

## Marcos Vera



### Turismo en formato MP3

Cuando por primera vez lo llamamos, Marcos Vera estaba ocupado. En su oficina había un equipo de TVN entrevistándolo y tenían que partir al museo Ferroviario de Temuco, donde se implementa uno de los productos del negocio que armó junto a uno de sus profesores de INACAP.



Marcos, administrador de empresas turísticas con mención en turismo aventura de la sede Temuco, egresó en la primavera de 2008 y mientras terminaba los ramos comenzó a desarrollar junto a Yeries Musiet el proyecto de Sonusland, una empresa pionera en Chile que vende Audio Tours a través de Internet y que actualmente desarrolla varias Audio Guías para los más importantes museos del país.

"Mi socio tenía una idea relacionada con el tema de las audio guías. Medio en broma y medio en serio dijo que si alguien se entusiasmaba él estaba dispuesto a hacer una empresa. El profe siempre nos comentaba que tenía ideas de negocios, unas buenas y otras no tanto, y a esta le vi una real aplicación en el turismo así que dije "ya, a mí me interesa".

A partir de ese momento comenzaron con lo que definen como "una nueva forma de hacer turismo que permite total libertad", porque con archivos MP3 que se compran y bajan a través de Internet las personas

van paseando a su propio ritmo por una ruta turística escuchando historias del lugar y sus personajes, anécdotas y consejos.

Con la idea más pulida dieron forma a Sonusland y aprovechando la oportunidad que se les presentó de adjudicarse un fondo Capital Semilla de la CORFO aceleraron las cosas para desarrollar la primera audio guía.

Después de un mes en el que entre los dos hicieron todo -levantar la información del lugar, redactar el guión, grabar y editar- el primer producto, Puerto Varas, estaba listo para ser comercializado.

Ese era uno de los requisitos que tenían que cumplir para postular al financiamiento.

"Los fondos CORFO línea uno te da la mitad de la plata para estudio de mercado y plan de negocios. Nosotros nos centramos en la prospección de clientes (nuevos clientes) y validación comercial. En ese momento pensábamos centrarnos en nuevos distribuidores y buscar asociatividad para publicitar los productos que íbamos a tener *on line*, pero se nos ocurrió que podía tener una nueva aplicación. Pensamos en audio guías para museos y sitios culturales y eso sí que es único en todo Latinoamérica. Hay en Europa, Estados Unidos y Asia, pero no aquí", nos cuenta Marcos.

Las cosas se han dado de forma muy rápida. En Santiago y Bariloche, Argentina, han quedado fascinados con el producto y varios museos se han comprometido a instalar el sistema el próximo año, entre ellos "el museo de Bellas Artes, que recibe unos 400.000 visitantes en el año, y que tiene que incorporar el sistema en su presupuesto de 2010".

Hay que pensar en grande y "nuestra idea no es sólo trabajar con Audio Tours de Chile o Latinoamérica. Queremos tener los principales destinos del mundo y ya estamos trabajando en eso".

Nueve personas trabajan actualmente en Sonusland levantando este negocio, además de colaboradores que preparan los contenidos del extranjero, porque "los hacemos con gente que viaja, formando redes. Por ejemplo un amigo de mi socio viajó por Alemania y tiene cuatro rutas sobre las que va escribir. Tenemos pensado hacer lo mismo con otros destinos y viajar nosotros para poder establecer redes allá", dice Marcos, quien tiene presupuestado tener cinco rutas nacionales y 20 internacionales en el primer año de funcionamiento.

A sólo meses de haber salido de INACAP, la actitud emprendedora de Marcos sigue impulsando a su empresa. En la sede INACAP Temuco participó de Sub 35 E-nnovadores se Toman la Red y Sonusland fue seleccionada entre los 5 proyectos-empresas ganadoras del

evento, que pasan a la etapa del Pitch Elevator Challenge que se celebrará en Santiago durante diciembre.

