UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO

Facultad de Ciencias Naturales e Ingeniería

SÍLABUS DE LA ASIGNATURA

ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

Código 009009-1 · Componente de formación transversal/electiva

Información general del curso

Nombre de la asignatura	Estrategia Organizacional
Código de la asignatura	009009-1
Programa	Transversal — estudiantes de distintos programas
Periodo académico	2026-2S
Créditos académicos	3

Información del profesor

Nombre	Elkin Aldemar Rodríguez Escamilla
Correo electrónico	elkina.rodrigueze@utadeo.edu.co
Atención a estudiantes	A convenir con los estudiantes

Resumen de trayectoria académica y profesional

Elkin Aldemar Rodríguez Escamilla es Ingeniero Industrial egresado de la Universidad Jorge Tadeo Lozano (2009-2015) y Especialista en Gerencia de Marketing de la Universidad Sergio Arboleda. Ha liderado la estrategia de analítica y transformación digital como BI Specialist en Stanley Black & Decker (multinacional), construyendo reportes y pipelines de datos para toda la operación. Actualmente es consultor independiente en Data World, donde diseña soluciones de datos, automatización de procesos e inteligencia artificial aplicada para pymes y medianas empresas. Previamente se desempeñó como BI Specialist en BIA Energy y como Controller en el CESA, liderando la creación de centros y repositorios de datos en tiempo real, y como Jefe de Administración de Ventas en Soldaduras West Arco, donde diseñó el modelo de administración de datos que redujo en 60% los tiempos de entrega de pedidos. Domina Power BI, SQL, Python, Cloud Computing (Azure, AWS) e inteligencia artificial aplicada a negocios (incluyendo herramientas como n8n y Cursor). Docente cátedra en la Tadeo desde 2022, dictó el primer diplomado de SQL de la universidad con más del 95% de satisfacción académica y actualmente cursa su tercer semestre como docente de pregrado, combinando su experiencia en consultoría de datos y estrategia con una enseñanza dinámica, participativa y anclada en la práctica real de la industria.

Presentación de la asignatura

Estimados estudiantes: tenemos el desafío de abordar, en este espacio de construcción, los elementos generales de la Formulación e Implementación Estratégica, que permitan fundamentar —con base en un marco teórico-práctico— los elementos del Direccionamiento Estratégico. La estrategia empresarial es fundamental en la carrera de Ingeniería Industrial, pues constituye un enfoque de creación de valor en un contexto de análisis amplio que involucra toda la cadena de valor, además de componentes de liderazgo, manejo del cambio, desarrollo organizacional e innovación.

Abordaremos metodológicamente la construcción de un modelo que permita cumplir el objetivo de la asignatura, a partir del análisis de entorno (externo e interno), la formulación de estrategias competitivas genéricas y corporativas, y la utilización de herramientas adecuadas para la implementación y el control efectivo de la estrategia.

Objetivos de aprendizaje — Capa 1 (cobertura oficial UTadeo)

Objetivo general: al finalizar el curso, los estudiantes estarán en capacidad de diseñar, formular y liderar la estrategia empresarial de cualquier tipo de organización —desde la formulación, implementación, desarrollo y medición de la efectividad del modelo de gestión estratégica— partiendo del análisis estructural y usando, entre otras, herramientas como el análisis de entorno externo (PESTEL, 5 Fuerzas de Porter), el análisis DOFA, la Matriz de Impactos, el Mapa Estratégico, el Ciclo de Experiencia del Cliente, la Curva de Valor, la Propuesta de Valor y el Cuadro de Mando Integral (BSC).

Objetivos específicos:

1. Comprender en forma sistémica los elementos del concepto de gestión estratégica.
2. Adquirir herramientas para realizar el análisis estructural.
3. Aprender los elementos fundamentales para la construcción del Mapa Estratégico y del Cuadro de Mando Integral.

CAPA 2 — VALOR AGREGADO DEL DOCENTE

Lo que quiero que se lleven: pensar y comunicar como estratega, con la IA como palanca y como disruptor

Esta es mi huella personal en el curso: la estrategia sin una comunicación ejecutiva impecable no se ejecuta, y hoy la IA cambia tanto el análisis como la forma de defenderlo frente a la gerencia.

- Pyramid Principle y pensamiento MECE como columna vertebral de comunicación ejecutiva: toda recomendación estratégica se sustenta primero por la conclusión, no como una escalera de datos — con la prueba de los 3 segundos como filtro de calidad.
- La IA generativa y los agentes de IA como nueva fuerza en el análisis PESTEL y en las 5 Fuerzas de Porter: nuevo poder de negociación, nuevas barreras de entrada, nuevos sustitutos.
- Estudios de caso de modelos de negocio reconfigurados por IA (freemium, plataformas multilado, ecosistemas) leídos desde el Business Model Canvas — incluyendo el caso Nokia vs. iPhone y la lógica "Jobs to be Done" de Netflix.
- Demostración en vivo de agentes de IA (function calling, automatización de flujos con herramientas como Google Workspace) como acelerador práctico del análisis de entorno, no como sustituto del juicio estratégico.
- Curaduría de fuentes colombianas (Portafolio, La República, Banrep Educa, La Nota Económica) para monitorear en tiempo real cómo la IA está moviendo el factor Tecnológico y Social del PESTEL local.

Cronograma del curso — Capa 1

4. Antecedentes de la estrategia organizacional.
5. ¿Qué hacen los gerentes?
6. Introducción a la gestión estratégica — conceptos clave (estrategia, niveles de estrategia, valores, misión, visión, objetivos y políticas).
7. Análisis de entorno (PESTEL, 5 Fuerzas de Porter y DOFA).

8. Del DOFA al Mapa Estratégico y al Cuadro de Mando Integral (CMI).
9. Análisis estratégico.
10. Construyendo el Mapa Estratégico.
11. La Estrategia del Océano Azul.
12. Presentación y sustentación del trabajo final de Direccionamiento Estratégico.

Metodología

La materia tiene asignadas lecturas semanales que los estudiantes preparan previamente; luego se comparten y discuten las conclusiones en clase, complementadas con los conceptos del profesor y experiencias/casos reales. También se realizan ejercicios prácticos donde el estudiante aplica el conocimiento en un ambiente de innovación.

Sistema de evaluación (definición del docente)

Cada corte del curso se evalúa bajo el mismo esquema, definido por el docente para privilegiar la conexión real con el estudiante y el pensamiento crítico sobre la memorización:

50% Dinámicas — actividades activas en clase: casos, talleres prácticos, gamificación, debate, uso en vivo de herramientas de IA, aula invertida, juego de roles.

10% Participación — no se mide por la cantidad de intervenciones, sino por el criterio: aportes que agregan valor a la discusión, preguntas que hacen avanzar el análisis, disposición a sustentar una posición con argumentos.

40% Parcial — el formato lo define el docente según el corte y la naturaleza del tema: puede ser examen escrito, sustentación oral, proyecto aplicado o entregable integrador.

Factores de éxito para este curso

- Preparación de lecturas y casos de estudio, y participación activa.
- Aplicación en una empresa/sector para el trabajo de aplicación, contrastando lo visto en clase.
- Traer ejemplos por fuera del salón que enriquezcan la construcción del conocimiento.
- Llegar a tiempo y concentrarse en clase.
- Subir a tiempo las actividades en la plataforma AVATA.

Referencias bibliográficas

- David, F. R. (2013). Conceptos de administración estratégica. Pearson.
- Robbins, S. & Coulter, M. (2014). Administración (12ª ed.).
- Chan, W. & Mauborgne, R. (2014). La estrategia del océano azul. HBR.
- Sun Tzu (1999). El arte de la guerra. Panamericana.
- Dixit, A. & Nalebuff, B. (2010). Pensar estratégicamente. Deusto.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2011). Generación de Modelos de Negocio. Grupo Planeta.
- Kourdi, J. (2008). Estrategia. Claves para tomar decisiones en los negocios. The Economist.
- Kaplan, R. & Norton, D. (2008). Execution Premium. Deusto.
- Serna, H. (2008). Gerencia Estratégica (3ª ed.). 3R Editores.

- Collins, J. (2008). Empresas que Sobresalen. Norma.
- Cohen, W. (2008). En Clase con Drucker. Norma.
- HBR 10 Must Reads — Harvard Business Review.
- Porter, M. E. (1980). Competitive Strategy. Free Press.
- Minto, B. (2010). The Pyramid Principle. Financial Times/Prentice Hall.
- McGrath, R. G. (2013). The End of Competitive Advantage. Harvard Business Review Press.
- Rumelt, R. (2011). Good Strategy/Bad Strategy. Crown Business.
- Kim, W. C. & Mauborgne, R. (2005). Blue Ocean Strategy. Harvard Business Review Press.
- World Economic Forum. Future of Jobs Report (edición vigente).