¿Y en qué mercado está usted?

ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL · CLASE 11
VIERNES 23 DE OCTUBRE DE 2026 · 8:45 PM

NOMBRE _____ PROGRAMA _____

Acabamos de ver que **la rentabilidad no la define el tamaño del mercado, sino cuántos están adentro.** Estas tres preguntas son el mismo tablero, con su nombre encima. **Nadie las recoge.** Guárdeles una foto.

1 · ¿Cuál es su mercado de $120?

Eso que usted está estudiando o persiguiendo **junto con miles que salen el mismo semestre**. Sea concreto: no «ingeniería», sino el puesto exacto al que va a aplicar.

Ejemplo: *«Analista junior en un banco grande de Bogotá. Salen cientos cada semestre con mi mismo perfil.»*

2 · ¿Cuál podría ser su mercado de $25?

Algo más chico, menos glamoroso, donde habría muy pocos compitiendo con usted. **Si al escribirlo no le da un poco de pereza, probablemente todavía es el de $120.**

Ejemplo: *«Analista de datos para cooperativas del sector agro. Menos glamoroso, y casi nadie de mi salón lo está mirando.»*

3 · ¿Qué sería «pagar 15» en su caso?

Qué tendría que aprender, hacer o aguantarse **de aquí al 14 de noviembre** para contar como dos. Una sola cosa, con fecha.

Ejemplo: *«Antes del 14 de noviembre termino el curso de Power BI y hago un proyecto real con datos de una cooperativa, aunque sea gratis.»*

Los tres de los ejemplos tienen nombre propio, tienen fecha y cuestan algo. Si lo que usted escribió le sirve igual a cualquiera del salón, todavía no es suyo. **Guárdele una foto a esta hoja antes de irse.**