

La china Li Ning se alía con Xiaomi para lanzar sus zapatillas más tecnológicas

Palco23

17 mar 2015 - 16:44

La próxima batalla entre los fabricantes de zapatillas ya no estará en la comodidad del calzado, sino en cómo está conectado a otros dispositivos móviles y puede facilitar el análisis del entrenamiento al deportista. No es de extrañar que Under Armour se haya gastado 560 millones de dólares en adquirir las *app* Endomondo y Endomondo, o que Nike y Adidas lleven años invirtiendo en su propia tecnología. Ahora ha sido el turno de Li Ning, que se ha aliado con la también china Xiaomi para desarrollar sus zapatillas de *running* inteligentes.

La intención de Li Ning, a priori, no supone ninguna gran novedad respecto a lo que ya existe en el mercado. En concreto, el proyecto consistirá en desarrollar un chip que se incorpore a la zapatilla y permita monitorizar el entrenamiento, analizar la técnica de su carrera y establecer hitos a superar. Toda la información estaría disponible en una aplicación para dispositivos móviles, de la que aún se desconoce si sólo estaría disponible para los aparatos producidos por Xiaomi o estaría disponible para cualquier soporte.

La alianza con esta tecnológica china también podría suponer un cambio en la percepción de modernidad de Li Ning, ya que esta *start up* se ha convertido en todo un fenómeno dentro del gigante asiático, con dispositivos móviles, *tablets* y otros aparatos electrónicos con una fuerte penetración pese a vender exclusivamente por Internet. De entre todo su portafolio destaca la Mi Band, una pulsera inteligente disponible en múltiples colores y que monitoriza la actividad diaria (pasos, escalones, horas de sueño, calorías quemadas, etc). Además, puede avisar de las llamadas.

El lanzamiento de las nuevas zapatillas es un nuevo intento de la compañía china por abandonar las pérdidas y dejar de ser vista en el mercado como un producto de bajo precio y de ligeramente inferior calidad a sus rivales de Europa y EEUU. Li Ning se puso de moda a finales de la década pasada, con los JJOO de Pekín en 2008 como cumbre de su notoriedad. Ahora está tratando de recuperar posiciones en el mercado, y el lanzamiento de este producto se antoja clave, como ya lo fue poder firmar a Dwyane Wade, estrella de la NBA, como jugador al que provee calzado.

