

EL PAÍS

TECNOLOGÍA

La amenaza 'shanzhai'

Las copias chinas de productos tecnológicos más codiciados incluyen mejoras para ganarse a un mercado cada vez más competitivo

ZIGOR ALDAMA | Shanghái | 9 ABR 2012 - 00:21 CET

6

Archivado en: China Falsificaciones Telefonía móvil Comercio electrónico Telefonía Internet Delitos Telecomunicaciones Comunicaciones Justicia Comercio



La policía destruye productos falsificados en China / CLARO CORTÉS (REUTERS)

El escaparate de teléfonos móviles está completo. No falta ningún aparato en este pequeño chiringuito del mercado subterráneo de la estación de tren de Shanghái. Frente a él curiosean emigrantes rurales recién llegados con sus patatas, pero también jóvenes locales de lo más cool. Todos buscan alguna ganga. Y ahí están el Nokai E-65, el Nokla N-95, y los últimos modelos de Samsung, Samsvng, HTE y NTC. Bajo un foco más potente se encuentra el codiciado iPhone. No. Este texto no está plagado de erratas. Lo que sucede es que la mercancía de este garito es una

montaña de electrónica *shanzhai*. Ese es el término que se utiliza en chino para referirse a los productos, tecnológicos o no, fabricados en el gigante asiático copiando casi al milímetro las especificaciones y el diseño de marcas extranjeras.

“No es ilegal, porque no copian el nombre real de la marca, y porque el sistema es diferente”, explica el dependiente. Wang Zhulai, una joven compradora recién llegada a la capital económica de China, considera que el *shanzhai* es superior al original por tres razones contundentes: “Es mucho más barato, el diseño es chulo, y se adapta a nuestras necesidades”.

Con esa última aseveración esta emigrante de la provincia de Hunan se refiere a las modificaciones que incluyen los productores locales para satisfacer las peculiaridades del mercado chino, el más importante del sector de telefonía móvil -supera los mil millones de usuarios-, y uno de los más fragmentados del mundo. “Por ejemplo, mi terminal tiene la posibilidad de introducir dos tarjetas SIM de forma simultánea”, explica.

Así, Wang puede intercambiar el número de su provincia natal y el que acaba de adquirir en Shanghái sin tener que pasar por el engorro de abrir cada vez la tapa trasera del teléfono. De esta forma, evita fácilmente pagar de más por las llamadas dependiendo de dónde se encuentre. Ahora, en contados modelos, algunos fabricantes internacionales incluyen esta característica, que resulta especialmente útil para los viajeros que quieren evitar los hachazos del *roaming* haciéndose con una línea local allí donde van, sin por eso dejar inoperativa la que utilizan en sus respectivos países. Pero fueron los fabricantes *shanzhai* quienes la idearon.

“Y la forma de escribir los caracteres chinos es mucho más sencilla”, apostilla Wang, en referencia a las tres diferentes formas en las que puede introducir los ideogramas de su lengua en el móvil. “Los jóvenes hemos aprendido pinyin -la transcripción fonética del chino- pero los más mayores no, y algunos teléfonos originales solo funcionan con este método”. A Wang le trae sin cuidado que la marca

“Es mucho más barato, el diseño es chulo, y se adapta a nuestras necesidades”

de su móvil sea más falsa que la sudadera de Adidas y los zapatos de Mike que venden en la tienda de al lado, pero no todos son tan condescendientes.

Li Lei quiere un iPhone. Uno que parezca auténtico, no el iPhone ni el hiPhone. Y no quiere gastar más de 1.500 yuanes (180 euros), la mitad de su sueldo, para conseguirlo. Por eso, inspecciona con cautela el iPhone 4S que tiene en sus manos cerca de donde Wang ha comprado su Nokia. A cierta distancia, da el pego. La pantalla es más pequeña que la del original, pero los detalles están bien cuidados, y el aparato tiene buen aspecto. Este sí que es ilegal, y podría ser retirado si algún policía realmente prestase atención.

Funciona con un sistema Android Ice Cream Sandwich, y el vendedor asegura que su cerebro es veloz; se mueve a 1,2 GHZ. A Li, sin embargo, no le convence el precio: 1.700 yuanes (200 euros), después de un duro regateo. Para tratar de convencerla, el vendedor se saca de la manga una carta del futuro: "Si quieres te dejo por ese precio el iPhone 6S".

Nadie sabe a ciencia cierta qué cuota de mercado tienen los teléfonos *shanzhai* en China. Se ven en manos de las clases menos adineradas, pero muchos extranjeros también los adquieren. No en vano, han ganado presencia incluso fuera de las fronteras chinas.

Tienen buena aceptación en Latinoamérica y África. "Van con acceso a Internet, cámaras decentes que permiten quitarles el sonido, y muchas aplicaciones divertidas. Por el mismo precio de un *smartphone* chino sólo se puede adquirir un viejo Nokia auténtico con pantalla azul", comenta un comerciante etíope que se suministra en la ciudad de Shenzhen.

Pero, sobre todo, los teléfonos *shanzhai* arrasan en países asiáticos como Nepal, Vietnam o Filipinas, donde se venden con la etiqueta de 'China Phone'. "Son baratos, funcionan, y aunque no duran mucho, a nadie le importa. La gente cambia tanto de teléfono que no hace falta que sobrevivan más de dos años", comenta una dependienta de un puesto de Baguio, ciudad situada al norte de la ex colonia española.

En India, su efecto comienza a preocupar. El gobierno autorizó la importación de estos peculiares teléfonos chinos en el tercer trimestre de 2010, y fuentes citadas por el diario [The Times of India](#) consideran que hasta el 50% de los aparatos actualmente en uso podrían ser clones chinos. Sobre todo en las zonas rurales, donde un Nokia *shanzhai* de la serie E cuesta menos de 20 euros. Y, por supuesto, los teléfonos son sólo la punta del iceberg, porque los fabricantes han puesto ahora su mirada en el lucrativo mercado de las tabletas. Es la avalancha *shanzhai*.

“Los jóvenes hemos aprendido pinyin -la transcripción fonética del chino- pero los más mayores no, y algunos teléfonos originales solo funcionan con este método”