativa de comprar computadoras después de aprender a usarlos y valorar sus beneficios.
- El precio todavía constituye un obstáculo importante para los consumidores rurales. Será difícil incentivar la compra masiva de computadoras si no aumenta el poder adquisitivo de los hogares rurales.
- El principal desafío de crecimiento de los computadoras CF es cómo llegar a los compradores rurales sin el apoyo del gobierno.