

## CLUBES

# El piloto Dani Clos lanza un club de eSports de motor junto a Seven Mila

El deportista y la compañía, que cuenta con un club de deportes electrónicos en la Superliga Orange, crean una *joint venture* para poner en marcha la primera escudería de *simracing* en España.

Palco23  
15 feb 2018 - 14:00

La escudería de *simracing* participará en competiciones de Fórmula 1, Gran Turismo, Mc

El mundo de los eSports seduce cada vez a más personalidades del sector deportivo. Hasta el momento, los futbolistas habían copado la mayor parte de las entradas en esta disciplina, pero ahora es el momento del motor. El piloto Dani Clos, que llegó a formar parte de un conjunto de Fórmula 1 en 2012, ha puesto primera y ha decidido dar el salto a los deportes electrónicos de la mano de la agencia Seven Mila.

El deportista ha creado la primera escudería de *simracing* de España a través de una *joint venture* con la empresa catalana, que se encarga de organizar eventos como la Cursa Bombers de Barcelona y varios eventos de deportes extremos. Además, Seven Mila es la propietaria del club Kiyf eSports, que compite en la Superliga Orange, la máxima categoría de deportes electrónicos en España.

Clos, que ahora dedica buena parte de su tiempo a ser uno de los principales *youtubers* de motor en habla hispana, será la cara visible de un proyecto que tendrá como objetivo participar en los campeonatos de los videojuegos de Fórmula 1, Gran Turismo, MotoGP, Fórmula E y World Rally Cross, entre otros. De esta forma, surgirá Kiyf DC, la pata de *simracing* del club de eSports.

Respecto a las diferencias con otras disciplinas de deportes electrónicos como League of Legends, el responsable de Seven Mila encargado de los eSports, Victor Casanovas, explica que "al no haber una competición cerrada, ya que se realizan clasificatorios abiertos para todo el mundo, es más difícil". Aun así, aspiran a ganar títulos y, sobre todo, tener un relato con el que hacer crecer esta incipiente industria.

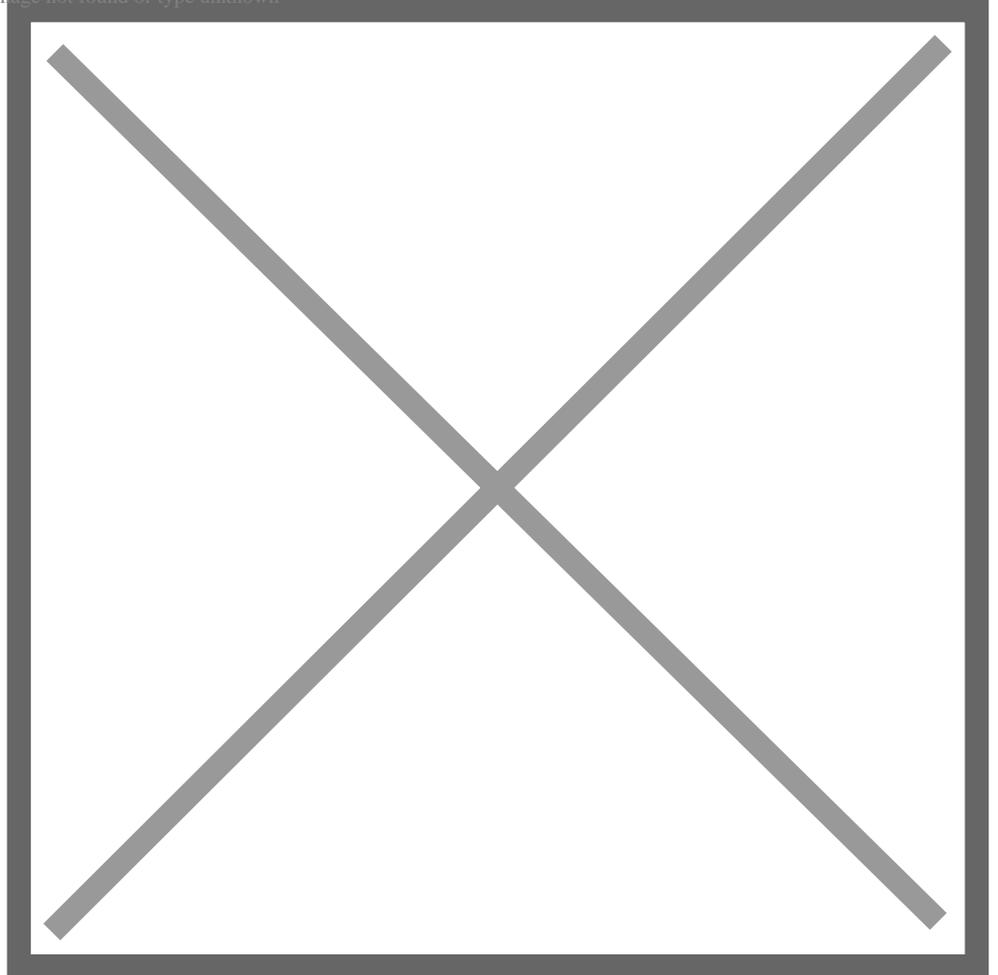
## La escudería de simracing participará en competiciones de Fórmula 1, Gran Turismo, MotoGP, Fórmula E y World Rally Cross

“Los eSports tradicionales, como League of Legends, tienen hándicaps para las marcas de gran consumo”, comenta el responsable, que está en contacto día a día con empresas que tienen intención de irrumpir en este sector. Una de las claves para seducir a las marcas, más allá de que más fácil hacer entender cómo funciona este ecosistema, es que “el *simracing* cuenta con una audiencia de más edad”.

De momento, Kiyf DC cuenta con el patrocinio de un fabricante de simuladores, aunque todavía es pronto para captar más socios oficiales, ya que no han empezado a correr. La escudería empezará a competir el fin de semana del 15 y 16 de abril aprovechando el Rally Cross que se celebrará en el Circuit de Barcelona-Catalunya.

Este proyecto, del que no se ha desvelado la inversión inicial, tendrá su sede en las oficinas de Seven Mila, en Barcelona. Allí se habilitará una sala con cuatro o cinco simuladores para los entrenamientos de los pilotos, que a día de hoy ya están fichados. La idea es poder utilizar estas instalaciones para poder empezar a monetizarlas con paquetes de alquiler y cursos de conducción, entre otras posibilidades.

Image not found or type unknown



El piloto Dani Clos es uno de los principales *youtubers* de motor en habla hispana.

Se trata de una apuesta innovadora en el panorama de los eSports, y que sigue la estela de Fernando Alonso y su alianza con Gamers 2. En este caso, el piloto de McLaren ha empezado a engrasar las piezas de un proyecto en el que su escudería de F1 ha puesto muchas esperanzas. De hecho, el patrocinio del equipo británico con Logitech y Dell sigue la línea de crear torneos de deportes electrónicos además de estampar su logotipo en el monoplaza.

Esta misma semana, uno de los clubes de eSports de más prestigio en Europa, el francés Team Vitality, firmó un patrocinio con Renault para que la marca de automóviles fuera el socio principal de la división de motor. En este caso, esta área también incluye

el videojuego Rocket League, que se basa en un partido de fútbol disputado por coches con el objetivo de marcar goles con una pelota gigante.

Desde el punto de vista de las competiciones, todas ellas han visto este fenómeno de los deportes electrónicos como una forma de llegar a nuevos públicos. Tal y como explicó a este diario el director general de Dorna Sports, Manel Arroyo, “hay jóvenes que no verán una carrera entera, pero que sí jugarán a nuestro videojuego y eso interesa a las marcas porque podrán llegar a ellos también”. “Si es verdad que los videojuegos de lucha son los que tienen mercado y mueven negocio, hay que empezar a dar algunos pasos para atraer a las nuevas generaciones”, señaló.

La industria de los deportes electrónicos facturó 660 millones de dólares (533,2 millones de euros) el pasado año en todo el mundo, un 33,9% más que en 2016. De este importe, 484 millones de dólares proceden de patrocinios, publicidad y derechos de televisión, por lo que no entran los ingresos de los *publishers* ni las entradas ni el *merchandising*.