

# Zero Latency: la realidad virtual que convence



Carles Comas encontró en Australia una fórmula que ha traído a España con cierto éxito. Por sus locales han pasado 40.000 jugadores en los últimos doce meses.

■ MARÍA PLASENCIA

**C**ARLES COMAS se dio cuenta de que tenía que cambiar algo en su propuesta de entretenimiento en España, y se fue a Estados Unidos para descubrir qué podría ser. Allí no lo encontró, así que voló a Australia para ver si allí lo lograba. Y lo consiguió. En el país de los canguros entró en contacto con Zero Latency, una startup creada por tres emprendedores en un garaje de Melbourne en 2012. Seis años después, su innovadora propuesta de realidad virtual se ha practicado en casi 500.000 juegos en centros de ocio en América (8 locales), México, Japón (2 locales), Corea del Sur, Singapur, Malasia, Macao, España, Portugal y Australia.

El responsable de explotarlo en España y Europa es Carles Comas. Lo hace a través de su startup 7fun, que tiene los derechos de explotación de Zero Latency e Immotion, una empresa inglesa especializada en videojuegos y altamente tecnológica. Desde su apertura en Madrid hace un año, Zero Latency ha cosechado cierto éxito. En estos doce meses, por el centro de la capital han pasado más de 40.000 jugadores, una cifra a la que se le pueden sumar los 10.000 que han pasado por el centro de Lisboa abierto hace tan sólo seis meses. "En nuestra expansión por Europa, hemos empezado por Lisboa porque a nivel logístico es mucho más práctico", nos cuenta Carles.

"Vimos que a los jóvenes ya no les interesaban tanto las actividades deportivas

que no estuvieran relacionadas con los videojuegos", sostiene, para explicar cómo captaron una oportunidad de negocio. Carles Comas ha trabajado prácticamente toda su vida en una empresa relacionada con rocódromos y colchonetas. Conoce bien el sector de las actividades de ocio y tiempo libre.

"Ofrecemos realidad virtual en centros estándar de ocio y hemos abierto locales específicos para estas actividades", menciona. La actividad es más bien cara (39 euros por media hora de entretenimiento), pero está bien valorada por sus usuarios.

Por lo que se refiere a Immotion, los visitantes podrán disfrutar en sus locales de diferentes experiencias en los simuladores que encontrarán a su disposición: desde futuristas carreras de motos dignas de la mejor película de ciencia ficción, a batallas espaciales a los mandos de una nave, pasando por ponerse al volante de un buggy en competiciones llenas de adrenalina. El primer centro se abrirá en Logroño.

"Estamos desarrollándonos en un mercado abierto. Tenemos poca competencia, pero creemos que el crecimiento se producirá en los próximos dos años", nos cuenta Carles. Según el CEO, "la competencia es buena siempre, porque significa que existe una demanda".

A nivel financiero, Comas espera doblar la facturación este año hasta llegar a

los 5-6 millones de euros. En cuanto a inversión, su empresa tiene muchos proyectos encima de la mesa que irán cerrando a lo largo del año. El crecimiento en este sector se produce de forma rápida: "Hemos pasado de tener cinco centros a diez".

Carles Comas lleva más de veinte años en el sector del entretenimiento y ocio. Con el tiempo ha ido conociendo a personas importantes interesadas en invertir en este tipo de proyectos. Nos cuenta que tardaron 15 días en conseguir los fondos necesarios, a través de fondos de inversión, haciendo un "business plan" o como hemos dicho, conociendo a gente, para arrancar la idea. Empezaron a funcionar con 2 millones de euros de capital social.

**EL FUTURO ESTÁ EN LA EXPANSIÓN.** Tienen centros en Madrid, Lisboa y Asturias. Ahora están comenzando la construcción de un nuevo centro en Barcelona. "Tenemos que ir a un ritmo razonable", dice Carles. Tienen cuatro contratos pendientes de firmar con centros comerciales. Ya saben que abrirán un nuevo centro de Zero Latency en Nottingham, que pretenden inaugurar en diciembre. En Amsterdam tienen pensado invertir en 2019.

"Nuestro objetivo principal, aparte de abrir nuevos centros, es crecer en calidad. Que la gente pueda realizar reservas de forma sencilla, por ejemplo", concluye Carles. Lo que haga falta para que los usuarios puedan divertirse con la realidad virtual. ■