

Emprendimiento: Tres razones por las que un producto se logra vender

Los emprendimientos en América Latina siguen en aumento. Según un estudio del Foro Económico Mundial, Colombia es considerado el mejor país de la región para emprender, ocupando el puesto 25 del mundo. De acuerdo con un reciente reporte de HelloSafe, basado en datos de Startup Blink, firma que elabora un mapa global sobre el ecosistema emprendedor, Sao Paulo es la mejor urbe de la región para el desarrollo de startups, seguida de Ciudad de México, Buenos Aires, y Santiago de Chile.

La fundadora y CEO de GOI, y Consejera Asesora de Innovation & Tech de **EAE Business School Barcelona**, Yaiza Canosa, explicó el valor de contar con socios estratégicos en un emprendimiento. «Es valioso contar con socios que te superen en algún aspecto, mientras que contar con aliados que piensen y actúen igual que tú, se convierte en una limitante. El contar con aliados complementarios, incluso que te superen ampliamente en edad, es sinónimo de amplio conocimiento”, remarcó.

Canosa, quien, a sus 16 años ya había fundado su primer emprendimiento (de cuatro en total), participó en el podcast **Business Matters by EAE Business School Barcelona**, compartiendo su visión sobre las ideas de negocio, las cuales inevitablemente cambian a medida que van madurando.

Afirmó que uno de los aspectos que más inquieta a un

emprendimiento es el levantamiento de capital. «Naturalmente el dinero es fundamental para empezar y testear, pero lo fundamental es encontrar un cliente o nicho para el cual puedas diseñar el producto adecuado, así que tener el capital, sin los dos aspectos anteriores, es una pérdida de tiempo”.

¿Por qué un emprendimiento logra vender un producto?

La emprendedora comparte tres razones o motivos por las cuales un producto se logra vender:

1. Es un producto o servicio totalmente inexistente en el mercado. A pesar de que se trata de algo que rara vez ocurre, ya que el mundo es tan amplio que difícilmente se pueda llegar a una idea de producto o servicio totalmente disruptivo.

2. Una gran estrategia de ventas. Más allá de contar con un excelente producto o servicio, muchas veces las ventas se producen por contar con el talento, las habilidades, las estrategias y los canales de venta correctos.

3. Es un producto que tiene notables ventajas dentro del mercado. Como resulta evidente, el contar con uno o varios diferenciales en el mercado, hará que dicho producto sea preferido por encima del de la competencia.

“Nadie se arrepiente de ser valiente, pero hay que ser un valiente con cabeza”, indicó Canosa al referirse a cómo el éxito radica principalmente en la correcta planeación y testeo de cada uno de los pasos que se lleva a cabo durante el emprendimiento. El podcast Business Matters by EAE Business School Barcelona puede escucharse en: **Spotify**