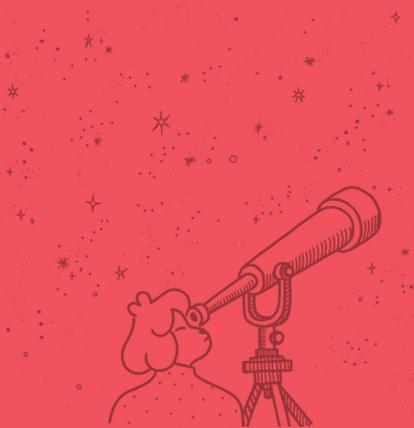


# BROCHURE COMERCIAL PARA AUSPICIADORES

# GE NE RA CIÓN

*Creatividad e innovación para el  
desarrollo de proyectos de negocio*

# EM PREN DE



ALEJANDRO GODOY VILLALOBOS

OCHOLIBROS

## ANTECEDENTES

**E**n nuestro país, aproximadamente, un 80% de los emprendimientos que se inicia cada año fracasa antes de 12 meses y se estima que solo un 10% inicial se mantiene en el mercado luego de cinco años.

Las razones para lo anterior son variadas, pero se pueden resumir en lo siguiente: **falta de clientes**.

Esto a su vez, supone tres cosas:

Se trata de propuestas de solución que buscan dar respuesta a problemas que, de verdad, no existen.

Estas soluciones no logran diferenciarse de forma significativa de las alternativas competitivas ya existentes.

Y tres, los emprendimientos son incapaces de formular e implementar modelos de negocio que resulten escalables en el tiempo.

En síntesis, la principal razón que explica la tasa de fracaso de los emprendimientos locales es la falta de un diseño estratégico eficiente al momento de desarrollar sus propuestas.

**Generación Emprende** se hace cargo de lo anterior y ofrece a sus lectores los alcances teóricos y las metodologías fundamentales para formular e implementar de forma eficaz sus proyectos de negocio.



**Un objetivo sin un plan es un simple anhelo, la pasión sin estrategia es puro voluntarismo.**

## OBJETIVOS EDITORIALES

El auspicio de una edición limitada de **Generación Emprende** es una oportunidad única para aportar al reconocimiento e incremento en el valor de las marcas que buscan, no tan solo vincularse con los casi dos millones de personas que en nuestro país se identifican como emprendedores, sino también demostrar su real interés y compromiso con constituirse en un aporte para el desarrollo y, finalmente, el éxito de sus proyectos.

**Generación Emprende** ofrece a su auspiciador, además una edición limitada del libro en un número que puede ir de los 1.000 a los 10.000 ejemplares, la posibilidad de desarrollar la “Presentación” de la obra a dos páginas y en el capítulo donde se detalla la “Misión” de algunas empresas nacionales y extranjeras, señalar la propia. También, podrá exhibir su logotipo en la contraportada de forma paralela al de la Editorial OchoLibros.

Además, se considera la mención de la marca en los créditos técnicos del libro donde se da cuenta del carácter y objetivos de esta edición auspiciada.

Si su organización busca ser un aporte para el ecosistema emprendedor nacional, el auspicio y la adquisición de una edición limitada de **Generación Emprende** es la mejor opción para estar presente ante su segmento objetivo y construir valor relevante para su marca.



## PROPUESTA VISUAL

Con una mirada original, un lenguaje cercano y una propuesta ágil —complementada con una serie de esquemas didácticos, ilustraciones, fotografías y otros recursos gráficos— el autor aborda las dimensiones y elementos claves a considerar al momento de formular e implementar más eficientemente ideas y proyectos, fortaleciendo las habilidades e incentivando las actitudes necesarias para estos fines.

**Generación Emprende** no aspira a ser un manual que ofrezca fórmulas mágicas para el éxito de un negocio. Pero sí busca, con mucha lucidez, motivar a todos aquellos que están pensando o diseñando una iniciativa emprendedora a que asimilen y consideren la amplitud de variables que hacen de este proceso de transformar ideas y proyectos en modelos de negocios sustentables y escalables, una aventura compleja, pero también fascinante.



29 **¿A qué nos referimos cuando hablamos de emprendimiento?**

**NO DEJES DE SER CURIOSO**

Que no se vincule en sus redes sociales solo con personas que comparten su pensamiento y visión de mundo, que conozca otras realidades sociales, otras formas de vida. Idealmente (y lógicamente, dentro de sus posibilidades) que viaje y conozca otros parajes, otras comunas, otras regiones. Y en todo momento vaya observando y registrando mediante apuntes, fotos, audios, videos, incluso dibujos y esquemas, algunas anomalías, hechos que no resultan del todo consistentes, acciones inesperadas. Que escuche el sentir de los consumidores en relación a los productos y servicios que reciben. Que ponga atención a las críticas. Que siempre se esté preguntando cómo se podrían hacer mejor diversas cosas. Ahí estará el germen de las oportunidades.

Y por otra parte, que al momento de observar e iniciar la formulación de ideas (que, dejémoslo claro desde un principio, no serán las soluciones, sino los desafíos a resolver), aplique sus dos hemisferios cerebrales: primero, para la generación de muchas ideas y luego para el análisis, evaluación y selección de las mismas.

Por lo tanto, un primer principio: Las oportunidades están ahí. **No se crean, se descubren**, idealmente antes que los demás y si no es el caso, hallando nuevas formas para mejorar lo que otros ya están ofreciendo como respuesta a esas oportunidades que detectaron primero.

**Si no se ha descubierto un problema, entonces no se debiera iniciar un emprendimiento.**

Entonces, cuando hablamos de descubrir oportunidades, concretamente nos referimos a encontrar problemas, dolores o necesidades insatisfechas en segmentos relevantes de mercado que vale la pena atender, satisfacer, solucionar o aliviar.

Ahora bien, cuando hablamos de un problema, habitualmente el oyente o lector tiende a imaginarse o a asociarlo con alguna forma de necesidad, vital o indispensable. Es decir, que se ubica en el primer peldaño de la escalera (o pirámide) que

30 **Redescubriendo oportunidades**

La pirámide de Maslow o Jerarquía de la necesidades humanas es una teoría psicológica que trata de explicar qué impulsa la conducta humana.

el psicólogo Abraham Maslow propuso en 1943 como modo de entender y ordenar las necesidades humanas.

Lo anterior tiende a complejizar la comprensión de un concepto, que en realidad es bastante más simple. Consiste básicamente en descubrir el por qué de nuestra decisión de consumir o adquirir un bien o servicio, cualquiera sea este. Claro, si pensamos en agua mineral, jugos o bebidas, lo podemos establecer de forma clara: sirven para hidratarse. Y si no consumimos líquidos de forma regular, podemos morir, lo mismo si no nos alimentamos, no nos abrigamos o no dormimos bajo techo. Ahí las necesidades resultan evidentes. Son, como señalamos antes, vitales.

**Pero ¿qué pasa con un reloj o un auto de lujo? ¿Con un nuevo juego de vasos o una lámpara para el living? ¿Quién se muere si no los tiene?**

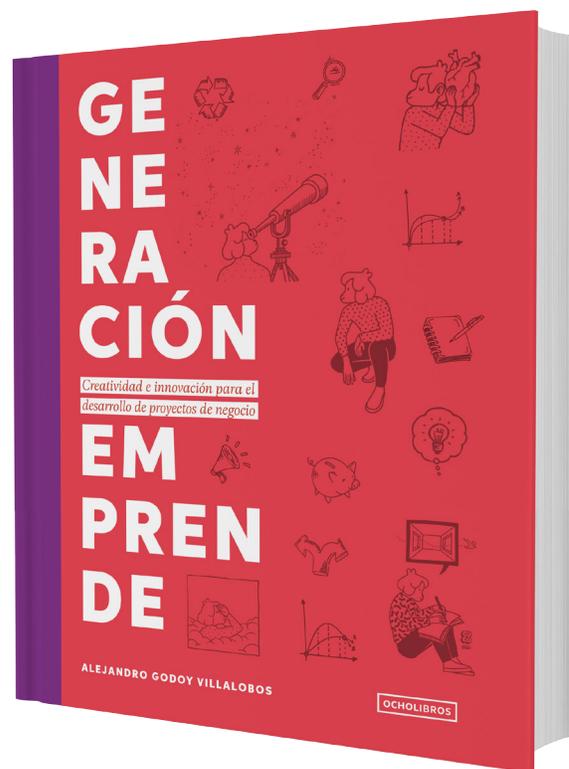
Probablemente nadie, parece obvio. Y por eso entonces, ¿nadie los compra?

Está claro que no. Dichos bienes, al igual que todo el universo de alternativas que han llegado a conquistar un mercado, lo han logrado porque satisfacen una necesidad o solucionan un problema.

**Abraham Maslow**  
(1908 - 1970) fue un psicólogo estadounidense conocido como uno de los fundadores y principales exponentes de la psicología humanista.

### Ficha técnica del libro

Editores: Ocho Libros  
 Director Editorial: Gonzalo Badal  
 Autor: Alejandro Godoy Villalobos  
 Año: Primera edición, 2019  
 Formato: 20.5 x 25.5 cm. cerrado.  
 Texto: 164 páginas, impresas a 4/4 colores en papel couche opaco de 170 grs.  
 Tapa blanda: impresas a 4/4 colores en papel couche opaco de 350 grs.  
 + poli brillante por el tiro.  
 Encuadernación: costura hilo y hot melt + retractilado.



## TABLA DE VALORES



### Tabla de valores versión corporativa

Nº de ejemplares	Valor neto \$
1000	14000
2000	11500
3000	9500
5000	8250
10000	7500

## OCHO LIBROS EDITORES

### Otros títulos relacionados



#### El valor de las oportunidades

La de ChileCompra es una historia de impulso al acceso, emprendimiento, crecimiento en competencias, tecnologías, transparencia, probidad y, sobre todo, innovación. Una historia que se cruza con las vidas de hombres y mujeres de distintos puntos del país, chilenos y chilenas de todas las condiciones sociales, que hicieron suyas una o varias de las características enumeradas. Este libro es una pequeña muestra de aquellos rostros que, de cerca o de lejos, se relacionaron con el profundo e inédito cambio en las formas de hacer negocios con el Estado. Es un intento por mostrar con sencillez que el esfuerzo y los sueños pueden hacerse realidad.



#### Emprendimiento: demoliendo mitos

Desde el título, el autor, consultor en la materia y emprendedor él mismo, nos advierte que la moda de emprender no es para todos. No basta la confluencia de raras habilidades, ni tampoco es la perseverancia el secreto del éxito. Estas son solo variables que funcionan si se engarzan virtuosamente.

## OCHO LIBROS EDITORES

**OCHOLIBROS**

Ocho Libros Editores es una empresa reconocida por crear, desarrollar, producir y difundir ediciones ilustradas de primera calidad, propias y para empresas u organizaciones, en el campo de las artes visuales y patrimonio natural y humano de Chile.

### PREMIOS



**Eikon**  
2010



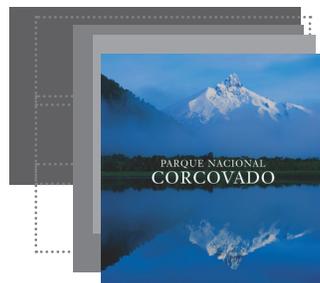
**Australis**  
2010



**Altazor**  
2010



**Premio Amster-Coré**  
2014



+ de  
**500**  
libros publicados  
desde el año 1995.

## OCHO LIBROS EDITORES

Arzobispo Casanova 36, Providencia,  
Santiago, Chile

Teléfonos: (+562) 2 335 1767

contacto@ocholibros.cl | www.ocholibros.cl