

Editorial



Diseño como estrategia de transformación cultural y empresarial

Design as a strategy for cultural and business transformation

DOI: <https://doi.org/10.51378/reuca.vi22.10274>

Fecha de recibido: 3 de septiembre de 2025

Fecha de aceptado: 13 octubre de 2025

Federico Alegría

Académico

Departamento de Sociología y Ciencias Políticas
Responsable del Seminario de Graduación,
Universidad Centroamericana José Simeón Cañas
El Salvador
falegria@uca.edu.sv
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5913-2011>

Celina Andino

Directora de la Maestría en Diseño de Productos y
Servicios,
Universidad Centroamericana José Simeón Cañas
El Salvador
candino@uca.edu.sv
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0230-5890>



Publicamos bajo la Licencia de Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

El oficio del conocimiento se beneficia de participar en proyectos de investigación; en nuestra región, son pocos los espacios que lo permiten, siendo el académico uno de ellos. En esta edición, la revista *Realidad Empresarial* muestra cómo el diseño, la creatividad y la cultura dinamizan la innovación. El presente número de la revista surge de la colaboración con el programa de la Maestría en Diseño de Productos y Servicios, que aporta tres investigaciones desarrolladas en el marco de sus seminarios de graduación, lo cual amplía el debate académico sobre la innovación empresarial desde el diseño.

Entendida la habilidad de innovar como "un factor crítico para la viabilidad, competitividad, resiliencia y renovación, así como para el desarrollo sostenible de la sociedad" (ISO 56000:2025). Los artículos que conforman el conjunto de esta edición son muestra de dicha capacidad, y nos muestran cómo el diseño trasciende su dimensión estética para convertirse en una herramienta para imaginar modelos económicos más inclusivos, sostenibles y culturalmente pertinentes.

Las contribuciones de estas investigaciones se integran con otros estudios académicos y ensayos que abordan temáticas convergentes. De este modo, las metodologías de investigación en diseño encuentran aplicación práctica en contextos donde se necesitan soluciones. En consonancia, los procesos de innovación se nutren de enfoques culturalmente situados. Así, también se examina cómo la identidad cultural dinamiza el desarrollo empresarial responsable a través del buen uso del patrimonio cultural.

Sobre los resultados del programa de postgrado antes mencionado, es justo señalar que estos responden no sólo al seminario de graduación, sino también a cómo se dispone el final del mismo. Compuesto por las asignaturas de "Anteproyecto de Investigación", "Diseño Metodológico para la Investigación en Diseño" y "Coloquio de Investigación en Diseño", el último ciclo de la maestría sienta las bases para investigaciones aplicadas con resultados tangibles.

Las tres investigaciones del seminario ejemplifican esta convergencia entre diseño, cultura e innovación desde perspectivas complementarias. Una de

ellas explora cómo la iconografía mesoamericana puede fundamentar el diseño de indumentaria deportiva con identidad cultural para las Selecciones Salvadoreñas de Juego de Pelota Mesoamericano.

Esto se logró a través del análisis iconográfico de piezas arqueológicas de un período en particular. Este proyecto muestra que el patrimonio arqueológico trasciende su valor histórico, y puede convertirse en recurso creativo contemporáneo. El análisis de fuentes primarias y secundarias permitió identificar elementos visuales y simbólicos que —luego de clasificarse— establecen principios de diseño, que refuerzan el valor cultural e identidad nacional. Lo que muestra cómo los códigos visuales ancestrales logran dinamizar sectores económicos específicos, a la vez que fortalecen la identidad nacional. De este modo, se configura un modelo ético que combina el patrimonio cultural y el diseño deportivo, modelo que fomenta la sostenibilidad.

A propósito del buen uso de los recursos y la sostenibilidad, otra de las investigaciones abordó estos deberes empresariales desde la experimentación material; en específico, a través de evaluar el potencial de la ceniza de pollinaza como insumo para el diseño de productos. Bajo el marco del *Material Driven Design*, se realizaron experimentos exploratorios que analizaron propiedades emergentes como textura, porosidad, adherencia y fraguado. Los resultados destacaron el comportamiento favorable de una mezcla específica de material.

El resultado dio buena trabajabilidad, cohesión y acabado estético para aplicaciones decorativas no estructurales. Esta propuesta evidencia cómo la valorización de residuos agroindustriales subutilizados puede generar oportunidades económicas circulares, mediante la transformación de desechos en recursos creativos. El enfoque metodológico propone nuevas rutas de innovación, orientadas a la economía circular, demostrando que el diseño sostenible puede emergir del aprovechamiento inteligente de materiales locales.

Por último, otro de los proyectos de investigación aplicó el *Food Design Thinking* para innovar los dulces típicos salvadoreños, adaptándolos a las preferencias de una generación joven, de 18 a 28 años, sin perder su carácter tradicional. Siguiendo seis etapas metodológicas, se diseñaron y evaluaron

dos propuestas de dulces típicos. Esto evidenció cómo productos típicos pueden potenciarse a través de características esenciales, como la textura y la combinación de sabores opuestos, mientras estos evolucionan en aspectos como formas y colores. Este enfoque muestra cómo el diseño es capaz de revitalizar productos culturalmente entendidos como tradicionales, creando vínculos que aseguran la continuidad del patrimonio gastronómico.

En conjunto, estas investigaciones demuestran que imaginar otras economías no es un ejercicio especulativo o azaroso, sino una práctica concreta. Los casos presentados dan cuenta de cómo metodologías rigurosas pueden traducirse en soluciones tangibles, que atienden necesidades contemporáneas sin desvincularse de las raíces culturales: desde la revalorización del patrimonio arqueológico hasta la experimentación con materiales locales, y desde la innovación gastronómica intergeneracional hasta el fortalecimiento de capacidades empresariales en poblaciones desfavorecidas.

Cada contribución configura un modelo donde la identidad cultural no constituye una limitante, sino el fundamento para propuestas económicamente viables y socialmente pertinentes. Este monográfico confirma que el diseño –entendido como proceso metodológico y herramienta estratégica– posee la capacidad de articular tradición e innovación, para así generar alternativas económicas, las cuales respondan tanto a las demandas del mercado como a las aspiraciones de desarrollo cultural sostenible.

Luego de estas experiencias de innovación, se reconoce que hacer diseño no es un producto exclusivo de la creatividad; implica además disciplina y

reproducibilidad. Y en su afán por el buen uso del tiempo, las disciplinas en diseño han ideado metodologías flexibles y rigurosas sobre cómo proceder al momento de solucionar una problemática. Propuestas como el *Material Driven Design* o el *Design Thinking*, la misma Semiótica y hasta el Diseño de Alimentos, nos permiten conducirnos desde la incertidumbre a la certeza de manera transparente y escalable.

Cabe mencionar que estas tres investigaciones derivadas del programa de Maestría en Diseño de Productos y Servicios se complementan con otras publicaciones que, si bien no formaron parte de este postgrado, convergen en la misma línea temática y amplian el debate sobre diseño, innovación y cultura.

En conjunto, todos los artículos que conforman esta edición de Realidad Empresarial ofrecen un panorama diverso y complementario sobre cómo el pensamiento de diseño puede transformar realidades empresariales y sociales. Esta confluencia de perspectivas académicas y profesionales da cuenta del compromiso de la revista con la difusión del conocimiento aplicado, y muestra que la innovación responsable es una construcción colectiva que trasciende fronteras disciplinarias y se nutre del diálogo entre distintas experiencias de investigación.

Referencias

- ISO. (2025). *Gestión de la innovación – Fundamentos y vocabulario*. (ISO N.º 56000:2025). Online Browsing Platform (OBP). <https://www.iso.org/obp/ui/en/#iso:std:iso:56000:ed-2:v1:es>