

## Aportes para la autogestión del diseñador. Experiencia en el aula

Actas de Diseño (2015, Julio),  
Vol. 19, pp. 106-112. ISSN 1850-2032  
Fecha de recepción: abril 2013  
Fecha de aceptación: julio 2013  
Versión final: noviembre 2013

Cecilia Ramírez (\*)

**Resumen:** El presente trabajo es la recuperación de saberes de una experiencia en el aula, que forma parte del desarrollo de una asignatura específica en una escuela colombiana de Diseño Industrial, cuyo propósito es la aplicación de los saberes de la administración en la autogestión del diseñador industrial para su interacción con la sociedad y con el medio productivo. Es una contribución al mejoramiento de la enseñanza del diseño.

**Palabras clave:** Diseño industrial - Autogestión - Competencias - Estrategia - Aula.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 112]

### Introducción

El presente trabajo es el registro de la sistematización de una experiencia en el aula, que se lleva a cabo en el marco de la asignatura denominada “Administración de la Profesión” del programa de Diseño Industrial de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Esta actividad o experiencia, es un aporte de saberes en administración a la formación del diseñador industrial, está orientada por el planteamiento de Peter Drucker (1999), que advierte que “para mejorar la calidad de las cosas que hacen las personas, hay que mejorar la calidad de las personas que hacen las cosas”. La experiencia, denominada *El perfil particular: la autogestión*, busca propiciar en el estudiante su autogestión, mediante el reconocimiento de sus competencias particulares. El estudiante deja de visualizarse como tal para proyectar su propia estrategia como profesional.

Este trabajo se enmarca dentro de las propuestas a potenciar, registradas en las conclusiones de la Comisión Mercado y Gestión del Diseño del Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño 2012, que entre otras, destaca la necesidad de “Transferir a los alumnos la capacidad de observación, análisis y autocrítica de su propio desempeño para que puedan potenciar sus fortalezas y minimizar sus debilidades”.

Este escrito desarrolla los siguientes apartes: objetivos, soporte teórico y conceptual, la experiencia en el aula propiamente, algunas conclusiones y el registro de las fuentes bibliográficas consultadas.

### 1. Objetivos

- Socializar la experiencia en el aula, experiencia denominada “El perfil particular, la autogestión”, desarrollada en el marco de la asignatura Administración de la Profesión.
- Aportar los hallazgos de la experiencia a la formación de diseñadores, para que hagan autogestión y para que emprendan y lideren su proyección profesional.

### 2. Soporte teórico y conceptual

#### 2.1 Autogestión

La real academia española de la lengua define el término gestión como la acción y efecto de administrar. Define el término autogestión en un ámbito económico como el sistema de organización de una empresa según el cual los trabajadores participan en todas las decisiones.

Etimológicamente autogestión significa gestión por uno mismo. La autogestión o administración autónoma se realiza por medio del establecimiento de metas, planificación, programación, seguimiento de tareas, autoevaluación, autointervención y autodesarrollo.

Se dice que la base de una buena gestión, en cualquier contexto es necesariamente una buena autogestión, cuyo empoderamiento de las personas propicia el cumplimiento de objetivos por sí mismos. Aunque es dominio de la administración, que “en su concepción pragmática implica acción y por lo tanto desarrollo de habilidades de actuación frente a situaciones reales” (Idárraga, 2005), actualmente aplica en los diversos campos del conocimiento.

#### 2.2 Administración

Ciencia que enfoca al hombre actuando en interacción con otros hombres. La actividad cubre un vasto campo de acciones y reacciones humanas, es decir, de comportamientos humanos que son objeto de estudio con la perspectiva de otras ciencias. (Ramírez, 2001). Ejecutivos, gerentes o administradores trabajan esencialmente en la decisión, establecen sentido de dirección para sus empresas e instituciones.

Henry Fayol (1971), define la administración como prever, organizar, dirigir, coordinar y controlar. Los vocablos administración, gerencia y gestión son considerados como sinónimos (Motta, 1999). Esta área del conocimiento se sintetiza de una parte, en las teorías de la Administración (administrativas - organizacionales), y, de otra parte, en el saber técnico o gestión, de hecho, se dice que la práctica deriva de la teoría (Idárraga, 2005). El objeto de estudio de las teorías administrativas es el

hombre, su comportamiento como gestor y como gestionado, mientras que el objeto de estudio de las teorías organizacionales es la estructura y el proceso, así como las relaciones dirigente-dirigido, trata sobre la condición de quien administra la organización.

La formación de administradores, destaca desde la perspectiva organizacional tres tipos de competencias fundamentales: genéricas, laborales y básicas (Gómez, 2005). Las competencias genéricas son referidas a los comportamientos en relación con las tareas propias de la organización como aptitud, astucia, razonamiento, organización, enfoque, liderazgo, sensibilidad, cooperación, orientación.

Las competencias laborales referidas a la capacidad para cumplir una actividad exitosamente, como las intelectuales –perspectiva estratégica, análisis, planeación–. Las competencias interpersonales, la adaptabilidad y la orientación al resultado. Esto debe permitir que el estudiante, además de saber el “cómo se hace”, comprenda también el “por qué” se hace. (Idárraga, 2005).

Las competencias básicas son comunes a disciplinas como el diseño industrial, relaciona la capacidad de leer, escribir, hablar y escuchar, capacidad matemática; desarrollo de pensamiento creativo, solución de problemas, toma de decisiones, comprensión, capacidad de aprender; cualidades personales, autorresponsabilidad, autoestima, sociabilidad, integridad.

### 2.3 Misión

En un ámbito de planificación empresarial, la misión es entendida como la definición de la empresa en el momento presente. Es la razón de ser como organización, el motivo por el que existe, contempla las funciones básicas que la empresa desempeña en un contexto específico. Contiene la identificación de sus intereses: producto, mercado y alcance geográfico (González, I). Con la misión se da a conocer el campo de actividad al que se dedica la empresa. La misión involucra los valores o principios por los que se orienta la empresa.

### 2.4 Interdisciplinariedad

Las disciplinas tienen una historia, surgen de la sociología del conocimiento y de una reflexión interna sobre ellas mismas, pero también de un conocimiento externo. No es suficiente encontrarse en el interior de una disciplina para conocer todos los problemas referentes a ella misma.

Que hacen progresar las ciencias, rompiendo el aislamiento de las disciplinas, ya sea por la circulación de los conceptos o de los esquemas cognitivos, por las “usurpaciones” y las interferencias, por las complejizaciones de las disciplinas en campos policomponentes, sea por la emergencia de nuevos esquemas cognitivos y de las nuevas hipótesis explicativas, en fin, por la constitución de concepciones organizativas que permiten articular los dominios disciplinarios en un sistema teórico común... Hoy emerge de un modo esparcido, un paradigma cognitivo que comienza a poder establecer los puentes entre las ciencias y las disciplinas no comunicantes (Morin, 2010, p. 13).

### 2.5 Diseño Industrial

La IDSA, Industrial Designers Society of America (2005), define el diseño industrial como “el servicio profesional de crear y desarrollar conceptos y especificaciones que optimizan la función, valor y apariencia de los productos y sistemas para el beneficio mutuo, tanto del usuario como del fabricante”.

El Icsid, International Council of Societies of Industrial Design lo define como:

El Diseño es una actividad creativa que cuyo objetivo es establecer las cualidades polifacéticas de objetos, de procesos, de servicios y de sus sistemas en ciclos vitales enteros. Por lo tanto, el diseño es el factor central de la humanización innovadora de tecnologías y el factor crucial del intercambio económico y cultural.

El objeto de conocimiento de la teoría del diseño y también de la actividad práctica de los diseñadores es el lenguaje del producto (Burdek, B. 1994). Esto incluye las relaciones hombre producto transmitidas por los sentidos.

Manzini (1999) posteriormente señala un cambio de paradigma: del producto al de la interacción. Habla de un límite “diluido” de lo que se considera objeto de conocimiento del diseño, puesto que se toma en cuenta una serie de temáticas tan amplias como disímiles tales como la comida, la artesanía, el armado de cadenas de valor entre producciones de distintas áreas, políticas de producción y desarrollo de áreas no industrializadas, el cuidado ambiental, el tratamiento de residuos sólidos entre otros (Bernatene, 2006).

Maser (1976), citado por Burdek, estableció los supuestos teórico-científicos referidos a la teoría disciplinar del diseño. Enunció los roles de “experto” y “conocedor”. Considera como conocedor de un área a quien compila todo el saber que permite alcanzar la solución concreta de un problema. Es quien cuenta con un vasto conocimiento de diversos campos, en la medida de lo posible. Considera como experto, al especialista. Es quien conoce su disciplina a cabalidad. A él se acude para efectos de solución real de los problemas en los procesos de desarrollo.

El diseñador eventualmente es “conocedor”, pero necesariamente sería “experto” en el tema, en lo que tiene que ver con el proceso de diseño.

La actualidad del diseño se caracteriza, entre otros, por la creciente tendencia a vincular la gestión del diseño con el mundo de los negocios (Espinoza, 2011), sobre todo en los países desarrollados. Se pretende fusionar procesos específicos del diseño con procesos de administración propios del ámbito empresarial, debido al crecimiento cada vez mayor tanto de la competencia como de la globalización. Se habla de la importancia del diseño en la gestión estratégica empresarial, o del diseño como ventaja competitiva.

Se identifica al diseño como determinante en la gestión de la innovación, lo que obliga a la ampliación de las competencias tradicionales del diseño, dentro de las que se cuenta la competencia estratégica como base de la respuesta a los requerimientos del mundo de los negocios (Prodintec, 2006).

Se identifica en el quehacer del diseñador, dado el carácter interdisciplinar del ejercicio del diseño, una permanente interacción con otras disciplinas, lo que supone la dinámica constante del trabajo en equipo. En tanto pretende brindar beneficio al usuario del producto que diseña, mediante las relaciones hombre producto transmitidas por los sentidos, su ejercicio demanda especial sensibilidad y disposición para comprender las necesidades y expectativas de dicho usuario con respecto al producto y atenderlas con el producto diseñado.

## 2.6 El perfil profesional

El perfil profesional contempla las competencias, su dominio, sus áreas, su tareas y ámbitos de desempeño. Una sociedad reconoce el perfil profesional de una persona mediante la certificación emitida por el ente que tiene la competencia jurídica para ello. De esta manera el entorno le demanda a dicho profesional el desarrollo de actividades específicas para las que se le supone capacitado y competente. Se entiende aquí que el entorno está conformado no solo por el medio social, sino también por el entorno científico, el entorno tecnológico, el entorno ético-profesional o el entorno sociológico.

## 2.7 Sistematización de experiencias

Es un proceso de construcción del conocimiento, mediante la acumulación de experiencias. Permite describir y analizar una experiencia en un periodo determinado, tomando en cuenta a los diversos actores involucrados. La sistematización se hace para producir conocimiento útil. Quien hace sistematización piensa que se puede aprender de la práctica y que ese conocimiento obtenido ayudará a mejorar esa práctica. “Nos planteamos sistematizar especialmente cuando entendemos que en una determinada experiencia o proceso hay una riqueza oculta o no expresada en términos de conocimiento útil para el futuro y que la cantidad y calidad de ese conocimiento esperado nos hacen prever como deseable y orientable o rentable la sistematización (desde todos los puntos de vista, no solo económico)”. Sonia Lavin.

A toda sistematización le antecede una práctica (Ghiso, 1998). Se sistematiza una experiencia que ya sucedió y que está sucediéndose. Con frecuencia no son experiencias que suceden de forma natural, sino que la sistematización se contempla cuando se ha producido o se está produciendo alguna intervención, por ejemplo educativa, o social, entre otras.

Alboan (2004), plantea algunos elementos metodológicos en la sistematización de experiencias, elementos que se desarrollan a continuación, tales como la reconstrucción histórica, los participantes, el análisis e interpretación, el aprendizaje y la socialización de la experiencia.

## 3. Elementos metodológicos de la sistematización

### 3.1 Reconstrucción histórica

El registro de la experiencia en el aula, inicia con la contextualización en la que se reconocen y analizan

algunos antecedentes determinantes para su desarrollo; posteriormente se relaciona una serie de objetivos que pretende lograr la misma actividad, se relaciona igualmente la metodología a seguir; se identifica el referente para el desarrollo de la actividad, y se describe la actividad propiamente dicha.

#### 3.1.1 Antecedentes

- Los lineamientos del Ministerio de Educación Nacional de Colombia.

El Ministerio de Educación Nacional de Colombia define las políticas de educación superior, en este caso las características específicas de calidad para la oferta y desarrollo de los programas de formación profesional en Diseño. Referente al desarrollo de competencias básicas que el programa de diseño deberá estimular en el diseñador, establece la competencia para la Gestión de diseño, que implica interactuar, desde la dimensión del proyecto, en entornos públicos y privados, en los campos administrativos, económicos, productivos y de mercado. Referente a la formación integral, establece que el plan de estudios como mínimo debe contener componentes de áreas de formación, fundamentales del saber y de la práctica. Además del componente humanístico, de la teoría del diseño, de lo proyectual, de la comunicación y expresión, de lo tecnológico, contempla el componente de Gestión. Este componente pretende contribuir en el desarrollo de la habilidad para orientar, articular, integrar y promover la disciplina en el contexto productivo empresarial e institucional, así como la capacidad para gerenciar y hacer eficaz su actividad profesional en sus aspectos sociopolíticos, económicos, legales, normativos, organizacionales y productivos. La gestión del diseño implica investigación y acciones que fomenten el uso del diseño en la empresa como recurso competitivo (Leiro, 2006).

- El perfil profesional de la escuela de Diseño Industrial de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. “Los diseñadores egresados de esta escuela, estarán capacitados para asumir el reto de la creación y participación en empresas de diseño y/o industriales, en la gerencia de producto, aumento de la productividad y la competitividad de la industria regional, nacional e internacional”. (PAE, 2012)

- La asignatura denominada Administración de la Profesión, que tiene como base el estudio de la Administración aplicado al ejercicio profesional del diseñador industrial, cuyo objetivo es suministrar al estudiante elementos que contribuyan a la interacción profesional y autogestión del diseñador industrial con la sociedad y con el medio productivo. (Escuela de Diseño Industrial, UPTC, Asignatura Administración de la Profesión, código 74030811).

- Las empresas dado el modelo de apertura económica están obligadas a competir globalmente por los mercados de sus productos, por lo tanto a hacerse más competitivas e innovadoras.

A ese respecto se registra como ejemplo el caso de las empresas del Sector de muebles en madera del Corredor Industrial de Boyacá, objeto de estudio en un anterior proyecto de investigación adelantado por la autora durante

los años 2011 y 2012, titulado “Revisión de modelos de desarrollo de producto, contrastación a partir del modelo de ingeniería concurrente. Caso de estudio: sector de muebles en madera del corredor industrial de Boyacá”, cuyos resultados desde una perspectiva de gestión, entre otros, hacen evidente que en el sector estudiado no se tiene plena conciencia de la información como base de la toma de decisiones corporativas. No se ha identificado una orientación ni un horizonte al que quieren llegar las empresas. (Ramírez, 2011). Las empresas indagadas no tienen conocimiento de los cambios del mercado, por lo tanto pocas empresas hacen planeación; estableció igualmente que la gran mayoría de empresarios indagados no tiene una cultura de investigación y desarrollo de productos propios, el desarrollo de producto se lleva a cabo de manera intuitiva. Por lo general, las decisiones están centralizadas en el gerente-propietario, de él dependen las tres áreas de las que consta la empresa tipo del sector: el área financiera, el área de mercadeo y el área de producción.

El tamaño identificado es la pequeña empresa, al que pertenece el mayor número de empresas estudiadas en el proyecto mencionado. (Ramírez, 2011). Los resultados registrados revelan estilos administrativos que carecen de autogestión. En una realidad económica en la que no se cuenta con un staff, o con la figura de un asesor, el líder debe autoabastecerse en ese sentido y suplir estas falencias mediante la autogestión, si en realidad se busca que la empresa sea competitiva. Los resultados registrados revelan una clara oportunidad de desempeño para el diseñador industrial autogestionado.

### 3.1.2 Objetivos de la actividad en el aula

Contribuir en el fortalecimiento de la autogestión y la interacción profesional del diseñador industrial con la sociedad y con el sector productivo.

Aproximar el conocimiento y la aplicación de los conceptos administrativos al ejercicio del diseño industrial y con ello, suministrar al diseñador industrial alternativas de comportamiento administrativo que estimulen su capacidad organizacional.

Reconocer las competencias que definen particularmente el perfil de cada estudiante, dada su especialidad, y con esa base, proyectarse mediante un ejercicio de planeación estratégica.

Orientar el desempeño del diseñador, de un rol básicamente operativo a un rol de líder y emprendedor en diseño.

### 3.1.3 Metodología

En esta dinámica, el diseñador no hace gestión para los productos que diseña, no intenta vender los productos que diseña. Hace gestión para sí mismo, se visualiza el mismo como producto profesional en un entorno competitivo. Es propiamente la autogestión del profesional en diseño industrial, experto en un saber.

La actividad trasciende el mero acto instructivo. Es un proceso que, según Delors (1998), se desarrolla con base en cuatro ejes:

- La comprensión o eje a partir del cual el estudiante aprende a conocer. Es fundamentalmente la eficiencia personal, es decir, el fortalecimiento de las aptitudes para

conocer más y con ello desempeñarse mejor profesionalmente. *Mente formada, más que informada.*

- La influencia en el entorno o eje a partir del cual el estudiante aprende a hacer. El hacer puede tener bases en el saber racional, objetivo, metódico y sistemático. Es fundamentalmente adquirir capacidades y competencias.

- La autonomía-juicio-responsabilidad, eje que contribuye a que el estudiante aprenda a ser. Se aprende a obrar responsablemente en la medida que se administra la propia autonomía, la voluntad, la perseverancia, la responsabilidad, el compromiso, la lealtad. Es fundamentalmente la responsabilidad basada en valores.

- La cooperación o fraternidad o eje a partir del cual se aprende a convivir, tolerar y respetar y servir.

Estos cuatro ejes propician un quinto eje orientado al espíritu empresarial: El emprender, como realidad innata del liderazgo. Es aprender a organizar los recursos para lograr resultados positivos.

En el aula, el constructivismo cognitivo subyace a la actividad, como opción en la búsqueda del saber. El estudiante, en su rol activo, construye su propio significado, su propio conocimiento, es decir, construye su propio aprendizaje a partir de estrategias y actividades que asimila y le permiten comprender e interpretar.

Al respecto Piaget (1978) señala que “el proceso de construcción del conocimiento es el resultado de un proceso dinámico e interactivo a través del cual la información externa es interpretada y reinterpretada por la mente que va construyendo progresivamente modelos explicativos cada vez más complejos y potentes”. En este enfoque se puede concluir que el aprendizaje ocurre cuando el estudiante es capaz de relacionar, la nueva información con sus presaberes, a través de la mediación del docente.

### 3.1.4 Referente

La actividad asume como referente el “ICSID World Directory of Industrial Design Education 1999”, a partir del cual, se define el término competencia como la capacidad para lograr un objetivo o resultado en un contexto dado y hace referencia a la capacidad de un individuo para dominar un conjunto de tareas específicas en una función concreta.

Este referente, identifica las competencias que un profesional del diseño industrial debe manejar para poder desempeñarse en un contexto laboral definido. Posteriormente, las agrupa en tres áreas: Saber (conocimiento), Saber hacer (habilidades y destrezas intelectuales y físicas), y Saber ser (lo afectivo). (Fondef, 2002).

Es de destacar que en el área del saber se cuenta el conocimiento de técnicas de organización para generar nuevas empresas o la propia; en el área del saber hacer se cuenta la capacidad o habilidad de gestión, entendida como la administración de recursos para el desarrollo de un producto.

### 3.1.5 Participantes

Esta sistematización reviste un carácter participativo, que supone un espacio de trabajo en el que los estudiantes como participantes interactúan y se gestionan a sí mismos; comparten, confrontan y discuten sus posturas. La experiencia se lleva a cabo con estudiantes de

octavo semestre de Diseño Industrial de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. En este nivel el estudiante está finalizando su ciclo proyectual, es decir, el conjunto de talleres de diseño industrial. El ciclo lo finaliza posteriormente con el nivel referido al proyecto empresarial (PAE, 2012). El estudiante por tanto, está próximo tanto a su titulación como al inicio de su desempeño profesional.

En este nivel y en esta etapa de la actividad, en muchos casos el estudiante aunque ya se ha hecho consciente, de una parte, de las competencias que un profesional en diseño debe manejar para desempeñarse en un contexto laboral definido, y de otra parte, es consciente de las áreas de formación integral de que está siendo objeto en su escuela, tales como las señaladas por el Ministerio de Educación Nacional de Colombia, aún no ha definido su perfil particular, es decir aún no ha tomado partido por alguna de las áreas relacionadas anteriormente para que orienten su proyección profesional. Aunque es consciente del perfil profesional que pretende formar su escuela, en muchos casos el estudiante o no se identifica con ese perfil o aun no reconoce sus competencias específicas, por lo tanto no tiene todavía la noción de estrategia para su desempeño profesional.

### 3.1.6 La experiencia “El perfil particular: la autogestión”

Premisa: “para mejorar la calidad de las cosas que hacen las personas, hay que mejorar la calidad de las personas que hacen las cosas” (Drucker, 1999).

En principio se lleva a cabo una aproximación al conocimiento de los temas administrativos, orientada a la comprensión teórica de la administración, mediada a su vez por un cierto equilibrio entre la teoría y la práctica. El señalamiento de Fayol (1971, pp. 150-153), respecto a la necesidad de una educación en Administración menos técnica, es determinante en esta etapa:

Estamos seguros de que una educación exclusivamente técnica no responde a las necesidades generales de las empresas, aun las industriales. Así mientras se realizan los mas grandes esfuerzos para ampliar y perfeccionar los conocimientos técnicos, no se hace nada o casi nada, en nuestras escuelas industriales, para preparar a los futuros jefes para sus funciones administrativas.

Este señalamiento implica que el estudiante además de saber el cómo se hace, comprenda sobre todo el por qué se hace, lo cual permite el logro simultáneo de pensamiento y acción.

Posteriormente, el estudiante, a partir del referente “ICSID World Directory of Industrial Design Education 1999” se da a la tarea de conocer, entender y analizar las implicaciones de cada una de las competencias registradas que identifican a un profesional en diseño industrial. La actividad se desarrolla de lo general a lo particular; del panorama general suministrado por el referente mencionado, el estudiante se contrasta y se identifica con las competencias que considera lo describen en su especialidad, reconoce sus potencialidades. A partir de la definición de su perfil particular, el estudiante se visualiza como empresa y declara su misión.

El estudiante es el protagonista, con su realidad personal y su realidad académica y profesional. El estudiante se visualiza como empresa y establece su estrategia corporativa, a partir del reconocimiento de si mismo como persona y como profesional. Se responde fundamentalmente a dos interrogantes: En qué negocio estoy? Que puedo hacer-ofrecer? (Ramírez, 2011).

En función de dicha misión se analiza. Mediante el análisis interno reconoce sus fortalezas y sus debilidades para hacer cumplible esa misión. Se documenta sobre el contexto de su desempeño, reconoce las oportunidades y amenazas que el contexto le ofrece para hacer cumplible esa misión. Pondera los resultados del análisis anterior, y con ello identifica sus factores críticos de éxito. Establece su estrategia y sus objetivos, se propone cultivar sus fortalezas y atender sus debilidades. Se propone aprovechar las oportunidades y prepararse para las amenazas del contexto. Se proyecta. Visualiza su desempeño desde una perspectiva de cadena de valor, identifican fundamentalmente dos eslabones: el que le genera mayor valor y el que le resta valor en su desempeño. Explora y construye un escenario futuro, y plantea su estrategia en función de dicho escenario.

### 3.2 Análisis e interpretación

Las competencias que identifican el perfil particular del estudiante, son los elementos a partir de los cuales él declara su misión.

La misión a su vez es la referencia en función de la cual se realiza el análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. El resultado de este análisis se constituye en la base para el planteamiento de objetivos. Estos últimos son a su vez la base de la estrategia.

Para muchos estudiantes de diseño una de sus metas es ser y hacer empresa, como oportunidad para ofrecer sus servicios profesionales de diseñador industrial y o para comercializar los productos que diseña. A ese respecto Peter Drucker señala que “la economía del conocimiento, como aquella donde vivimos, le pertenece a quienes conocen sus puntos fuertes, sus valores, y sus formas de rendir mejor” (Drucker, 1999). Drucker destaca de estas personas a las que se refiere, la habilidad de saber hacer que las tareas se cumplan, es decir, la inteligencia ejecutiva, la clara conciencia de cómo aprenden, cuáles son sus valores y su orientación.

“Para los estudiantes de diseño, el papel cambiante del diseño y los nuevos retos a los que se enfrentan implican la aparición de nuevas necesidades profesionales” (Best, 2007) . En tanto su desempeño supone de una parte, la dinámica constante del trabajo en equipo, y de otra parte, brindar beneficio al usuario del producto que diseña, cobra especial importancia el conocimiento de la administración si se toma en cuenta que la administración tiene como objeto de estudio al hombre, sus comportamientos y actitudes, lo que le permite capitalizar en su autogestión. El carácter interdisciplinar del ejercicio del diseñador industrial lo ubica en permanentes dinámicas de trabajo en equipo y en permanente interacción con el usuario del producto que diseña. La autogestión del estudiante estimula la posibilidad de integrar grupos interdisciplinarios, de adaptarse a cambios permanentes, de potenciar

su actitud diseñador-empresario, orientada a generar estrategias a solución de problemas de diseño industrial y a la verdadera gestión del diseño dirigida a un producto o un servicio. (Best 2007).

### 3.3 Aprendizajes - Resultados

El aprendizaje esta representado en la conceptualización de la experiencia, es decir, en el conocimiento producido a partir de la experiencia en el aula; revela lo que “aun no sabíamos que ya sabíamos” (Alboan, 2004).

Dada la aproximación al conocimiento de los temas administrativos de que ha sido objeto el estudiante de diseño industrial, ha reconocido en la Administración el enfoque del hombre en interacción con otros hombres (Ramírez, 2001).

El estudiante a su vez ha reconocido en el ejercicio del Diseño Industrial un carácter eminentemente interdisciplinar, una dinámica constante de trabajo en equipo que implica la interacción permanente con otras personas. Ha reconocido que en tanto pretenda brindar beneficio al usuario del producto que diseña, su ejercicio demanda especial sensibilidad y disposición para comprender las necesidades y expectativas de dicho usuario y para atenderlas con el producto diseñado.

Se ha hecho manifiesto que la base del desempeño profesional lo constituye la calidad humana de la persona. Se ha confirmado la postura de la autora: antes que profesionales, personas.

Se ha hecho manifiesto que la connotación de perfil profesional, no sólo contempla las competencias, el dominio, las áreas, las tareas y los ámbitos de un desempeño, además, implica unos valores, un compromiso, así mismo la habilidad de hacer que las tareas se cumplan. Se ha confirmado el señalamiento de Claus Moller (2001) que plantea que “mientras no haya una buena calidad humana, la calidad técnica es irrelevante... no se puede tener una empresa de calidad, sin personas de calidad”. Se ha hecho evidente que el acercamiento a los temas administrativos, le permiten al diseñador industrial administrar y proyectar su desempeño profesional y su capacidad emprendedora.

Dadas las competencias particulares identificadas por parte de cada uno de los estudiantes, se han establecido diversos perfiles, algunos orientados a lo tecnológico, otros a la expresión, otros a lo proyectual propiamente, otros a la teoría o a la gestión.

El estudiante se ha reconocido en su perfil particular. Este conocimiento en detalle se constituye en la base de su estrategia que le permitirá llegar al futuro deseado. Se dice que para poder dirigirnos a algún sitio, es necesario antes saber en dónde estamos y cómo estamos. Por lo tanto el estudiante mediante el reconocimiento de sus capacidades sobre las que tiene total autonomía, sus debilidades y sus fortalezas, ha logrado bases que le permiten decidir como cultivar sus fortalezas y como atender sus debilidades. Ha valorado el entorno, sobre el que por supuesto no tiene influencia, pero se propone aprovechar las oportunidades y prepararse para las amenazas del contexto. El estudiante entonces, mediante el reconocimiento de si mismo y de su entorno ha logrado saber dónde y cómo está.

El estudiante en la medida que se ha reconocido, ha identificado en el entorno perfiles similares al suyo, tanto dentro como fuera del aula. Se ha contrastado y ha confirmado su situación actual y ha estimado las capacidades de sus competidores, o lo que es lo mismo, ha identificado con quienes se debe enfrentar en un panorama competitivo. Este cúmulo de información de si mismo, le suministra al estudiante directrices de autogestión. En la medida que se reconoce e identifica a un competidor, logra elementos para gestionar la diferencia.

En síntesis, el estudiante se ha pensado a si mismo, se ha registrado, se ha leído, se ha reconocido, se ha contextualizado y se ha proyectado. Se dispone a liderar y administrar su proyección, mediante la aplicación en si mismo de lo que Fayol define como administración: prever, organizar, dirigir, coordinar y controlar.

Esta experiencia da cuenta de espacios y actividades necesarios en la formación del diseñador industrial puesto que, desde el aula, propician la discusión y proyección de su desempeño.

El testimonio de un estudiante, protagonista de la experiencia, señala al respecto, que “es el despertar, es dejar de verse como estudiante y en cambio visualizarse como profesional.” Esto representa un valor agregado en su gestión, en su desempeño como empleador o como empleado, catapulta un rol operativo a un rol de líder y emprendedor en diseño.

### 3.4 Socialización de la experiencia

Este último elemento metodológico planteado por Alboan (2004), es el pretexto a partir del cual se ha generado el presente trabajo para el IV Congreso de Enseñanza.

## Conclusiones

La sistematización se constituye en un instrumento útil como herramienta de trabajo, que permite avanzar en la construcción de la actividad y por lo tanto de la asignatura. Permite “escuchar” las voces de los protagonistas de la experiencia, lo cual propicia la lectura propia, y la de las realidades de los estudiantes.

La sistematización ha permitido mediante el recorrido por las temáticas abordadas por la experiencia, identificar aportes de los conocimientos en administración a la autogestión del estudiante de diseño industrial; ha permitido a su vez identificar variables que propician la especialidad o la particularización en los perfiles de los estudiantes de diseño industrial.

El análisis de los aprendizajes y resultados de la experiencia, lleva a concluir que se debe conceder más importancia a la construcción y cualificación de la persona como base de la gestión de la profesión.

El éxito en la formación de profesionales para la dirección y la gerencia y para la gestión y la autogestión empresarial depende en gran parte, de la metodología seleccionada para la enseñanza de las asignaturas y ejercitación del alumno (Ramírez, 2001).

**Referencias bibliográficas**

- Bellucia, R. (2007). *El diseño gráfico y su enseñanza*. Buenos Aires: Paidós.
- Bernatene, R. (2006). Reflexiones epistemológicas y perspectivas de renovación académica, científica y cultural para el Diseño Industrial. *Arte e Investigación*. 10.
- Best, K. (2005). *Management del diseño*. Barcelona: Parramón.
- Buil, I. Martínez E, & Montaner, T. (2005). Importancia del diseño industrial en la gestión estratégica de la empresa. *Universia Business Review*, (8), 52-67.
- Burdek, B. (1994). *Historia, teoría y práctica del diseño industrial*. México: Editorial Gustavo Gili.
- Delors, J. (1998). *La educación encierra un tesoro*. Informe a la UNESCO de la comisión internacional sobre la educación para el siglo XXI. Madrid: Santillana.
- Drucker, P. (1999). *Management Challenges for the 21st Century*. Estados Unidos: Harper Collins Editorial.
- Espinoza, R. (2011). *Diseño y negocios ; Se rompe un paradigma? Papel del diseñador dentro del los negocios en la ciudad de Buenos Aires*.
- Fantova, F. (2003). *La sistematización como herramienta de gestión*. Bilbao, España. Disponible en <http://www.alboan.org/archivos/330.pdf>
- Fayol, H. (1971). *Administración industrial y general*. México: Herrero Hermanos S.A.
- Fondef, Proyecto. (2002). *Educación del diseño basado en competencias: un aporte a la competitividad*. Escuela de Diseño del Instituto Profesional DUocUC de la Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Gómez Roldán, I. (2005). *Competencias profesionales: una propuesta de evaluación para las facultades de ciencias administrativas*. Educación y Educadores, (8), 45-66.
- González, I. *Nociones básicas de planificación empresarial*. Caracas: UNA.
- Hawes, G., y Corvalán, O. (2004). Construcción de un perfil profesional. Documento de trabajo, 1.
- Idárraga, D. A. M. (2005). *La enseñanza de las teorías de la administración: limitantes epistémicos y posibilidades pedagógicas*. Innovar, 15 (26).
- IDSA, Industrial Designers Society of America (2005). About IDSA: <http://www.idsa.org>
- Leiro, R. (2006). *Diseño: estrategia y gestión*. Ediciones infinito.
- López, G. (2012). *Educación en administración y modas administrativas en Colombia*. Revista Universidad Eafit, 34(109), 59-88.
- Manzini, E. (1999). *Diseño estratégico, una introducción*. Dpto de Diseño Industrial, FBA UNLP, publicación de la conferencia inaugural al Workshop.
- Maser, Siegfried. (1976). *Diseño y Ciencia*.
- Ministerio de Educación Nacional de Colombia. Resolución 3463 de 2003, por la cual se definen las características específicas de calidad para la oferta y desarrollo de los programas de formación profesional en Diseño.
- Moller, C. (1995). *Una visión humanista del Management*. *Panorama de Management y gestión*. 2(134), 8-12.
- Moller, C. (2001). *Calidad personal: la base de todas las demás calidades*. Gestión 2000.
- Moller, C.; Hegedahi P. (1989) *Personas en primera línea*. CMR Ibérica.
- Morin, E. (2010). *Sobre la Interdisciplinariedad. Curso Internacional sobre la Complejidad y la Transdisciplinariedad*. U.P.B., Unesco, Colciencias, CNRS. Embajada de Francia y Unisalle.
- Motta, Paulo Roberto (1999). *La ciencia y el arte de ser dirigente*. Colombia: Tercer mundo editores.
- PAE, 2012. Proyecto Académico Educativo. Escuela de Diseño Industrial Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.
- Piaget, J. (1978). *A donde va la educación*. Barcelona: Teide.
- Prodintec. (2006) *Diseño Estratégico, guía metodológica*. Centro tecnológico par el diseño y la producción industrial de Asturias.
- Ramírez, C. (2001). *El fenómeno administrativo como objeto de estudio*. Revista de la Escuela de Administración de Negocios EAN, 44,77-91.
- Ramírez, C. (2011). *Propuesta Metodológica para el desarrollo de producto*.
- Ramírez, C. (2011). *Estudio de la aplicación del Diseño Industrial en el sector manufacturero del Corredor Industrial de Boyacá*.
- Saldívia, Z. (2004). *Epistemología y Diseño. Un maridaje necesario*. Revista Crítica Cl. Santiago de Chile.
- Abstract:** The present work is the recovery of knowledge of classroom experience, part of the development of a specific subject in a Colombian School of Industrial Design, whose purpose is the application of knowledge management in self-management of industrial designer for their interaction with society and with the productive environment. It is a contribution to the improvement of design education.
- Key words:** Industrial Design - Self Management - Skills - Strategy - Classroom.
- Resumo:** O presente trabalho é a recuperação de conhecimento de uma experiência na sala de aula, que faz parte do desenvolvimento de uma matéria específica numa escola colombiana de Design Industrial, cujo propósito é a aplicação dos saberes da administração na auto-gestão do design industrial para sua interação com a sociedade e com o médio produtivo. É uma contribuição à melhoria do ensino do design.
- Palavras chave:** Design industrial - Auto-gestão - Concorrências - Estratégia - Sala de Aula.
- (\*) **Cecilia Ramírez.** Diseñadora Industrial. Universidad Nacional de Colombia, Bogotá. Magíster en Administración. Instituto Tecnológico de Monterrey México. Especialista en Gestión Estratégica de Mercadeo. Universidad Autónoma de Bucaramanga. Bucaramanga Especialista en Docencia Universitaria. Universidad Autónoma de Bucaramanga. Bucaramanga. Directora del Grupo Interdisciplinario de Investigación Eureka+i, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Seccional Duitama.