



Universidad  
de Alcalá

## **TÍTULO DEL TRABAJO**

**Interpretación chino-español en el  
ámbito de telefonía móvil: el lanzamiento de  
los teléfonos de la empresa Xiaomi**

**手机领域的口译：以小米公司手机发  
布会为例**

**Máster Universitario en Interpretación  
de Conferencias Orientado a los Negocios**

**Presentado por: Zhiwan Wang**

**Dirigido por:**

**Dr. Antonio Pareja Lora**

**Dra. Belén Cuadra Mora**

**Alcalá de Henares, a 7 de julio de 2023**

---

---

## Tabla de contenidos

1. Resumen .....	1
2. Resumen en chino 摘要.....	2
3. Introducción.....	3
a. Descripción del tema.....	3
b. Objetivo y relevancia .....	5
c. Metodología .....	6
4. Aproximación a la industria de la telefonía móvil en China y en España.....	9
a. La industria de la telefonía móvil: definición y conceptos básicos.....	9
b. La industria telefónica móvil en China .....	11
c. La industria telefónica móvil en España.....	13
d. La empresa china Xiaomi y su modelo de negocio.....	15
5. Método .....	19
a. Conocer el contenido del encargo .....	19
b. Elaborar la documentación.....	22
c. Crear la ficha terminológica .....	24
6. Glosario .....	26
a. Parámetros y características.....	26
b. MIUI y ecosistema de Xiaomi.....	39
c. Estrategia de comercialización.....	46
7. Conclusiones .....	51
8. Bibliografía .....	53
Anexo I: Gráficos en español y en chino .....	60
Anexo II: Fuente de contexto de los términos.....	66

---

## 1. Resumen

En la actualidad, la cuota de los teléfonos inteligentes fabricados en China (*Made in China*) en los mercados español y latinoamericano está incrementando, y con ello también han aumentado las conversaciones entre China y los países hispanohablantes sobre el *hardware*, el rendimiento y otros aspectos de los teléfonos inteligentes. El objetivo principal de este Trabajo de Fin de Máster es ayudar a los intérpretes a realizar una interpretación de calidad en las negociaciones comerciales entre los proveedores chinos y los distribuidores españoles, o en las ruedas de prensa de lanzamiento de un nuevo producto, que son generales y frecuentes cuando las marcas chinas de teléfonos móviles (tomando Xiaomi como ejemplo) entran en el mercado hispanohablante. Para poder introducir con precisión y rapidez las características de varios tipos de móviles en la interpretación, es necesario consultar la información correspondiente y recopilar la terminología asociada con anticipación. Este trabajo también incluye una introducción al desarrollo de la industria de teléfonos inteligentes y a la situación actual del mercado de telefonía móvil en China y España. En este trabajo se ha extraído la terminología relacionada con la interpretación en este ámbito a partir de un gran número de introducciones oficiales, así como de los documentos correspondientes. Estos términos tienen amplia cobertura, tanto del producto en sí como del proceso de producción y el rendimiento real de los teléfonos móviles Xiaomi, y han sido compilados por la autora en el glosario de términos de este trabajo. Dado que algunas palabras técnicas generalmente se expresan en un estándar común internacional, también se incluye la denominación correspondiente en inglés. El glosario facilitará a los intérpretes la organización y el aprendizaje del vocabulario técnico y, por lo tanto, es una herramienta esencial para ellos.

Palabras clave: interpretación, industria del teléfono móvil, Xiaomi, China, documentación.

---

## 2. Resumen en chino 摘要

当前中国制造的智能手机在西班牙以及拉美市场中占据的份额日益增多，双方就智能手机硬件、性能等问题所开展的会谈也呈上升趋势。本硕士论文希望能够帮助译员在涉及中国品牌（以小米手机为例）进入西班牙语市场时可能出现的新品发布会、媒体见面会中能够更好地完成中西口译工作。为了能够在口译中准确并快速地介绍各种型号手机的特点，提前做好资料查询和术语积累是必不可少的。本文还包括对于智能手机行业发展情况的介绍，及中国与西班牙两国智能手机市场现状的简介。本文从大量官方介绍以及文献中提取了在口译过程中可能会涉及到的术语。这些术语涵盖了小米手机的产品理念、制作流程以及实际性能等多个方面，并且由笔者编入本文的术语表中。由于一部分技术性词汇通常以国际统一格式来表达，因此，英语词汇也包含其中。术语表将为译者整理和学习技术性词汇提供极大便利，因此成为译者必备的工具。

关键字：口译，手机行业，小米，中国，资料准备过程

---

### 3. Introducción

#### a. Descripción del tema

La interpretación es una actividad humana tan antigua como la traducción; se puede afirmar que existe desde que el género humano tuvo uso de la palabra, puesto que siempre fueron necesarios los intermediarios entre pueblos de culturas e idiomas distintos para facilitar la comunicación a todos los niveles (Valdivia Campos, 1995, p. 175). Generalmente, se clasifica en dos tipos: la interpretación consecutiva y la interpretación simultánea. Según los requisitos concretos y las circunstancias concretas, se aplican diferentes tipos de interpretación. En la actualidad, con el desarrollo de la globalización, la interpretación desempeña un papel importante en las operaciones de importación y exportación. Este Trabajo de Fin de Máster se va a centrar en la interpretación en el ámbito del teléfono móvil. El motivo principal que llevó a la elección de este tema es la interconexión y la colaboración en este sector entre China y España. Por un lado, existe una gran diferencia entre el chino y el español, lo que dificulta la comunicación entre ambos países. Por otro lado, existen las operaciones y colaboraciones entre las empresas chinas y españolas en torno a esta industria.

En la actualidad, China es el mayor productor de teléfonos móviles inteligentes. Según el informe de análisis industrial publicado por Counterpoint, China aportó el 67% de la producción mundial de teléfonos móviles en el año 2021. En los últimos años, los *smartphones* de marca china también son populares en España y su cuota de mercado está incrementando constantemente. Las estadísticas de Counterpoint muestran que Xiaomi ha superado al gigante surcoreano Samsung para ocupar el primer puesto en el mercado español de *smartphones* por primera vez en marzo de 2021 (por ejemplo, véase la gráfica incluida en la figura 1). Según los datos, la cuota de ventas de Xiaomi en el mercado español alcanzó el 35 por ciento hasta marzo de 2021, lo que supone un aumento interanual de 11 puntos porcentuales. Mientras tanto, la segunda marca del mercado español fue Samsung, con un 34% del total. Cierra el podio la estadounidense Apple, con el 14% de cuota de mercado. Y otras marcas suman el 18% restante (Jeet, 2021). En este proceso de entrada de las empresas tecnológicas como Xiaomi en el mercado español, estas empresas necesitan colaborar con los operadores locales para extender los canales de venta. En vista de las divergencias culturales y lingüísticas, la relevancia de la traducción o interpretación es visible en las

negociaciones entre ambas partes.

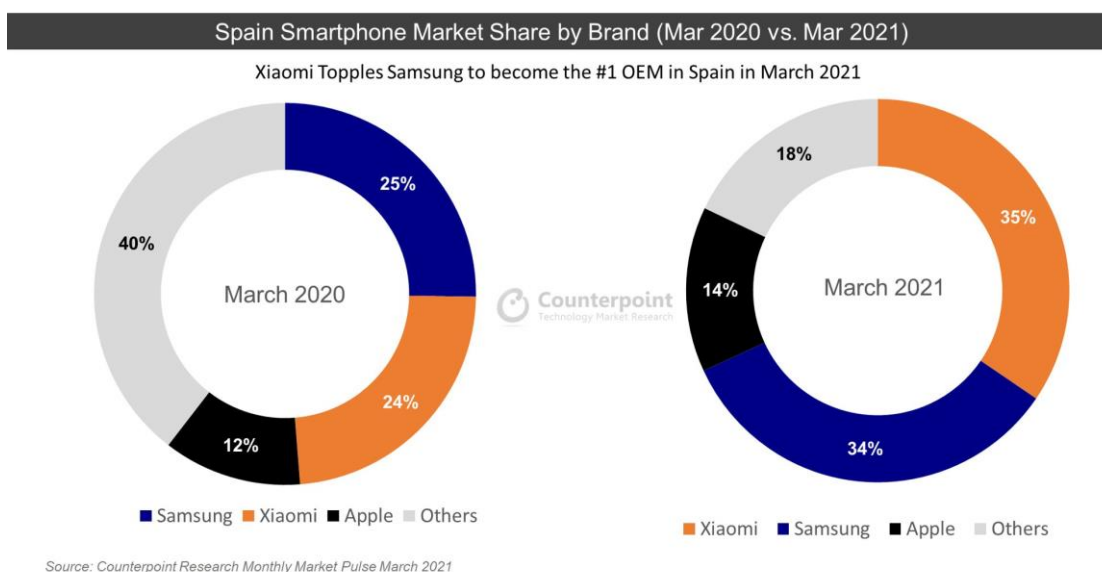


Figura 1. Cuota de ventas de las marcas de telefonía móvil en el mercado español(marzo del 2020 y marzo del 2021)

Fuente: Jeet, 2021. <https://www.gizmochina.com/2021/05/11/xiaomi-surpasses-samsung-spain/>

Al mismo tiempo, España ocupa una posición relevante en el ámbito de las telecomunicaciones. El MWC (Mobile World Congress), que se celebra anualmente en Barcelona, es una de las ferias más influyentes de la industria de las TIC (Tecnología de la Información y la Comunicación) y atrae a abundantes empresas principales del sector, como Ericsson, Huawei y Samsung, para lanzar sus nuevos productos o declarar sus principales estrategias del año. Xiaomi, por ejemplo, lanzó sus últimos modelos (Xiaomi 13 y Xiaomi 13 Pro) en el MWC de este año, que atrajeron una gran atención por parte de los consumidores. En los eventos de lanzamiento, a menudo se necesita la asistencia de intérpretes. A través de entrevistas con intérpretes profesionales, sabemos que, en general, se aplica la interpretación simultánea. Para la interpretación simultánea, el intérprete se encuentra en una cabina, desde donde puede ver al orador e incluso, a veces, a sus interlocutores. Allí recibe el mensaje del orador por los auriculares, lo reformula al mismo tiempo y lo transmite en la lengua terminal por un micrófono (Valdivia Campos, 1995, p. 177). Sin embargo, por la influencia de la pandemia, la interpretación simultánea a través de las redes sociales se ha convertido en una nueva tendencia. La parte organizadora espera transmitir el lanzamiento global en vivo en todo el mundo a través de redes sociales como Facebook. Al mismo tiempo, se puede ofrecer

---

al público la opción de seguir las emisiones en directo de todas las declaraciones en el idioma original o en español. En circunstancias normales, los destinatarios de la interpretación simultánea convencional son los periodistas extranjeros. Mientras tanto, este nuevo tipo de interpretación simultánea aprovecha las ventajas de las redes sociales y extiende el alcance a todos los consumidores del mercado hispanohablante. Debido a que los consumidores podrán conocer los modelos recién publicados y conocer la tecnología más avanzada sin obstáculos, ellos pueden percibir la sinceridad y el respeto genuino por parte del fabricante. Por lo tanto, este modelo de lanzamiento surte un mejor efecto propagandístico y hace que haya más consumidores potenciales interesados en el nuevo producto.

En consecuencia, el papel de la interpretación es evidente para el desarrollo de la industria de la telefonía móvil. Por esta razón, si una empresa de este sector desea recurrir a un intérprete, es necesario que éste se familiarice con la terminología específica del ámbito técnico y las técnicas de interpretación durante negociaciones bilaterales, e incluso que comprenda cómo funcionan las relaciones entre las empresas y los operadores locales.

## **b. Objetivo y relevancia**

En el proceso de cualquier tipo de interpretación, la preparación y documentación previas son de suma importancia (Valles Lozano, 2015). En realidad, lo más importante de la preparación es la documentación, la cual es una parte esencial del trabajo del intérprete, ya que constituye la base para que éste pueda realizar, con posterioridad, un trabajo de calidad en los distintos encargos profesionales (Cánovas Rubio, 2019).

La propuesta de Orozco Jutorán (2013, p. 220) identifica los distintos tipos de documentación que el traductor especializado debe dominar: la documentación temática o conceptual, la terminológica y la contextual y co-textual. En opinión de la autora, esta tipología también es aplicable en la documentación para la interpretación de conferencias. En primer lugar, acerca de la documentación temática o conceptual, es labor del traductor e intérprete el adquirir los conocimientos necesarios de un determinado campo de especialidad para una adecuada comprensión del texto (Orozco-Jutorán, 2013, p. 222). Es decir, después de recibir un encargo, los intérpretes necesitan encontrar la mayor cantidad posible de informaciones textuales o audiovisuales para profundizar en su conocimiento sobre el tema. En segundo lugar, organizar y memorizar los términos especializados es necesario para

---

garantizar la precisión del siguiente trabajo. Por último, la documentación contextual y co-textual ayuda a comprender claramente los distintos usos de los términos. Generalmente, los textos paralelos son los materiales más fiables en esta etapa. Sin embargo, en el caso de la interpretación, se debe tener en cuenta que el tiempo para prepararse y reaccionar es muy limitado. En vista de la divergencia entre la traducción y la interpretación, la autora ha decidido combinar la documentación terminológica y la contextual en un mismo glosario.

### **c. Metodología**

Para la realización de este Trabajo de Fin de Máster se ha llevado a cabo un proceso de investigación del sector telefónico en China y en España. En concreto, se ha tomado como ejemplo el caso de un lanzamiento de la empresa china Xiaomi. A continuación se explica cómo se completará esta documentación temática y redactará el glosario.

En la fase de la documentación temática, lo primordial es averiguar qué aspectos de la información sobre la industria telefónica se deben recoger y por cuáles canales se puede acceder a esta información y satisfacer las demandas de los intérpretes. Respecto al tipo de metodología seguida, se trata de un enfoque cualitativo basado en un estudio descriptivo, teniendo como caso de estudio a 3 intérpretes de conferencias con experiencia laboral en la industria telefónica. Un importante instrumento en este sentido es la entrevista profunda y anónima con los intérpretes profesionales, quienes han aportado información muy valiosa.

Antes de la entrevista, es necesario preparar las preguntas concretas, que consisten en una adaptación de las preguntas básicas arriba mencionadas.

- a) ¿Cuál es el proceso básico de lanzamiento de un teléfono móvil?
- b) ¿Con qué dificultad o desafío se encuentran ustedes en general?
- c) ¿Qué tipo de interpretación se aplica en los lanzamientos?
- d) ¿Cuáles son las fuentes de información más fiables disponibles durante la fase de preparación?

La autora se ha comunicado con los entrevistados de forma presencial y en línea para preguntarles por sus experiencias profesionales y registrar sus respuestas. Esta entrevista tiene como objetivo conocer todos los aspectos de un lanzamiento y cómo se hace la



---

preparación de forma eficaz. A partir de las respuestas de los entrevistados, podemos conocer que la interpretación de lanzamientos de teléfonos móviles presenta algunas dificultades, y los intérpretes suelen encontrarse con los siguientes retos y problemas:

- Un vocabulario muy técnico, que hay que preparar bien antes y en el que no puede haber errores, porque puede afectar a las reuniones comerciales y negociaciones. Por ejemplo, la capacidad de memoria, los megapíxeles de la cámara, la CPU, el tipo de carga de la batería y su tamaño, etc.
- El vocabulario y las expresiones relacionadas con la marca y con la estrategia de marketing. A veces, hay expresiones que debemos intentar evitar (por ejemplo, algunas palabras o adjetivos para describir los productos); el departamento de marketing suele dar una formación a los intérpretes para que sepan cuál es la expresión correcta y/o en los términos acuñados. Por ejemplo, el eslogan, los *key selling points*, etc.
- Las técnicas de interpretación durante las presentaciones de producto: normalmente se utiliza la interpretación simultánea en los eventos de lanzamiento de un producto. Viene bien tener los materiales que van a usar los ponentes con antelación, e incluso el discurso si lo tienen hecho, para así poder sacar el vocabulario específico e ir más rápido.
- Las técnicas de interpretación durante negociaciones bilaterales: paralelamente a los lanzamientos de productos, se organizan reuniones con los clientes. Para esto es muy importante llevar claros los datos (objetivo de ventas, unidades que se quieren vender a ese canal, histórico de ventas, etc.). También es importante saber quiénes van a ser los interlocutores (sus cargos y sus nombres).
- Según las sugerencias compartidas por los entrevistados, hay varios canales para obtener la información necesaria. Por ejemplo, es recomendable ponerse en contacto con la empresa después de recibir el encargo, sobre todo con estos departamentos:
  - *Marketing* y Relación Pública: Ofrecen información oficial y traducciones acuñadas, sobre todo de los eslóganes, campañas, etc. También pueden dar información de los interlocutores, sobre todo si son periodistas (qué tipo de preguntas van a hacer, cuánto va a durar la entrevista, etc.).
  - Departamento técnico o GTM (*Go-To-Market*): Son los responsables del producto, por lo que pueden aportar toda la información relativa a los productos y todos los datos específicos (como hemos dicho antes: la capacidad de memoria, megapíxeles de la cámara, etc.). Estos son datos complicados y es importante tomar notas y llevar

---

los términos a la interpretación por si hacieran falta.

- El ponente: Suele ser el director ejecutivo, el jefe de algún departamento, etc. Si es posible (muchas veces no existe esta posibilidad), puede ser bueno hablar con esta persona antes de la interpretación para saber cuál es su forma de hablar, su dicción, su acento, etc. y para saber qué temas o cuestiones va a querer tratar durante su intervención.

Además de la comunicación con los departamentos, es necesario sacar el máximo provecho a las informaciones públicas en Internet. En este trabajo, para completar la documentación la autora ha consultado algunas de las informaciones publicadas a través de los canales oficiales, como la página web de la empresa Xiaomi (<https://www.mi.com/es>) ; los informes de industria publicados por algunas compañías de consultoría o plataformas de estadísticas como Europa Press (Europa Press, 2023), Deloitte (Deloitte, 2017), y Statista (Fernández, 2022), los cuales proporcionan las informaciones relacionados con el sector del teléfono móvil en ambos países y de la empresa Xiaomi. Por ejemplo, se puede consultar el sitio web oficial de la Comisión Nacional de Desarrollo y Reforma de China, así como sitios web como Discovery Report para obtener información sobre el sector de los teléfonos inteligentes en China.

Asimismo, la autora ha encontrado otros recursos, como vídeos de Youtube y otros sitio Web, por ejemplo el vídeo completo de un lanzamiento de la serie 12 de Xiaomi en español, así como un vídeo correspondiente en chino.

---

## 4. Aproximación a la industria de la telefonía móvil en China y en España

### a. La industria de la telefonía móvil: definición y conceptos básicos

En primer lugar, es necesario presentar la historia de la industria telefónica móvil. Como el éxito de la tercera revolución informática, el teléfono móvil se populariza rápidamente a escala mundial como consecuencia de la evolución y el desarrollo de las tecnologías de producción. El teléfono móvil se puede definir como un dispositivo inalámbrico electrónico basado en la tecnología de ondas de radio, que tiene la misma funcionalidad que cualquier teléfono de línea fija (Alonso et al., 2011). En vista de su portabilidad, el teléfono móvil ya es una herramienta casi imprescindible en la vida diaria, al mismo tiempo que se ha convertido rápidamente en un símbolo de la era de la digitalización.

En los últimos años, el desarrollo de esta industria ha experimentado varios cambios desde el teléfono convencional hasta el teléfono inteligente. En comparación con el primero, este último es “un dispositivo electrónico que funciona como un teléfono móvil con características similares a las de un ordenador personal” (Alonso et al., 2011). En general, este tipo de teléfono cuenta con un sistema operativo que permite al usuario instalar *software*, juegos y otros programas adicionales proporcionados por terceros proveedores de servicios, ampliar continuamente la funcionalidad del teléfono mediante dichos programas y realizar una conexión inalámbrica a Internet. La aparición del iPhone trastocó todo el mercado de la telefonía móvil en 2007, trayendo consigo una oleada de pantallas táctiles, y los teléfonos móviles entraron oficialmente en la era inteligente.

Según la *Global System for Mobile Communications Association* (GSMA), la contribución de la telefonía móvil al PIB mundial ha aumentado más del doble desde 2012; en concreto, ha pasado de aportar 1 a 5,2 billones de dólares en 2022. Los datos se han resumido en la figura 2. El número de suscriptores también ha aumentado desde 2012. El mayor incremento se dio en el año 2015, año en el que el número de suscriptores pasó de 3.600 a 4.700 millones. Europa, Norteamérica y China son las regiones del mundo donde hubo mayor penetración de la telefonía móvil en 2022. Las conexiones de teléfonos inteligentes (*smartphones*)

representaron más del 80% del total. El organismo prevé una escalada en otras partes del mundo para 2030, siendo la región Asia-Pacífico la que tendrá una mayor cobertura para este año. Según las estimaciones de este organismo, también se producirá un salto en el África Subsahariana, que pasará del 51% actual al 87%.(Europa Press, 2023)

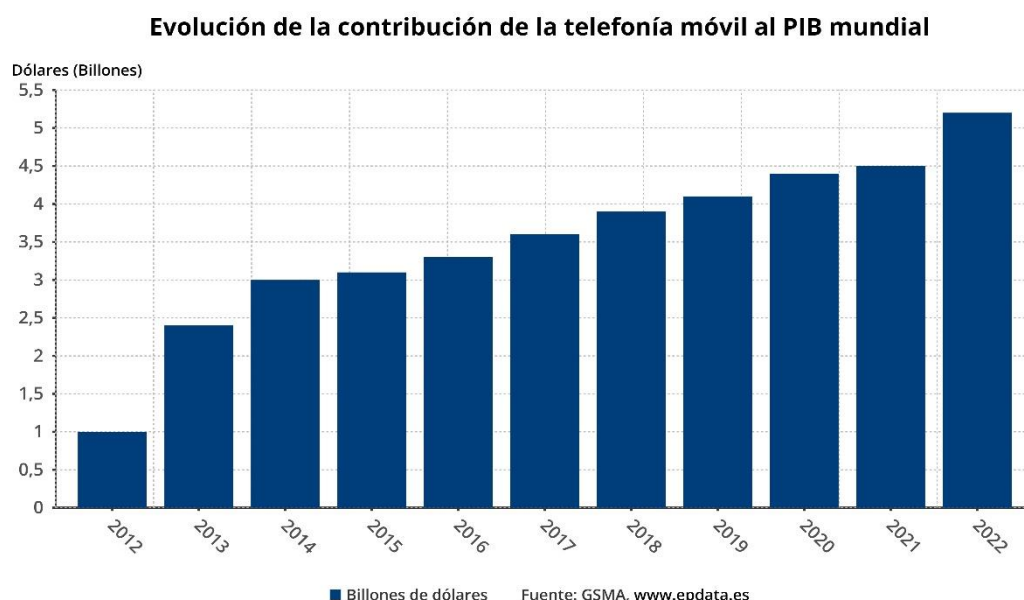


Figura 2. La evolución de la contribución de la telefonía móvil al PIB mundial

Fuente: GSMA, <https://www.epdata.es/>

En un informe de investigación del sector de la telefonía móvil, Kuai y Ma resumieron que el desarrollo del teléfono ha experimentado tres fases: el comienzo, el crecimiento explosivo, y el estancamiento. En el año 2007, el volumen global de envíos de *smartphones* superó los 100 millones de unidades. En 2010, el teléfono inteligente empezó a sustituir al teléfono móvil clásico. Especialmente en 2010-2011, la tasa de crecimiento del volumen de envíos se mantuvo en un nivel alto, de más del 60%, y superó los envíos de teléfono móvil clásico por primera vez en 2013. Desde entonces, la tasa de crecimiento del volumen anual de envíos se ha ralentizado y ha entrado en un período de crecimiento constante y estable. Hasta el año 2016, el mercado del teléfono inteligente se encontraba en estado de saturación y entró en una nueva etapa de desarrollo (2021).

Sin embargo, según las últimas previsiones realizadas por la *International Data Corporation* (IDC), los envíos de teléfonos inteligentes decrecieron más del 10% en 2022. Este descenso no es una sorpresa para nadie, ya que las constantes tensiones político-económicas

---

entre EE. UU. y China, sumadas a la crisis de semiconductores, los preocupantes niveles de inflación y el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania, están generando un escenario poco halagüeño para la industria (Fernández, 2023).

La cadena de la industria de la telefonía móvil se refiere a una cadena de relaciones formada por la división del proceso de producción de teléfonos móviles en diferentes nodos, con diferentes empresas que llevan a cabo diferentes creaciones de valor en la industria de acuerdo con sus propios niveles tecnológicos, y la división del trabajo y la cooperación entre varias empresas de la industria. De acuerdo con la teoría y el método de segmentación de la cadena industrial, la cadena de la industria de la telefonía móvil puede dividirse en cadena industrial ascendente (*upstream*), cadena industrial intermedia (*midstream*) y cadena industrial descendente (*downstream*).

*Upstream*: Los proveedores de accesorios para teléfonos móviles, incluidos los fabricantes de componentes como *chips*, pantallas táctiles y cámaras para los fabricantes de *smartphones*, constituyen la parte anterior de la telefonía móvil con la plataforma del sistema operativo.

*Midstream*: En la parte intermedia de la cadena industrial participan los fabricantes de teléfonos móviles con autorización estatal y los desarrolladores de *software* de aplicaciones, donde el *hardware* y el *software* se procesan por separado.

*Downstream*: principalmente operadores de telecomunicaciones, canales y usuarios. Los operadores de telecomunicaciones son los que prestan servicios de red, los canales son las empresas de distribución intermedias que adquieren los productos de los fabricantes u operadores y los venden a los usuarios finales, y los usuarios son los compradores y usuarios finales de teléfonos móviles. (Web de información de Activos, 2021)

La estructura de la cadena industrial de los teléfonos inteligentes es similar a la de los teléfonos fijos, salvo con la adición de los vendedores de plataformas de sistemas operativos y los encargados de desarrollar *software* de aplicaciones. En la época de los *smartphones*, actualmente existen dos principales sistemas operativos en el mundo: Android, creado por Google, e iOS, explotado por Apple.

## **b. La industria telefónica móvil en China**

---

En la actualidad, los teléfonos inteligentes son los productos de fama, los cuales abarcan las tecnologías avanzadas con respecto a ámbitos como telecomunicación, *chip*, inteligencia artificial, seguridad de datos, etc. Por eso, el Gobierno chino confiere gran importancia a este sector y está promoviendo su desarrollo, lo que proporciona un significativo apoyo interno para el rápido crecimiento de las empresas dentro y fuera del país. Desde 2010, el Gobierno mencionó repetidamente en una serie de informes estratégicos y esquemas de planificación que impulsaría activamente el desarrollo de Internet móvil, apoyaría la innovación de teléfonos inteligentes, televisores inteligentes y otros dispositivos, y promovería el alto crecimiento de las empresas chinas de telefonía móvil en el ultramar (Xu, 2021).

Bajo el apoyo de las políticas nacionales, la industria china de los teléfonos inteligentes ha experimentado un rápido desarrollo en toda la cadena industrial, desde la I+D y el diseño hasta la fabricación de productos y el funcionamiento de las marcas. La proporción de componentes clave fabricados en China también está aumentando gradualmente, y China ya se ha convertido en el mayor país productor de teléfonos inteligentes del mundo.

Con el rápido desarrollo de la economía y la tecnología, las marcas chinas de telefonía móvil han entrado en el mercado mundial gradualmente y ocupan cada vez más cuota del mercado internacional. En general, las cuatro empresas de telefonía móvil, Xiaomi, Huawei, OPPO y Vivo, dominan el mercado.

Según los datos de la Comisión Nacional de Desarrollo y Reforma de China (2023), los envíos mundiales de teléfonos inteligentes en 2022 fueron de 1.210 millones de unidades, un 11,3% menos interanual, y las cinco principales empresas en términos de envíos tuvieron una cuota de mercado combinada del 69,9%. Entre ellas, Xiaomi envió 150 millones de unidades, un 19,8% menos interanual, con una cuota de mercado del 12,7%; OPPO envió 100 millones de unidades, un 22,7% menos interanual, con una cuota de mercado del 8,6%; Vivo envió 100 millones de unidades, un 22,8% menos interanual, con una cuota de mercado del 8,2%.

En lo que se refiere al mercado chino, se ha experimentado un rápido desarrollo hasta 2017. Luego, los envíos de *smartphones* en China siguieron una tendencia descendente. Sin embargo, la industria del teléfono inteligente no deja de dar pasos de innovación, apareciendo diferentes modelos de *smartphones* que contienen nuevas funciones.

Hay dos razones principales que causan la ralentización del crecimiento del mercado. Por un lado, la vida útil de los teléfonos móviles se ha alargado, y las prestaciones de los productos son cada vez más sofisticadas. En general, el funcionamiento de los productos es

---

está muy por encima de las expectativas y necesidades de la mayoría de los usuarios. Por otro lado, el desarrollo de los teléfonos inteligentes ha entrado en un periodo de estancamiento, y las diferencias generales entre los fabricantes de teléfonos móviles en el producto final son cada vez menores, con una fuerte homogeneización (Sun, 2023).

A pesar de ello, los fabricantes de teléfonos móviles siguen promoviendo el avance de la innovación tecnológica y ajustando las estrategias de propaganda y marketing para atraer a los clientes, e intentan ganar más cuota del mercado frente a la feroz competencia.

### **c. La industria telefónica móvil en España**

En 2013, con el objetivo de aumentar la competitividad e impulsar la transformación digital, el Gobierno español estableció su agenda digital para promover el despliegue de redes de alta velocidad e introdujo varias leyes y reglamentos de telecomunicaciones para proporcionar apoyo político al Plan de Banda Ancha Total. En términos de financiación, el proyecto de la construcción de banda ancha recibió no sólo subvenciones presupuestarias del Gobierno español, sino también fondos de la Unión Europea. El número de líneas de banda ancha ha pasado de 11 millones en 2010 a 17 millones en 2022, lo que supone un crecimiento cercano al 60%. Por lo demás, las líneas FTTH (*Fiber-To-The-Home*) mejoraron notablemente la velocidad de transferencia de datos (Martín, 2023). En la actualidad, las líneas FTTH de España cubren ya al 35% de la población, un 5% más que la media europea. Hoy en día, como una compañía pionera y acaparadora de la telefonía, Telefónica sigue liderando la cobertura de red fija y móvil en España. Sin embargo, también se enfrenta a fuertes desafíos de competidores como Vodafone, Orange y MásMóvil (Torres, 2022).

Gracias a la construcción de la infraestructura, aunque España no es un principal productor de teléfonos inteligentes, la población española ha adoptado plenamente este producto, que aporta mucha comodidad a sus vidas. La tasa de penetración de los *smartphones* sigue creciendo en España, alcanzando el 92% de cuota de mercado y superando la media europea (Deloitte, 2017). Según un estudio realizado por Fly Research encargado por HMD Global, el uso de smartphones se ha disparado en un 102% en España en los últimos diez años, y los usuarios españoles son los europeos que más tiempo lo utilizan al día, una media de tres horas y 27 minutos (Europa Press, 2021).

---

En cierta medida, las subvenciones a móviles por parte de las operadoras aceleraron la popularización de los *smartphones*. En las dos últimas décadas, gracias a las subvenciones de los operadores, los usuarios podían comprar móviles nuevos a un precio mucho más bajo. Al mismo tiempo, los clientes tenían que utilizar la tarjeta SIM del operador determinado y pagar una abultada tarifa mensual.

Pero la verdad demuestra que el modelo de subvención de móviles por parte de los operadores es insostenible en la actual coyuntura económica, porque las elevadas subvenciones de los terminales reducen considerablemente los beneficios. Los operadores españoles, como Telefónica y Vodafone, anunciaron acabar con las subvenciones a las compras de los teléfonos inteligentes gradualmente. Hoy en día, los usuarios jóvenes también prefieren adquirir teléfonos móviles libres en vez de los subvencionados. En comparación con comprar a través de un operador, con un teléfono móvil libre el usuario no está atado a ningún contrato de permanencia, por lo que puede solicitar la portabilidad y cambiarse de operadora de telefonía en cualquier momento si encuentra mejores tarifas en otra distinta, e incluso es fácil evitar los costes de itinerancia o *roaming* en las estancias en el extranjero (Guía Prácticas, 2013). En general, en los últimos años, el mercado de la telefonía móvil en España ha vivido grandes cambios. Estos vienen marcados por la evolución de la tecnología y por los cambios que los usuarios demandan a las compañías para mantenerse siempre al día (Phone Service Center, 2018).

Respecto a las marcas favoritas de móviles de los españoles, Apple, Samsung y Huawei reinan en la venta de los terminales de telefonía móvil generalmente (Fernández, 2022). Sin embargo, cabe señalar que les ha salido un duro competidor en el mercado tanto nacional como internacional, el fabricante chino Xiaomi, que está viendo incrementar su cuota de mercado rápidamente en detrimento de Huawei. Si se atiende a las ventas por sistema operativo, los usuarios se decantan, de forma aplastante, por los dispositivos Android frente a los iOS.

Aunque los españoles confían más en las marcas extranjeras, hemos observado que el concepto *Made in Spain* también empieza a aparecer en el sector de los *smartphones*. Se refiere al diseño de los dispositivos, al lugar en el que está la empresa, al servicio técnico, pero no a la fabricación en sí misma, pues ésta todavía está en China en la mayor parte de los casos. En realidad, las marcas españolas de teléfonos inteligentes empezaron a florecer hace un tiempo. Entre ellas, la más conocida es sin duda bq, la primera que logró que los



---

consumidores se atrevieran con una marca española de *smartphones* y que, al quedar contentos, la recomendaran a sus amigos. A su favor tienen unos precios mucho más asequibles en teléfonos de alta gama, un servicio técnico que siempre está en España, y la pequeña satisfacción de sentir que se está ayudando a la economía española (aunque todos fabrican en China) (Bulnes, 2016).

Para acelerar el proceso de digitalización y promover los intercambios de la industria telefónica, a partir del 2006 Barcelona fue escogida como sede oficial del *Mobile World Congress* (MWC), bajo la iniciativa público-privada creada por el *Mobile World Capital Barcelona* y Telefónica. El *Mobile World Congress*, también conocido como Congreso Mundial de Móviles, es un congreso de carácter anual en torno al mundo de la comunicación móvil, que se celebra en la *Fira de Barcelona*, en Barcelona, España. Es considerado el más importante del mundo en su sector («Mobile World Congress», 2023). Como el mayor evento relacionado con la tecnología y la movilidad que es, el congreso tiene como objetivo tanto impulsar la cooperación y el intercambio entre la industria de las telecomunicaciones en todo el mundo, como presentar los productos nuevos y las tecnologías más avanzadas que surgen cada año.

#### **d. La empresa china Xiaomi y su modelo de negocio**

Xiaomi es una conocida empresa privada de tecnología de la comunicación que produce equipos de comunicación (Guo, 2021). Xiaomi Corporation se fundó en abril de 2010 en Pekín y se incorporó a la Junta Principal de la Bolsa de Hong Kong el 9 de julio de 2018. Su fundador y CEO es Lei Jun. En agosto de 2011, Xiaomi entró en el mercado de la telefonía móvil con el lanzamiento de los teléfonos móviles de Xiaomi. Según los datos de Canalys, la cuota de mercado de la empresa en términos de envíos de *smartphones* alcanzó el puesto número 3 a nivel mundial en el segundo trimestre en 2022 (*Xiaomi España*, s. f.).

Hasta ahora, Xiaomi Corporation incluye varias submarcas como Xiaomi (MI), Redmi y Mijia, así como numerosas empresas de cadenas ecológicas que han firmado acuerdos de cooperación con Xiaomi, como Zimmy y Huami. Sus productos son aún abundantes: teléfonos móviles, tabletas, ordenadores portátiles, routers, electrodomésticos inteligentes y mucho más. Xiaomi siempre mantiene el concepto de producto: “solo para fans”, y gana el apoyo de un grupo de consumidores leales a través de la innovación tecnológica y el

---

perfeccionamiento de la experiencia de usuarios. Incluso sus fieles usuarios tienen un nombre específico: Mi fans.

Desde su fundación, la conocida marca china Xiaomi no ha dejado de actualizar sus productos y explorar los mercados extranjeros. En los últimos años, con la promoción de la iniciativa de la Franja y la Ruta que abarca una serie de políticas para promover la cooperación internacional orientado a la economía y la cultura, los productos electrónicos de la marca Xiaomi se han exportado a los mercados extranjeros (Chen, 2022, p.1). Debido a sus precios razonables, su alta calidad y una estrategia positiva de comercialización, los teléfonos Xiaomi con derechos de propiedad intelectual independientes reciben el amor de personas de diferentes países.

Xiaomi inició su internacionalización en 2014 y en 2017 entró en el mercado de Europa Occidental. En ese momento, la tecnología 4G se fue cubriendo gradualmente a nivel mundial, y los competidores se encontraban en una situación débil. Después de acumular experiencia internacional en la India, los líderes de Xiaomi decidieron elegir España como punto de partida para iniciar su expansión internacional en Europa occidental. Los productos altamente innovadores y tecnológicamente diversos de Xiaomi sorprendieron a España y a todo el mercado de teléfonos inteligentes de Europa occidental con una calidad excelente y precios competitivos (Guo, 2021).

La prueba en el mercado español obtuvo un triunfo gigantesco. Esta compañía china ha reforzado desde entonces de manera notable su presencia en España, y en la actualidad tiene repartidas 47 *Mi Stores* en un total de 23 provincias españolas. También tiene presencia en Alcampo, AliExpress Plaza, Amazon, Carrefour, El Corte Inglés, Eroski, Fnac, MediaMarkt, PcComponentes, Phone House y Worten, así como en Orange, Movistar, Vodafone y Yoigo.

La estrategia de comunicación y marketing de Xiaomi ha jugado un papel significativo en los resultados obtenidos en el mercado español. Guo (2021) cree que el modelo de comercialización a través de los nuevos medios es la clave del éxito. En primer lugar, Xiaomi realiza cada segmentación concreta analizando el entorno geográfico, el estado demográfico y las variables de psicología del consumidor. De este modo, Xiaomi puede identificar a sus consumidores potenciales y ofrecerles los productos correspondientes. En segundo lugar, Xiaomi ha lanzado activamente un gran volumen de publicidad en Internet y ha registrado su cuenta oficial en redes sociales populares, como Instagram y Facebook. Su comunidad *online* en España asciende a más de un millón de seguidores.

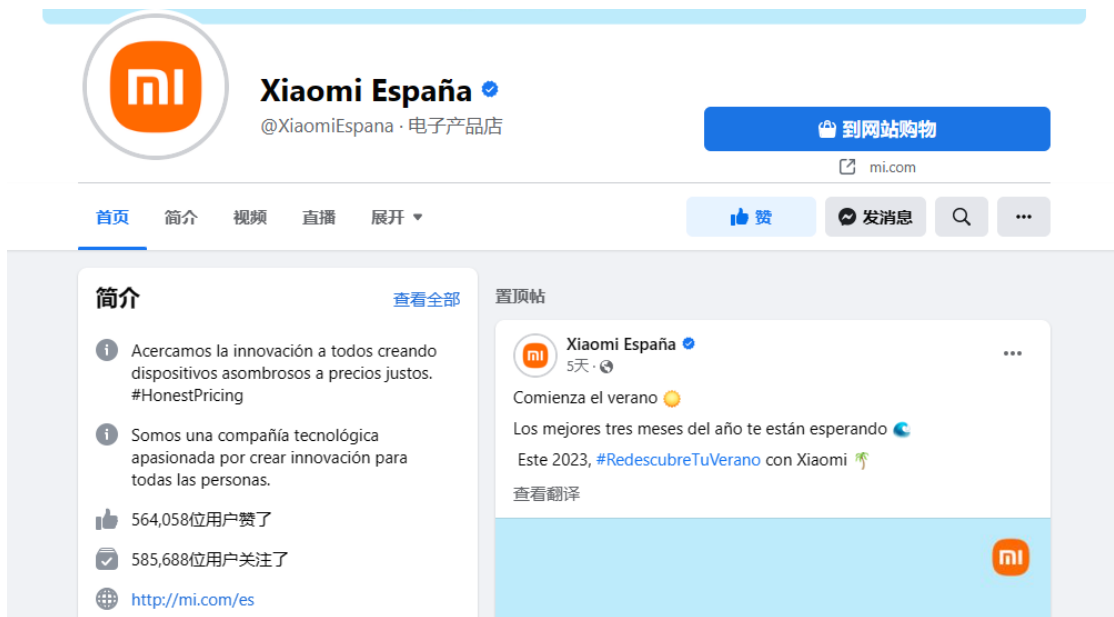


Figura 3. La cuenta oficial de Xiaomi España en Facebook

Fuente: <https://www.facebook.com/XiaomiEspana/>

Evidentemente, la estrategia de producto es la piedra angular de toda la estrategia de marketing. No sólo para los teléfonos inteligentes: Xiaomi también ofrece abundantes accesorios, como auriculares, relojes inteligentes y cargadores. Lo que es más importante, Xiaomi intenta ofrecer productos electrónicos para todos los aspectos de la vida de los consumidores. Por ejemplo, Xiaomi ha creado un nuevo concepto de vida inteligente: su alcance comercial incluye televisores, proyectores, purificadores y otros dispositivos domésticos inteligentes.

Para ampliar sus canales de venta, Xiaomi ha adoptado una combinación de modelos *offline* y *online*. Por un lado, Xiaomi ha establecido una plataforma de comercio electrónico de primer nivel en <https://www.mi.com/es>. Además, Xiaomi se asoció con Alibaba y Amazon para entrar rápidamente en el mercado *online* español y fomentar la confianza de los consumidores en los teléfonos de la marca Xiaomi. Las dos principales plataformas de comercio electrónico han impulsado conjuntamente el disparo del volumen de la venta (Xu, 2021). Por otro lado, el especial método comercial de tipo supermercado fuera de línea ha atraído la atención de los consumidores. Xiaomi continúa ampliando los canales de venta y ha autorizado a otras empresas cooperadoras, lo que se puede conocer la lista de los vendedores autorizados en su página oficial.

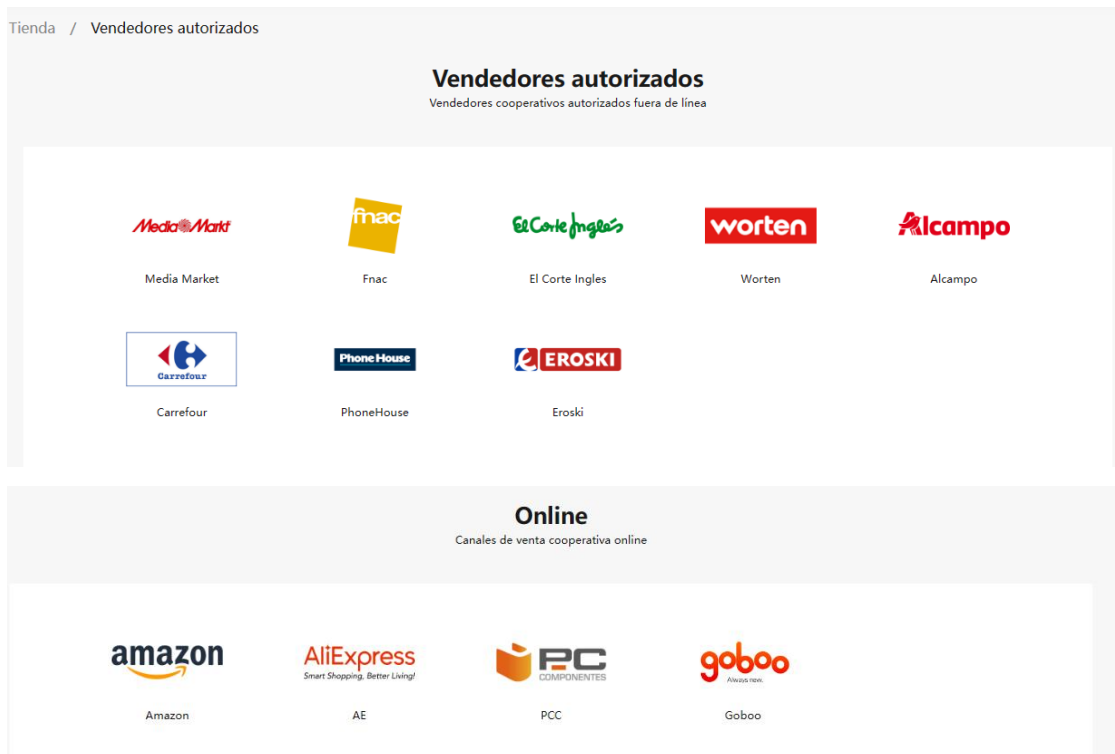


Figura 4. Los colaboradores de Xiaomi en España

Fuente: <https://www.mi.com/es/store/partner>

En el futuro, Xiaomi seguirá consolidando su posición de liderazgo en el mercado español en términos de teléfonos móviles. La autora cree que la expansión de Xiaomi en España traerá más demanda de la interpretación entre chino y español.

---

## 5. Método

### a. Conocer el contenido del encargo

La interpretación comercial es el puente entre las dos partes de una actividad empresarial y tiene como objetivo fomentar la comunicación y la confianza. La conversión de símbolos lingüísticos en el proceso de interpretación implica no sólo los conocimientos bilingües del intérprete, sino también su capacidad de comprensión, reorganización de la información, memoria, adaptación a la situación y conocimiento del trasfondo cultural. La interpretación comercial impone mayores exigencias de calidad a los intérpretes debido a su terminología especializada y a su complejo conocimiento cultural y empresarial, por lo que los trabajos de preparación de forma científica y adecuada desempeñan un papel vital en la mejora de la calidad de la interpretación comercial. Al recibir un encargo de interpretación, Los intérpretes profesionales deben familiarizarse con el vocabulario especializado, comprender los conocimientos previos de la tarea de interpretación y captar los antecedentes de identidad del orador, con el fin de reducir la carga de energía del intérprete en el proceso de la práctica de la interpretación, con vistas a completar con éxito la tarea de interpretación.

Como se ha mencionado anteriormente, el objetivo de investigación de este trabajo es introducir la preparación para un encargo de interpretación de conferencias orientado a la industria de la telefonía móvil. Concretamente, se trata de la preparación para interpretar de forma simultánea un lanzamiento del nuevo producto de teléfono móvil de Xiaomi para los espectadores hispanohablantes.

Para comprender las características y los retos de la interpretación de conferencias en el ámbito de la telefonía móvil, la autora se puso en contacto con dos intérpretes profesionales que tenían experiencia como intérpretes de conferencias en esta industria y les realizó entrevistas en profundidad. Después de resumir los resultados de las entrevistas, podemos extraer conclusiones. Las dificultades de la interpretación de conferencias por teléfono móvil dependerán de la terminología técnica y de marketing, las habilidades de interpretación y la adquisición de conocimientos previos sobre esta industria y la empresa.

Frente a estos retos, el intérprete puede hacer los trabajos de preparación mediante la redacción de la documentación y el glosario para reducir la dificultad de la interpretación y mejorar la calidad de la misma.

---

En primer lugar, como esta tarea de interpretación está relacionada principalmente con la industria de la telefonía móvil, es importante comprender el desarrollo actual de esta industria en China y España y estar familiarizado con la terminología pertinente.

En segundo lugar, el protagonista de este lanzamiento de teléfonos móviles es la empresa Xiaomi. Por tanto, era necesario conocer a fondo la historia de Xiaomi, su modelo de negocio, sus últimos productos y otros datos. En particular, el modelo de negocio de la empresa, su estrategia de marketing y su cuota de mercado en el mercado español. Lo más importante es memorizar y dominar todas las terminologías vinculadas con los parámetros y los rendimientos de sus productos.

En tercer lugar, los lanzamientos de teléfonos móviles son diferentes de otras conferencias de negocios. Mientras que las negociaciones o reuniones comerciales ordinarias suelen implicar una comunicación bidireccional entre representantes de ambas empresas, los lanzamientos de teléfonos móviles suelen consistir en una presentación unilateral a cargo de uno o varios directores ejecutivos o jefes de departamento de la empresa, en la que el intérprete traduce la presentación a los medios de comunicación y usuarios extranjeros que lo necesiten, a través de auriculares y micrófonos. Por eso podemos analizar los vídeos de lanzamientos anteriores de la empresa para conocer el contenido y el proceso exactos de un lanzamiento de un nuevo producto. Aunque el contenido de cada lanzamiento de un móvil no es el mismo, el proceso básico es similar. Por lo tanto, conocer el proceso de antemano permitirá a los intérpretes realizar su trabajo de forma más tranquila y ordenada.

Tomando como ejemplo el lanzamiento de la serie de teléfonos Xiaomi 12, la presentación se dividió en tres partes principales. En la primera parte, se realizó la parte retrospectiva en la que se mencionó el desarrollo de Xiaomi en el último año. A continuación, se anunciaron los objetivos y las decisiones importantes para el año próximo. Xiaomi siempre prestaba gran atención a la demanda y los comentarios de los usuarios. Por eso, en el lanzamiento, el director de Xiaomi no solo les agradeció su apoyo, sino que también presentó las optimizaciones y actualizaciones de diversos productos de Xiaomi en respuesta a las peticiones y expectativas planteadas por los usuarios. En la segunda parte, se destacó el último sistema operativo, MIUI 13. Como sistema operativo investigado de forma independiente por Xiaomi, las constantes actualizaciones de MIUI siempre han sido el foco de atención de los usuarios. El ponente presentó las ventajas de MIUI 13 y los diversos derivados de Xiaomi basados en MIUI, como televisores, tabletas y electrodomésticos. La

---

tercera parte de la sesión se centró en los teléfonos de la serie 12 de Xiaomi, con especial atención a las innovaciones técnicas y las mejoras de rendimiento de la serie 12 de Xiaomi. Por un lado, el ponente introdujo los parámetros del Xiaomi 12 y el Xiaomi 12 pro, incluidos el objetivo, el tamaño y la pantalla. Por otro lado, también se destacaron las ventajas de los teléfonos de la serie Xiaomi 12 en términos de fotografía, carga y chips, comparándolos con productos de otros fabricantes. Por supuesto, la parte clave es la introducción del precio de los productos y las ofertas.

Tras recibir el encargo, tenemos que determinar la combinación lingüística y la forma de traducción que se utilizará en esta interpretación. A través de entrevistas en profundidad, sabemos que actualmente hay dos tipos de lanzamientos de Xiaomi. Uno es el lanzamiento en chino que se celebra en China y el otro es el lanzamiento en inglés que se celebra en diferentes países extranjeros. Y el objeto de investigación de este trabajo es el primer tipo. Dado que Xiaomi tiene su sede en China, los lanzamientos en chino suelen ser más detallados. Los medios de comunicación y los usuarios extranjeros interesados tienden a seguir el lanzamiento chino para conocer las últimas noticias y presentaciones de productos, a pesar de la barrera del idioma. En estos casos, los organizadores disponen la interpretación simultánea de las presentaciones por traductores utilizando equipos especializados para que los periodistas extranjeros también puedan acceder a la información igual que el público. El objetivo es transmitir las últimas novedades de los teléfonos de Xiaomi a los consumidores extranjeros a través de los periodistas, ampliando así el alcance de la propaganda y promoviendo la venta de teléfonos de Xiaomi en el futuro.

Debido al impacto de la epidemia y a la prevalencia de la retransmisión en directo por Internet, cada vez más fabricantes de teléfonos móviles optan por retransmitir en directo por Internet el lanzamiento de nuevos productos, lo que también ofrece a los usuarios extranjeros la posibilidad de conocer directamente las últimas novedades sobre los teléfonos inteligentes. Al mismo tiempo, la interpretación remota (IR) se ha convertido en una tendencia popular. Cela Gutiérrez (2021) define la interpretación remota como la modalidad de interpretación consecutiva o simultánea que mediante el uso de las herramientas tecnológicas de la comunicación es posible conectarse por teléfono o por videoconferencia con el intérprete que no está físicamente presente en el mismo lugar que los interlocutores.

Esta tendencia también impone una serie de exigencias a la competencia del intérprete. Por ejemplo, los intérpretes deben saber de antemano cómo funciona exactamente la

---

aplicación. Los intérpretes también tienen que adaptarse de antemano a los inconvenientes traídos por este nuevo modelo a los que se enfrenta debido a la inexistencia de señales no verbales, no solamente a nivel lingüístico, sino a nivel emocional (Cela Gutiérrez, 2021, p. 236). Por último, el intérprete debe encontrar un lugar tranquilo con una red estable y buena para garantizar una conexión a Internet sin interrupción durante todo el proceso de interpretación.

## **b. Elaborar la documentación**

En el apartado anterior, la autora ha ofrecido una presentación detallada de la situación general del sector de la telefonía móvil en China y España, y la historia de la empresa Xiaomi y sus operaciones en el mercado español. En la siguiente sección se describe en qué consiste el proceso de documentación y cómo encontrar los materiales adecuados para el tema de este trabajo.

La etapa de documentación es significativa para los intérpretes, porque es un proceso de buscar y almacenar la información necesaria con el fin de establecer un sistema de conocimiento relacionado con el tema del encargo. En la práctica de interpretación simultánea, el intérprete ha de recibir, recuperar y traducir la información desde la lengua de partida hasta la lengua de meta. Su conocimiento del mundo en general y su conocimiento del tema que interpreta en particular (previamente preparado) le dotan de un bagaje de conocimiento que le permiten concatenar la información adicional o relacionada (Benítez & Bajo, 1998, p. 110). En otras palabras, la documentación favorece la comprensión del tema de que tratará la conferencia o negociación, reducir la carga atencional del intérprete y elevar la precisión del trabajo.

Debido al elevado coste de la mano de obra, sólo un número muy reducido de organizaciones gubernamentales y empresas privadas contratan intérpretes fijos de forma permanente. En la mayoría de los casos, se contrata a un intérprete poco tiempo antes de la celebración de la conferencia o del congreso por lo que carecen del tiempo suficiente para preparar la documentación sobre el tema de que va a tratar la conferencia o el congreso y obtener la información necesaria (Valdivia Campos, 1995, p. 179).

En el limitado tiempo de que dispone, el intérprete debe aprovechar todos los recursos disponibles en línea y fuera de línea para obtener la máxima información posible. En este



---

encargo, Xiaomi es el cliente encargado y el cuerpo principal de la tarea consiste en completar la interpretación simultánea (del chino al español) para el lanzamiento de la serie 12 de teléfonos móviles Xiaomi.

Así pues, el primer paso consiste en encontrar textos paralelos relacionados con la empresa Xiaomi y la serie 12 de teléfonos. El sitio web oficial de Xiaomi es una fuente fiable de información. Consultando el sitio web oficial, podemos obtener toda la información sobre los productos y la cultura corporativa de Xiaomi. Xiaomi ha creado sitios web oficiales en diferentes idiomas para usuarios de distintos países. Las especificaciones publicadas en las páginas oficiales chino y español son básicamente iguales para el mismo producto, por lo que son textos paralelos entre sí. Y llevamos a cabo la recopilación y memorización de estos términos, especialmente los parámetros y características del producto, etc.

Además, podemos consultar al lanzamiento de la serie 12 de Xiaomi en chino, inglés y español en Internet, y las descripciones específicas de los vídeos también pueden utilizarse como fuente para textos paralelos. Se ha encontrado tres vídeos distintos como referencia. El primero es el lanzamiento en chino de la serie Xiaomi 12 celebrado por la sede central de la empresa Xiaomi en China (Xiaomi, 2021), y el segundo es el lanzamiento mundial de la serie 12 de teléfonos publicado en Youtube por Xiaomi España (la cuenta oficial de la sucursal española) (Xiaomi España, 2022). Aunque el lanzamiento mundial es en inglés pero se ha subtítuloado en español para los usuarios españoles. Las traducciones han sido aprobadas oficialmente y, por tanto, son una fuente fiable. El tercero es el lanzamiento de los mismos productos en Youtube (la cuenta oficial de la filial chilena) (Xiaomi Chile, 2022), donde el ponente explica en español todo el tiempo. Los tres lanzamientos están en torno a la propaganda de mismos productos, por lo que podemos extraer de ellas algunas expresiones de términos y eslóganes de venta tanto en versión china como española.

Por último, buscamos y leímos algunos artículos, revistas y sitios web relevantes (véanse la lista completa de las fuentes en el anexo II) para conocer en profundidad el significado y el uso concreto de estos términos. Por ejemplo, la autora encuentra los contextos de los términos relacionados con los parámetros y características de los teléfonos móviles en los artículos de An (2019), Taslimi (2020), Raimundo Román (2021) y otros autores. Además, los contextos de los términos relacionados con MIUI y el ecosistema Xiaomi se citan principalmente a partir de las obras de Domínguez López(2019), Gonzalez Fernández (2019), Luo (2021), Zhou (2022), Campos Gavilánez (2023), etc. Por lo demás, la tercera parte del

---

glosario está dedicada a los términos relacionados con la estrategia de comercialización de Xiaomi, y sus contextos se derivan de los trabajos de Vacas Aguilar (2011), Ji (2020), Guo (2021), Li (2022), etc.

. Podemos revisar las definiciones de los términos con la ayuda de diccionarios, por ejemplo el diccionario chino de Zdic y el diccionario en línea de RAE son buenas herramientas.

### **c. Crear la ficha terminológica**

En la interpretación simultánea de conferencias de negocios, los intérpretes suelen estar expuestos a una gran cantidad de terminología específica del tema. Por lo tanto, ellos deben realizar una actividad de terminología temática con anticipación que consiste en buscar, definir y armonizar el vocabulario específico de estas áreas de especialización en sus lenguas de trabajo, elaborando glosarios multilingües adaptados a sus necesidades específicas (Vanhecke, 2010, p. 518).

Tras los pasos mencionados anteriormente, debemos hacer una recopilación y resumen de todos los términos encontrados, para que facilite su consulta y memorización. En lo que se refiere a la elaboración de un glosario, podemos inspirarnos en el modelo utilizado en la tesis de Paula (2021). Las ventajas de este modelo es que se añade una sección de contexto al glosario bilingüe frecuente, lo que ayuda al traductor a comprender el contexto específico en el que se utilizan los términos y a utilizarlos de forma más adecuada en el siguiente trabajo. Por lo demás, Paula (2021) incluyó las expresiones inglesas de los términos en su glosario teniendo en cuenta la característica de la temática que ella trabajó. Además, se ha añadido la transcripción fonética de los términos usando el sistema Pinyin debido a la especificidad de la combinación lingüística de chino y español.

En realidad, la autora considera que este modelo se puede aplicar a la edición del glosario en la industria de la telefonía móvil. Esto se debe a que la comprensión de algunos términos técnicos y comerciales puede resultar difícil para algunos intérpretes que carecen de conocimientos profesionales en este ámbito. El contexto puede ayudarles a comprender y recordar la terminología. Además, en la industria de la telefonía móvil también existen algunos términos y abreviaturas en inglés que se utilizan habitualmente tanto en China como en España, por ejemplo: GPS, APP, IOS, etc. Por otra parte, aunque el objetivo de investigación de esta tesis de máster es la preparación de interpretación chino-español para el lanzamiento

---

de teléfonos móviles, también existe la demanda de la interpretación de inglés-español o de inglés-chino porque el lanzamiento mundial se celebra en inglés. Si la ficha terminológica abarca los términos en inglés, se va a tener más valor de referencia.

Basándose en un análisis general del proceso de lanzamiento, la autora ha decidido dividir el glosario en tres partes. La primera parte son los vocabularios sobre los distintos parámetros y características de los teléfonos Xiaomi 12 y Xiaomi 12 pro. La segunda parte es acerca de la plataforma operativa MIUI y el ecosistema de Xiaomi. La última trata de la estrategia general de comercialización de esta marca china.

Por fin, las ocho columnas de esta ficha terminológica permiten al usuario del glosario comprender perfectamente el significado de cada término, las correspondientes traducciones al español y al inglés, y su uso correcto en el contexto del campo de la telefonía móvil.

## 6. Glosario <sup>1</sup>

### a. Parámetros y características

Término en chino	Transcripción fonética (Pinyin)	Definición en chino	Contexto	Término en español	Definición	Contexto	Término en inglés
尺寸	chǐcùn	物体的长度、大小、面积等。	小米希望能够做出一款小尺寸的高端旗舰手机，既能提供优秀的性能，同时还具备良好的握感，方便用户一手环握和单手操作。	Tamaño/ Dimensión	Longitud, área o volumen de una línea, una superficie o un cuerpo, respectivamente.	Es un tamaño que cabe perfectamente en la palma de la mano.	Dimension /size
处理器	chǔlǐqì	解释并执行指令的功能部件。	小米高端手机的芯片主要来自美国高通公司，高通公司在芯片处理器方面的议价能力极强。	Procesador	Componentes funcionales que interpretan y ejecutan instrucciones.	Es decir, que sus equipos se encuentran conformados por componentes y procesadores de otros fabricantes y no directamente de Xiaomi.	Processor

<sup>1</sup> La bibliografía específica de esta terminología recogida se encuentra en el Anexo II.

传感器	chuángǎnqì	一种能够感应物理或化学量的物体，称为仪器变量，并将其转化为电变量。	在小米 12 手机的前后分别加入了一颗光线传感器，能够敏锐地探测到光线地变化，调节屏幕亮度。	Sensor	Objeto capaz de detectar magnitudes físicas o químicas, llamadas variables de instrumentación, y transformarlas en variables eléctricas.	Una de las mayores preocupaciones que culpan a los usuarios Xiaomi es el uso de la sensor de proximidad digital.	Sensor
存储	cúncǔ	形容电子设备储存数据的能力。	作为运动健康算法的核心，MACE Micro 在功耗、性能、存储等方面都处于业界领先地位，表 1 是小米运动健康算法的核心指标。	Almacenamiento /Memoria	Describe la capacidad de los productos electrónicos para almacenar datos.	Dispositivos de almacenamiento de datos	Memory

导航	dǎoháng	用来指引人、一定的设备（载具）从一点出发到达另一点的技术。	内置全功能小爱同学，可通过语音操作地图导航、拨打电话等功能。	Navegación	Utilización de tecnología por satélite y radio para guiar y planificar el desplazamiento de personas o vehículos desde el punto de origen hasta el de destino.	Los sistemas utilizados tienen la particularidad que cada uno es independiente y diferente tanto en <i>hardware</i> como en <i>software</i> , siendo los más importantes los sistemas de localización vía GPS, que son muy estables pero no permiten la visualización de obstáculos en la navegación.	Navigation
电池	diàncí	通过电化学手段储存电子流的电流蓄能器。	我们带来了新一代钴酸锂高能量密度电池，它有效地增加了电池的能量密度，可以在小的空间内做出更大的电池容量，所以在小尺寸的手机内包含了 4500 毫安的大电量。	Batería	Acumulador de corriente eléctrica que almacena el flujo de electrones por medios electroquímicos.	Contamos con una batería de 5.000 mAh, la cual nos ha permitido disfrutar de juegos y demás contenido durante bastante tiempo.	Battery

对比度	duìbǐdù	画面的明暗反差程度	正面的双曲面屏是一块 6.47 英寸 OLED 双曲面水滴屏, 19.5 : 9 屏幕比例, 400000 : 1 对比度, 分辨率为 2340× 1080, DCI-P3 广色域, 支持游戏模式屏幕 HDR、低亮度画质优化、护眼模式 2.0 等功能。	Relación de contraste / rango de contraste	El grado de contraste entre la luz y la oscuridad en la imagen.	En la Xiaomi Mi TV P1 se apuesta por un panel de tecnología VA, por lo que aumenta el rango de contraste a costa de disminuir los ángulos de visión.	Contrast ratio
分辨率	fēnbiànlǜ	泛指量测或显示系统对细节的分辨能力。	正面的双曲面屏是一块 6.47 英寸 OLED 双曲面水滴屏, 19.5 : 9 屏幕比例, 400000 : 1 对比度, 分辨率为 2340× 1080, DCI-P3 广色域, 支持游戏模式屏幕 HDR、低亮度画质优化、护眼模式 2.0 等功能。	Tasa de refresco	Generalmente se refiere a la capacidad de un sistema de medición o visualización para resolver detalles.	Es un cambio muy sutil en el '12S Pro', el cual incorpora tecnología LTPO 2.0 que permite una tasa de refresco variable de 1 a 120 Hz.	Resolving power/ Definition

兼容性	jiānróng	几个硬件之间、几个软件之间或是几个软硬件之间的相互配合的程度。	相对于硬件来说, 几种不同的电脑部件, 如 CPU、主板、显示卡等, 如果在工作时能够相互配合、稳定地工作, 就说它们之间的兼容性比较好, 反之就是兼容性不好。另一种就是软件共享, 几个软件之间无需复杂的转换, 即能方便地共享相互间的数据, 也称为兼容。	Compatibilidad	La capacidad de que varias piezas de <i>hardware</i> , varias piezas de <i>software</i> o varias piezas de <i>hardware</i> y <i>software</i> interactúan entre sí.	Finalmente, a partir de los estándares 3G, 3.5 G e iMode, el IMS incorpora la transmisión de datos en formato IP, planteando el horizonte de una creciente compatibilidad con los estándares de Internet.	Compatibility
解锁	jiěsuǒ	通过软件或者硬件手段解除移动通讯设备对于运营网络的限制。	同时指纹识别区域面积扩大了 10%, 在室外强光、低温、干手等环境下的解锁成功率进一步提升。	Desbloqueo	Eliminación de dispositivos móviles de la red operativa mediante <i>software</i> o <i>hardware</i> .	Bloqueo y desbloqueo de la pantalla.	Unlock



聚焦、 对焦	jùjiāo、 duìjiāo	将物体在镜头焦点处产生的影像清晰地汇聚在给定平面或物体上的动作。	该传感器单颗像素面积能达到1微米，融合之后能达到2微米大的像素面积，因此它的画质和它的对焦能力是极好的。	Enfoque	Acción de hacer que la imagen de un objeto producida en el foco de una lente se recoja con nitidez sobre un plano u objeto determinado.	Esto incluye un nuevo enfoque de seguimiento ocular.	Focus
快充	kuàichōng	一种允许智能手机电池以比传统充电更快的速度进行充电的新技术。	电池方面配备5260mAh 超大条形快充电池，支持30W 闪充、全系标配30W 快充头，并兼容PD协议，号称30分钟可以充满58%电量，65分钟充满。	Carga rápida	Una tecnología que permite cargar la batería del smartphone a una velocidad más rápida que la carga convencional.	Además, es compatible con carga rápida de 33W, la cual no llega a cotas como el OnePlus 8T y compañía, pero se trata de un añadido más que correcto para cargar nuestro dispositivo de 0 a 100% en una hora y 15 minutos, alcanzando un 60% en cuestión de media hora.	Fast charging

铝合金	lǚhéjīn	一种有色金属材料，用于制作手机框架。	手机上使用的金属材料有不同分类，除了不锈钢，用得最多的金属材质是铝合金。	Aleación de aluminio	Un tipo de material no ferroso que puede utilizarse para fabricar marcos de teléfonos móviles.	Xiaomi 12 están diseñado con un marco de aleación de aluminio redondeado.	Aluminium alloy
滤镜	lǜjìng	摄影时放在照相机镜头前端的一种玻璃或塑料镜片，能够对光的不同波段进行选择性吸收，从而对摄影作品产生特殊的效果。	前置方面采用3200万像素电影自拍镜头,可以实现电影宽画幅、渐进式背景虚化、电影风格滤镜等功能。	Filtro	Lente de cristal o plástico colocada en la parte delantera del objetivo de una cámara durante la fotografía, que absorbe selectivamente diferentes longitudes de onda de luz para producir un efecto especial en la fotografía.	Los usuarios pueden elegir sus filtros fotográficos favoritos.	Filter

屏幕	píngmù	显示图像的视觉表面和智能手机界面。	智能手机的生产原材料包括芯片、屏幕、相机镜头、电池等其他零部件。	Pantalla	La superficie visual en la que se muestran las imágenes y la interfaz del teléfono móvil inteligente.	En un único dispositivo se dio la convergencia de diversas tecnologías populares para la época, incorporando pantallas de alta calidad, audio, cámaras fotográficas y finalmente redes sociales.	Screen
全球定位系统、GPS	quánqiú dìngwèi xìtǒng	一种以人造地球卫星为基础的高精度无线电导航的定位系统。	小米手机具备双频GPS功能，可以更加精准定位。	Sistema de Posicionamiento Global / GPS	Sistema de posicionamiento para radionavegación de alta precisión basado en satélites terrestres artificiales.	El iPhone recopilará automáticamente la dirección MAC de Wi-Fi, la información de ubicación del GPS, el código de la estación base del operador, etc., y lo enviará al servidor de Apple.	Global Positioning System (GPS)

人工智能、AI	réngōng zhìnéng	研究、开发用于模拟、延伸和扩展人的智能的理论、方法、技术及应用系统的一门新的技术科学。	AI 模型被深度集成到设备中且只在本地运行，通过 AI 算法处理的数据不会备份或传输到任何其他地方。	Inteligencia artificial (IA)	Una nueva ciencia técnica para el estudio y desarrollo de teorías, métodos, técnicas y sistemas aplicados para la simulación, extensión y expansión de la inteligencia humana.	El algoritmo de IA de Xiaomi ProFocus es muy inteligente.	Artificial Intelligence (AI)
色域	sèyù	对一种颜色进行编码的方法，也指一个技术系统能够产生的颜色的总合。	小米电视 5 Pro 采用 4K 量子点技术，NTSC 色域达到 108%，具备更加宽广的色域表现，还支持 HDR 10+ 高动态范围制式，有利于增强明暗对比效果。	Gama de colores	La proporción del espacio de color que se puede representar con ese dispositivo o proceso.	En el procesamiento gráfico por ordenador, una gama de colores es un subconjunto completo de un color. La aplicación más común de un subconjunto de colores es representar con precisión una situación determinada.	Color Gamut

射频	shèpín	无线电通信中使用的每个电磁波频率。	本设备必须在离身体至少 5 毫米的距离内佩戴，以确保射频暴露水平达到或低于指示水平。	Radiofrecuencia	Cada una de las frecuencias de las ondas electromagnéticas empleadas en la radiocomunicación.	Este dispositivo debe llevarse a una distancia mínima de 5 mm del cuerpo para garantizar que el nivel de exposición a radiofrecuencias esté al nivel indicado o sea inferior.	Radiofrequency
数据线	shùjùxiàn	一个导体（通常是铜）或一束导体，通常用绝缘或保护材料覆盖。	使用提供的数据线来连接华为 MediaPad 和电脑。	Cable	Un conductor (generalmente de cobre) o conjunto de ellos generalmente recubierto de un material aislante o protector.	Conecte la HUAWEI MediaPad a una PC con el cable USB proporcionado.	Cable
天线	tiānxiàn	发射或接收设备中的一种装置，以各种形式发射或接收电磁波。	我们首先小米 12 中在塞进了 15 颗天线，支持了 41 个主流频段，所以它本身的信号连接能力就很强。	Antena	Dispositivo de los aparatos emisores o receptores que, con formas muy diversas, sirve para emitir o recibir ondas electromagnéticas.	Xiaomi 12 está equipado con 15 antenas y soporta hasta 49 bandas que te permite beneficiarte de conexiones aún más rápida y más estable de la conexiones Wi-Fi y 5G.	Antenna

相机镜头	xiàngjī jìngtóu	智能手机中用于拍摄照片和录制视频的部件。	智能手机的生产原材料包括芯片、屏幕、相机镜头、电池等其他零部件。	Cámara	El componente del smartphone que permite tomar fotografías y grabar videos.	En un único dispositivo se dio la convergencia de diversas tecnologías populares para la época, incorporando pantallas de alta calidad, audio, cámaras fotográficas y finalmente redes sociales.	Camera
像素	xiàngsù	智能手机屏幕或相机上的图像的最小单位, 它决定了图像的质量和清晰度。	前置方面采用3200万像素电影自拍镜头,可以实现电影宽画幅、渐进式背景虚化、电影风格滤镜等功能。	Píxel	La menor unidad homogénea en color que forma parte de una imagen digital.	Dichas imágenes tienen un tamaño de 4160 x 3120 píxeles, por lo que aplicarles un reescalado para reducir su tamaño es imprescindible para que el algoritmo funcione a una velocidad razonable.	Píxel
骁龙	xiāolóng	美国高通公司推出的处理器系列平台名称。	配置上, 小米手表搭载高通骁龙Wear 3100 芯片, 这是高通去年发布的可穿戴处理器, 增加了二级低功耗处理器, 提升手表的待机续航。	Snapdragon	Nombre de la familia de plataformas de procesadores lanzada por Qualcomm en EE.UU..	En este caso, la serie Snapdragon 800 de Qualcomm, son considerados como los mejores procesadores del mercado para los dispositivos Android.	Snapdragon

扬声器	yángshēngqì	一种把电信号转化成声音信号的电声器件。	小米 10 Pro 最大程度上利用了手机的现有结构，采用双 1216 超线性扬声器的对称设计（这可是在顶部塞了一颗同等规格的扬声器），最大程度上还原声音的立体感。	Altavoz	Aparato electroacústico que transforma la corriente eléctrica en sonido.	Esto incluye el diseño del altavoz de ondas sonoras, que refleja la calidad de sonido profesional de Xiaomi 12.	Loudspeaker
液冷	yèlěng	一种新型的散热方式，通过外部冷却水或冷冻水系统实现系统换热。	小米最薄超大 VC 液冷：2600mm <sup>2</sup> ，这是小尺寸几乎不可能的散热面积，液冷内部毛细结构密度提升 20%。	Refrigeración líquida	Un nuevo método de disipación de calor mediante agua de refrigeración externa o sistemas de agua fría para la transferencia de calor del sistema.	Ahora Xiaomi ha anunciado una nueva tecnología de refrigeración líquida, similar a la que usan aparatos más grandes, como los ordenadores.	Liquid Cool
指纹识别	zhǐwén shíbié	通过比较不同指纹的细节特征点来进行鉴别。	同时指纹识别区域面积扩大了 10%，在室外强光、低温、干手 等环境下的解锁成功率进一步提升。	Reconocimiento de huellas dactilares	Identificación mediante la comparación de diferentes puntos de detalle de las huellas dactilares.	Una función de seguridad que utiliza el escaneo de huellas dactilares para desbloquear el smartphone o autenticar el usuario.	Fingerprint recognition

智能手机	zhìnéng shǒujī	具有独立的移动操作系统，可透过安装应用软件、游戏等进程来扩充手机功能，运算能力及功能均优于传统功能手机的一类手机。	客户可以在小米之家体验小米手机，预定某款货量稀缺的智能手机，体验产品满意后可以直接下单购买。	Teléfono inteligente	Un tipo de teléfono móvil construido sobre una plataforma informática móvil con mayor capacidad para almacenar datos y realizar actividad, semejante a la de una minicomputadora, y con una mayor conectividad que un teléfono móvil convencional.	Es el cuarto fabricante de teléfonos más grande del mundo. Xiaomi diseña, desarrolla y vende teléfonos inteligentes, aplicaciones móviles, computadoras portátiles y productos electrónicos de consumo relacionados.	Smartphone
------	----------------	---	--	----------------------	--	--	------------



## b. MIUI y ecosistema de Xiaomi

Término en chino	Transcripción fonética (Pinyin)	Definición en chino	Contexto	Término en español	Definición	Contexto	Término en inglés
iOS	/	由苹果公司开发的移动操作系统，专门用于其移动设备，如 iPhone、iPad 和 iPod Touch。	iOS 系统仍然有着迄今最好的系统动画，拥有超越时代的软件技术和设计思想。	iOS	un sistema operativo móvil desarrollado por Apple Inc, exclusivamente para sus dispositivos móviles como el iPhone, iPad y iPod Touch.	iOS es conocido por su facilidad de uso y simplicidad, la interfaz de usuario es intuitiva y fácil de entender, y la integración con otros productos de Apple es perfecta.	iOS
安卓	ānzhuó	一个由美国公司谷歌开发的移动操作系统。	国内智能手机厂商们推出的产品多是使用的安卓系统的内核，然后再进行自主研发。	Android	un sistema operativo móvil desarrollado por la empresa estadounidense Google.	Android es conocido por su facilidad de uso y flexibilidad, la personalización es fácil y los usuarios pueden cambiar la apariencia y la funcionalidad de su dispositivo a través de la instalación de aplicaciones y temas de terceros.	Android

操作系统	cāozuò xìtǒng	一套计算机系统的程序，旨在管理和分享其资源，以及协调其所有功能。	他建议团队投入大量资金开发 MIUI 操作系统，开发米聊软件，在行业内形成自身特色，吸引了大票求新求异的粉丝。	Sistema operativo	Conjunto de programas de un sistema de cómputo destinado a administrar y compartir sus recursos, así como coordinar todas sus funciones.	Un sistema operativo móvil es un conjunto de programas que habilitan características específicas de un teléfono móvil y brindan servicios a las aplicaciones móviles que se ejecutan en él.	Operating system
更新	gēngxīn	应用于程序的变化，以纠正错误，增加功能，更新它，等等。	此次的 MIUI 升级是小米改动幅度大幅超过上一个版本，是基于系统方面的大版本更新，MIUI12 给用户带来全新的体验，为市场注入新动能。	Actualización	Los cambios que se aplican a un programa, para corregir errores, agregarle funcionalidad, actualizarlo, etc.	Xiaomi se actualiza con frecuencia para MIUI esto permitirá agregar nuevas características, mejora la seguridad y soluciona los problemas que existen dentro de este sistema operativo móvil.	Update
界面、接口	jièmiàn、jiēkǒu	泛指实体把自己提供给外界的一种抽象化物，用以由内部操作分离出外部沟通方法，使其能被修改内部而不影响外界其他实体与其交互的方式。	MIUI12 为了将产品体验直观的展现出来，在系统壁纸界面上采用了火星、地球创意，画面上真实重现星球地貌特征。	Interfaz	En informática se utiliza para nombrar la conexión funcional entre dos sistemas o dispositivos de cualquier tipo dando una comunicación entre distintos niveles.	Tiene una interfaz de usuario muy personalizada en la que se diferencia al interfaz predeterminado que utiliza el sistema operativo móvil de Android.	Interface

近场通信、NFC	jìnchǎng tōngxìn	一种短距高频具有双向连接和识别的特点的无线电技术，主要基于 13.56MHz 频率下于 10 厘米距离内运行。	小米也是国内第一家支持虚拟门卡的手机厂商，通过 NFC 技术，线上发卡到用户手机中，实现手机刷卡开门功能。	Comunicación de Campo Cercano/ NFC	Tecnología de radio HF de corto alcance con conectividad e identificación bidireccional, basada principalmente en frecuencias de 13,56 MHz que funcionan a una distancia de 10 cm.	Las etiquetas NFC son pegatinas que podemos configurar para que al pasar el móvil sobre ellas realicen configuraciones automáticas.	Near Field Communication (NFC)
米柚	mǐyòu	小米科技旗下基于 Android 所开发的手机操作系统。	过去十年间，MIUI 作为安卓定制系统，领跑国内手机系统的变革，成为手机市场中各品牌打磨自家系统时的对标和参考。	MIUI	El sistema operativo móvil basado en Android de Xiaomi Technology.	La personalización es fácil y se pueden descargar temas y aplicaciones de terceros desde la Mi Store.	MIUI
软件	ruǎnjiàn	一套计算机程序、指令和规则，用于在计算机上执行某些任务。	2019 年，小米与开源的 RTOS 系统 NuttX [8] 展开了战略合作，基于 NuttX 打造了小米的 IoT 软件开发平台 Xiaomi Vela。	<i>Software</i>	Conjunto de programas, instrucciones y reglas informáticas para ejecutar ciertas tareas en una computadora.	Cuando compramos un teléfono inteligente, nos aseguramos de comprar el mejor que ofrezca una combinación de buen <i>hardware</i> , excelente <i>software</i> y también un precio que podamos poner por las funciones ofrecidas.	Software

算法	suànfǎ	一个计算的具体步骤，常用于计算、数据处理和自动推理。	小米 IoT 平台推出米家安全芯片，支持“一芯一密”、ECC256 安全加密算法等，为产品提供硬件级的安全防护。	Algoritmo	un conjunto prescrito de instrucciones o reglas bien definidas, ordenadas y finitas que permite realizar una actividad mediante pasos sucesivos que no generen dudas a quien deba realizar dicha actividad.	Los algoritmos se utilizan para calcular métricas de grafos, nodos o relaciones.	Algorithm
随机存取存储器	suíjī cúnqǔ cúnchǔqì	与中央处理器直接交换数据的内部存储器。	随机存取存储器可以随时读写，而且速度很快，通常作为操作系统或其他正在运行中的程序的临时资料存储介质。	Memoria de acceso aleatorio /RAM	Memoria interna que intercambia datos directamente con el procesador central.	Tras estos problemas realice una inversión comprando el <i>hardware</i> (un i5-8400, 16GB de RAM y 1TB de disco) e instalando Ubuntu 18.04.2 LTS.	Random Access Memory (RAM)
性能	xìngnéng	指产品的功能和质量两个方面。	十年来，高通首次推出的全新 CPU 架构，安全性大幅提升，实现更佳的性能优化。第七代的 AI 引擎实现了四倍的性能提升。	Rendimiento	Producto o utilidad que da alguien o algo.	Xiaomi ofrece una experiencia sin precedentes con una pantalla premiada cinematografía de calidad de estudio y un rendimiento líder en la industria.	Performance

隐私	yǐnsī	一个人有权保护自己的隐私不受任何侵犯的区域。	2016年，小米网和小米手机操作系统 MIUI 全面拿到了 TRUSTe 隐私认证。	Privacidad	Ámbito de la vida privada que se tiene derecho a proteger de cualquier intromission.	Nuestros mecanismo de protección de la privacidad están probados y certificados por expertos líderes del sector.	Privacy
应用软件、APP	yīngyòng ruǎnjiàn	一个计算机程序，被用户用作执行特定任务的工具。	两部手机之间可以在无需安装任何 APP、无需消耗任何流量的基础上，实现数据交换。	Aplicación	Programa de computadora que es empleado por el usuario como herramienta para realizar una tarea específica.	Con eso teníamos de resultado un dispositivo sin la carga de MIUI, que no se podía apagar usando los botones físicos y solo con las aplicaciones que nosotros queríamos.	Application (APP)
硬件	yìngjiàn	构成计算机硬件部分的一组组件。	小米 IoT 硬件产品诸如平板、电视、有屏音响、手表等，也适配和接入了 MIUI，构筑了强有力的生态效应。	<i>Hardware</i>	Conjunto de los componentes que integran la parte material de una computadora.	El margen de beneficios de la división de <i>hardware</i> de la compañía jamás superará el 5%.	Hardware

只读存储器	zhǐdú cúnchǔqì	一种半导体存储器。	只读存储器的特点就是一旦在其体内存储了资料就无法再被改写或删除，但其存储过的内容也不会因为电源关闭而丢失。	Memoria de sólo lectura /ROM	Una memoria semiconductora.	Por estos mismo los primeros dispositivos Xiaomi que llegaban importados de china no tenían Google Play Store y requerían que el usuario cambiar la ROM e instalar las aplicaciones de Google con herramientas externas.	Read-Only Memory (ROM)
智能家庭 (米家)	zhìnéng jiā tíng	一套使家庭中不同装置自动化的系统。	在智能生活体验上，MIUI 推出系统应用米家 APP，实现手机控制小米生态链智能硬件设备，让消费者能够切身体验智能生活带来的便捷。	Domótica	Conjunto de sistemas que automatizan las diferentes instalaciones de una vivienda.	Xiaomi tiene una gama extensa de productos para la domótica, pero no está totalmente adaptado a los asistentes de Alexa o Google Home.	Smart home

终端	zhōngduān	一台电子计算机或者计算机系统，用来让用户输入数据，及显示其计算结果的机器。	新时代的“万物基于 MIUI”，不再仅是智能手机系统，它更是终端打通、全场景融合的智能互联新体验，也将是全球米粉信赖的生活方式。	Terminal	Cada uno de los dispositivos conectados a una red.	Suelen realizar sus propias funciones y contactan con el servidor cuando lo necesitan, bien sea para recurrir al uso de alguno de los usos compartidos o bien para trabajar con alguna información contenida en él.	Terminal
----	-----------	---------------------------------------	--	----------	--	---	----------

### c. Estrategia de comercialización

Término en chino	Transcripción fonética (Pinyin)	Definición en chino	Contexto	Término en español	Definición	Contexto	Término en inglés
代言人	dàiyánrén	为一定的个人或社会集团、社会组织的利益说话的人。	我们在今年八月份邀请了亚洲飞人苏炳添担任了小米的品牌代言人, 他为我们精心拍摄了一个广告片。	Vocero	Persona que habla en nombre de otra, o de un grupo, institución, entidad, etc., llevando su voz y representación.	Ella indica que entre las responsabilidades de un embajador está ser vocero de la marca y las actividades que realiza la empresa, así como ayudar a que la participación se incremente en estas actividades.	Spokesman
旗舰	qíjiàn	引申代指同类中起主导作用的产品。	目前, 小米手机以线上销售渠道为主, 例如小米手机官网、小米商城App、天猫旗舰店、京东自营店以及其他线上销售渠道。	Buque insignia	La persona o cosa más dominante, famosa, de mayor rango, representativa de una cosa u organización.	Nuestro buque insignia del año pasado Mi 11 que introdujo el concepto de cine en tus manos.	Shipflag



消费者	xiāofèizhě	购买商品或服务的人。	2017年后，为了覆盖更广泛的消费者群体，小米集团通过新零售战略将线上和线下销售渠道紧密地联系在一起。	Consumidor	Persona que compra productos de consumo o servicios.	Describe la manera en que el consumidor adquiere un bien o servicio para su propia utilidad.	Consumer
出货量	chūhuòliàng	生产商出货给代理商（或中间商）的量。	根据工信部的数据，我国智能手机出货量从2011年的9060万台增长至2016年的4.67亿台。	Envíos	Remisión de algo de una parte a otra.	Durante este período, los envíos de teléfonos móviles de Xiaomi superaron el millón de unidades.	Shipment volume

同质化	tóngzhìhuà	产品特性逐渐统一，形成标准。	“华米 OV 苹”五大手机厂商之间的竞争趋于白热化，手机同质化十分严重，市场也接近饱和。	Homogeneización	Una tendencia perteneciente o relativa a un mismo género, poseedor de iguales caracteres.	Por ello es necesario un cambio legislativo que incentive la producción al igual que en los medios convencionales por medio de medidas fiscales y de una cierta homogeneización tarifaria que permita la creación del mercado europeo de contenidos.	Homogenization
交互	jiāohù	即交流互动，是很多互联网平台追求打造的一个功能状态。	通过某个具有交互功能的互联网平台，让用户在上面不仅可以获得相关资讯、信息或服务，还能使用户与用户之间或用户与平台之间相互交流与互动，从而碰撞出更多的创意、思想和需求等。	Interactivo	Que permite una interacción, a modo de diálogo, entre el ordenador y el usuario.	Para decirlo sin rodeos, la comunicación interactiva es el movimiento entre unos y otros.	Interaction

性价比	xìngjiàbǐ	商品的一个性能与价格之间的比例关系，是反映物品的可买程度的一种量化的计量方式。	小米集团借助这一轮风口，在市场销售主打“性价比”的智能手机。	Relación calidad/precio	Relación proporcional entre el rendimiento de un bien y su precio, medida cuantitativa que refleja el grado de disponibilidad de un artículo para la compra.	El grado de crecimiento ha ido obteniendo, la imagen transmitida, notoriedad, su presencia y la relación calidad/precio en comparación con la competencia.	Cost performance ratio
饥饿营销	jīè yíngxiāo	产品生产者为了支配供给需求关系而有意降低商品的销售量，从而在市场上呈现出一种供给小于需求的“假象”，其最终目的是保持较高的销售价格和利润。	小米手机的饥饿营销策略在有效提高销量、攻占市场的同时，也为公司长期发展降低了风险和压力。	Marketing del hambre	El marketing del hambre es una estrategia psicológica que se centra en el deseo de los consumidores, haciéndoles sentir hambre y por tanto tener un fuerte deseo de comprar productos que otras personas también quieren comprar. Mercadotecnia contra el hambre.	El marketing del hambre, que se aplica a la comercialización de servicios comerciales para proyectos de productos o servicios.	Hunger Marketing

个性化	gèxìnghuà	根据每位用户的独特档案，提供符合情境的信息、优惠和体验。	小米部分智能手机也适时推出了“青春版”和标准版型号产品以此来满足各年龄层消费者的个性化需求。	Personalización	Una técnica que trata de eliminar la sobrecarga de información o infoxicación, mediante la adaptación de los contenidos para cada tipo de usuario.	Basada en Android, con características adicionales de personalización e integración de servicios de Xiaomi.	Personalization
购买力	gòumǎili	在这些商品和服务的价格给定的情况下，用一笔特定的钱可以购买的商品和服务的数量。	造成大学生对手机需求处于潜在状态的主要原因是购买力不足。	Poder adquisitivo	Una cantidad de bienes y servicios que pueden ser comprados con una suma específica de dinero, dados los precios de estos bienes y servicios.	La decisión de adquirir un dispositivo móvil depende de varios factores de acuerdo con la necesidad y poder adquisitivo.	Purchasing Power
细分	xìfēn	将一个市场划分为具有类似特征的小群体的过程。	在品牌定位方面小米智能手机产品序列包含了从低端手机到高端手机，涵盖了品牌定位的五大细分市场。	Segmentación	El proceso de dividir un mercado en grupos más pequeños que tengan características semejantes.	La segmentación del mercado es el proceso mediante el cual las empresas dividen todo el mercado en diferentes grupos de consumidores en función de las diferentes necesidades de los consumidores.	Segmentation

---

## 7. Conclusiones

Este Trabajo de Fin de Máster ha tenido como objetivo presentar los trabajos de preparación previa para un encargo de interpretación en un lanzamiento de teléfono móvil de Xiaomi.

A través de entrevistas en profundidad con intérpretes profesionales, la autora conoció las dificultades y los retos a los que se enfrentan habitualmente los intérpretes en la interpretación de lanzamientos de teléfonos móviles, las formas de interpretación, el trabajo preparatorio que debe realizarse de antemano y los canales de acceso a la información. Después de resumir los resultados de las entrevistas, se determinó el contenido del siguiente trabajo preparatorio.

En general, el proceso de preparación se divide en tres partes: comprender la evolución del sector, encontrar vocabularios especializados y elaborar un glosario de términos. El capítulo 4 delinea el desarrollo actual de la industria de la telefonía móvil en China y España. En la era 5G, los teléfonos inteligentes son una herramienta imprescindible en la vida cotidiana. Por lo tanto, el desarrollo de la industria de la telefonía móvil es un tema que merece atención. Mediante la revisión de los datos y la literatura, se ha encontrado que China es actualmente el mayor productor mundial de teléfonos móviles, pero el ritmo de crecimiento de los envíos se ralentiza. Además, el mercado español de telefonía móvil está ocupado por marcas extranjeras como Apple, Samsung y Xiaomi. Y tras los cambios en la industria de telecomunicación, algunas marcas nacionales empiezan a florecer en sus mercados locales. En la actualidad, los teléfonos móviles de Xiaomi, en vista de su excelente relación calidad-precio y su perfecta estrategia de marketing, son la marca china con mayor cuota en el mercado español.

En el capítulo 5 se describen detalladamente los métodos de documentación y la elaboración de un glosario. Utilizamos principalmente el sitio web oficial de Xiaomi y el vídeo oficial de lanzamiento como fuentes de textos paralelos para extraer los términos importantes y frecuentes. Además, consultamos la bibliografía para comprender su significado y contexto, con el objetivo de ayudar a los intérpretes a entender y memorizar estos términos.

El capítulo 6 es la clave principal de nuestro trabajo, pues contiene el vocabulario sobre tres áreas principales: parámetros y características del teléfono, MIUI y el ecosistema, y estrategias de comercialización de Xiaomi. Este glosario multilingüe abarca términos en chino,

---

su pinyin, contextos en chino, términos en español, definición en español, contexto en español y término en inglés.

En el proceso de redacción de este trabajo, la principal dificultad es la escasa bibliografía pertinente a la que se puede recurrir y la falta de un corpus disponible. Dado que el campo de la telefonía móvil se actualiza muy rápidamente, cada vez que un nuevo modelo de teléfono móvil entra en el mercado, el fabricante inventa algunos conceptos nuevos o nuevos nombres técnicos, y esta parte de la terminología es muy difícil de encontrar definiciones adecuadas en los diccionarios o en la literatura existente, porque las definiciones contenidas en los diccionarios pueden no ajustarse al contexto de la industria de la telefonía móvil. Por lo tanto, la autora tiene que acudir a algunas noticias relacionadas o a artículos de blogueros tecnológicos para encontrar la introducción y la explicación adecuadas. Por supuesto, esta parte del artículo también tiene algunas limitaciones. Por ejemplo, algunos de los términos sólo son adecuados para describir las características de los teléfonos móviles de Xiaomi y la estrategia empresarial de esta compañía, pero no son aplicables a todos los fabricantes del sector de la telefonía móvil.

Adjuntamos algunas imágenes tomadas de la web oficial de Xiaomi, en las que se aprecian las superioridades del rendimiento y puntos de venta del teléfono Xiaomi 12. Los intérpretes pueden utilizar estos textos paralelos como referencia. Además, la autora ha enumerado las fuentes de todos los contextos en el glosario del Anexo II, y los lectores interesados pueden utilizar los enlaces para obtener más información sobre el uso de estos términos.

Por último, se espera que este trabajo de investigación no sólo ayude al intérprete a prepararse para una negociación, una conferencia de prensa o el lanzamiento de un nuevo producto en el sector de la telefonía móvil, sino que también proporcione algunos conocimientos a las personas interesadas en el sector de la telefonía móvil.

---

## 8. Bibliografía

Alonso, A. B., Artime, I. F., Rodríguez, M. Á., & Baniello, R. G. (2011). Dispositivos móviles. *EPSIG Ing. Telecomunicación Universidad de Oviedo*, 12.

Bulnes, A. (2016, marzo 16). *Teléfonos made in Spain: 9 marcas españolas de smartphones*. ITespresso.es. <https://www.itespresso.es/telefonos-made-in-spain-9-marcas-espanolas-de-smartphones-149258.html>

Cánovas Rubio, M. J. (2019). *La documentación, la interpretación y la Unión Europea*.

Cela Gutiérrez, C. (2021). Interpretación Remota: Enseñanza de la interpretación en una nueva era tecnológica. En *Libro de Actas de las VIII Jornadas Iberoamericanas de Innovación Educativa en el ámbito de las TIC y las TAC, Las Palmas de Gran Canaria, 18 y 19 de noviembre de 2021*, p. 233-241. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC). <https://accedacris.ulpgc.es/jspui/handle/10553/113237>

Deloitte. (2017). *Tendencias de consumo móvil en España*. Deloitte Spain. <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/consumo-movil-espana.html>

Europa Press. (2021, mayo 14). *El uso del «smartphone» aumenta un 102% en la última década en España*. Europa Press.

---

<https://www.europapress.es/portaltic/sector/noticia-uso-smartphone-aumenta-102-ultima-decada-espana-20210514122836.html>

Europa Press. (2023). *La industria de la telefonía móvil en el mundo, datos y gráficos*. <https://www.epdata.es/datos/industria-telefonía-movil-mundo-datos-graficos/309>

Fernández, R. (2022). *Móviles y smartphones: Cuota de mercado por fabricante en España en 2022*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/702380/cuota-de-mercado-de-los-fabricantes-de-telefonos-moviles-espana/>

Fernández, R. (2023). *Tema: Industria y consumo mundial de smartphones*. Statista. <https://es.statista.com/temas/10145/industria-y-consumo-mundial-de-smartphones/>

González Freire, P. (2021). *Interpretación en el ámbito textil: Negociaciones entre la empresa española Inditex y sus proveedores en China*.

Guo, Q. (2021). *Análisis de la estrategia de comunicación y marketing de Xiaomi en el mercado español en la era de los nuevos medios de comunicación* [TRABAJO FINAL DE MÁSTER, Universitat Politècnica de València]. <http://polipapers.upv.es/index.php/IA/article/view/3293>

Jeet. (2021, mayo 11). *Xiaomi surpasses Samsung to become the leading smartphone brand in Spain*. *Gizmochina*.



---

<https://www.gizmochina.com/2021/05/11/xiaomi-surpasses-samsung-spain/>

Martín, J. D. O. (2023). Regulación del sector de las comunicaciones electrónicas y de los mercados digitales: Pasado, presente y futuro. *FEDEA, eee2023-16*.

Mobile World Congress. (2023). En *Wikipedia, la enciclopedia libre*. [https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Mobile\\_World\\_Congress&oldid=152030417](https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Mobile_World_Congress&oldid=152030417)

Orozco-Jutorán, M. (2013). La traducción en contextos especializados d'Esperanza Alarcón/La traducción en contextos especializados d'Esperanza Alarcón/La traducción en contextos especializados d'Esperanza Alarcón. *Terminàlia (Ed. impr.)*, 6, 52-54.

Phone Service Center. (2018, agosto 2). *El mercado de la telefonía móvil en España*. <https://www.phoneservicecenter.es/blog/el-mercado-de-la-telefonía-movil-en-espana/>

Torres, R. (2022). *Telefónica reina el mercado de telefonía fija y móvil*. Merca2. <https://www.merca2.es/2022/10/09/telefonica-reina-fija-movil-1095790/>

Valdivia Campos, C. (1995). La interpretación. *Anales de Filología Francesa, vol. 7, 1995*.

Valles Lozano, C. P. (2015). Preparación y documentación previa a la

---

interpretación de conferencia en Lima, 2015. *Universidad César Vallejo*.

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/3078>

Vanhecke, K. (2010). La terminología en la práctica profesional de la interpretación. Implicaciones didácticas. *Anales de Filología Francesa*, 18, 517-537.

Xiaomi. (2021). *Lanzamiento del nuevo producto Xiaomi serie 12*. 腾讯视频. <https://v.qq.com/x/cover/mzc00200ij0dq33/s0041a84gx9.html>

Xiaomi Chile (Director). (2022, abril 26). *Xiaomi—Lanzamiento Serie Xiaomi 12*. <https://www.youtube.com/watch?v=VWxsne6l3so>

*Xiaomi España*. (s. f.). Xiaomi España. <https://www.mi.com/es/about>

Xiaomi España (Director). (2022, marzo 15). *Xiaomi 12 Series // Evento global de lanzamiento*. <https://www.youtube.com/watch?v=zWIVx1IsB0E>

---

## 中文参考文献

孙昌岳(2023-04-21). 智能手机市场呈连续下跌态势. 经济日报, 004.

[Sun, C. Y. (2023, abril 21). *El mercado de los smartphones muestra un declive continuo*. Economic Times, 004.]

徐翠.(2021). *中国手机企业进军西欧市场的战略研究*(硕士学位论文, 商务部国际贸易经济合作研究

院). <https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbname=CMFD202201&filename=1021072307.nh>

[Xu, C. (2021). *Estudio estratégico de la entrada de las empresas chinas de telefonía móvil en el mercado de Europa Occidental* (Instituto de Comercio Internacional y Cooperación Económica, Ministerio de Comercio).]

中华人民共和国国家发展和改革委员会 (Ed.) (2023). *2022 年全球智能行业手机统计信息*.

[https://www.ndrc.gov.cn/fgsj/tjsj/cxhgjcsyxx/202302/t20230224\\_1349588.html](https://www.ndrc.gov.cn/fgsj/tjsj/cxhgjcsyxx/202302/t20230224_1349588.html)

[Comisión Nacional de Desarrollo y Reforma de la República Popular China (Ed.) (2023). *Estadísticas mundiales de teléfonos inteligentes para la industria 2022* ]

陈乐.(2022). *释意理论视角下的 2021 小米海外发布会模拟同传实践报告*(硕士学位论文, 青岛大

学). <https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbname=CMFDTEMP&filename=1022771699.nh>

---

[Chen L. (2022). *Informe práctico sobre la interpretación simultánea simulada para el lanzamiento en el extranjero de Xiaomi 2021 desde la perspectiva de la teoría de la interpretación* (Tesis de máster, Universidad de Qingdao).

<https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbname=CMFDTEMP&filename=1022771699.nh>]

李明伟. (2023, 6月26日). 在线创新社区用户持续贡献形成机理——基于面板向量自回归的动态分析. *南开管理评论*.

<http://kns.cnki.net/kcms/detail/12.1288.F.20230626.1403.002.html>

[Li, M. W.. (2023, 26 de junio). Mecanismos para la formación de contribuciones sostenidas de los usuarios en comunidades de innovación en línea- Análisis dinámico basado en la autorregresión vectorial de panel . *Nankai Management Review*.

<http://kns.cnki.net/kcms/detail/12.1288.F.20230626.1403.002.html>]

柴仁缘.(2019).欢迎加入 1 亿像素俱乐部小米发布 1 亿像素手机 CC9 Pro. *摄影之友*. 421(15-17). doi:CNKI:SUN:QUAN.0.2019-12-002.

[Chai, Y., Y., (2019). Bienvenidos al club de los 100 megapíxeles Xiaomi desvela el teléfono de 100 megapíxeles CC9 Pro. *Amigos de la fotografía*. 412(15-17). doi:CNKI:SUN:QUAN.0.2019-12-002. ]

(2019).三星加强与小米合作新品, 抢占图像传感器市场. *传感器世界*, 25(08),41. doi:CNKI:SUN:CGSJ.0.2019-08-027.

[(2019).Samsung refuerza su nueva cooperación con Xiaomi para captar el mercado de sensores de imagen. *El mundo de sensor*, 25(08), 41.]

---

刘志豪,房琳清 & 石仁波.(2022).基于小米手机案例的“饥饿营销”策略分析. *中国商论*(02),31-33. doi:10.19699/j.cnki.issn2096-0298.2022.02.031.

[Liu, ZH., H., Fang, L., Q., & Shi, R., B. Análisis de la estrategia de "marketing del hambre" basado en el caso del teléfono móvil Xiaomi. *Noticias empresariales de China* (02), 31-33. doi:10.19699/j.cnki.issn2096-0298.2022.02.031.]

赵静,高学德 & 杨鼎新.(2008).兰州市大学生手机消费状况调查分析. *发展* (11),104-105.

[Zhao, J., Gao, X., D., & Yang, D., X. (2008). Encuesta sobre el consumo de teléfonos móviles entre los estudiantes universitarios de Lanzhou. *Desarrollo*(11), 104-105.]

资产信息网. (2021). *2021 智能手机行业发展研究报告*.

<https://zhuanlan.zhihu.com/p/377659954>

[Red de Información sobre Activos . (2021) Informe de investigación sobre el desarrollo de la industria de teléfonos inteligentes 2021.

<https://zhuanlan.zhihu.com/p/377659954>]

---

## Anexo I: Gráficos en español y en chino

### 1. Español

#### Dimensiones

Altura: 152,7 mm  
Anchura: 69,9 mm  
Grosor: 8,16 mm  
Peso: 180 g

\*Datos proporcionados por laboratorios internos. Los métodos de medición del sector pueden variar y, por tanto, es posible que los resultados reales varíen.

#### Pantalla

#### DotDisplay AMOLED FHD+ de 6,28"

20:9, 2400 x 1080  
419 ppp  
Tasa de refresco: 120 Hz  
Frecuencia de muestreo táctil: hasta 480 Hz  
Más de 68 000 millones de colores  
Gama de colores: DCI-P3  
Pantalla TrueColor: JNCD≈0,61, Delta E≈0,59  
Relación de contraste: 5 000 000: 1  
HDR10+  
Dobly Vision®  
Corning® Gorilla® Glass Victus®  
Sensor de luz ambiental de 360°  
Certificación A+ de DisplayMate

#### Procesador

#### Snapdragon® 8 Gen 1

Proceso de fabricación de 4 nm y bajo consumo  
CPU:  
1 núcleo Prime (basado en X2), 3 GHz  
3 núcleos Gold (basados en A710), 2,5 GHz  
4 núcleos Silver (basados en A510), 1,8 GHz  
GPU: GPU Qualcomm® Adreno™  
Motor de IA Qualcomm® de 7.ª generación

## Cámara trasera

## Cámara gran angular de 50 MP

Tamaño del sensor de 1/1,56"

Tamaño de píxel de 1 µm, Super Pixel 4 en 1 de 2 µm  
f/1,88

Estabilización óptica de imagen

## Cámara ultra gran angular de 13 MP

Campo de visión de 123°

f/2,4

## Cámara telemacro de 5 MP

f/2,4

AF (3-7 cm)

## Funciones fotográficas de la cámara trasera

Xiaomi ProFocus (enfoque de seguimiento de movimiento/enfoque de seguimiento de ojos/captura de movimiento)

Modo de larga exposición con seis efectos (multitud en movimiento, pintura al óleo, estelas de neón, pintura con luz, cielo estrellado y estelas de estrellas)

Clones de foto

Ráfaga con temporizador

Filtros fotográficos

Modo Nocturno (gran angular/ultra gran angular)

Modo de 50 MP

Modo documento

Cámara con IA

Google Lens

Movie frame

## Batería y carga

Batería de 4500 mAh (typ)

Carga turbo de 67 W con cable

Carga turbo inalámbrica de 50 W

Carga inalámbrica con polaridad inversa de 10 W

Cargador de 67 W incluido

USB tipo C

Xiaomi AdaptiveCharge

---

## Navegación y posicionamiento

GPS: L1+L5  
Galileo: E1+E5a | GLONASS: G1 | Beidou | NavIC: L5  
Posicionamiento suplementario A-GPS | Brújula electrónica | Red inalámbrica | Red móvil | SAP

## Sensores

Sensor de proximidad | Sensor de luz ambiental | Acelerómetro | Giroscopio | Brújula electrónica | Motor lineal | Emisor de infrarrojos | Sensor de parpadeo

## Contenido del paquete

Xiaomi 12 | Adaptador | Cable USB tipo C | Extractor de SIM | Funda protectora | Guía de inicio rápido | Tarjeta de garantía

Fuente: <https://www.mi.com/es/product/xiaomi-12/specs>



## 2. Chino

### 外观尺寸

长度: 152.7mm

宽度: 69.9mm

厚度: 8.16mm (玻璃版) / 8.66mm (素皮版)

重量: 180g (玻璃版) / 179g (素皮版)

\*以上数据为小米实验室测试数据, 依据行业内测量方式不同, 实际结果可能略有差异。

### 6.28" 超视感屏

分辨率: 2400 x 1080 FHD+ 419PPI

显示帧率: 最高 120Hz

触控采样率: 最高 480Hz

色域: DCI-P3 色域

峰值亮度: 1100nit

支持Dolby Vision

原色屏 | 对比度 5,000,000 : 1 | HDR10+ | 阳光屏3.0 | 12bit | 自然护眼模式 | 360°感光 | 心率监测 | 自动亮度2.0

玻璃盖板: 康宁® 大猩猩® 玻璃 Victus™

### 移动平台

#### 全新一代骁龙8

SoC工艺: 4nm工艺制程

CPU核数: 八核处理器

CPU架构主频: 1x Cortex-X2 3.0GHz + 3x Cortex-A710 2.5GHz + 4x Cortex-A510 1.8GHz

GPU: Adreno图形处理器, 最高主频可达818MHz

AI: 第七代AI引擎

## 影像系统

### 5000万像素超清主摄

SONY IMX766

1/1.56" 大底

1.0 $\mu$ m 单颗像素

2.0 $\mu$ m 融合大像素

全像素全向对焦

f/1.88

等效24mm 焦距

OIS 光学防抖

6P镜头

### 500万微距镜头

等效50mm 焦距

3-7cm 自动对焦

### 1300万超广角镜头

123° FOV

运动追焦 | 5000万 超清 | AI 魔法分身 | 前后双景 | AI 魔法万花筒 | AI 相机 | 文档模式 | 电影模式 | 身份证影印模式 | 萌拍 | 4K 视频拍摄 | VLOG 视频 | 语音字幕 | 运动抓拍 | 延时摄影 | 视频滤镜 | 视频美颜 | 视频超级防抖 | 微距视频拍摄 | 短视频录制 | 人像模式 | 全景模式 | 专业模式 | 动态照片 | 倒计时拍照 | 水平仪 | 定时连拍 | 人脸识别 | HDR | AI 美颜 | 超广角边缘畸变矫正 | 自定义水印 | AI 电影光效

## 续航充电

4500mAh (typ) / 4400mAh (min)

内置锂离子聚合物电池，不可拆卸

USB Type-C 双面充电接口

手机支持 QC4+ / QC3+ / QC3.0 / QC2.0 / PD3.0 / PD2.0 快充协议+MI FC 2.0 快充

67W 有线秒充

50W 无线秒充

10W 无线反充

## 导航定位

北斗: B1I + B1C+ B2a | GPS: L1 + L5 | Galileo: E1 + E5a

GLONASS: G1 | QZSS: L1 + L5 | NavIC: L5

AGNSS: A-GPS | A-GLONASS | 数据网络定位 | Wi-Fi 网络定位 | sensor辅助定位

## 传感器

超声波距离传感器 | 环境光传感器 | 加速度传感器 | 陀螺仪 | 电子罗盘 | X 轴线性马达 | 红外线遥控器 | 后置光线 (色温) 传感器 | Flicker传感器

## 包装清单

手机主机 | 电源适配器 | USB Type-C数据线 | 插针 | 手机保护壳 | 贴膜 | 说明书 (含三包凭证)  
\*此清单仅针对整机包装进行说明, 根据销售套餐不同, 整机包装之外所提供的配件套装略有不同, 以购买时用户选择为准。

Fuente: <https://www.mi.com/mi12/specs>

---

## Anexo II: Fuente de contexto de los términos

An, H. (2019). La traducción del manual de instrucciones de productos inteligentes (smartphone y tableta): Estudio contrastivo entre chino y español [Ph.D. Thesis, Universitat Autònoma de Barcelona]. En *TDX (Tesis Doctorals en Xarxa)*. <https://www.tdx.cat/handle/10803/670328>

Cabrera Flores, C. V. (2021). *Desarrollo de una ROM para la personalización y soporte en el sistema operativo android* [Thesis]. <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/28791>

Campos Gaviláñez, D. M. (2023). *Análisis comparativo entre sistemas operativos de dispositivos móviles ANDROID, IPHONE OS y MIUI* [BachelorThesis]. <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/13969>

Carrillo Gelvez, G. E., & Galpin, I. (2020). Analítica de grafos para identificar entidades relevantes y comunidades en Mercado Libre. *Revista Mutis*, 11(1), 77-95. <https://doi.org/10/27988>

Domínguez López, L. (2019, enero). *Creación y personalización de ROM de Android orientado a uso en comercios y empresas* [Info:eu-repo/semantics/bachelorThesis]. E.T.S. de Ingenieros Informáticos (UPM). <https://oa.upm.es/55783/>

González Ferrández, J. (2019). *Xiaomi: Un móvil de alta gama al alcance de todos*. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/94407>

Guo, Q. (2021). *Análisis de la estrategia de comunicación y marketing de Xiaomi*

---

*en el mercado español en la era de los nuevos medios de comunicación*

[TRABAJO FINAL DE MÁSTER, Universitat Politècnica de València].

<http://polipapers.upv.es/index.php/IA/article/view/3293>

López González, R. (2017). *Detección de texto en escenas naturales*

[Proyecto/Trabajo fin de carrera/grado, Universitat Politècnica de València].

<https://riunet.upv.es/handle/10251/92594>

Miranda Jaramillo, J. M. (2021). *Factores que intervienen en la decisión de compra*

*de teléfonos móviles low cost en Guayaquil* [BachelorThesis].

<http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/19813>

Sánchez, M. J. (2022). *Desarrollo de una guía para la implementación de un*

*programa de embajadores interno de marca para la empresa Veris S.A:*

*modalidad propuesta de innovación Universidad Casa Grande*

[MasterThesis, Universidad Casa Grande].

<http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/3657>

Taslimi, A. V. (2020, noviembre 26). *Análisis Xiaomi Mi 10T Pro: Un todoterreno*

*capaz de grandes cosas.* sport; Sport.

[https://www.sport.es/es/noticias/android/analisis-xiaomi-10t-pro-](https://www.sport.es/es/noticias/android/analisis-xiaomi-10t-pro-todoterreno-capaz-grandes-cosas-8222322)

[todoterreno-capaz-grandes-cosas-8222322](https://www.sport.es/es/noticias/android/analisis-xiaomi-10t-pro-todoterreno-capaz-grandes-cosas-8222322)

Vacas Aguilar, F. (2011). *Telefonía móvil: La cuarta ventana.*

[https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec//handle/CONSEJO\\_REP/](https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec//handle/CONSEJO_REP/)

[2097](https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec//handle/CONSEJO_REP/2097)

---

*Xiaomi tendrá refrigeración líquida en sus móviles: Loop LiquidCool.* (2021, noviembre 5). El Español.

[https://www.elspanol.com/elandroidelibre/noticias-y-novedades/20211105/xiaomi-refrigeracion-liquida-moviles-loop-liquidcool/624937650\\_0.html](https://www.elspanol.com/elandroidelibre/noticias-y-novedades/20211105/xiaomi-refrigeracion-liquida-moviles-loop-liquidcool/624937650_0.html)

Raimundo Román, P. (2021). *Caso Xiaomi, estrategia low cost en el mercado de smartphones.* [Tesis de máster].

<https://repositorio.21.edu.ar/handle/ues21/21513>

崔宝秋,宋文宽,王宝林,潘双全,张晓芳,赵彤彤 & 吕莹楠.(2022).小米“手机×AIoT”安全隐私技术. *武汉大学学报(理学版)*, 68(01),1-7. doi:10.14188/j.1671-8836.2021.2000.

[Cui, B., Q., Song W., K., Wang B., L., Pan SH, G., Zhang X., F., Zhao T., T., & Lv Y., N. (2022). Tecnología de seguridad y privacidad "Mobile x AIoT" de Xiaomi. *Revista de la Universidad de Wuhan (edición científica)*, 68(01), 1-7. doi:10.14188/j.1671-8836.2021.2000.]

纪莹.(2020).浅析小米手机“饥饿营销”战略的运用. *现代商业*(14),3-4.

doi:10.14097/j.cnki.5392/2020.14.001.

[Ji, Y. (2020) Análisis de la estrategia de "marketing del hambre" de teléfono móvi de Xiaomi. *Negocios Modernos*(14), 3-4.

---

doi:10.14097/j.cnki.5392/2020.14.001.]

黎力畅.(2022).中国智能手机存量市场下小米集团盈利模式研究(硕士学位论文,

广西财经学

院).<https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbname=CMFD202301&filename=1022817717.nh>

[Li, L., CH. (2022). *Estudio del modelo de beneficios de Xiaomi en el mercado chino de inventarios de smartphones*. (Tesis de máster, Universidad de Finanzas y Economía de Guangxi)]

<https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbname=CMFD202301&filename=1022817717.nh>

罗克研.(2021).小米 MIUI 全球月活用户突破 5 亿. *中国质量万里行*, 12, 86-87.

doi:CNKI:SUN:ZLWL.0.2021-12-042.

[Luo. K. Y. (2021). Los usuarios activos mensuales de Xiaomi MIUI supera 500 millones en todo el mundo. *Millas de calidad de China*, 12, 86-87.

doi:CNKI:SUN:ZLWL.0.2021-12-042.]

田中一.(2023).小米高端智能手机营销现状及优化策略. *合作经济与科技*(02),67-

69. doi:10.13665/j.cnki.hzjykyj.2023.02.055.

[Tian, ZH., Y. (2023). Estrategia de marketing y optimización de los

---

smartphones de gama alta de Xiaomi. Economía y tecnología  
cooperativas(02), 67-69. doi:10.13665/j.cnki.hzjykyj.2023.02.055.]

周腾.(2020).MIUI12 触碰想象背后 国产安卓系统的迭代之路. 互联网经济,05,86-  
89. doi:10.19609/j.cnki.cn10-1255/f.2020.05.016.

[Zhou, T. (2020).MIUI12 toca la imaginación tras la trayectoria iterativa del  
sistema Android doméstico. *Economía de Internet*, 05, 86-89.  
doi:10.19609/j.cnki.cn10-1255/f.2020.05.016.]