

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

“AUDITANDO LA CREATIVIDAD: SIMBIOSIS DEL MUNDO CONTABLE Y GASTRONOMICO; UN ESTUDIO COMPARATIVO”

Autor: Nancy Yunuén Ayala Lara

Tesis presentada para obtener el título de:
Licenciada en Gastronomía

Nombre del asesor:
Dr. Francisco Javier Palomares Vaughan

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





ESCUELA DE GASTRONOMÍA

**AUDITANDO LA CREATIVIDAD: SIMBIOSIS DEL MUNDO CONTABLE Y
GASTRONÓMICO; UN ESTUDIO COMPARATIVO.**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN GASTRONOMÍA**

PRESENTA

NANCY YUNUÉN AYALA LARA

ASESOR

DR. FRANCISCO JAVIER PALOMARES VAUGHAN

**CLAVE: 16PSU01083
ACUERDO: LIC100416**

MORELIA, MICHOACÁN

JUNIO 2023

AGRADECIMIENTOS

Gracias al gran creador del Universo, Gracias Universo, Gracias Dios,

Gracias por los planes que han cambiado mi vida,

Gracias por las respuestas no esperadas,

Gracias por los días de dolor,

Gracias por los momentos de frustración,

Gracias por las pruebas en el camino,

Gracias por cada experiencia buena y mala,

Gracias por crear encuentros con personas que me han animado a conocerme y valorarme,

[A.M.]Gracias por cerrarme puertas que no eran para mí y abrirme las que, si son,

Gracias por el privilegio de la vida,

Gracias por mi valiosa familia,

Gracias por lo que soy,

Gracias por lo que tengo,

Gracias por lo que aprendo,

Gracias por lo vivido,

Gracias por los regalos de la vida que recibo,

Gracias por la salud,

Gracias por las cosas que vienen en camino

A :: L :: G :: D :: G :: A :: D :: U :: :

Gracias porque siempre me escuchas,

Y acomodas todas las piezas para que,

La magia ocurra en mi vida.

Índice

RESUMEN	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO	8
¿QUÉ ES LA AUDITORÍA?	8
LA AUDITORÍA DESDE LA PERSPECTIVA DE LAS CIENCIAS SOCIALES.....	12
LA AUDITORÍA DESDE LA PERSPECTIVA DE LAS CIENCIAS EXACTAS O MATEMÁTICAS	14
LA AUDITORÍA DESDE LA PERSPECTIVA DE LAS CIENCIAS DE LA SALUD	18
LA AUDITORÍA DESDE LA PERSPECTIVA DE LAS CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS	21
<i>Tipos de auditoría en términos administrativos</i>	25
NUEVAS TENDENCIAS DE LA AUDITORÍA.....	30
<i>Auditoría de la estrategia como una nueva tendencia</i>	31
AUDITORÍA CREATIVA.....	33
CAPÍTULO II AUDITORÍA CREATIVA & AUDITORÍA A LA INNOVACIÓN	35
¿QUIÉN ES FERRÁN ADRIÀ?	35
IMPORTANCIA DE LA AUDITORÍA CREATIVA DESDE LA PERSPECTIVA DE FERRÁN ADRIÀ.....	37
¿CUÁL FUE EL INGREDIENTE SECRETO QUE LLEVÓ A ELBULLI A SER LA EMPRESA MÁS CREATIVA E INNOVADORA EN EL RAMO DE LA GASTRONOMÍA?.....	37
CREATIVIDAD & INNOVACIÓN EN EL MUNDO EMPRESARIAL.....	39
AUDITANDO LA CREATIVIDAD.....	48
<i>¿En qué radica la importancia de una auditoría creativa en un panorama empresarial?</i>	55
AUDITANDO LA INNOVACIÓN.....	56
FACTORES CLAVES DE APOYO PARA LA AUDITORÍA CREATIVA & INNOVACIÓN BAJO LA PERSPECTIVA DE ELBULLI.....	66
<i>Los directivos de elBulli</i>	67
<i>La creatividad como parte de la memoria de elBulli</i>	68
<i>La intervención de la mente en el mundo creativo o el paladar mental</i>	72
<i>Equipo creativo</i>	75
<i>El entusiasmo como un valor principal en elBulli</i>	76
<i>Una pizca de creatividad & Innovación</i>	76
<i>Influencia Japonesa</i>	76
<i>Libertad Económica</i>	77
<i>Calidad en el servicio</i>	77
<i>Organización y filosofía (Comportamiento Organizacional)</i>	78
<i>Método Sapiens</i>	78
CAPÍTULO III MÉTODO	80
CAPÍTULO IV RESULTADOS	86
<i>Evaluación del conocimiento del concepto de ‘creatividad’ e ‘innovación’ a las dos muestras</i>	109
CONCLUSIONES	117
LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN EMERGENTES.....	123
REFERENCIAS	126
ANEXOS	138

Índice de ilustraciones

ILUSTRACIÓN 1 ¿QUÉ ES CREATIVIDAD? FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA	43
ILUSTRACIÓN 2 ¿QUÉ ES INNOVACIÓN? FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA	44
ILUSTRACIÓN 3 VIDEO DONDE FERRÁN ADRIA EXPLICA CON SUS PROPIAS PALABRAS DE QUE SE TRATA LA AUDITORÍA CREATIVA HTTPS://TWITTER.COM/FERRANADRIA/STATUS/1268112690620186624?s=20	54
ILUSTRACIÓN 4 CATÁLOGO GENERAL DE ELBULLI. FUENTE DE INFORMACIÓN. (ELBULLIFOUNDATION, 2022).....	54
ILUSTRACIÓN 5 CATÁLOGO GENERAL DE ELBULLI. FUENTE DE INFORMACIÓN. (ELBULLIFOUNDATION, 2022).....	71
ILUSTRACIÓN 6 MAPA MENTAL EL PROCESO CREATIVO DE ELBULLI FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.....	73
ILUSTRACIÓN 7 ETAPAS DE LOS MÉTODOS CREATIVOS DE ELBULLI FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.....	74
ILUSTRACIÓN 8 EJES DE INNOVACIÓN DEL ELBULLI FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA	75
ILUSTRACIÓN 9 MAPA MENTAL DE LOS ELEMENTOS QUE DIERON ORIGEN AL MÉTODO SAPIENS FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA	79

Índice de Tablas

TABLA 1 CRUZADA ¿ALGUNA VEZ ESCUCHO HABLA DE LA "AUDITORÍA CREATIVA? FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA	86
TABLA 2 CRUZADA MUESTRA ¿ALGUNA VEZ ESCUCHÓ HABLAR DE LA AUDITORÍA A LA INNOVACIÓN? FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA	87
TABLA 3 CRUZADA MUESTRA ¿ALGUNA VEZ ESCUCHÓ HABLAR DE LA AUDITORÍA A LA INNOVACIÓN? FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA	88
TABLA 4 CRUZADA MUESTRA ¿ALGUNA VEZ ESCUCHÓ HABLAR DE LA AUDITORÍA A LA INNOVACIÓN? FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA	89
TABLA 5 CRUZADA MUESTRA ¿ALGUNA VEZ ESCUCHÓ HABLAR DE LA AUDITORÍA A LA INNOVACIÓN? FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA	90
TABLA 6 CRUZADA MUESTRA ¿ALGUNA VEZ ESCUCHÓ HABLAR DE LA AUDITORÍA A LA INNOVACIÓN? FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA	92
TABLA 7 CRUZADA MUESTRA ¿ALGUNA VEZ ESCUCHÓ HABLAR DE LA AUDITORÍA A LA INNOVACIÓN? FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA	94
TABLA 8 CRUZADA MUESTRA CONSIDERA USTED, QUE PARA EL SECTOR EN EL QUE SE DESEMPEÑA, ¿LA CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, SON IMPORTANTES Y RELEVANTES PARA SU DESEMPEÑO PROFESIONAL? FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.....	96
TABLA 9 CRUZADA MUESTRA CONSIDERA USTED, QUE PARA EL SECTOR EN EL QUE SE DESEMPEÑA, ¿LA CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, SON IMPORTANTES Y RELEVANTES PARA SU DESEMPEÑO PROFESIONAL? FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.....	98
TABLA 10 CRUZADA MUESTRA DESDE SU PERSPECTIVA ¿EL CONOCIMIENTO CREATIVO SE COMPARTE? FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA	99
TABLA 11 CRUZADA MUESTRA DESDE SU PERSPECTIVA ¿EL CONOCIMIENTO CREATIVO SE COMPARTE? FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA	100
TABLA 12 CRUZADA MUESTRA. ¿LE GUSTA INVESTIGAR Y PLANTEARSE INTERROGANTES? FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.....	102
TABLA 13 CRUZADA MUESTRA ¿ESTÁ ABIERTO PARA APRENDER COSAS NUEVAS? FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA	103
TABLA 14 CRUZADA MUESTRA ¿CON QUÉ FRECUENCIA REvisa MATERIALES GENERADOS CON ANTERIORIDAD PARA LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS EMERGENTES Y/O GENERACIÓN DE NUEVAS IDEAS? FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.....	105
TABLA 15 RESUMEN DE LOS RESULTADOS DE CHI CUADRADO DE PEARSON MENORES A 0.05.....	107
TABLA 16 RESUMEN DE LOS RESULTADOS DE CHI CUADRADO DE PEARSON MAYORES A 0.05.....	108
TABLA 17 RESUMEN DE LOS RESULTADOS DE CHI CUADRADO DE PEARSON MENORES A 0.05.....	110
TABLA 18 GRÁFICA DE RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE CREATIVIDAD MUESTRA 1 CHEFS.....	111
TABLA 19 DE RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE INNOVACIÓN MUESTRA 1 CHEFS.....	112
TABLA 20 GRÁFICA DE RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE INNOVACIÓN MUESTRA 1 CHEFS	112
TABLA 21 DE RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE CREATIVIDAD MUESTRA 1 CONTADORES.....	113
TABLA 22 GRÁFICA DE RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE CREATIVIDAD MUESTRA 1 CONTADORES	114
TABLA 23 RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE INNOVACIÓN MUESTRA 1 CONTADORES	115
TABLA 24 GRÁFICO RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE INNOVACIÓN MUESTRA 1 CONTADORES.....	115

Resumen

La investigación busca evaluar el nivel de conocimiento sobre la auditoría creativa de contadores y chefs, para identificar posibles diferencias y mejorar las estrategias de capacitación y difusión de esta técnica. La interdisciplinariedad, la diversidad de perspectivas y el desarrollo de habilidades creativas e innovadoras son algunas de las justificaciones científicas para que una persona con perfiles diferentes se interese en la auditoría creativa y en analizar el nivel de conocimiento de dos perfiles distintos.

El objetivo de la investigación es evaluar el nivel de conocimiento de los contadores y chefs acerca de la Auditoría Creativa & Innovación, comparando resultados entre los dos grupos de muestra.

Existen varias justificaciones científicas para personas con perfiles diferentes, la interdisciplinariedad, la diversidad de perspectivas y la ampliación de horizontes son razones válidas y científicamente justificables.

La investigación es cuantitativa porque se observa y se describe el fenómeno de manera objetiva, se utilizó una encuesta para recopilar información sobre el nivel de conocimiento de los contadores y chefs en relación con la Auditoría Creativa. La investigación es transversal porque se obtuvo la información en un solo momento.

Los chefs y contadores tienen una visión diferente sobre creatividad e innovación. Para los chefs, la creatividad & innovación puede ser una forma de expresar su arte. Por otro lado, los contadores, pueden significar el uso de nuevas herramientas o procesos para mejorar la eficiencia y productividad. Estas visiones diferentes podrían explicar por qué hay una diferencia en las respuestas entre los chefs y los contadores.

Palabras clave: Auditoría, creatividad, innovación, gastronomía, contador, chef.

Abstract

The research aims to evaluate the level of knowledge about creative auditing of accountants and chefs, to identify possible differences and improve training and dissemination strategies of this technique. Interdisciplinarity, diversity of perspectives, and development of creative and innovative skills are some of the scientific justifications for individuals with different profiles to be interested in creative auditing and analyzing the level of knowledge of two different professions.

The objective of the research is to evaluate the level of knowledge of accountants and chefs about Creative Auditing & Innovation, comparing results between the two sample groups.

There are several scientific justifications for individuals with different profiles, including interdisciplinarity, diversity of perspectives, and broadening horizons, which are scientifically valid reasons for people with different profiles to be interested in creative auditing and analyzing the level of knowledge of two different professions.

The research is quantitative because the phenomenon is observed and described objectively, and surveys were used to collect information about the level of knowledge of accountants and chefs regarding creative auditing. The research is cross-sectional because the information was obtained at a single moment.

Chefs and accountants have different views on creativity and innovation. For chefs, creativity and innovation can be a way to express their art, while for accountants, it may mean using new tools or processes to improve efficiency and productivity. These different perspectives could explain why there may be differences in responses between chefs and accountants.

Keywords: Audit, creativity, innovation, gastronomy, accountant, chef.

Introducción

La investigación busca evaluar el nivel de conocimiento sobre la auditoría creativa de contadores y chefs, dos perfiles distintos, para identificar posibles diferencias y mejorar las estrategias de capacitación y difusión de esta técnica. La interdisciplinariedad, la diversidad de perspectivas y el desarrollo de habilidades creativas e innovadoras son algunas de las justificaciones científicas para el estudio de la auditoría creativa, desde la perspectiva de dos perfiles profesionales distintos.

En el capítulo I Marco Teórico el objetivo es analizar y comprender lo que significa una auditoría porque al evaluar un ente se pueden identificar oportunidades de mejora, fomentar la innovación, mantenerse competitivo y mejorar la calidad del trabajo. Además, evaluar el nivel de conocimiento de diferentes perfiles puede permitir una mayor interdisciplinariedad, diversidad de perspectivas y ampliación de horizontes para abordar problemas complejos en diferentes campos.

En esta parte se aborda brevemente el origen de la auditoría y su concepto, pero también se examina desde diversas perspectivas, comenzando por las ciencias sociales y llegando a las ciencias económico-administrativas. Además, se analizan las nuevas tendencias en auditoría, incluyendo un preámbulo a la auditoría creativa.

En el capítulo II Auditoría creativa & auditoría a la innovación se habla de Ferran Adrià, el famoso chef español que ha sido un defensor y promotor de la auditoría creativa. En su libro "La comida de la familia", Adrià describe cómo la creatividad es fundamental para el éxito en la cocina y cómo se puede aplicar esta misma filosofía a otros ámbitos empresariales. En su opinión, la creatividad es un elemento clave para una buena gestión y puede ayudar a las empresas a encontrar soluciones innovadoras a problemas complejos.

En este apartado también se examina el caso de elBulli y cómo surgió la idea de una auditoría creativa. Se analiza la implementación de la auditoría basada en las premisas de Ferran Adrià y el contexto en el que se encontraba elBulli en ese momento. Además, se explora el concepto

de creatividad e innovación, que, aunque están estrechamente relacionados, no son lo mismo, y se discuten sus diferencias.

Posteriormente, se profundiza en el estudio de la auditoría creativa y la auditoría de innovación, cada una en su propio apartado, donde se definen sus elementos y fases para llevarlas a cabo. Finalmente, se identifican los elementos clave que permitieron que un restaurante como elBulli destacara como el más creativo e innovador de su época, dejando un referente en la documentación de todo el proceso creativo.

En el capítulo III El método, se habla sobre el proceso investigativo del trabajo, en este caso de la presente investigación, se busca evaluar el nivel de conocimiento de contadores y chefs acerca de la auditoría creativa, comparando los resultados entre los dos grupos de muestra para identificar posibles diferencias y mejorar las estrategias de capacitación y difusión de esta técnica.

Además, se habla de las múltiples razones por las que es importante medir el nivel de conocimiento de los profesionales sobre la auditoría creativa que puede ayudar a identificar oportunidades de mejora, fomentar la innovación, mantenerse competitivo y mejorar la calidad del trabajo.

Existen varias posibles justificaciones científicas para que personas con perfiles diferentes, como contadores y gastrónomos, que es el caso de la autora de este trabajo de investigación que cuenta con dos perfiles por un lado el económico administrativo (contador público) y por otro lado el gastronómico (el grado que se quiere obtener con este trabajo).

Hay varias razones por las cuales una persona que es contadora y chef podría interesarse por la auditoría creativa y de innovación. En primer lugar, la creatividad y la innovación son fundamentales en el mundo de la gastronomía y en el mundo actual, y pueden ser claves para el éxito de un negocio en este sector.

En segundo lugar, la contabilidad y la administración son aspectos importantes del funcionamiento de cualquier negocio, incluyendo los restaurantes. La auditoría creativa y de innovación puede ayudar a identificar nuevas oportunidades de negocio y a mejorar la eficiencia y la rentabilidad de la empresa.

Además, la combinación de habilidades en contabilidad y cocina puede proporcionar una perspectiva única y valiosa en la evaluación de la creatividad e innovación en la industria de la alimentación, la restauración y cualquier otro negocio o ámbito empresarial. La auditoría creativa y de innovación pueden ser una herramienta valiosa para mejorar tanto la gestión financiera como la creatividad e innovación en la industria de la restauración.

Otras de las justificaciones de este trabajo de investigación es la interdisciplinariedad, la diversidad de perspectivas y la ampliación de horizontes son razones válidas y científicamente justificables para que una persona con perfiles diferentes se interese en la auditoría creativa y en analizar el nivel de conocimiento de dos perfiles distintos, como contadores y chefs.

La investigación descrita es una investigación cuantitativa transversal porque se observa y se describe el fenómeno de manera objetiva, se utilizó encuestas para recopilar información sobre el nivel de conocimiento de los contadores y chefs en relación con la Auditoría Creativa. La investigación es transversal porque se obtuvo la información en un solo momento. Para ello, se utilizó una muestra de 72 individuos, divididos en dos grupos de 36 contadores y 36 chefs.

En el Capítulo IV de Resultados se presenta los resultados de la investigación, con el fin de contribuir a la comprensión y aplicación efectiva de la Auditoría Creativa & Auditoría a la Innovación en ambos campos profesionales.

Dado que tanto los contadores como los chefs pueden tener un papel importante en la implementación de la Auditoría Creativa en sus respectivas áreas, se consideró interesante evaluar su nivel de conocimiento y comprensión de esta técnica. Al comparar los resultados

entre los dos grupos de muestra, se pudo identificar que, si hay diferencias significativas en su nivel de conocimiento y comprensión, lo que puede ayudar a desarrollar mejores estrategias de capacitación y difusión de esta técnica.

La hipótesis no se cumplió, y podría explicarse que la evaluación del conocimiento actual de la Auditoría Creativa entre contadores y chefs no demostró que ambos grupos tienen un buen entendimiento de los conceptos y técnicas de la auditoría creativa. La brecha en el nivel de conocimiento entre los dos grupos es más grande de lo que se esperaba. También influyó que en México la Auditoría Creativa & Auditoría a la Innovación es una técnica relativamente nueva y no todos los profesionales están familiarizados con ella.

En cualquier caso, los resultados obtenidos permitieron identificar las áreas en las que se necesita mejorar el conocimiento de la Auditoría Creativa & Auditoría a la Innovación entre contadores y chefs, y tomar medidas para difundir y aplicar esta técnica de manera más efectiva en ambos campos profesionales.

Estas razones pueden llevar a una comprensión más profunda de cómo se pueden aplicar las herramientas y técnicas de auditoría creativa en diferentes contextos y cómo se pueden mejorar las prácticas en diferentes campos.

Además, esta evaluación también permitió identificar las barreras y facilitadores en la implementación de la Auditoría Creativa & Auditoría a la Innovación y encontrar formas de superar las barreras y aprovechar los facilitadores para mejorar la calidad de la auditoría y la eficacia de los procesos en ambos sectores. En general, la creatividad e innovación son habilidades valiosas y pueden ser aplicadas en cualquier campo profesional, incluyendo la contabilidad y la gastronomía.

La encuesta diseñada para medir el nivel de conocimiento de auditoría creativa e innovación entre un grupo de chefs y otro de contadores presentó algunas limitaciones. En primer lugar, se encontró que muchos participantes no estaban familiarizados con el tema, lo que resultó en una tasa de respuesta más baja de lo esperado.

Además, la encuesta se llevó a cabo en línea a través de un formulario de Google, lo que resultó en dificultades para algunos chefs que no estaban familiarizados con la aplicación o no contaban con una dirección de correo electrónico.

Por último, se observó cierta renuencia por parte de algunos contadores en participar en una encuesta sobre un tema del que tenían poco o ningún conocimiento.

A pesar de estas limitaciones, se logró obtener una muestra de 36 profesionales en cada grupo, aunque el objetivo inicial era de 50. Estos resultados proporcionaron cierta información valiosa sobre el nivel de conocimiento de la auditoría creativa e innovación en ambos grupos de profesionales, aunque se reconoce que la muestra puede no ser representativa de la totalidad de la población.

Para finalizar la creatividad y la innovación son esenciales para el crecimiento y la supervivencia de las empresas en un entorno empresarial cada vez más competitivo y globalizado digitalmente. Por lo tanto, es importante que las empresas conozcan y utilicen técnicas de creatividad e innovación para mantenerse a la vanguardia y seguir siendo relevantes en su industria.

Capítulo I Marco Teórico

¿Qué es la auditoría?

La auditoría tiene sus orígenes en la antigüedad, donde los comerciantes y los reyes contrataban a personas para que realizaran inspecciones y verificaciones de los registros contables e inventarios de las empresas y el tesoro real.

En Egipto, se han encontrado registros de inspecciones de contabilidad y auditoría realizadas hace más de 4000 años. En la antigua Grecia, los gobernantes utilizaban a personas para verificar los registros de impuestos y tributos.

En la Edad Media, los gremios de comerciantes y artesanos realizaban auditorías internas para garantizar la calidad de sus productos y servicios. En la época de la Revolución Industrial, las empresas comenzaron a contratar auditores para verificar sus libros contables.

Con el tiempo, la auditoría se ha ido desarrollando y evolucionando en función de las necesidades y demandas de la sociedad y de las empresas. Hoy en día, la auditoría es una herramienta esencial en la gestión empresarial y financiera, y se utiliza en todo el mundo para garantizar la transparencia y la eficiencia en la gestión de las organizaciones.

En el ámbito económico-financiero, la contabilidad es el principal instrumento de obtención de información. El sistema contable proporciona dos tipos de información: la externa y la de gestión. La información externa se refiere a la contabilidad financiera o general, que es más útil para los usuarios externos y para la presentación de las cuentas anuales.

Por otro lado, la información de gestión se refiere a la contabilidad interna y externa, que es utilizada por los responsables de la gestión para tomar decisiones. A través de la contabilidad financiera se representa el patrimonio de la unidad económica, incluyendo bienes, derechos y obligaciones, así como los cambios y variaciones que se producen.

También se registran los resultados obtenidos y se especifican las prácticas, principios y requisitos de valoración aplicados para su determinación. Finalmente, se informa sobre la situación de liquidez, su origen y utilización.

La información económico-financiera que producen las empresas actualmente es demandada por una amplia variedad de usuarios, incluyendo la Hacienda Pública, el Mercado de Valores, instituciones financieras, inversores, analistas financieros, proveedores, acreedores, clientes, empleados y otros agentes sociales interesados.

Sin embargo, esta información contable no es completamente objetiva, ya que está influenciada por quienes la elaboran y pueden cometer errores o aplicar los principios contables de manera favorable a sus intereses. Por lo tanto, para que la información sea fiable, se han establecido elementos formales, como la aplicación de principios de valoración uniformes y la auditoría por parte de profesionales independientes.

La auditoría surge como una necesidad social generada por el desarrollo económico, la complejidad industrial y la globalización de la economía.

Se trata de dotar de la máxima transparencia a la información económico-financiera que suministra la empresa a todos los usuarios, tanto directos como indirectos.

Concepto de Auditoría

La auditoría es un proceso sistemático y objetivo de revisión e investigación de los estados financieros, operaciones, procesos y sistemas de una empresa u organización con el fin de verificar su exactitud y cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables. El objetivo principal de la auditoría es proporcionar una opinión independiente y objetiva sobre la información financiera y no financiera de una organización, lo que puede ayudar a los usuarios de la información a tomar decisiones bien informadas. La auditoría puede ser realizada por un auditor interno o externo, y puede abarcar diferentes aspectos de la organización, como la contabilidad, la gestión de riesgos, el control interno y el cumplimiento normativo.

Una auditoría es una necesidad indiscutible, sea cual sea, el usuario de la información es un elemento importante para la toma de decisiones, conocer la situación financiera o tomar decisiones operativas que se verán reflejados en el impacto de la empresa.

Las decisiones que toma un director o un inversionista es el resultado de varios elementos como son la experiencia, las tendencias en el mercado, los recursos con los que cuenta la empresa y que son que están disponibles. Una auditoría busca que la información en las empresas sea verídica y si existen errores, estos sean considerados con la finalidad de que no afecten a la empresa.

Hoy en día existen diversas definiciones de la auditoría, el concepto más generalizado está orientado en el proceso de acumular y evaluar evidencia, realizado por una persona independiente y competente acerca de la información cuantificable de una entidad económica específica, con el propósito de determinar e informar sobre el nivel de correspondencia existente entre la información cuantificable y los criterios establecidos.

A partir de lo expuesto, se puede concluir que la auditoría constituye una herramienta de control y supervisión que contribuye a la creación de una cultura de la disciplina de la organización y permite descubrir fallas en las estructuras o vulnerabilidades existentes en la organización. (Álvarez, 2006).

Algunas características básicas de la auditoría:

1. Es una actividad desarrollada por persona cualificada e independiente.
2. Para realizarla se utilizan técnicas de revisión y verificación idóneas; con ellas se planifica el trabajo de auditoría y se establecen programas y procedimientos documentados tanto en los papeles de trabajo como en los archivos correspondientes (temporal y permanente).
3. Consiste en el examen de las cuentas que han de expresar la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera, así como el resultado de las operaciones y el

sistema de control interno. El control interno analiza que se cumplan las directrices de la dirección, la protección de activos y la ausencia de errores y fraude.

4. Debe hacerse de conformidad con principios y normas de contabilidad generalmente aceptados.
5. Todo ello tiene por objeto la emisión de un informe.

Existen diversas clasificaciones de las auditorías que se han creado según los objetivos de cada autor. La más amplia es la presentada en La Enciclopedia de Auditoría, que es la fuente de consulta más común en el campo de las ciencias de la información.

Esta clasificación se enfoca en la posición que ocupan los auditores en relación con la entidad sometida a la auditoría. Las ramas de la auditoría se dividen en auditoría independiente, auditoría interna y auditoría gubernamental.

1. **La auditoría independiente** es realizada por contadores públicos titulados externos y es importante debido a la responsabilidad que asume el auditor ante el público que confía en su opinión sobre los estados financieros de la entidad.
2. **La auditoría interna** es una actividad considerada independiente dentro de una organización que se enfoca en revisar la contabilidad y otras operaciones para medir y evaluar la efectividad de otros controles. Asiste a todos los miembros de la dirección en relación con el cumplimiento de sus responsabilidades proporcionando análisis, evaluaciones, recomendaciones y comentarios relevantes.
3. **La auditoría gubernamental** es la rama más amplia y es ejercida por numerosas agencias gubernamentales cuyas investigaciones suelen estar limitadas al nivel del departamento en cuestión.

De este modo la auditoría busca que por medio de una investigación y/o diligencia el uso de los recursos, y que estos sean veraces, razonables y apegados a su normatividad aplicable. En este caso estaremos hablando de recursos intelectuales.

Teniendo una visión objetivamente administrativa encaminada a una utilidad de toma de decisiones y revisión en los métodos creativos, la evaluación de estos, por consiguiente debe de lograr visualizar temas como la rentabilidad, la evaluación de los proyectos el impacto económico de los mismos, demostrar la capacidad de económica, los beneficios generados y el impacto social económico; para poder así brindar confianza, confianza en los inversionistas y verdadera credibilidad en la rendición de cuentas y transparencia es sus operaciones administrativas.

Un trabajo de auditoría en cualquier ámbito debe ser profesional, requiere de ciertos conocimientos y hasta cierto punto de ciertas destrezas, un auditor debe ser el más profesional posible.

Generalmente, pero no quiere decir que sea así, el contador público es el profesional que se desenvuelve en el campo de los negocios y que por lo tanto genera información financiera, revisa esta información financiera (auditoría) para después analizar e interpretar esta información.

Sin embargo, para los fines de investigación se estudiará el término auditoría desde varias disciplinas.

La auditoría desde la perspectiva de las ciencias sociales

1. **Auditoría legal.** De acuerdo con la norma internacional ISSAI 4000 “Directrices para la auditoría de cumplimiento” de las Normas Internacionales de las Entidades Fiscalizadoras Superiores por sus siglas en inglés, cuando se da el concepto de auditoría se refiere a:
“A la función atribuida a las Entidades Fiscalizadoras Superiores de controlar que las actividades de las entidades públicas se adecuen a las leyes, los reglamentos y las normas que la regulan” (Auditoría especial de legalidad y desempeño, 2016).

La autoría legal se refiere a la responsabilidad que tiene una persona o entidad en relación con un hecho o acto ilícito. En términos legales, la autoría se divide en dos categorías: autoría directa y autoría indirecta.

La autoría directa se refiere a la responsabilidad de una persona que ha cometido un delito o acto ilícito de manera directa, es decir, que ha participado activamente en la comisión del acto.

Por otro lado, la autoría indirecta se refiere a la responsabilidad de una persona que no ha cometido el acto ilícito directamente, pero que ha contribuido de alguna manera a su comisión, ya sea por acción u omisión.

En ambos casos, la autoría legal implica que la persona o entidad es responsable de las consecuencias legales de sus acciones y puede enfrentar sanciones civiles o penales.

2. **Auditoría social** La auditoría social es una evaluación sistemática y crítica de las actividades y políticas de una organización con respecto a su impacto en la sociedad. A diferencia de la auditoría financiera, que se centra en la revisión de la información financiera de una empresa, la auditoría social examina el impacto social y ambiental de las actividades de la organización.

El objetivo de la auditoría social es evaluar si la organización está cumpliendo con sus responsabilidades sociales y ambientales, y si está contribuyendo positivamente al bienestar de la comunidad y al medio ambiente. La auditoría social también puede identificar áreas donde la organización puede mejorar su desempeño social y ambiental.

La auditoría social puede ser realizada tanto por la propia organización como por terceros independientes, como organizaciones no gubernamentales, grupos de la sociedad civil o consultores especializados. Los resultados de la auditoría social

pueden ser utilizados para mejorar la transparencia y la rendición de cuentas de la organización, y para mejorar la percepción de esta por parte de la comunidad y otros grupos de interés.

El objetivo central de una auditoría social es monitorear, hacer seguimiento, analizar y evaluar el desempeño del gobierno; por tanto, haciendo que los funcionarios públicos rindan cuentas por sus acciones y decisiones. Como una evaluación del desempeño del gobierno, un ejercicio de auditoría social puede considerarse como un mecanismo de control social, es decir, el control que los ciudadanos pueden ejercer sobre los funcionarios de su gobierno para asegurarse de que actúan de manera transparente, responsable y eficiente (Centro Regional de Panamá, 2001).

Por lo tanto, la auditoría social desempeña diferentes roles, así como diferentes beneficios los cuales son:

1. Mejora la gobernabilidad democrática.
2. Aumento de la eficiencia de políticas públicas.
3. Aumento de la participación ciudadana.
4. Evaluar las brechas físicas y financieras entre las necesidades y recursos disponibles para las políticas públicas.
5. Crear conciencia entre beneficiarios y proveedores de servicios sociales y productivos.
6. Aumentar la eficiencia y efectividad de políticas/programas públicos.

La auditoría desde la perspectiva de las ciencias exactas o matemáticas

Debido a la evolución de la auditoría y de su importancia la auditoría de obras tanto públicas como privadas ha sido reconocida como una especialidad dentro de la ingeniería y la arquitectura.

La auditoría de obras públicas es un proceso de revisión y análisis detallado de los proyectos y obras públicas financiados por el gobierno. El objetivo principal de la auditoría de obras públicas es evaluar si el proyecto se ha llevado a cabo de acuerdo con las normas y regulaciones establecidas, y si se ha utilizado el presupuesto asignado de manera eficiente y efectiva.

El proceso de auditoría de obras públicas puede incluir la revisión de los planes de diseño, el análisis de los contratos y acuerdos de financiamiento, la evaluación de la calidad y el rendimiento de la construcción, y la revisión de los informes financieros y documentos relacionados con el proyecto.

La auditoría de obras públicas es una herramienta importante para garantizar la transparencia y la rendición de cuentas en el uso de los fondos públicos, y para prevenir la corrupción y el mal uso de los recursos del gobierno. También se utiliza para identificar áreas de mejora y oportunidades de ahorro de costos en futuros proyectos de obras públicas.

Mientras que la auditoría de obras privadas es un proceso de revisión y análisis detallado de los proyectos y obras realizados por empresas privadas o particulares. El objetivo principal de la auditoría de obras privadas es evaluar si el proyecto se ha llevado a cabo de acuerdo con las normas y regulaciones establecidas, si se ha utilizado el presupuesto asignado de manera eficiente y efectiva y si se ha logrado cumplir con los objetivos establecidos en el proyecto.

El proceso de auditoría de obras privadas puede incluir la revisión de los planes de diseño, la evaluación del cumplimiento de los plazos y presupuestos establecidos, la revisión de los informes financieros y documentos relacionados con el proyecto, la evaluación de la calidad y el rendimiento de la construcción, y la identificación de posibles áreas de mejora y oportunidades de ahorro de costos.

La auditoría de obras privadas es una herramienta importante para garantizar la transparencia y la rendición de cuentas en el uso de los recursos privados, y para prevenir posibles fraudes

y errores en la ejecución del proyecto. Además, ayuda a las empresas privadas y particulares a mejorar sus procesos y prácticas empresariales, y a tomar decisiones más informadas en futuros proyectos de construcción.

Sin grandes diferencias a un auditoría contable, lo que la diferencia es el mejoramiento de las operaciones y las actividades examinadas, que se basa en medidas correctivas para implementar esas recomendaciones, ya que en el ramo de la construcción se debe determinar coherencia entre el procesos previo de la construcción así como posterior, así como la constatación del diseño y las especificaciones técnicas (planos constructivos, cálculos estructurales, especificaciones técnicas, análisis de costos y precios unitarios) las cuales deben ser razonables técnicamente hablando.

Aunque la auditoría de obra pública o privada también busca la eficiencia y eficacia de los recursos financieros y técnicos, en este caso también se evalúan los efectos, impactos desde un punto de vista económico macroeconómico, social, ambiental y tecnológico, además de verificar si la construcción cumplió con la calidad determinada contractualmente.

Como se puede analizar el proceso de auditoría se va modificando de acuerdo con los cambios que van sufriendo las entidades, ramas, leyes, reglamentos, necesidades, aunque en esencia sigue siendo lo mismo con sus objetivos, metodologías y alcances.

La principal diferencia entre la auditoría de obras públicas y la de obras privadas es la naturaleza de las entidades involucradas. La auditoría de obras públicas se enfoca en proyectos de construcción financiados por el gobierno o entidades públicas, mientras que la auditoría de obras privadas se enfoca en proyectos de construcción financiados por empresas privadas o particulares.

Además, las auditorías de obras públicas están sujetas a regulaciones y leyes específicas que rigen el uso de los fondos públicos, mientras que las auditorías de obras privadas se rigen por las normas y regulaciones establecidas por las empresas privadas o particulares que financian el proyecto.

En términos de objetivos, la auditoría de obras públicas se enfoca en garantizar que los recursos públicos se utilicen de manera eficiente y efectiva, y que se cumplan los objetivos establecidos en el proyecto. Por otro lado, la auditoría de obras privadas se enfoca en evaluar si el proyecto se ha llevado a cabo de acuerdo con las normas y regulaciones establecidas por la empresa o particular que financia el proyecto, y si se ha logrado cumplir con los objetivos establecidos.

Mientras que ambas auditorías tienen como objetivo garantizar la calidad y eficiencia en la construcción de proyectos, la diferencia radica en la naturaleza de las entidades involucradas y las regulaciones que rigen cada tipo de proyecto.

En este apartado es importante mencionar que tanto la NASA como las instalaciones nucleares están sujetas a auditorías especiales y rigurosas para garantizar la seguridad y el cumplimiento de las normas y regulaciones.

En el caso de la NASA, existen auditorías internas y externas que se llevan a cabo regularmente para evaluar el desempeño y la eficacia de los programas, proyectos y operaciones de la agencia. Además, la NASA también está sujeta a auditorías de seguridad y ciberseguridad para garantizar la protección de los datos y los sistemas de la agencia.

En cuanto a las instalaciones nucleares, están sujetas a auditorías y controles regulares por parte de las autoridades reguladoras, como la Comisión Reguladora Nuclear (NRC) en los Estados Unidos. Estas auditorías se centran en la seguridad nuclear, la gestión de residuos nucleares y el cumplimiento de las regulaciones y normas de seguridad. Además, también pueden llevarse a cabo auditorías internas para garantizar la eficacia de los sistemas de seguridad y protección de las instalaciones.

La auditoría desde la perspectiva de las ciencias de la salud

La auditoría de la Salud es un instrumento técnico para el mejoramiento de la calidad en los servicios de salud, es un proceso de investigación, consulta, verificación, comprobación y generación de evidencia sobre un sistema sanitario.

Es la que aborda todo el conjunto de acciones derivadas de la estructura, proceso, resultado e impactos de equipos multidisciplinario de salud y está orientada a diseñar, implantar y desarrollar sistema de garantía de calidad, establecer criterios de acreditación de hospitales, diseñar indicadores y estándares de calidad, evaluar eficiencia, eficacia y efectividad de la administración, evaluar calidad de la atención médica y sus impactos. En ese sentido, esta auditoría debe ser abordada por un equipo de auditores que incluya: médicos, enfermeras, obstétricas, tecnólogos médicos, nutricionistas, odontólogos y administradores. (Colegio de Enfermeras de Perú, 2004)

La auditoría de la salud es un proceso de evaluación y análisis sistemático de los servicios de salud que se prestan en un determinado centro o institución de atención médica. Su objetivo es identificar posibles oportunidades de mejora en la calidad de los servicios y la atención al paciente, y proponer acciones correctivas y preventivas para solucionar los problemas identificados.

La auditoría de la salud puede ser realizada tanto por instituciones públicas como privadas, y puede abarcar áreas como la gestión de recursos humanos, la gestión económica, la calidad de la atención médica, la seguridad del paciente, la eficiencia en la gestión de los recursos y la satisfacción del paciente.

El proceso de auditoría de la salud incluye la revisión de registros médicos, la observación de los procedimientos médicos y la entrevista con el personal médico y los pacientes. Los resultados de la auditoría se presentan en informes detallados que incluyen recomendaciones para mejorar la calidad de la atención médica y la gestión de los servicios de salud.

A su vez se clasifica en:

1. **Auditoría de gestión.** La auditoría es una evaluación objetiva y profesional de una entidad, programa o actividad para mejorar su efectividad, eficiencia y economía en el uso de recursos. Su objetivo es proporcionar una evaluación independiente y facilitar la toma de decisiones correctivas y mejorar la responsabilidad ante el público.
2. **Auditoría clínica.** La auditoría clínica es un proceso de revisión sistemática y objetiva de los registros médicos y de salud de los pacientes, con el objetivo de evaluar la calidad de la atención médica y el cumplimiento de los estándares de atención. Se utiliza para identificar áreas de mejora en la atención médica y para mejorar la seguridad y la calidad de la atención médica. La auditoría clínica puede ser realizada por profesionales de la salud, como médicos, enfermeras y otros especialistas, y puede ser interna o externa a la organización de atención médica.
3. **Auditoría de caso.** Se realiza cuando las políticas, la complejidad o las leyes de la institución requieren la participación de diferentes especialidades médicas. Se basa en el análisis de la historia clínica y en el consenso técnico-científico, que involucra conocimientos académicos y legales para regular el trabajo profesional. A veces, se requiere tratar con cargos y descargos de quienes participaron en el proceso de atención médica. Un equipo de tres miembros del Comité de Auditoría y un experto en el tema médico relevante llevarán a cabo la auditoría clínica especializada.
4. **Auditoría de Historia Clínica.** La auditoría de historia clínica es un proceso mediante el cual se revisa de manera detallada y sistemática la documentación médica de un paciente para evaluar si se han cumplido los estándares de calidad en la atención médica y si se han seguido los protocolos establecidos. La auditoría de historia clínica puede ser realizada por un auditor médico interno o externo a la institución, y su objetivo principal es mejorar la calidad de la atención médica y prevenir futuros errores o problemas en la atención al paciente. La auditoría de historia clínica se enfoca en evaluar la precisión, integridad y cumplimiento de los registros médicos, así como en identificar áreas de mejora en la atención médica.
5. **Auditoría médica.** La auditoría médica es un proceso de evaluación sistemática y objetiva de los registros médicos y de la atención médica prestada a un paciente para

determinar si se han cumplido los estándares de calidad, eficacia y seguridad. La auditoría médica puede ser realizada por un auditor médico interno o externo a la institución, y su objetivo principal es mejorar la calidad de la atención médica y prevenir futuros errores o problemas en la atención al paciente. La auditoría médica se enfoca en evaluar la precisión, integridad y cumplimiento de los registros médicos, así como en identificar áreas de mejora en la atención médica. La auditoría médica también puede incluir la revisión de la facturación médica y de los costos asociados a la atención médica prestada. En resumen, la auditoría médica es una herramienta importante para garantizar la calidad, eficacia y seguridad de la atención médica prestada a los pacientes.

La auditoría en la ciencia de la salud tiene como objetivo contribuir al mejoramiento continuo de los servicios y de los actores de la atención, por medio de normas, métodos y procedimientos, estructurados e integrados funcionalmente, destinados al desarrollo del área de la salud, puesto que, como todas las clasificaciones de auditoría, supervisa, vigila y evalúa el desarrollo de las actividades de los profesionales de la salud, así como de las instituciones.

La importancia de la auditoría en la salud es básica para mejorar la salud no hay precedentes, es por eso que es necesario el uso de esta herramienta para tener una plataforma sólida de monitoreo, evaluación y análisis, como estrategia de salud mundial como lo ejemplifica la OMS en su documento de “Monitoreo, evaluación y análisis de las estrategias nacionales de salud”, en este documento que aunque no llama como tal auditoría a los procedimientos, si define claramente los mecanismos de coordinación para el monitoreo, la evaluación y el análisis de estrategias de salud, las cuales deben ser supervisadas por un comité.

Estas estrategias deben ser comparados con indicadores que marcan las normas mundiales de la OMS, en donde se identifican normas para áreas de enfermedades y para el monitoreo de los sistemas de salud, con el fin de poner un alto a la tuberculosis, por ejemplo, hacer retroceder la malaria, el avance a los servicios sanitarios del VIH/SIDA, claro las medidas sanitarias para controlar la pandemia por COVID-19, para lo cual la OMS, aparte de hacer

un trabajo de verificación de indicadores, designación de responsabilidades, también hace trabajo de investigación.

La auditoría en la ciencia de la salud es importante por varias razones:

1. **Mejora la calidad de la atención médica:** La auditoría médica permite identificar áreas de mejora en la atención médica, lo que puede ayudar a mejorar la calidad y seguridad del cuidado del paciente.
2. **Detecta errores y previene futuros problemas:** La auditoría médica puede detectar errores en la atención médica y prevenir futuros problemas en la atención al paciente.
3. **Asegurar el cumplimiento de los estándares:** La auditoría médica ayuda a garantizar que se cumplan los estándares establecidos por las organizaciones reguladoras y los estándares internos de la institución médica.
4. **Reduce costos:** La auditoría médica puede ayudar a reducir los costos de atención médica al identificar áreas donde se pueden reducir los costos sin comprometer la calidad de la atención.

La auditoría médica es importante para mejorar la calidad de la atención médica, prevenir errores y problemas futuros, garantizar el cumplimiento de los estándares y reducir los costos de atención médica.

La auditoría desde la perspectiva de las ciencias económicas administrativas

Desde las ciencias administrativas, la auditoría se enfoca en la revisión y evaluación de los procesos y sistemas administrativos de una empresa u organización. La auditoría administrativa tiene como objetivo identificar posibles debilidades en los procesos de gestión y administración de una empresa, y proporcionar recomendaciones para mejorar la eficiencia, eficacia y efectividad de estos procesos.

La auditoría administrativa puede abarcar diferentes áreas de la organización, como la planificación estratégica, la gestión de recursos humanos, la gestión de la calidad, la gestión

financiera, la gestión de proyectos, entre otros. En este sentido, la auditoría administrativa se enfoca en la evaluación del desempeño de la organización y en la identificación de oportunidades de mejora para lograr los objetivos estratégicos de la empresa.

La auditoría es una herramienta importante en el campo de la administración ya que permite evaluar y controlar la gestión de una empresa o institución. A través de la auditoría, se pueden identificar áreas de mejora en la gestión de los recursos humanos, financieros y materiales, así como también detectar posibles problemas de incumplimiento de normas o leyes.

La auditoría permite evaluar el desempeño de la empresa o institución y proporciona información valiosa para la toma de decisiones. Además, permite detectar oportunidades de mejora en los procesos y actividades que se realizan en la organización, lo que puede contribuir a optimizar la eficiencia y eficacia en la gestión.

Otro aspecto importante de la auditoría es que ayuda a garantizar la transparencia y la rendición de cuentas de la empresa o institución, lo que puede generar mayor confianza y credibilidad entre los *stakeholders*. En conclusión, la auditoría es una herramienta fundamental en la gestión empresarial y es esencial para garantizar la eficiencia, eficacia y transparencia en la gestión de una organización.

Citando en Introducción a la Auditoría y según la Universidad de Harvard se establece la siguiente definición:

“La auditoría es el examen de todas las anotaciones contables a fin de comprobar su exactitud, así como la veracidad de los estados o situaciones que dichas anotaciones producen”

Es decir, la auditoría verifica la información financiera, administrativa y operacional de una entidad, de acuerdo con lineamientos ya antes planteados.

Manuel Mendivil Escalante (2013) menciona que la auditoría de estados financieros es una necesidad, ya que es el empresario y el administrador que requieren información para la toma de decisiones, conocer la situación financiera de la empresa y así mismo decidir en qué se invierte y la realidad de la empresa.

Es por eso que en general la auditoría de estados financieros es un procedimiento que lleva a cabo un contador público independiente para examinar los estados financieros de una entidad económica.

El objetivo de este proceso es recopilar suficiente evidencia para emitir una opinión profesional sobre la credibilidad de los estados financieros, lo que se expresa en un dictamen.

La auditoría implica la verificación de la precisión contable de las cifras presentadas en los estados financieros y la revisión de los registros y fuentes de contabilidad para determinar la razonabilidad de dichas cifras.

La auditoría es una actividad crucial para garantizar la integridad y la transparencia de los estados financieros de una empresa.

En una auditoría, no solo se verifica la información financiera, sino también se verifica la fuente de dicha información, lo que permite la corrección y revisión de los registros. El auditor debe tener un criterio objetivo e independencia de criterio, lo que significa que debe ser independiente de la empresa que está siendo revisada.

Según el Colegio de Contadores Públicos de México, la auditoría es una confrontación de lo escrito con las pruebas de lo acontecido y las respectivas referencias de los registros. En otras palabras, la auditoría compara la exactitud y autenticidad de los registros y documentos elaborados por la empresa. (Colegio de Contadores Públicos de México, s.f.)

El Servicio de Administración Tributaria (SAT) de México se refiere a la auditoría como revisión fiscal, y la utiliza para revisar el cumplimiento de las obligaciones fiscales a cargo

de los contribuyentes. (Servicio de Administración Tributaria, Secretaría de Hacienda y Crédito Público, s.f.)

La Ley de Fiscalización y Rendición de Cuentas de la Federación define la auditoría como un proceso sistemático en el que se obtiene y evalúa evidencia de manera objetiva para determinar si las acciones llevadas a cabo por los entes sujetos a revisión se realizaron de conformidad con la normatividad establecida o con base en principios que aseguren una gestión pública adecuada.

La auditoría es un examen profesional y sistemático que revisa las operaciones de una entidad para evaluar su eficacia, eficiencia, economía y transparencia en la utilización de los recursos asignados. La objetividad y la imparcialidad son fundamentales en el proceso de auditoría.

En el artículo *The Future of Audit: Keeping Up with the Times* de la Universidad de *Harvard*, (Barnett, B, Harvard University, 2019) se aborda la necesidad de que la profesión de auditoría evolucione y se adapte al entorno cambiante. El artículo señala que la tecnología y las nuevas demandas de los clientes están cambiando la forma en que se realiza la auditoría, y que los auditores deben estar dispuestos a adoptar nuevas herramientas y enfoques para mantenerse relevantes.

El artículo también destaca la importancia de la calidad de la auditoría y la necesidad de que los auditores se centren en proporcionar valor a sus clientes, en lugar de simplemente cumplir con los requisitos regulatorios. El artículo sugiere que la auditoría debe ser más proactiva e incluir una evaluación más amplia de los riesgos y oportunidades para el negocio, no solo una revisión de los estados financieros.

En general, las empresas no suelen valorar la importancia de llevar a cabo auditorías, las cuales permiten conocer si se están realizando las actividades de forma adecuada, si se cumplen con las normativas legales, si se está al día con la tecnología y, en caso contrario, si se están tomando medidas innovadoras para lograr el éxito. Asimismo, la auditoría sirve como un control para evitar desviaciones en los procesos. En consecuencia, la auditoría se

convierte en un método continuo de evaluación que mide la capacidad de adaptación de la empresa y su capacidad de adoptar nuevas tecnologías.

Tipos de auditoría en términos administrativos

Tradicionalmente se reconocen dos clases de auditoría la interna y la externa, pero también hay otras más importantes que a continuación se detallan:

1. **Auditoría interna.** Es aquella que la desarrollan personas que dependen del negocio y actúan revisando, las más de las veces, aspectos que interesan, en particular, a la administración, aunque pueden efectuar revisiones programadas sobre todos los aspectos operativos y de registro de la empresa (Escalante, 2013). La auditoría interna en lo empresarial es una función independiente y objetiva que tiene como objetivo evaluar y mejorar los procesos de control interno, la gestión de riesgos y la eficiencia de las operaciones de una organización. Esta función es realizada por un equipo de auditores internos dentro de la empresa, que son responsables de revisar y evaluar la eficacia de los controles internos de la empresa, la calidad de la información financiera y operativa, y la gestión de riesgos.

La auditoría interna se enfoca en la identificación de riesgos, la evaluación de los controles y la implementación de medidas para mitigar los riesgos identificados. En este sentido, la auditoría interna es una herramienta importante para ayudar a las empresas a cumplir con sus objetivos de negocio y a asegurar el cumplimiento de las regulaciones y normativas aplicables.

La auditoría interna también puede ayudar a las empresas a mejorar su gestión de riesgos, identificar oportunidades de mejora en los procesos y sistemas, y promover la eficiencia en la empresa. Además, la auditoría interna puede proporcionar una evaluación objetiva de las operaciones de la empresa, lo que puede ser útil para los inversores, los reguladores y otros interesados.

En resumen, la auditoría interna en lo empresarial es una función importante que ayuda a las empresas a mejorar sus operaciones, mitigar riesgos y cumplir con sus objetivos de negocio y regulaciones aplicables.

2. **Auditoría externa.** Conocida también como auditoría independiente la efectúan profesionales que no dependen de la empresa, ni económicamente ni bajo cualquier otro concepto, y a los que se les reconoce un juicio imparcial que merece la confianza de terceros. El objeto de su trabajo es la emisión de un dictamen. Esta clase de auditoría es la actividad más característica del contador público (Escalante, 2013). La auditoría externa es una evaluación independiente y objetiva de los estados financieros de una empresa o entidad por parte de un auditor independiente, que no es un empleado de la empresa o entidad auditada. La auditoría externa tiene como objetivo determinar si los estados financieros presentados por la empresa o entidad auditada están libres de errores materiales y si reflejan de manera precisa la situación financiera de la empresa. La auditoría externa es un proceso riguroso y detallado que incluye la revisión de los registros contables y financieros de la empresa, así como la realización de pruebas y análisis de los estados financieros. El auditor externo es responsable de emitir una opinión sobre la precisión y confiabilidad de los estados financieros de la empresa.

La auditoría externa es una herramienta importante para los inversores, los reguladores y otros interesados en la empresa, ya que proporciona una evaluación independiente de los estados financieros de la empresa. La auditoría externa también puede ayudar a la empresa a mejorar sus prácticas contables y financieras, identificar riesgos potenciales y mejorar la confianza de los inversores y otros interesados en la empresa.

3. **Auditoría administrativa.** Es una disciplina porque es una actividad funcional y técnica porque representa un proceso sistematizado que examina, revisa, analiza e informa respecto a la operación del proceso administrativo de cualquier tipo de empresa. Esta auditoría se realiza con la finalidad de proporcionar información sobre la aplicación de su proceso que se ha implantado en una organización que maneja un proceso administrativo. Enrique Benjamín Franklin y Alfonso Amador Sotomayor realizan importante aportación, en donde Franklin hace mención que la auditoría administrativa abarca una revisión de los objetivos, planes y programas de la empresa, su estructura orgánica, nivel jerárquico y calidad de los recursos humanos y materiales etc. A su vez Sotomayor establece que son funciones, sistemas,

procedimientos y controles; las instalaciones y el medio en que se desarrolla, en función de la eficiencia de operación y el ahorro en los costos (Licenciatura Gestión y Administración de PYMES en la UNADM, 2016).

La auditoría administrativa es un proceso de evaluación sistemática de las prácticas y procedimientos administrativos de una organización. En esencia, se trata de una revisión detallada y rigurosa de las políticas, procesos y prácticas de gestión que se utilizan en una empresa con el fin de identificar oportunidades de mejora y aumentar la eficiencia y eficacia de la organización.

El objetivo principal de la auditoría administrativa es mejorar la eficacia y eficiencia de las operaciones de una empresa. Este proceso implica la revisión de todos los aspectos de la gestión, incluyendo la planificación estratégica, la gestión de recursos humanos, la gestión de la información, la supervisión de operaciones financieras y la gestión de la cadena de suministro.

Los resultados de la auditoría administrativa se presentan en un informe que identifica los problemas y deficiencias encontrados, así como las recomendaciones para abordarlos. Las recomendaciones pueden incluir cambios en políticas y procedimientos, mejoras en la formación y capacitación del personal, o la implementación de nuevas tecnologías.

En resumen, la auditoría administrativa es una herramienta importante para mejorar la eficiencia y eficacia de una organización mediante la identificación y solución de problemas en la gestión administrativa.

4. **Auditoría estratégica.** La auditoría estratégica es una técnica de análisis y evaluación que se utiliza en la gestión estratégica de una organización. La técnica consiste en revisar y evaluar sistemáticamente los procesos, sistemas, estructuras y actividades de la empresa para identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. El objetivo de la auditoría estratégica es proporcionar una lista de preguntas, por área o tema, que permita analizar de manera sistemática las diversas funciones y actividades corporativas. El proceso de auditoría estratégica generalmente comienza con una evaluación del rendimiento actual y continúa con el análisis ambiental, la formulación de la estrategia y la implementación de la estrategia. Concluye con la evaluación y control. La auditoría estratégica es una

herramienta importante para identificar problemas y oportunidades, así como para generar soluciones y mejorar el rendimiento de la organización.

5. **Auditoría forense.** La auditoría forense es un proceso de investigación y análisis detallado de los registros financieros, transacciones y otras pruebas documentales para determinar si ha habido fraude o actividad ilegal en una organización. El objetivo principal de la auditoría forense es recolectar evidencia que pueda ser utilizada en procesos legales y enjuiciamientos. Este tipo de auditoría involucra la colaboración de expertos en diversas áreas, como contabilidad, informática forense, derecho y seguridad informática. La auditoría forense es utilizada por las empresas para prevenir y detectar fraudes y otros delitos, y también por las autoridades para investigar y enjuiciar delitos financieros.
6. **Auditoría de Marca.** Es importante que las empresas conozcan qué piensan los consumidores acerca de sus marcas, productos y/o servicios para poder tomar decisiones estratégicas sobre su posicionamiento.

Para ello, los mercadólogos deben realizar una auditoría de marca que les permita identificar las estructuras de conocimiento del consumidor y descubrir las fuentes de valor capital de la marca. La auditoría de marketing es un proceso que implica un examen integral y sistemático del entorno, objetivos, estrategias y actividades de la empresa con el fin de detectar oportunidades y problemáticas y proponer un plan de acción para mejorar el desempeño de marketing. Este proceso consta de tres pasos: acuerdo de objetivos, ámbito y enfoque, recolección de datos y preparación y presentación del informe. La auditoría de marca, por su parte, es una revisión que permite determinar el nivel de satisfacción del cliente, evaluar la salud de la marca y sus fuentes de valor capital, y proponer formas de mejora. Este ejercicio puede establecer una dirección estratégica para la marca al comprender las fuentes de valor capital tanto desde la perspectiva de la marca como del consumidor (Carolina Garzón Payan, 2010).

La auditoría de marca y de marketing son procesos clave para comprender la percepción de los consumidores acerca de las marcas y productos. Estos procesos permiten a las empresas identificar oportunidades de mejora y tomar decisiones estratégicas informadas. Además, la auditoría de marca puede proporcionar

información valiosa sobre las fuentes de valor capital de la marca, lo que puede ayudar a establecer una dirección estratégica para la misma. Es importante que los mercadólogos realicen estas auditorías de manera periódica para mantenerse actualizados sobre la percepción de los consumidores y poder adaptarse a los cambios del mercado de manera efectiva.

7. **Auditoría gastronómica:** La auditoría gastronómica es una evaluación integral de todos los aspectos relacionados con el funcionamiento de un establecimiento de comida, incluyendo la calidad de los alimentos, la higiene y seguridad alimentaria, el servicio al cliente, la gestión de los recursos humanos, la gestión financiera y la imagen y marca del establecimiento.

La auditoría gastronómica puede ser realizada por un experto en el área, como un chef o un consultor gastronómico, y puede incluir la revisión de los menús y la calidad de los ingredientes, la revisión de los procesos de preparación y cocinado, la evaluación de la higiene y seguridad alimentaria, la revisión de los procesos de servicio al cliente, la revisión de la gestión de los recursos humanos y la evaluación del ambiente y la decoración del establecimiento.

El objetivo de la auditoría gastronómica es identificar las áreas de mejora en el funcionamiento del establecimiento y proporcionar recomendaciones para mejorar la calidad de los alimentos, el servicio al cliente y la gestión general del establecimiento.

La auditoría gastronómica también puede ser utilizada como una herramienta de evaluación y seguimiento a largo plazo para garantizar que las mejoras se implementen y mantengan a lo largo del tiempo.

8. **Auditoría de hotelería.** La auditoría de hotelería es un proceso de evaluación y análisis de los procesos y servicios que ofrece un hotel. Esta auditoría se realiza con el fin de mejorar la calidad del servicio, la eficiencia del hotel y la satisfacción del cliente. Durante la auditoría, se revisan aspectos como la gestión de reservas, la limpieza y mantenimiento de las instalaciones, el servicio de alimentos y bebidas, la atención al cliente, la seguridad y protección de los visitantes, entre otros. Los resultados de la auditoría permiten a los gerentes del hotel identificar áreas de mejora y tomar medidas para ofrecer un servicio de alta calidad que satisfaga las necesidades y expectativas de los huéspedes.

Nuevas tendencias de la auditoría

En las últimas décadas, las empresas han experimentado cambios significativos en sus estructuras y los contextos sociales, económicos, políticos y financieros son cada vez más inestables. Ante esta situación, se ha vuelto crucial para las compañías tener la capacidad de prever el futuro y estar preparadas para enfrentar los desafíos que puedan surgir. Ya no es suficiente verificar los resultados financieros, es necesario también anticiparse a lo que se hará con las utilidades para asegurar la continuidad del negocio. Por esta razón, la auditoría ha evolucionado y ya no se centra únicamente en aspectos contables, financieros o fiscales, sino que también se enfoca en estrategias.

Estas nuevas estrategias de auditoría buscan evaluar la gestión de la empresa de manera integral, considerando tanto factores internos como externos, con el objetivo de evaluar la implantación, evaluación y control de las estrategias empresariales. De esta manera, se busca lograr una evaluación completa de la situación estratégica de la empresa y asegurar su éxito a largo plazo.

Es importante destacar que la revolución digital ha tenido un impacto significativo en la auditoría, y ha llevado a la aparición de nuevas tendencias en este campo. Algunas de las tendencias más destacadas son las siguientes:

1. **Automatización:** La automatización de los procesos de auditoría está ganando terreno, lo que permite a los auditores realizar su trabajo de manera más eficiente y precisa. La automatización puede incluir el uso de herramientas de análisis de datos, inteligencia artificial y procesos de auditoría asistidos por robots.
2. **Análisis de datos:** Las herramientas de análisis de datos se utilizan cada vez más en la auditoría para identificar patrones y tendencias, evaluar los riesgos y detectar posibles fraudes. Los auditores pueden utilizar herramientas de análisis de datos para examinar grandes cantidades de información de manera rápida y precisa.

3. **Auditoría en tiempo real:** Con la tecnología actual, los auditores pueden realizar auditorías en tiempo real, lo que significa que pueden tener acceso a los datos financieros y operativos de una empresa en tiempo real. Esto permite a los auditores detectar problemas y riesgos de manera más rápida y tomar medidas inmediatas.
4. **Auditoría continua:** La auditoría continua implica la monitorización constante de los sistemas de información y los controles internos de una empresa. Esto permite a los auditores detectar problemas y riesgos de manera más rápida y tomar medidas inmediatas.
5. **Ciberseguridad:** La ciberseguridad es una preocupación importante para las empresas y los auditores. Los auditores deben asegurarse de que las empresas estén protegidas contra posibles ataques cibernéticos y de que tengan planes de contingencia adecuados en caso de un ataque.

La revolución digital está cambiando la forma en que se llevan a cabo las auditorías, y los auditores deben adaptarse a estas nuevas tendencias para garantizar que sus procesos y herramientas sean eficaces y eficientes.

Auditoría de la estrategia como una nueva tendencia

Esta auditoría abarca una visión integrada de los aspectos fundamentales del proceso de gestión estratégica y los vincula al proceso de toma de decisiones. Por lo tanto, es necesario abrir las puertas a una nueva dimensión de la auditoría que se preocupe por el futuro de la organización, lo que implica revisar los principios de aceptación general o las normas generalmente aceptadas. En consecuencia, podemos afirmar que la auditoría es una estructura en constante evolución.

Cuando se tuvo acceso a la información en las empresas toda esta llegaba de manera lógica y cronológica siguiendo los siguientes pasos:

1. La información es generada y usada.
2. Se gestiona la información.

3. Finalmente es archivada para después ser eliminada.

Un proceso normal para los auditores es el de crear y reconstruir una pista siguiendo siempre el rastro, pero únicamente dentro de un papel. Es como si fuera parte del ADN de los auditores seguir una pista lógica y secuencial.

Pero innovar es algo más que construir un método o herramientas, se trata de mantener la mente abierta para aventurarse a probar y crear cosas nuevas, hacer las cosas de una manera completamente distinta.

El entorno está cambiando para los auditores especialmente para los profesionistas que comúnmente llevan esta rama, por lo que todos los interesados en esta rama deberían hacer frente a estos cambios.

La auditoría de estrategia implica evaluar si las estrategias de una empresa están siendo implementadas de manera eficiente y efectiva. Esto incluye examinar si las metas y objetivos establecidos están siendo alcanzados, si los recursos están siendo utilizados de manera adecuada, si las políticas y procedimientos están siendo seguidos correctamente y si la empresa está cumpliendo con las regulaciones y leyes aplicables.

La auditoría de estrategia también puede incluir la evaluación de la situación interna y externa de la empresa, así como el análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (análisis FODA). Esto permite identificar áreas en las que la empresa puede mejorar o ajustar su estrategia para enfrentar los desafíos futuros.

En resumen, la auditoría de estrategia es un proceso que permite a las empresas asegurarse de que sus estrategias están siendo implementadas de manera efectiva y que la empresa está preparada para enfrentar los retos futuros.

Auditoría creativa

La auditoría creativa surge como una herramienta para evaluar y mejorar la creatividad en la publicidad y el marketing. En esencia, se trata de una revisión crítica y sistemática de los materiales creativos de una empresa, con el objetivo de identificar oportunidades para mejorar la calidad de la creatividad y aumentar su efectividad en el mercado.

Esta técnica se ha convertido en una práctica común en la industria publicitaria y de marketing, y ha demostrado ser una herramienta valiosa para mejorar la calidad y la efectividad de las campañas publicitarias y de marketing.

La auditoría creativa es una técnica innovadora que busca identificar oportunidades de mejora en la gestión de una empresa a través de la creatividad y la innovación. Esta técnica se basa en la idea de que, para mejorar, las empresas deben ser capaces de pensar fuera de lo convencional y abordar los problemas desde una perspectiva diferente.

Ferran Adrià, el famoso chef español, ha sido un defensor y promotor de la auditoría creativa. En su libro "La comida de la familia", Adrià describe cómo la creatividad es fundamental para el éxito en la cocina y cómo se puede aplicar esta misma filosofía a otros ámbitos empresariales. En su opinión, la creatividad es un elemento clave para una buena gestión y puede ayudar a las empresas a encontrar soluciones innovadoras a problemas complejos.

En la práctica, la auditoría creativa implica la realización de un análisis exhaustivo de la gestión de una empresa, seguido de una sesión de *brainstorming* o lluvia de ideas para identificar oportunidades de mejora. Estas oportunidades pueden ser pequeñas mejoras en procesos existentes o ideas completamente nuevas que transformen la forma en que la empresa opera.

La auditoría creativa es una herramienta innovadora que busca mejorar la gestión de las empresas a través de la creatividad y la innovación. Ferran Adrià es un defensor de esta técnica y ha demostrado cómo la creatividad puede ser un elemento clave para el éxito empresarial.

Capítulo II Auditoría creativa & auditoría a la innovación

¿Quién es Ferrán Adrià?

Ferran Adrià es un empresario que cursó la carrera de Ciencias Empresariales, pero que sin un motivo concreto en 1980, deja los estudios y, con la voluntad de ganar dinero, comienza su carrera culinaria de manera modesta, por azar, entrando a trabajar como lavaplatos en el hotel Playafels de Castelldefels, cerca de *I'Hospitalet*. Y es aquí donde se familiariza con las técnicas culinarias básicas. En 1982 cumple el servicio militar en Cartagena donde forma parte del equipo de cocina como responsable de cocina, para 1984 llega a formar parte en el elBulli como jefe de partida y después jefe de cocina, viaja a Francia a conocer el mundo de la alta restauración, para octubre de 1986 se convierte en el chef único del elBulli.

Es aquí cuando Ferran Adrià deja de lado el recetario de la *nouvelle cuisine*¹ y propone su propia manera subjetiva de ver la cocina.

Parte desde el uso de ingredientes, técnicas y elaboraciones autóctonas, pero dándoles una nueva visión desde la alta cocina, esta nueva corriente influencia en la cocina catalana y española de la época. En 1990 se conforma elBulli S.L. formada por Juli Soler y Ferran Adrià como una consultoría gastronómica empresarial que desarrolla vías y modelos de negocios.

A partir de aquí el 20% de las ganancias van a inversión en creatividad, aún en la consultoría y en el restaurante se apostaba por la vanguardia.

Es para la década de los 90's donde aparecen nuevos conceptos, elaboraciones, técnicas y formatos de servicio. Antes de esto elBulli pasa por una temporada que se divide en dos partes: seis meses de servicio y seis meses de cierre del restaurante, En los últimos seis meses

¹ La *Nouvelle Cuisine* o Nueva Cocina surge en 1972 con la intervención de dos críticos gastronómicos franceses: Henri Gault y Christian Millau, La *Nouvelle Cuisine* fundamenta que la comida debe estimular los cinco sentidos del comensal, en especial la vista, y que el mismo debe desear la comida solo con verla. La tarea de presentación entonces, deja ser tarea de los camareros y pasa a ser parte de lo que sucede en la cocina. Los platos son simples, pero sumamente elegantes. Por otro lado, se comienza a jugar con los nombres de los platos, ya no se utiliza la literalidad, sino que se busca una cierta poesía en las denominaciones, utilizando así frases como ruedas de carne o escamas de berenjenas. La *Nouvelle Cuisine* toma todos aquellos conceptos incorporados en el pasado y de cierta forma busca purificarlos, a través del quiebre de lo tradicional, funcionando como una vanguardia. (Universidad de Palermo, SchraemilHarry, 2007)

se establece un taller, el primero de la historia en la alta cocina llamado elBullitaller, del cual nace un modelo de creatividad que poco a poco se fue perfeccionando. Mediante una lluvia de ideas de conceptos, técnicas y elaboraciones se crean recetas y menús, sometándose a pruebas de variables y recursos que termina nombrando una auditoría creativa dando como resultado un nivel de eficiencia y eficacia que lo que ha sido el éxito de elBulli.

En el 2011 elBullirestaurante cierra para convertirse en elBulliFoundation sin embargo, se confirma que Juli Soler padece de una enfermedad neurodegenerativa, por lo se replantea el proyecto y es donde Ferran toma las riendas por medio de asesorías, consultorías, proyectos de imagen y sobre todo proyectos sobre conocimiento e innovación.

Es así que elBulli como empresa pequeña con recursos limitados, logra entender su entorno y marca el nacimiento de una nueva corriente por medio de la innovación, los objetivos de esta nueva corriente buscan trascender del lenguaje gastronómico, estos objetivos son:

1. Conservar y transmitir el legado de elBullirestaurante a la sociedad.
2. Diseñar un nuevo modelo económico.
3. Investigar y experimentar para ser más eficientes y eficaces a la hora de innovar a través de la restauración gastronómica y de todas las profesiones y sectores económicos relacionados con ellos.
4. Comprender
 - a. La profesión del cocinero y el sector restaurantero para tener el contexto.
 - b. La empresa, para desarrollar la restauración.
 - c. La creatividad, la creación y la innovación para crear.
 - d. Conectar la comprensión de todos los conocimientos en su conjunto.
5. Compartir todo el trabajo realizado en elBullifoundation con otras profesiones y disciplinas.

Importancia de la auditoría creativa desde la perspectiva de Ferrán Adrià

Ferran Adrià es conocido por experimentar con la cocina como un proceso creativo independiente de la satisfacción de los clientes. Su enfoque en el desarrollo creativo ha llevado a la formación de un equipo especializado en la organización y estructuración de procesos creativos, lo que ha permitido la creación de técnicas culinarias innovadoras y platos únicos que han ganado reconocimiento internacional. Chefs prestigiosos como Joel Robuchon lo han catalogado como el mejor cocinero del mundo.

Durante su visita a Japón, Adrià se vio influenciado por la cocina japonesa y adoptó una filosofía de mejora continua en su trabajo en la cocina y en la administración. A medida que su restaurante elBulli crecía económicamente gracias a varias unidades de negocios, decidió crear el primer departamento científico, elBullitaller, que se enfocó en investigar técnicas y utensilios innovadores, así como en estudiar las propiedades físicas y químicas de los alimentos. Este departamento científico permitió una mayor investigación y desarrollo en la cocina de elBulli.

Antes de 1987, la cocina de elBulli se basaba en los principios de la *nouvelle cuisine*, pero después de un viaje a Niza, Francia, Ferran Adrià adoptó una nueva filosofía de vida: "creatividad es no copiar". Este enfoque llevó a la creación de una nueva identidad en la cocina de elBulli, rompiendo con la estructura de los platos presentados por la alta cocina francesa y creando una cocina de autor y de vanguardia a través de la desconceptualización de los platos. En resumen, Ferran Adrià es un líder innovador en la cocina, que ha influenciado el mundo culinario con su enfoque creativo y su filosofía de mejora continua.

¿Cuál fue el ingrediente secreto que llevó a elBulli a ser la empresa más creativa e innovadora en el ramo de la gastronomía?

La libertad creativa fue la principal estrategia de elBulli. Esto les permitió crear lo que les gustaba sin limitaciones, y es algo que todas las empresas deberían tener en cuenta. Esta libertad fue el ingrediente principal, la receta secreta que llevó a la empresa a ser innovadora y creativa. Además de la libertad creativa, elBulli también empleó la deconstrucción, una

técnica culinaria que se enfoca en descomponer un plato en sus componentes básicos para luego volver a construirlo de una manera innovadora.

Para financiar su investigación y desarrollo, elBulli dedicaba el 22% de su facturación a la innovación. Al final de cada temporada, se compilaban los nuevos platos que se habían incorporado al menú de elBulli en un formato de libro ilustrado con imágenes de las elaboraciones. También se incluía un apartado dedicado a las innovaciones no realizadas, "lo que pudo haber sido y no fue".

En el proceso de innovación, era importante reconocer dónde se había realizado alguna copia, aunque fuera una autocopia, y dónde se había creado algo nuevo. "Crear es no copiar" seguía siendo una regla de oro en el proceso de innovación en elBulli. Por lo tanto, la auditoría creativa era un ejercicio de realismo y honestidad.

Ferran Adrià comprendió que la creatividad empresarial era clave para el éxito en mercados altamente competitivos. Según él, la creatividad es la originalidad para generar ideas novedosas fuera de los marcos establecidos, pero también es la capacidad de analizar esas ideas nuevas y llevarlas a la práctica. La auditoría creativa es una herramienta importante para lograr una auténtica innovación empresarial.

Además de elBulli, otros cocineros también han desafiado la tradición y han creado nuevas tendencias culinarias a lo largo del tiempo. Michel Guérard, los hermanos Troisgros, Alain Senderens y Paul Bocuse fueron algunos de los jóvenes cocineros que se rebelaron contra la dictadura recetil y propusieron nuevas ideas como "no cocer demasiado", "utilizar nuevas técnicas" y "eliminar las salsas pesadas".

En la actualidad, chefs como Renè Redzepi del restaurante *Noma* en Copenhague, Joan Roca del *Celler de Can Roca* en Girona, Máximo Bottura de la *osteria francescana* de *Módena* y Andoni Luis Adúriz de *Mugaritz* en Donostia, han seguido en la misma línea y se decantan por la cocina tecno emocional. Este movimiento culinario mundial, nacido en elBulli a principios del siglo XXI, busca crear emoción en el comensal a través de nuevos conceptos,

técnicas y tecnologías. Los cocineros que siguen esta tendencia no solo se enfocan en el sabor y la presentación de los platos, sino también en la experiencia completa del comensal, prestando atención a los cinco sentidos.

Además, los chefs tecno emocionales asumen un compromiso social y sostenible, cooperando con fundaciones, universidades y entidades benéficas para recaudar conocimiento y colaborando con agricultores, ganaderos y pescadores para preservar el sabor y la calidad de los productos. También trabajan con científicos, artistas y otros profesionales para explorar nuevas ideas y sistemas que puedan aplicarse en la cocina.

El movimiento tecno emocional es una muestra más de cómo la cocina ha ido evolucionando a lo largo de los años. En el pasado, cocineros como Michel Guèrard, los hermanos Troisgros, Alain Senderens y Paul Bocuse desafiaron la dictadura recetil y propusieron nuevas ideas como "utilizar nuevas técnicas" y "ser creativo". Actualmente, chefs como Renè Redzepi, Joan Rocca, Massimo Bottura, Andoni Luis Adúriz y Ferran Adrià han llevado esta evolución a otro nivel, buscando crear emoción en el comensal a través de nuevas tecnologías y colaborando con artistas, científicos, filósofos y agricultores para ofrecer experiencias culinarias únicas y sostenibles. La cocina sigue evolucionando y cada vez son más los chefs que se suman a esta tendencia de experimentación y creatividad en la cocina.

En definitiva, la evolución de la cocina sigue avanzando y los chefs más innovadores continúan desafiando la tradición y creando nuevas tendencias culinarias. La cocina tecno emocional es solo una muestra de cómo la creatividad y la experimentación pueden llevar la gastronomía a nuevos niveles de excelencia.

[Creatividad & Innovación en el mundo empresarial](#)

La creatividad y la innovación son fundamentales en la actualidad, ya que nos encontramos en un mundo cada vez más cambiante y competitivo. Aquí te presento algunas razones por las que la creatividad y la innovación son importantes:

1. **Diferenciación y competitividad:** La creatividad y la innovación permiten a las empresas ofrecer productos y servicios diferenciados, lo que les da una ventaja competitiva en el mercado.
2. **Adaptación al cambio:** La creatividad y la innovación son esenciales para adaptarse a los cambios en el mercado, las tecnologías emergentes y las nuevas tendencias.
3. **Mejora continua:** La creatividad y la innovación promueven la mejora continua en los productos, servicios y procesos de la empresa, lo que contribuye a la satisfacción del cliente y a la reducción de costos.
4. **Generación de valor:** La creatividad y la innovación pueden generar nuevos productos y servicios que creen valor para los clientes y para la empresa.
5. **Desarrollo de talento y motivación:** Fomentar la creatividad y la innovación en el ambiente de trabajo puede motivar al personal y desarrollar su talento.

La creatividad y la innovación son importantes para el éxito y la supervivencia de las empresas en un mundo cada vez más competitivo y cambiante.

La creatividad se refiere a la capacidad de generar ideas nuevas y originales, así como de encontrar soluciones innovadoras a los problemas. Es un proceso que implica la imaginación y el pensamiento divergente, es decir, la habilidad de generar múltiples ideas y perspectivas.

Por otro lado, la innovación se refiere a la implementación exitosa de una idea creativa en el mercado. La innovación implica llevar a cabo un proceso de desarrollo, diseño, producción, comercialización y distribución de un producto o servicio nuevo o mejorado, que responda a las necesidades del mercado y que sea rentable.

La creatividad es importante porque es el primer paso en el proceso de innovación. Sin ideas nuevas y originales, no hay nada que implementar. La creatividad puede ser aplicada en cualquier ámbito, desde el arte y la cultura, hasta los negocios y la tecnología.

La innovación, por su parte, es importante porque permite a las empresas mantenerse competitivas y adaptarse a los cambios del mercado. La innovación puede ser incremental, es decir, mejoras graduales en los productos o servicios existentes, o disruptiva, es decir, la creación de algo completamente nuevo que cambia la forma en que las cosas se hacen.

En general la creatividad y la innovación están estrechamente relacionadas y son importantes en diferentes ámbitos. La creatividad es el primer paso para generar ideas nuevas y originales, mientras que la innovación es la implementación exitosa de esas ideas en el mercado. Ambas son fundamentales para el éxito y la supervivencia de las empresas en un mundo cada vez más competitivo y cambiante.

Es importante no confundir los conceptos de creatividad e innovación porque, aunque están estrechamente relacionados, son procesos diferentes y requieren habilidades y enfoques distintos.

La creatividad se refiere a la capacidad de generar ideas nuevas y originales, mientras que la innovación se refiere a la implementación exitosa de esas ideas en el mercado. La creatividad es un proceso más amplio y abstracto que puede generar muchas ideas diferentes, algunas de las cuales pueden no ser viables o relevantes para el mercado. La innovación, por otro lado, es un proceso más enfocado y concreto que implica llevar una idea creativa a la realidad de una manera que sea rentable y satisfaga las necesidades del mercado.

Confundir estos conceptos puede llevar a una falta de claridad y enfoque en el proceso de innovación. Si una empresa se enfoca demasiado en la creatividad y genera muchas ideas diferentes sin un plan claro para implementarlas, puede desperdiciar recursos y tiempo en ideas que no son viables. Por otro lado, si una empresa se enfoca demasiado en la innovación y no fomenta suficientemente la creatividad, puede perder la oportunidad de generar ideas realmente innovadoras y disruptivas que podrían ayudar a la empresa a mantenerse competitiva en el mercado.

Es importante no confundir estos conceptos para poder aplicarlos adecuadamente en el proceso de innovación y asegurarse de que se estén generando ideas creativas y relevantes que puedan ser implementadas de manera efectiva en el mercado.

¿ QUÉ ES CREATIVIDAD?



1

MARCEL PLANELLAS

Crear o la creación es la generación de nuevas ideas, nuevas formas de mirar problemas existentes, encontrar nuevas oportunidades explotando tecnologías emergentes o adaptándose a los cambios en el mercado

CHEF JACQUES MAXIM.

Crear es no copiar

2

3

KEN ROBINSON

La creatividad es el proceso de tener ideas originales que tienen valor. La creatividad se aprende igual que se aprende a leer.

ALBERT EINSTEIN

Si buscas resultados distintos no hagas siempre lo mismo

4

5

PABLO PICASSO

Cada acto de creación es ante todo un acto de destrucción

FERRAN ADRIÀ

Es todo un poco. No hay una única cosa que haga a una persona creativa. La constancia es imprescindible, pero sin una cierta sensibilidad tampoco se puede crear

6

7

ALBERT ADRIÀ

¿Qué es la creatividad? No hay fin en la creatividad, una técnica o un concepto o una elaboración le sucede a otra y otra y otra y no hay fin. Jugamos para intentar descubrir, la vanguardia, no tienes límites, ahí la libertad total, llegamos y nos saltamos la reglas, 1+1 es tres, si piensas que siempre 1+1 es dos, nunca harás nada diferente, entonces los que piensan que 1+1 es tres son los que se atreven, son los que arriesgan, son los valientes, son los vanguardistas.

Ilustración 1 ¿Qué es creatividad? Fuente: Elaboración propia

¿ QUÉ ES INNOVACIÓN?



1

STEVE JOBS

La innovación es lo que distingue a un líder de los demás.

MARCEL PLANELLAS

La innovación es la puesta en práctica de manera exitosa de nuevas ideas para conseguir un impacto real y efectivo en la sociedad.

2

3

ELON MUSK

¿Qué hace que el pensamiento innovador se genere? Creo que en realidad es una forma de pensar. Debes tomar la decisión.

ENRIQUE DANS IC

El valor de la innovación no está en evitar que te copien, sino en conseguir que todos te quieran copiar

4

5

BOB NELSON

Innovación es la transformación de conocimiento en nuevos productos y servicios. No es un evento aislado sino la respuesta continua a circunstancias cambiantes

TIM COOK

La innovación no es algo que se pueda programar. Se trata de personas que se inspiran y trabajan juntas.

6

7

EDWIN LAND

Innovar es hacer algo que nadie más ha hecho antes

Ilustración 2 ¿Qué es innovación? Fuente: Elaboración propia

Ken Robinson, un reconocido experto en educación y creatividad, ha dedicado gran parte de su carrera a explorar cómo fomentar y desarrollar la creatividad en las personas. En su famosa charla TED "¿Cómo matar la creatividad?" y en su libro "El Elemento: Descubrir tu pasión lo cambia todo", Robinson argumenta que la creatividad es esencial para la felicidad y el éxito en la vida.

Robinson cree que la creatividad es una habilidad natural que todos poseemos, pero que a menudo es reprimida por el sistema educativo y la sociedad en general. Según él, el sistema educativo actual se centra demasiado en la enseñanza de habilidades técnicas y académicas, y no en el desarrollo de la creatividad y la pasión de los estudiantes.

Robinson argumenta que la creatividad es esencial para resolver los problemas más complejos del mundo y para aprovechar al máximo nuestras habilidades y talentos. Él cree que todos deberíamos tener la oportunidad de encontrar nuestro "elemento", es decir, la actividad que nos apasiona y en la que somos naturalmente buenos.

Para Ken Robinson, la creatividad es una habilidad esencial que todos poseemos y que debe ser fomentada y desarrollada desde la infancia. Él cree que la creatividad es la clave para encontrar la felicidad y el éxito en la vida, y que la sociedad y el sistema educativo deben hacer más para apoyar y fomentar la creatividad en las personas.

Entonces la creatividad es una habilidad que permite generar pensamientos originales y valiosos a partir de la imaginación constructiva y el pensamiento divergente. Es una capacidad que permite crear, innovar y generar nuevas ideas y conceptos a través de la asociación de ideas y conceptos conocidos.

La autora Elizabeth Gilbert en su libro "*Big Magic: Creative Living Beyond Fear*", Gilbert se centra en la creatividad y su proceso creativo. En este libro, Gilbert defiende la idea de que la creatividad es una fuerza divina, y que nuestra responsabilidad como seres humanos es estar abiertos y dispuestos a recibir las ideas creativas que se nos presentan. Gilbert anima a sus lectores a abrazar su creatividad y a no tener miedo de expresarla, incluso si eso significa

tomar riesgos y enfrentar el fracaso. Gilbert cree que la creatividad es una fuerza poderosa que todos tenemos dentro de nosotros, y que debemos nutrirla y desarrollarla para vivir una vida más plena y significativa.

La innovación, por otro lado, es un proceso de transformación que busca mejorar y crear procesos organizados y sistemáticos en las empresas, para lograr que continuamente producen resultados innovadores y exitosos en el mercado. Esto se logra a través de la creación de una cultura de la innovación, donde la creatividad es un elemento clave para la generación de soluciones originales y eficaces.

La innovación no solo se enfoca en la creación de nuevos productos o servicios, sino también en la mejora de los procesos internos de la empresa, en la implementación de nuevas tecnologías y en la adaptación a los cambios del mercado.

Andrés Oppenheimer por otro lado ha dedicado gran parte de su carrera a investigar y analizar el impacto de la tecnología, la innovación y la creatividad en la sociedad y la economía. En su libro "¡Crear o Morir!: La esperanza de Latinoamérica y las cinco claves de la innovación", Oppenheimer defiende la idea de que la creatividad es esencial para el progreso y el éxito en el mundo actual. Según Oppenheimer, la creatividad es la fuerza impulsora detrás de la innovación, y es lo que nos permite encontrar soluciones creativas y efectivas a los problemas que enfrentamos como sociedad.

Oppenheimer cree que la creatividad no es algo mágico o misterioso, sino que puede ser cultivada y desarrollada por cualquier persona dispuesta a trabajar en ella. Según él, la creatividad se basa en la curiosidad, la pasión y el pensamiento crítico, y se puede fomentar a través de la educación, la colaboración y el trabajo en equipo.

Para Andrés Oppenheimer, la creatividad es la clave del éxito y la prosperidad en el mundo actual, y es algo que todos podemos cultivar y desarrollar en nosotros mismos y en nuestras comunidades.

Otro ejemplo es Ed Catmull es un experto en la industria del entretenimiento y ha trabajado en *Pixar* desde sus primeros días. En su libro, él comparte sus experiencias y conocimientos sobre cómo fomentar la creatividad y la innovación en una empresa.

Una de las principales ideas que Catmull presenta en su libro es que la creatividad no surge de la nada, sino que es el resultado de un proceso constante de prueba y error, de experimentación y de iteración. Él argumenta que, para fomentar la creatividad en una empresa, es importante crear un ambiente en el que los empleados se sientan libres de experimentar y de tomar riesgos, sin tener miedo de fracasar.

El autor también destaca la importancia de la colaboración y del trabajo en equipo para fomentar la creatividad. Él describe cómo en *Pixar*, los equipos trabajan juntos en proyectos, aportando ideas y retroalimentación, para crear experiencias únicas y emocionantes para el público.

Además, Catmull habla sobre la importancia del liderazgo en la creación de un ambiente de trabajo creativo y productivo. Él discute cómo los líderes deben fomentar la confianza, la apertura y la honestidad en sus equipos, y cómo deben estar dispuestos a escuchar y aprender de sus empleados.

"Creatividad, SA. "Cómo llevar la inspiración hasta el infinito y más allá" es un libro inspirador y práctico para cualquier persona interesada en fomentar la creatividad en su vida personal o en su empresa. Catmull ofrece una perspectiva única y valiosa sobre cómo puedes llevar tu creatividad al siguiente nivel y hacer que tus ideas sean realidad.

En general, la creatividad y la innovación son dos habilidades complementarias que permiten a las empresas mantenerse competitivas y adaptarse a los cambios del mercado. La creatividad es la capacidad de generar nuevas ideas y soluciones originales, mientras que la innovación es el proceso de transformación que busca implementar esas ideas de manera organizada y sistemática para lograr resultados exitosos y diferentes.

Auditando la creatividad

La auditoría creativa es un enfoque innovador en la auditoría tradicional que se centra en la identificación y evaluación de las prácticas creativas de una empresa. En lugar de simplemente revisar los estados financieros y los controles internos, la auditoría creativa busca evaluar la capacidad de la empresa para innovar y adaptarse a un entorno empresarial cambiante.

La auditoría creativa se enfoca en la identificación de prácticas creativas en áreas como la estrategia de negocio, la gestión de riesgos, la gestión de talentos, la innovación y el desarrollo de productos. Los auditores creativos trabajan en colaboración con los equipos de gestión de la empresa para identificar las mejores prácticas creativas y desarrollar soluciones innovadoras para mejorar la eficiencia y la rentabilidad de la empresa.

Además, la auditoría creativa también puede ayudar a las empresas a identificar áreas problemáticas, tales como la falta de diversidad o la falta de inclusión en el lugar de trabajo. Al identificar estos problemas, los auditores creativos pueden ayudar a las empresas a desarrollar soluciones innovadoras para abordarlos y mejorar la inclusión y la diversidad en la empresa.

La auditoría creativa es una herramienta valiosa para las empresas que buscan mejorar su capacidad de innovación y adaptación en un entorno empresarial en constante cambio. Los auditores creativos trabajan en colaboración con los equipos de gestión de la empresa para identificar las mejores prácticas creativas y desarrollar soluciones innovadoras para mejorar la eficiencia y la rentabilidad de la empresa.

Y aunque la auditoría creativa es una disciplina independiente de la auditoría económica, se enfoca en medir el nivel de creatividad de una empresa. A diferencia de la auditoría económica, la auditoría creativa no se enfoca en la rentabilidad y el cumplimiento de obligaciones, sino en la capacidad de la empresa para generar ideas innovadoras y creativas. Ambas disciplinas tienen un enfoque diferente, pero pueden ser útiles para evaluar diferentes aspectos de una empresa y mejorar su desempeño en diversas áreas.

El punto en común entre la auditoría creativa y la auditoría económica es que ambas buscan mejorar el desempeño de la empresa. Mientras que la auditoría económica se enfoca en asegurar la rentabilidad y el cumplimiento de obligaciones, la auditoría creativa se enfoca en mejorar la capacidad de la empresa para generar ideas innovadoras y creativas. En ambos casos, la evaluación y el análisis de los resultados contribuyen a identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento para la empresa. Además, ambas disciplinas requieren un enfoque riguroso y sistemático para obtener resultados confiables y útiles para la toma de decisiones.

El caso del restaurante elBulli llevó a Ferran Adrià a reflexionar sobre las creaciones anuales del restaurante. Para ordenar los procesos culinarios, se creó un mapa evolutivo que se utilizó como una herramienta visual y conceptual para el análisis. Este mapa se construyó de manera organizada y cronológica, con detalles específicos de todas las creaciones elaboradas en elBulli. Ferran Adrià denominó a esta técnica como Auditoría creativa, la cual se fue perfeccionando gradualmente hasta consolidarse en el año 2001. Con el propósito de comprender lo que se estaba haciendo y analizar el valor creado, esta técnica se denominó inicialmente "Análisis creativo y de innovación" (Planellas, 2021).

El proceso de reflexión que inició Ferran Adrià a partir del caso del restaurante elBulli fue una búsqueda constante por comprender y analizar las creaciones culinarias que se llevaban a cabo en el restaurante. Para ello, se creó un mapa evolutivo que permitía visualizar de manera ordenada y cronológica cada proceso que se había elaborado en la cocina, con detalles específicos de cada creación.

Esta herramienta, conocida como Auditoría creativa, fue desarrollándose progresivamente hasta consolidarse en el año 2001. El objetivo principal de esta técnica era comprender lo que se estaba haciendo y analizar el valor creado, con el fin de poder innovar y mejorar constantemente.

Además de la Auditoría creativa, Ferran Adrià también utilizaba otras herramientas y técnicas para el análisis y la innovación culinaria, como el *brainstorming* y la experimentación constante con nuevos ingredientes y técnicas de cocción.

El proceso de reflexión y análisis que llevó a cabo Ferran Adrià en elBulli fue un ejemplo de cómo la creatividad e innovación en la gastronomía no solo se basa en la inspiración, sino también en el análisis y la comprensión profunda de cada proceso culinario.

La auditoría creativa es una técnica innovadora que busca mejorar la gestión de una empresa a través de la creatividad y la innovación. Esta técnica se basa en la idea de que las empresas deben ser capaces de pensar fuera de lo convencional y abordar los problemas desde una perspectiva diferente para lograr mejoras significativas.

Ferran Adrià, el reconocido chef español, es un defensor de la auditoría creativa. Para él, la creatividad es fundamental para una buena gestión y puede ayudar a las empresas a encontrar soluciones innovadoras a problemas complejos.

La auditoría creativa implica un análisis profundo de la gestión de la empresa, seguido de una sesión de *brainstorming* para identificar oportunidades de mejora. Estas oportunidades pueden ser mejoras en procesos existentes o ideas completamente nuevas que transforman la forma en que la empresa opera.

Aunque muchas empresas invierten en recursos humanos y tecnológicos, pocas invierten en creatividad. Sin embargo, esta tendencia está cambiando y la auditoría creativa se está tomando más en serio como una herramienta efectiva para mejorar la gestión empresarial.

La auditoría creativa es un concepto empresarial innovador que busca medir y aplicar la innovación en las empresas. Su objetivo principal es evaluar el proceso creativo, medir el nivel alcanzado y proponer líneas de actuación para lograr una mayor eficacia, eficiencia, excelencia y longevidad de la innovación.

Según Ferran Adrià, la auditoría creativa es una herramienta para obtener la mejor eficiencia en la innovación y que está eficiencia dure mucho tiempo. En este sentido, es necesario tener un archivo creativo que contenga información sobre los procesos de innovación desarrollados en la empresa y permita realizar un análisis creativo y de evolución.

Marcel Planellas, autor del libro rojo de la innovación, destaca que la auditoría creativa pone el foco en todos los componentes del sistema de innovación, desde los líderes y su equipo hasta los recursos utilizados, la cultura y el sistema de la organización, y los resultados obtenidos.

En la práctica, la auditoría creativa implica realizar un análisis crítico sobre la productividad creativa de la empresa. Se busca responder preguntas como ¿Cuál es el estado actual de creatividad en la empresa? ¿En qué aspectos es más creativa y en cuáles menos? ¿Qué tendría que hacer para aumentar la creatividad?

La auditoría creativa es entonces una herramienta clave para fomentar la innovación y mejorar la gestión empresarial a largo plazo. En este punto Ferran Adrià descubrió que la metodología empleada para analizar el proceso creativo del restaurante elBulli podría ser una herramienta de gran utilidad en otras disciplinas, convirtiéndose en una herramienta transversal. Cabe destacar que la creación de una metodología no fue un objetivo previsto, sino que surgió de la reflexión y el cuestionamiento.

La exposición "Auditando el proceso creativo" es el primer resultado del trabajo del equipo multidisciplinario elBulli DNA, compuesto por diez personas que, desde la sede de elBullifoundation en Barcelona, se dieron a la tarea de estudiar y descodificar el proceso creativo del restaurante elBulli. Con ello, se dio un paso más en la constante voluntad de analizar, comprender, desvelar y modelizar.

El proceso de auditoría se llevó a cabo siguiendo un orden específico: en primer lugar, se recopiló información durante la temporada para el archivo creativo; posteriormente, se

catalogó al final de la temporada para realizar el análisis creativo y evolutivo; luego, se revisó todo el conjunto para diagnosticar y auditar; y finalmente, se planificó la temporada siguiente.

Del archivo se pasó a los mapas y al análisis evolutivo para catalogar y auditar lo que se hacía en el Bulli restaurante. En cada paso surgieron muchas preguntas y descubrimientos que estaban relacionados.

Se definieron algunas decisiones sobre el objeto, la amplitud, el tiempo, la finalidad y la realización, con el fin de focalizar la auditoría de la innovación para que el análisis fuera más preciso y el reportaje fotográfico fuera de mayor calidad.

La elaboración anual de este proceso de auditoría creativa interna representó un entrenamiento muy útil para el equipo creativo del restaurante, ya que mejoró su capacidad de autoevaluación.

La auditoría creativa por lo tanto también es una herramienta de control que se utiliza para evaluar el proceso creativo, medir el nivel alcanzado y proponer líneas de actuación o mejora para lograr una innovación más efectiva, eficiente, excelente y duradera. La metodología se enfoca en todos los componentes del sistema de innovación, incluyendo a los líderes y su equipo, los recursos utilizados, la cultura y el sistema de la organización, y los resultados obtenidos. Tener un archivo histórico permite entender el pasado, presente y futuro de la empresa, que dan pie a iniciativas innovadoras efectivas.

La técnica de control Auditoría Creativa se encarga de estudiar la evolución del sistema creativo e innovador en un determinado periodo de tiempo, así como de evaluar el valor añadido. Además, esta técnica permite visualizar si se están repitiendo ideas antiguas o si solo se están adaptando a nuevas situaciones.

En esta investigación, se buscó el concepto de fuente primaria. Para ello, el 2 de junio de 2020, se realizó una pregunta en la cuenta oficial de Ferran Adrià en Twitter: "¿En qué

consiste la auditoría creativa?". El 3 de junio de 2020, Ferran Adrià contribuyó a esta investigación con su interpretación propia de la auditoría creativa, aquí se cita textualmente:

“Durante estos años me habías oído hablar de la Auditoría creativa, una herramienta que se utiliza en elBulli desde hace mucho años, pero no con este nombre nosotros le llamamos análisis evolutivo, y de donde sale este concepto, sale de querer comprender que hacía uno en elBulli a nivel creativo para sobre todo no copiarnos, si vas a la web del elBulliFoundation vas a encontrar el catálogo general del elBulli, son las 1846 recetas numeradas y ordenadas cronológicamente, esto es vital para la auditoría, si tú quieres saber, si tú te quieres auditar, analizar, controlar lo que has hecho a nivel creativo tienes que ordenarlo porque si no es el caos, y con esto hicimos el catálogo general del elBulli restaurante que son estos libros negros que son una referencia cuando hablamos del elBulli, entonces de lo que se trata es, si yo al final del año en enero analizó todo lo que ha sido mi evolución creativa puedo comprender mucho mejor lo que hago y sobre todo importantísimo no me copiare, creo que a vosotros les pasa, a mí me pasa que si cogiera platos, recetas de aquí de 1990, es que ni recuerdo, si no estuvieran catalogadas resultaría que pudiera hacer algo que hacía en el año 90, esto es la Auditoría creativa del resultado creativo, si, si fuera la Auditoría creativa de donde trabajábamos, donde se creaba esto es otra historia, los recursos que tenemos para crear, por ejemplo este taller es del año 2000, pero su origen estuvo en Rosalba de En Barcelona, comprender esta evolución nos va a ayudar, ayudar a mejorar en nuestra eficiencia creativa e innovadora... pues venga seguimos conectados.” (Ferran Adrià, 2020)



Ferran Adrià @ferranadria · 3 jun. 2020



La auditoría creativa es una herramienta que permite comprender lo que hacemos y tener mayor eficiencia creativa e innovadora. Aquí bit.ly/cat-rec veréis un ej. de su aplicación al resultado creativo de [#elBullirestaurante](#). Hasta mañana a las 11:30. [#SeguimosConectados](#)



4 18 104

Ilustración 3 Video donde Ferrán Adria explica con sus propias palabras de que se trata la Auditoría creativa <https://twitter.com/ferranadria/status/1268112690620186624?s=20>

Catálogo General elBulli1983-2011

elBulli1983-1993	cócteles	snacks	snacks secos	snacks frescos	tapas	platos	tapas/platos	avant postres	postres	petits fours	morphings
1987											
1988											
1989											
1990											
1991											
1992											
1993											

Aunque el primer volumen de nuestra trilogía abarca el período 1983-1993, el catálogo de recetas se inicia en 1987. Los años 1983 a 1986 corresponden a una etapa de recreación de platos que no se tradujo en nuevas recetas. Más información en el libro [elBulli1983-1993](#).

Ilustración 4 Catálogo general de elBulli. Fuente de información. (ElBulliFoundation, 2022)

El catálogo general de elBulli es una compilación exhaustiva de todas las creaciones culinarias y experimentos gastronómicos llevados a cabo en el famoso restaurante elBulli, ubicado en la Costa Brava de España. Este catálogo incluye descripciones detalladas de cada plato, con fotografías, diagramas y notas técnicas. Además, ofrece una visión general de la evolución de la cocina molecular y la filosofía culinaria de su creador, el chef Ferran Adrià. El catálogo es considerado una obra de referencia para los amantes de la gastronomía y ha sido aclamado por su innovación y creatividad.

¿En qué radica la importancia de una auditoría creativa en un panorama empresarial?

Tener una visión empresarial en la auditoría creativa implica tener en cuenta la estrategia y objetivos de la empresa en relación con la innovación. Se trata de entender cómo la innovación puede contribuir al éxito de la empresa y cómo se alinea con su visión a largo plazo.

Además, tener una visión empresarial implica considerar los recursos disponibles, las capacidades y habilidades del personal y los procesos existentes para la innovación. Todo esto ayuda a asegurar que la auditoría creativa se realice de manera efectiva y que las recomendaciones resultantes sean relevantes y prácticas para la empresa.

La idea de una auditoría a la creatividad radica en la importancia de que es una fuente de inspiración ya que la creación puede considerarse un subproceso de la innovación (Planellas, 2021).

En el caso de elBulli fue hasta filosofía de vida que promovió las ideas innovadoras, es cierto que la visión empresarial es cierta cualidad innata de ciertos individuos, pero hay que tener en cuenta tres cosas:

1. El individuo debe tener claro a dónde quiere llegar.
2. Al compartirse, debe promover el sentido de identificación y compromiso de todos los miembros de la empresa.

3. Debería ser coherente con valores, principios y cultura de la organización.

La auditoría creativa se utiliza como herramienta para evaluar la innovación en una empresa. Dentro del sistema de innovación, se pueden identificar cuatro elementos clave: los factores condicionantes, el sistema de innovación, el nivel y perfil innovador, y la creación de valor.

Los factores condicionantes incluyen la personalidad innovadora de la empresa y el nivel de innovación en el sector. El sistema de innovación se compone del líder y el equipo creativo, la cultura innovadora, los recursos dedicados y el proceso de innovación. Se debe evaluar el impacto del nivel y perfil innovador, midiendo la eficiencia y eficacia del sistema de innovación.

Finalmente, la auditoría creativa busca crear valor a través de la innovación, mejorando los productos, procesos, servicios y modelos de negocio de la empresa. A partir de ese momento Ferran Adrià deja de lado a los grandes maestros de la gastronomía para crear su propia trayectoria creativa. En la cocina o ciencia gastronómica todo es posible siempre que se base en la pureza innata y sabor de cada producto, para de ahí partir hacia un estilo experimental y vanguardista.

[Auditando la innovación](#)

La auditoría a la innovación es una técnica de control que tiene como objetivo evaluar y mejorar el proceso de innovación de una empresa. Se trata de un análisis exhaustivo que permite identificar los puntos fuertes y débiles de la empresa en cuanto a su capacidad para generar nuevas ideas, desarrollar productos y servicios innovadores y mantenerse a la vanguardia en su sector.

La auditoría a la innovación se enfoca en diversos aspectos, como la cultura de innovación en la empresa, la gestión de la innovación, la capacidad para identificar oportunidades de negocio, la inversión en investigación y desarrollo, la protección de la propiedad intelectual,

entre otros. Con base en los resultados de la auditoría, se pueden tomar medidas para mejorar el proceso de innovación y aumentar la competitividad de la empresa.

Según Planellas, existen cinco posibles desencadenantes de la innovación: la introducción de un nuevo bien, de un nuevo método de producción o de comercialización de bienes existentes; la apertura de nuevos mercados; la conquista de una nueva fuente de materias primas; la creación de un nuevo monopolio o la destrucción de uno ya existente.

La exposición "Auditando el proceso creativo", como se mencionó anteriormente, presenta el resultado del trabajo del equipo multidisciplinario de elBulli DNA en el estudio y decodificación del proceso creativo del restaurante elBulli, lo que ha dado lugar a una nueva rama de la auditoría: la Auditoría creativa y de innovación.

El objetivo principal de esta auditoría es analizar y comprender el proceso creativo, siguiendo un proceso anual que incluye la recopilación de información, la catalogación, la revisión final y la planificación de la temporada siguiente. Esta herramienta ha permitido al equipo creativo de elBulli evaluar su capacidad creativa, medir su nivel y proponer mejoras para alcanzar una mayor eficacia, eficiencia, excelencia y longevidad en la innovación.

La auditoría se enfoca en todos los componentes del sistema de innovación, incluyendo los líderes y su equipo, los recursos, la cultura y el sistema de la organización, así como los resultados obtenidos (Planellas, 2021).

En definitiva, la innovación se refiere a la puesta en práctica exitosa de nuevas ideas para lograr un impacto real y efectivo en la sociedad. La diferencia de la auditoría creativa y de innovación con respecto a otros tipos radica en su transversalidad, ya que se puede realizar un análisis de estas características en cualquier ámbito, dado que la creación y la innovación suceden en cualquier lugar.

En este sentido, la auditoría a la innovación se enfoca en evaluar y mejorar el proceso de innovación de una empresa, con el objetivo de identificar los puntos fuertes y débiles de la

organización en cuanto a su capacidad para generar nuevas ideas, desarrollar productos y servicios innovadores y mantenerse a la vanguardia en su sector.

Como se mencionó anteriormente, la auditoría creativa y de innovación se enfoca en todos los componentes del sistema de innovación, incluyendo los líderes y su equipo, los recursos, la cultura y el sistema de la organización, y los resultados obtenidos. De esta manera, se establecen medidas para mejorar el proceso de innovación y aumentar la competitividad de la empresa.

La auditoría a la innovación es una herramienta clave para evaluar y mejorar el proceso creativo y de innovación de una empresa, lo que permite alcanzar una mayor eficacia, eficiencia, excelencia y longevidad de la innovación.

En su obra "Capitalismo, Socialismo y Democracia", Schumpeter utilizó el término "destrucción creativa" para describir el proceso disruptivo de transformación que acompaña a la innovación.

Según Schumpeter, en el capitalismo, la innovación constante y la competencia son necesarias para el crecimiento económico. Sin embargo, esta innovación implica la destrucción de las empresas y tecnologías obsoletas, lo que puede tener un impacto negativo en el corto plazo.

A pesar de ello, Schumpeter argumentó que la destrucción creativa es una fuerza impulsora del progreso material en general, ya que permite la creación de nuevas empresas, tecnologías y productos que satisfacen las necesidades de los consumidores de manera más efectiva. En resumen, para Schumpeter, la destrucción creativa es una condición necesaria para el progreso económico y la innovación continua.

La capacidad de perseverancia y ambición, más que la genialidad, son las características que definen al innovador según Drucker. Para él, la gestión de la innovación es una disciplina

que se puede aprender y practicar, y un aspecto clave para los empresarios innovadores es la detección sistemática de nuevas oportunidades de innovación.

Drucker propone que la exploración de estas oportunidades se concentre en siete áreas, siendo las cuatro primeras internas a la empresa:

1. Lo inesperado,
2. Lo incongruente,
3. Los procesos y los derrumbes.

Las otras tres áreas se sitúan fuera de la empresa o de la industria: los cambios demográficos, cambios en percepciones y significados, y nuevos científicos y no científicos.

Por otro lado, el análisis de los síntomas de un cambio, como el éxito o el fracaso inesperado, puede producir resultados rápidos y significativos en un corto plazo de tiempo.

Para iniciar una auditoría a innovación sistemática e intencional, es crucial realizar un análisis de las oportunidades y buscar regularmente en fuentes organizadas.

Los innovadores exitosos utilizan ambos lados del cerebro para analizar cifras y conversar con las personas. Sin embargo, la innovación debe tener el propósito de convertir a la empresa en líder de su campo. Para lograr esto, es importante conocer y comprender la historia de la empresa, la situación actual, el equipo de innovación y el nivel de innovación del sector.

Los directivos enfocados en la explotación del negocio utilizan conceptos como costos, resultados, eficiencia y organización. En cambio, los directivos orientados a la exploración de nuevos negocios se enfocan en conceptos como innovación, crecimiento, adaptación y rapidez.

March propone apostar por las novedades, incrementar la búsqueda de nuevas oportunidades y encontrar sistemas de evaluación que permitan continuar con proyectos que al principio no reporten resultados a corto plazo.

En ocasiones, la ambidiestralidad entre explorar y explotar es secuencial en el tiempo. Las nuevas empresas se enfocan principalmente en la exploración para encontrar un hueco en el mercado y asegurar su viabilidad inicial. Algunas innovaciones pueden fallar, pero es importante continuar buscando nuevas oportunidades y mantener un enfoque en la innovación.

Apple ha logrado mantenerse como una de las empresas más innovadoras y exitosas en el mercado gracias a su fundador, Steve Jobs, quien fue un explorador brillante capaz de lograr innovaciones radicales en diferentes industrias. Sin embargo, para seguir siendo exploradoras y lograr innovar en empresas maduras, es importante encontrar un equilibrio entre el mantenimiento del sistema y el espíritu de la empresa.

Para lograr innovar en empresas maduras, es necesario comprender la dinámica de innovación del sector y las estrategias utilizadas por las empresas. Una auditoría puede ser útil para analizar esta dinámica y encontrar oportunidades de innovación.

La innovación disruptiva es un proceso mediante el cual un producto o servicio impulsado por un cambio tecnológico se arraiga en aplicaciones simples en el extremo inferior del mercado, para luego avanzar hacia la totalidad del mercado y desplazar a los competidores establecidos. Las innovaciones disruptivas no necesariamente son tecnologías de vanguardia o grandes descubrimientos, sino que son un proceso constante de mejora y adaptación.

En general, para que las empresas maduras como *Apple* logren seguir siendo exploradoras y mantenerse innovadoras, es importante encontrar un equilibrio entre el mantenimiento del sistema y el espíritu de la empresa, comprender la dinámica de innovación del sector y buscar oportunidades de innovación disruptiva.

La innovación es la aplicación exitosa de nuevas ideas con el objetivo de generar un impacto real y efectivo en la sociedad. La creación de nuevas ideas se considera un subproceso de la innovación. Lo que diferencia el análisis creativo y de innovación con otros análisis es su transversalidad, ya que se puede aplicar en cualquier ámbito, ya que la creación y la innovación pueden ocurrir en cualquier lugar.

Según Planellas (2021), la innovación se puede entender como el proceso de transformación de ideas en valor para la organización y los consumidores, que involucra la generación de ideas, su evaluación de viabilidad y la implementación de mejoras en productos, servicios, procesos, estrategias de *marketing* o estructuras organizacionales de la empresa. Un aspecto clave de la innovación es la identificación de oportunidades para ofrecer soluciones a necesidades no satisfechas de los clientes, incluso aquellas que los clientes no pueden expresar por sí mismos.

Autores como Saskia J. Stuiveling en su obra "Nuevas tendencias en la auditoría ¿Cómo gestiona la innovación el Tribunal de cuentas de Holanda?" señalan que la gestión de la innovación implica superar diversos desafíos, tales como: cambiar la cultura organizativa, obtener un amplio apoyo para aplicar innovaciones, desarrollar una perspectiva a largo plazo, difundir experiencias con innovaciones y no temer al fracaso.

Según la experiencia de Stuiveling, la gestión de la innovación consta de tres fases esenciales: la oportunidad de fallar, el tiempo para desarrollar la innovación y las personas encargadas de su gestión, quienes deben contar con una mentalidad adecuada, entusiasmo y motivación, así como los recursos y herramientas necesarios para llevar a cabo la gestión de la innovación.

Para auditar la innovación, es importante descubrir los valores que guían a la empresa y su equipo creativo, construir una red de relaciones y saber conservarla para que surjan nuevas ideas y oportunidades de productos y servicios innovadores. Para ello, se necesitan tres tipos de recursos: organizativos, financieros y creativos.

En cuanto a la auditoría de los recursos creativos, es necesario registrar las pruebas realizadas para analizar el trabajo y, eventualmente, catalogar, registrar o patentar las nuevas ideas. También se puede evaluar si las técnicas creativas empleadas son útiles para generar nuevas ideas y examinar las que se convierten en innovaciones.

Si se desea innovar en el modelo de negocio, se recomienda generar muchas iniciativas y probarlas en la práctica, adoptando un modelo único y estable que puede cambiar y evolucionar con el tiempo.

Existen organizaciones que poseen una gran capacidad para generar ideas y detectar oportunidades, pero que enfrentan dificultades al momento de convertirlas en nuevos productos o servicios. En estos casos, se suelen recopilar y archivar todas las pruebas y se someten a selecciones y pruebas adicionales para determinar cuáles ideas seguirán adelante en un proceso que consta de tres etapas: inspiración, ideación e implementación.

Para medir la eficiencia de la innovación, es importante relacionar las innovaciones que llegan al mercado con los recursos disponibles en la empresa. Además, se deben tomar en cuenta métricas como la rapidez en lanzar al mercado una innovación ya que el tiempo es crítico para su éxito, así como la longevidad de la innovación, es decir, durante cuánto tiempo la empresa ha sido capaz de mantener un nivel de innovación constante.

La innovación es un intangible que puede agregar valor a la marca o al producto final, por lo que es importante tener en cuenta su gestión en una auditoría de innovación. En este sentido, es fundamental contar con un buen sistema de métricas e indicadores como el Cuadro de Mando Integral o *Balanced Scorecard* de Robert Kaplan y David Norton, que es ampliamente utilizado como sistema de gestión en las empresas. Este modelo implica la fijación de objetivos, distribución de recursos, asignación de responsabilidades y el seguimiento de indicadores para evaluar los resultados obtenidos.

En la auditoría de innovación, resulta crucial considerar diferentes perspectivas, como la financiera, la del cliente, la interna y la de aprendizaje y desarrollo. En la perspectiva

financiera, se deben analizar aspectos como los ingresos, beneficios, retorno del capital, *cash-flow* y ratios financieras. Por otro lado, la perspectiva del cliente implica evaluar la cuota de mercado, número de clientes, nivel de satisfacción, rotación y fidelidad. En la perspectiva interna, se debe tener en cuenta la gestión de clientes, operaciones, innovación, medio ambiente y responsabilidad social corporativa. Finalmente, la perspectiva de aprendizaje y desarrollo se enfoca en evaluar la capacidad y competencia de las personas, sistema de información, cultura, clima y motivación hacia la innovación y la acción.

Es importante analizar las desviaciones en estas auditorías para identificar las causas y proponer medidas de mejora, ya que esto permite tener una visión clara entre lo previsto y lo realizado.

Una herramienta relevante en el ámbito de la innovación es el Retorno en inversión en innovación (ROI2), que se calcula comparando los beneficios obtenidos de la comercialización de los nuevos productos con la inversión en investigación y desarrollo. Este indicador permite medir la eficiencia de la inversión en innovación y se deben incluir los retornos financieros indirectos, como el despliegue de infraestructura. Además, se deben tener en cuenta métricas de proceso que relacionen el número de ideas y pruebas con los productos lanzados o el tiempo que tarda en llegar al mercado, así como métricas que midan los resultados de la innovación en los clientes, como el aumento del número de clientes, su nivel de satisfacción, fidelización y uso.

En la auditoría de innovación, es necesario considerar los activos intangibles, como la propiedad industrial e intelectual, que incluyen patentes, diseños, marcas, derechos intelectuales y *know-how* asociado a proyectos de I+D y nuevos algoritmos. Estos activos confieren a la empresa el derecho de propiedad y la capacidad de explotarlos, venderlos, otorgar licencias de uso y obtener regalías, lo que puede aumentar el valor de la marca, fortalecer la relación con el ecosistema de innovación y aumentar el atractivo de la empresa para retener o atraer talento.

Una empresa es un conjunto de recursos organizados que buscan crecer y sobrevivir en un entorno competitivo. Es importante que estos recursos sean valiosos, raros, difíciles de imitar y de sustituir. La auditoría de innovación finaliza con la evaluación del nivel y perfil innovador de la empresa, con el objetivo de resumir la situación actual de la empresa en relación con la innovación. Es recomendable justificar y fundamentar la decisión con los datos obtenidos y se deben evaluar los diferentes perfiles innovadores, como el perfil empresa versionada, innovadora ocasional, innovadora incremental, innovadora disruptiva y radicalmente disruptiva.

La actitud innovadora y el deseo de mejora constante son esenciales para avanzar en los niveles de innovación. Sin embargo, no siempre es necesario innovar para tener éxito, como demuestra el caso de elBulli, que alcanzó el máximo nivel de innovación sin un crecimiento significativo. Para crear, es necesario comprender y trabajar duro, aprendiendo de los fracasos y aplicando pasión y talento.

Ferran Adria aconseja a los autónomos y pequeños empresarios que no deleguen en sus gestores y que gestionan sus empresas por sí mismos. Es importante que sean conscientes de que necesitan dirigir su empresa si quieren avanzar en los niveles de innovación. La dirección de la empresa debe estar totalmente comprometida si se desea lograr una estrategia efectiva de innovación. Si el líder no comprende la importancia de la innovación, es probable que no funcione.

Para Bofarull, la verdadera hazaña de elBulli fue la decisión de cerrar el restaurante durante media temporada para dedicarse a la investigación en el laboratorio de innovación en Barcelona (elBullitaller). Es necesario comprender para cambiar, y pasar de la auditoría de innovación a la estrategia. Para conseguir un análisis preciso, se debe seleccionar el objeto de estudio, la amplitud y la estrategia que se desea implementar, ya sea corporativa, funcional o de proyecto.

Desarrollar una visión holística e integrar la innovación y la estrategia es esencial para pasar de la auditoría a la estrategia. Las empresas y organizaciones se construyen a partir de las

decisiones de sus directivos, y es importante determinar lo más importante y las decisiones estratégicas que tendrán un impacto a largo plazo. A menudo, la simplicidad puede ser la mayor sofisticación.

Muchas empresas reconocidas han utilizado la técnica de auditoría creativa e innovación para mejorar sus procesos y productos. Algunos ejemplos son:

1. **Apple:** La empresa utiliza la auditoría creativa para identificar nuevas oportunidades de innovación, mejorar la calidad de sus productos y optimizar sus procesos de fabricación.
2. **Google:** La empresa utiliza la auditoría creativa para generar nuevas ideas y soluciones a los problemas, lo que ha llevado a la creación de productos innovadores como *Google Glass* y *Google Maps*.
3. **Procter & Gamble:** La empresa utiliza la auditoría creativa para mejorar la calidad de sus productos y encontrar nuevas oportunidades de innovación en sus diferentes líneas de negocio.
4. **Toyota:** La empresa utiliza la auditoría creativa para identificar oportunidades de mejora en sus procesos de producción y mejorar la calidad de sus vehículos.
5. **Nike:** La empresa utiliza la auditoría creativa para innovar en el diseño de sus productos y mejorar su experiencia de marca.

En general, muchas empresas líderes utilizan la auditoría creativa e innovación como una herramienta para generar nuevas ideas, mejorar la calidad de sus productos y procesos, y mantenerse a la vanguardia de la competencia.

Por último, es importante diferenciar entre la auditoría creativa y la auditoría a la innovación, ya que, aunque ambas se enfocan en la mejora y el crecimiento de una empresa, cada una tiene objetivos y métodos distintos.

La auditoría creativa implica pensar fuera de lo convencional y buscar nuevas soluciones para los problemas y oportunidades de la empresa. Se trata de un proceso más libre y exploratorio, que busca descubrir nuevas ideas y enfoques para mejorar la empresa.

Por otro lado, la auditoría a la innovación se enfoca en evaluar el grado de innovación de la empresa y su capacidad para adaptarse a los cambios del mercado. Se trata de un proceso más estructurado y analítico, que busca medir el éxito de las iniciativas de innovación de la empresa y su impacto en el mercado.

Factores claves de apoyo para la auditoría creativa & innovación bajo la perspectiva de elBulli

Según el *Christensen Institute*, hay tres características que pueden convertir una innovación en disruptiva: la tecnología, el modelo de negocio y la red de valor. La pregunta que plantean es por qué las empresas líderes en su sector no fueron innovadoras antes de ser desplazadas por nuevas entrantes.

Para analizar el sistema de innovación de una empresa, es importante considerar el equipo, la cultura, los recursos, el proceso y el sistema de innovación en sí mismo. El equipo de innovación es esencial para dinamizar el sistema, y se debe analizar desde tres perspectivas: estratégica, de influencia y de características del equipo. La cultura de innovación se debe analizar tanto a nivel general de la organización como del equipo de innovación en sí mismo.

Los recursos económicos, las inversiones y la sostenibilidad del modelo de negocio son importantes para mantener la innovación. El proceso de innovación se divide en tres etapas: ideación, prototipado y oferta al cliente. Finalmente, es importante equilibrar los cuatro componentes del sistema de innovación: equipo, cultura, recursos y proceso.

Aunque crear e innovar son dos actividades diferentes, las personas que lideran y forman parte del equipo de innovación son el factor principal para dinamizar el sistema de innovación de la empresa.

Los directivos de elBulli

Los directivos desempeñan un papel fundamental en el establecimiento de una cultura de innovación en una empresa. Algunas de las razones por las que los directivos son importantes en este sentido son:

1. **Establecen la visión y los objetivos:** Los directivos son responsables de establecer la visión y los objetivos de la empresa. Si se desea fomentar una cultura de innovación, los directivos deben establecer una visión clara y objetivos que fomenten la creatividad y la experimentación.
2. **Asignan recursos:** Los directivos también son responsables de asignar los recursos necesarios para fomentar la innovación. Esto puede incluir financiación para proyectos de investigación y desarrollo, herramientas y tecnología innovadoras y personal capacitado.
3. **Fomentan el riesgo y la experimentación:** Los directivos deben fomentar la experimentación y la toma de riesgos dentro de la empresa. Esto puede incluir permitir que los empleados prueben nuevas ideas y enfoques, incluso si tienen el potencial de fallar.
4. **Establecen un ambiente de trabajo favorable:** Los directivos son responsables de establecer un ambiente de trabajo favorable para la innovación. Esto puede incluir la creación de equipos interdisciplinarios, la eliminación de jerarquías y la promoción de la colaboración y el intercambio de ideas.

En resumen, los directivos son cruciales para establecer y fomentar una cultura de innovación.

La diferencia entre un líder y un jefe radica en que el primero conforma un equipo mientras que el segundo solo forma un grupo de colaboradores. En el caso de elBulli, no había un jefe,

sino un equipo de líderes creativos. Juli Soler, gerente general de elBulli desde 1981, era especialista en atención y servicio al cliente. Junto con Ferran Adrià, nombrado el mejor cocinero del mundo y una de las 10 personas con más influencia en el mundo según el *New York Times* por su innovación, nombraron la visión de ser el mejor restaurante del mundo. Esta visión se logró, siendo nombrado cinco veces el mejor restaurante del mundo y obteniendo tres estrellas *Michelin*.

A lo largo de su historia, elBulli llevó a cabo incesantes reingenierías bajo la dirección de Soler y Adrià. Se reorganizó el proceso contable-administrativo y se establecieron altos estándares de calidad que abarcaban desde la elección del producto hasta una estricta política de servicio al cliente. Esta política de servicio fue considerada por muchos como arte, como en el caso del platillo "2m de espagueti de parmesano" (Jouary, 2012).

La aportación clave de Juli Soler fue elevar el servicio de sala con una excelente calidad en el servicio. Es necesario tener una actitud propicia con un alto sentido de compromiso y responsabilidad para servir al comensal en sala, ya que se lleva a cabo la interacción directa con el cliente.

Para ser un buen líder, es importante comprender la visión de la empresa y el servicio que se proporciona a los clientes. Esto fue lo que motivó al personal de elBulli y los llevó a lograr su visión de ser el mejor restaurante del mundo. (ElBulli, s.f.)

La creatividad como parte de la memoria de elBulli

La naturaleza curiosa de Adrià lo mantiene ocupado todo el tiempo y ve los problemas como un desafío en su proceso creativo de platos complejos, lo que genera múltiples caminos alternativos.

En "Alicia en el país de las maravillas", el gato Cheshire le dice a Alicia que el camino que tome no importa si no sabe a dónde quiere llegar. Según Robert Sternberg, la creatividad implica elegir un camino diferente en situaciones específicas, sin importar las consecuencias, y para él, la creatividad involucra tres pasos: generar ideas, analizarlas y venderlas.

Andrea Ocampo señala en su tesis que algunos autores afirman que la creatividad y la inteligencia están relacionadas. Ken Robinson define la creatividad como el proceso de tener ideas valiosas y la considera un conjunto de inteligencia, pensamiento crítico, colaboración y pasión.

La creatividad y la innovación son procesos complementarios para desarrollar y mejorar productos. Anderson et al. (2014) indican que hay tres componentes clave para la creatividad, tanto individual como colectiva, como se vio en el caso de elBulli.

1. La experiencia.
2. La habilidad del pensamiento creativo
3. La motivación.

Anderson menciona que la creatividad individual se basa en la capacidad de una persona para generar ideas nuevas e innovadoras, mientras que la creatividad colectiva implica el trabajo en equipo para desarrollar ideas nuevas y aportar diferentes perspectivas. En el caso de elBulli, se puso en práctica la creatividad colectiva, ya que el equipo trabajaba en conjunto para desarrollar nuevos platos y técnicas culinarias.

Los tres componentes claves para la creatividad, son la experiencia, la imaginación y la motivación. La experiencia se refiere a la habilidad y conocimiento en un área específica, como la cocina en el caso de elBulli. La imaginación implica la capacidad de pensar de manera creativa y generar ideas nuevas e innovadoras. Por último, la motivación se refiere a la pasión y el compromiso con el objetivo de crear algo nuevo y diferente.

En el caso de elBulli, se puede ver cómo estos tres componentes se combinaron para lograr una creatividad colectiva excepcional. El equipo contaba con un alto nivel de experticia en gastronomía, lo que les permitió experimentar con técnicas culinarias innovadoras. Además, la imaginación y la motivación se vieron reflejadas en la pasión y el compromiso del equipo por crear platos únicos y sorprendentes que desafían las expectativas de los comensales.

La creatividad puede ocurrir a nivel individual o colectivo, y se basa en la experticia, la imaginación y la motivación. El caso de elBulli es un ejemplo de cómo estos tres componentes pueden combinarse para lograr una creatividad colectiva excepcional y desarrollar platos culinarios innovadores.

“En creatividad lo importante no es lo que buscas, si no lo que encuentras” (Ferran Adrià, 2010)

Pero para crear se debe tener un objetivo de lo que se quiere crear. Y para lograrlo se llevan a cabo una serie de pasos o secuencias.

1. **Imaginación.** Visualizar las cosas que no se hallan físicamente ante los ojos. Facilidad o habilidad de una persona de proyectar imágenes de las cosas en la mente. Es la facilidad que tienen las personas de crear otras realidades. Una persona que tiene un alto grado de imaginación tiene innumerables puntos de vista acerca de la realidad logrando tener una mejor comprensión de ella; le puede permitir a una persona llegar a una conclusión. Es importante que las personas utilicen su imaginación a partir de hechos reales, para tener una actitud positiva.
2. **Creatividad.** Pensar en ideas nuevas apropiadas. La creatividad es el concepto. La creatividad es acerca de las ideas. Se trata de nuevas formas de ver las cosas. La creatividad libera el potencial de la mente para obtener nuevas ideas. La creatividad es subjetiva.
3. **Creación.** Viene del latín *creare*², crear, producir de la nada, engendrar, producir. Hace surgir algo en base a lo que se tiene, sin presencia de algo anterior. Se puede definir como la materialización de una determinada fantasía.
4. **Innovación.** Utilizar el conocimiento para construir un camino que nos va a llevar a una meta. Se asocia al progreso de la sociedad aumentar el valor de algo. Nos lleva a

² Este vocabulario en su etimología viene del latín «creare», también del sánscrito «kre» que quiere decir hacer. Verbo activo transitivo. Este vocablo se trata en producir, originar y ocasionar algo de la nada que anteriormente no fue inventado. Fundar, instituir, establecer, introducir e instaurar por primera vez algo; hacer algo en la nada; en dar vida en sentido figurado. Establecer un nuevo puesto o trabajo. (Definiciones, s.f.)

una meta y de ahí a otra meta. Es el futuro ¿Qué quiero conseguir y como lo voy a hacer? Es una actitud, una creencia de que, para mejorar la situación actual hay que hacer algo diferente y de que el futuro puede ser mejor que el presente. Modifica el elemento ya existente con el fin de mejorarlo o renovarlo. Nuevas propuestas, nuevos inventos y sus implementaciones se miden económica y socialmente.

“El espíritu creativo no tiene por qué corresponderse con un resultado creativo” (Ferran Adrià, 2010)

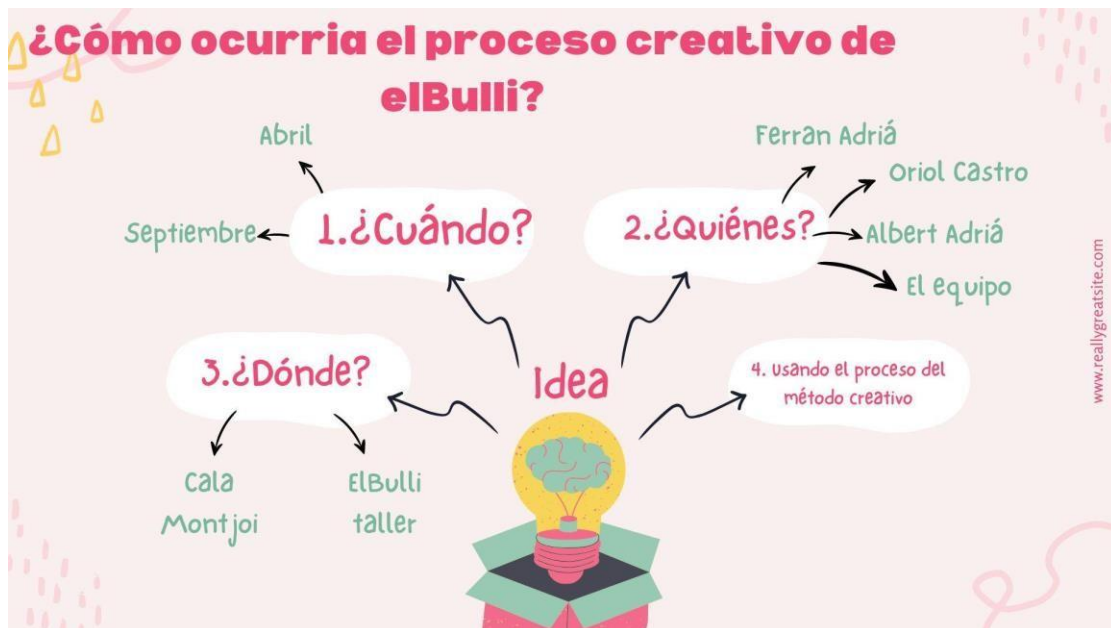


Ilustración 5 Catálogo general de elBulli. Fuente de información. (elBulliFoundation, 2022)

El equipo creativo de elBulli trabajaba incansablemente para alcanzar niveles de creatividad cada vez más altos. Aunque existen diferentes niveles de creatividad, como seguir una receta con toques personales o inventar una receta completamente nueva, en elBulli se esforzaban por llegar al último nivel, que implicaba constantes investigaciones, conocimientos técnicos, experiencia en paladares sofisticados, horas de trabajo y una excelente organización.

Todos los miembros del equipo utilizaban libretas como diarios para registrar sus ideas, conceptos, fotografías y bosquejos para nuevos platos. Estas libretas se presentaban a Adrià

como punto de partida para la creación de nuevos platos. Este archivo de ideas y registros dio lugar a un nuevo concepto innovador en el campo de la gastronomía: la auditoría creativa.

La auditoría creativa consistía en un archivo clasificado y un registro evolutivo que se consultaba constantemente para llevar un registro del desarrollo de cada plato y evitar la copia. Además, brindaba nuevos puntos de partida para nuevas propuestas. Los puntos de partida eran innumerables, podían basarse en una técnica, un producto, un concepto o una textura, y se pasaba por etapas de adaptación o deconstrucción de una idea previamente existente.

La intervención de la mente en el mundo creativo o el paladar mental

El mundo creativo y gastronómico se basa en la intervención de la mente, más específicamente, en el paladar mental. La comprensión de un hecho o producto en la gastronomía es esencial para poder juzgar su calidad y sabor. Es importante analizar un producto desde diferentes perspectivas, desde cuándo se adquiere hasta cómo se va a cortar. Pero ¿cómo se adquiere el conocimiento necesario para comprender un producto? Esto depende del aprendizaje que cada individuo haya tenido previamente y cómo este se relaciona con la información nueva que se está adquiriendo.

Esta reflexión llevó a elBulli a cambiar los paradigmas arraigados en la gastronomía. Para ellos, es esencial conocer todas las cualidades de un producto y saber que una misma especie puede dar distintas variedades, cada una con características propias. También consideran importante analizar un ingrediente desde el punto de vista gastronómico y científico, para conocer sus mejores condiciones de consumo y respetar el medio ambiente. Además, dan prioridad a los productos autóctonos y juzgan los ingredientes por su valor gastronómico, no por su precio. Por último, en el mundo gastronómico, un ingrediente puede pertenecer tanto al mundo dulce como al salado y un ingrediente nuevo puede inspirar miles de platos y sabores nuevos.

En definitiva, la intervención de la mente en el mundo creativo y gastronómico es vital para poder innovar, crear y comprender los productos que se utilizan en la elaboración de los

platos. La comprensión y el conocimiento de cada ingrediente son esenciales para poder juzgar su calidad y sabor, y para poder crear nuevas combinaciones que sorprenden y deleitan al paladar.



Ilustración 6 Mapa mental el proceso creativo de elBulli Fuente: Elaboración propia

La motivación y la pasión son esenciales para mantener al equipo creativo y para satisfacer las demandas de los clientes. ElBulli fue un taller donde se crearon nuevos platos, conceptos y técnicas que se compartieron con los clientes, pero medir el disfrute de la comida y la creatividad es difícil. Solo se puede medir la innovación a través del éxito que tenga el concepto o técnica en el mercado. Los métodos creativos de elBulli se resumen en tres etapas, resultado de años de investigación en la cocina.

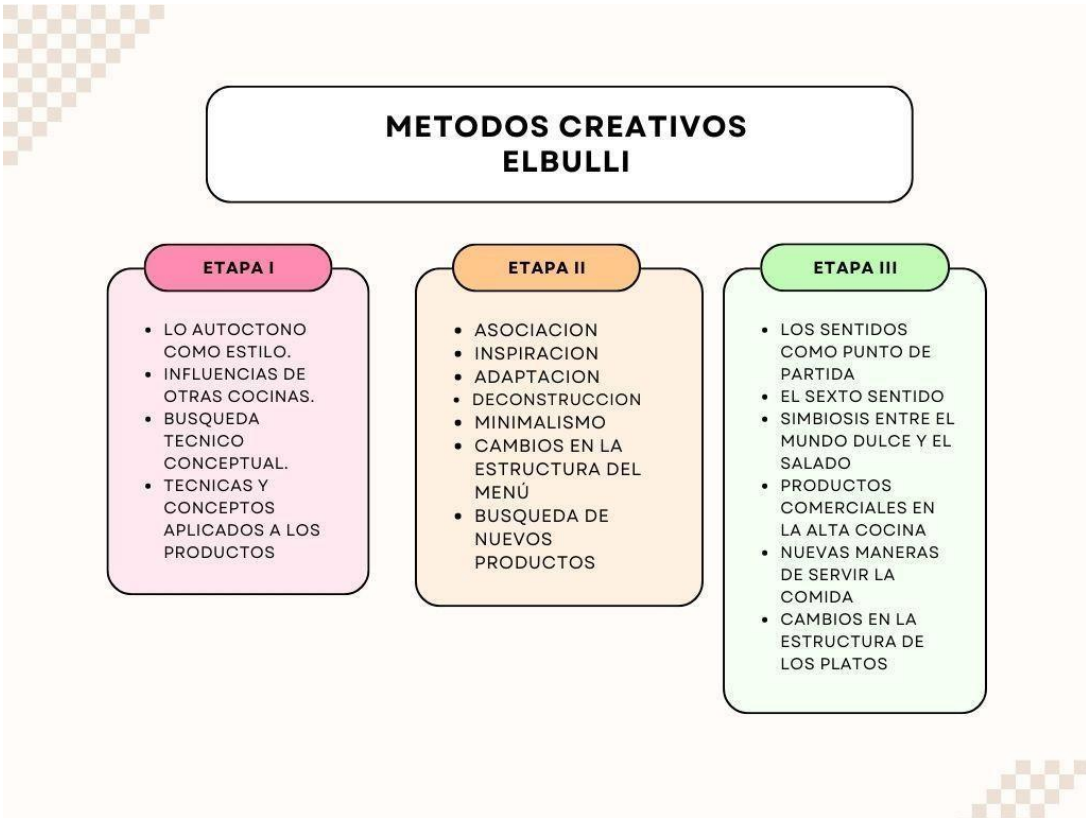


Ilustración 7 Etapas de los métodos creativos de elBulli Fuente: Elaboración propia

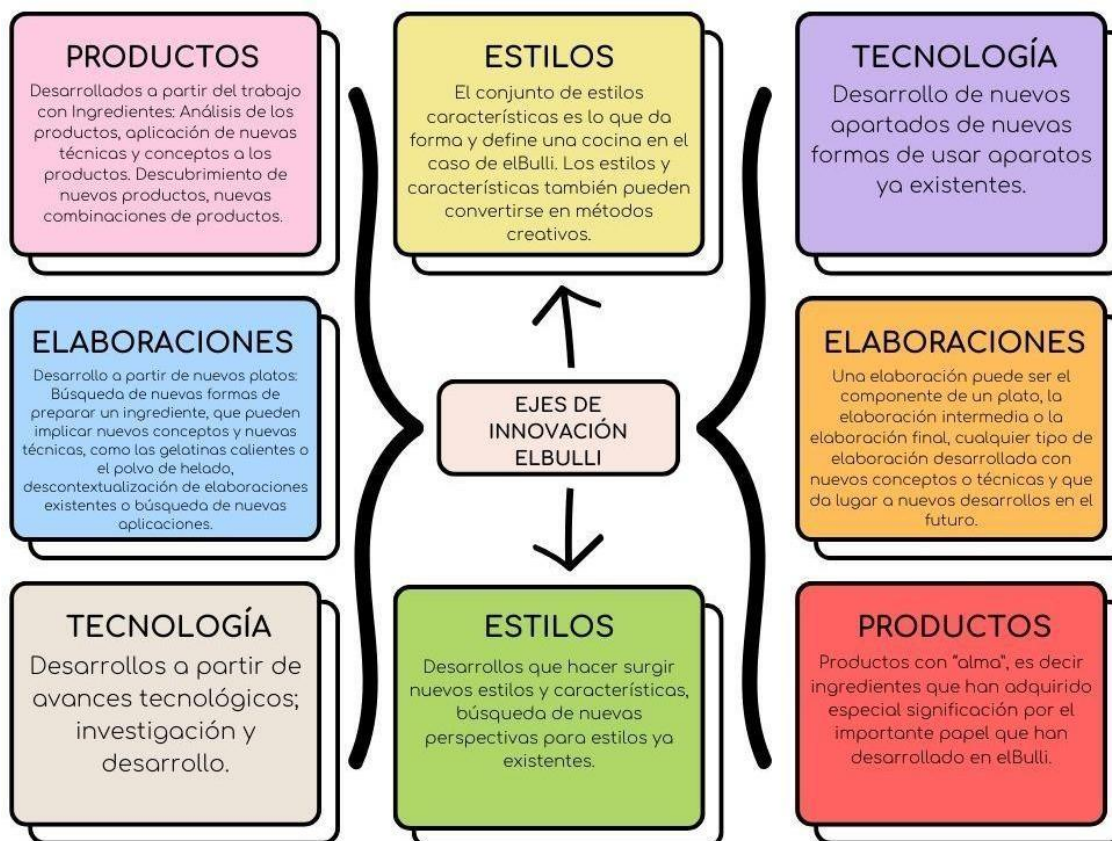


Ilustración 8 Ejes de innovación del elBulli Fuente: Elaboración propia

Equipo creativo

La democratización del personal y la identidad de "La familia del elBulli" fueron los ingredientes principales para la creatividad e innovación en la organización. Cada miembro tenía libertad para aportar y ser escuchado, lo que generó un ambiente creativo y un desarrollo organizacional proactivo. La visión organizacional de los líderes, los hermanos Ferran y Albert Adrià, coordinó todos los esfuerzos para superar las expectativas de los clientes. El recurso humano fue el factor más importante, cuidado con una hora sagrada de comida de personal y retroalimentación constante entre las áreas. El equipo de sala, liderado por Juli Soler y Luis García, coordina con cocina para ofrecer una experiencia completa al cliente y resolver problemas de último momento.

El entusiasmo como un valor principal en elBulli

El entusiasmo, derivado del latín *enthusiasmos*, se refiere a un estado de gracia y alegría inspirado por los dioses. A pesar de que Ferrán Adrià era conocido por ser estricto y exigente, en el documental "El último Vals" se muestra que realizó una fiesta para su personal, lo que generó un estado de alegría colectivo y pasión por la investigación y creatividad. Este entusiasmo llevó a elBulli a ser un equipo de trabajo innovador, rompiendo paradigmas y reglas establecidas en la cocina francesa. El entusiasmo genera creatividad colectiva y ha sido el legado de empresas como *Noma* en Estados Unidos y *La Postretería* en México, dirigida por Jesús Escalera, quien fue integrante de elBulli.

Una pizca de creatividad & Innovación

El equipo de elBulli se esforzaba por superarse cada año a través de sesiones de creatividad, trabajo, experimentación e investigación de hasta 9 horas. Todos los miembros del equipo eran parte del proceso creativo y se rotaban entre elBullitaller y elBulli restaurante para evitar tensiones. La creación de nuevas experiencias culinarias era el objetivo principal, lo que llevó a Ferrán Adrià a desarrollar su propio *know-how* y técnicas innovadoras, como la esferificación con calcio o el uso de la olla exprés para cocinar almendras, nueces y pétalos de rosas. La tecnología no era disruptiva, pero sí lo eran las técnicas. La administración se enfoca en el manejo básico de las computadoras y en el análisis y elaboración de manuales para todos los procesos, lo que permitió a elBulli ser una empresa competitiva en su ramo.

Influencia Japonesa

En elBulli, la cocina japonesa tuvo una gran influencia debido a las colaboraciones y visitas frecuentes de Adrià a Japón. Pero no solo en la cocina, sino también en la gestión administrativa, se vio reflejado el enfoque japonés de calidad conocido como *Kaizen*, que se traduce en mejoramiento continuo en todo, desde productos hasta servicios. La calidad en los productos y atención al cliente siempre fue una prioridad en elBulli, y esta filosofía abarcaba todos los aspectos de la vida, tanto personales como laborales. A nivel empresarial, esto

significaba un compromiso colectivo para mejorar continuamente, desde el nivel gerencial hasta el de los trabajadores.

Libertad Económica

Aunque Ferran Adrià no completó sus estudios de ciencias administrativas, su cercanía con universidades especializadas en planes de negocios le permitió comprender la importancia de la libertad económica y la rentabilidad en un restaurante creativo e innovador. Desde sus inicios en elBulli, implementó un estricto control de costos y desperdicios, lo que lo llevó a visualizar diversas unidades de negocio y colaboraciones financieras con empresas como Telefónica. A pesar de esto, siempre mantuvo su enfoque en el restaurante principal, lo que permitió a la compañía diversificar y convertirse en una empresa competitiva con múltiples negocios, incluyendo una editorial, un taller creativo, una empresa de catering, un hotel, un centro de negocios, una consultoría y restaurantes con una cocina más accesible al público en general.

Calidad en el servicio

La atención al cliente y la calidad del servicio fueron aspectos clave para los dos líderes principales de elBulli. Crearon un ambiente de fidelidad y accesibilidad, permitiendo a los clientes entrar en la cocina y experimentar la verdadera esencia de elBulli. El trato especial y acogedor, como si fueran parte de la familia de Juli Soler, revolucionó la atención en sala, lo que ahora es un área de especialización en la gastronomía.

En palabras de Constantin Stanislavski: "Todos los trabajadores del teatro, desde el portero hasta los actores, son colaboradores del autor cuya obra reúne al público. Todos ellos sirven y están sujetos al objetivo fundamental de nuestra arte..." (Rodríguez, Sergio Hernández, 2011).

Organización y filosofía (Comportamiento Organizacional)

Ferrán Adrià utilizó una sólida filosofía creativa y organización para evolucionar en la caja de chocolates de *Willy Wonka*. Esto incluyó horarios y lugares específicos para sesiones de creatividad, definiciones claras y objetivos en los métodos creativos, colaboraciones con expertos de otros ámbitos y fabricantes de la industria alimentaria. Estos factores enriquecieron el desarrollo creativo de elBulli, que combinó técnicas de cocina clásica para crear una colección de recetas con un estilo único. Para mejorar continuamente, se normalizaron los procesos de investigación y desarrollo de nuevas técnicas culinarias, abriendo el elBulli taller y colaborando con la Fundación Alicia. Ferrán Adrià también involucró a todos los miembros del equipo en el proceso creativo para lograr una eficiencia brutal. La competitividad se logró a través del benchmarking, observando las ventajas competitivas y comparativas de otros para crear las propias.

Ferrán Adrià desarrolló buenas estructuras administrativas y capacitó a su equipo en todos los ámbitos de los procesos creativos, retroalimentación de los clientes y clasificación de los platillos. Su capacidad para utilizar tanto el hemisferio derecho como el izquierdo del cerebro fue crucial para su éxito en la creación de un modelo para equipos creativos y su propio método de investigación, el método sapiens. La cultura laboral colectiva y los valores como la honestidad y la exigencia, así como la teoría de la expectativa de Víctor Vroom, motivaron al equipo a alcanzar sus metas y generar endorfinas para subir su autoestima. La imaginación es la proyección de otra realidad a partir de una ya establecida, mientras que la creatividad es pensar en nuevas ideas con ayuda de la imaginación.

Método Sapiens

El método Sapiens se originó como una forma de organizar y responder preguntas sobre el mundo gastronómico, pero posteriormente se convirtió en un enfoque transversal que se puede aplicar a otras disciplinas. Se centra en la investigación y creación de contenidos, y se utiliza para analizar cualquier ámbito. La metodología se basa en el análisis léxico, semántico y conceptual, así como en el análisis comparativo, clasificatorio y sistémico. Es utilizado por

equipos creativos en empresas como Telefónica, HP, Don Pernigón y El Hospital de Sant Joan, y consiste en desaprender para aprender y comprender los procesos creativos de las empresas.

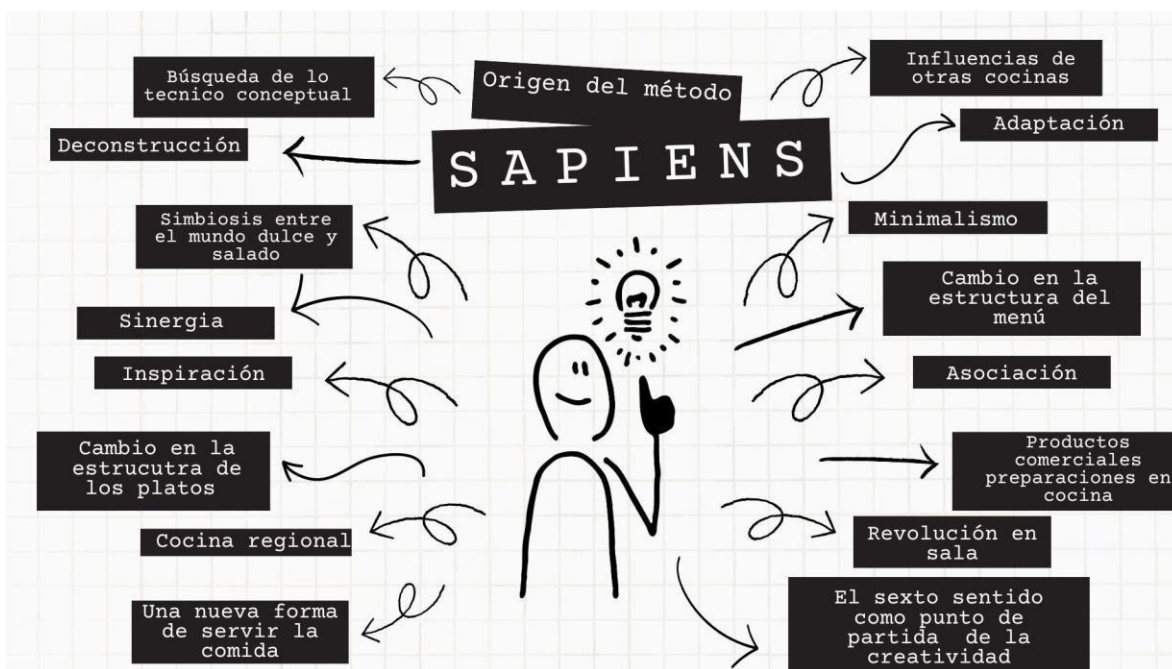


Ilustración 9 Mapa mental de los elementos que dieron origen al método sapiens Fuente: Elaboración propia

En resumen, el método Sapiens es útil y en constante evolución, aplicable en diversos contextos para analizar diferentes aspectos del mundo.

Capítulo III Método

Es importante medir el nivel de conocimiento de los profesionales sobre la auditoría creativa por varias razones:

1. **Identificar oportunidades de mejora:** Si se mide el nivel de conocimiento de los profesionales sobre la auditoría creativa, se pueden identificar áreas en las que se necesitan mejoras en la capacitación y la formación. Esto puede ayudar a las empresas a mejorar la calidad de su trabajo y a mantenerse al día con las últimas tendencias y prácticas en el campo de la auditoría creativa.
2. **Fomentar la innovación:** La auditoría creativa trata de fomentar la innovación y el pensamiento creativo. Si los profesionales tienen un buen conocimiento de la auditoría creativa, pueden aplicar sus conocimientos en la práctica y fomentar la innovación en su trabajo diario.
3. **Mantenerse competitivo:** En un mercado cada vez más competitivo, es importante que las empresas tengan profesionales que tengan un buen conocimiento de la auditoría creativa. Esto puede ayudar a las empresas a mantenerse al día con las últimas tendencias y prácticas en el campo de la auditoría creativa y a ofrecer un servicio de alta calidad a sus clientes.
4. **Mejorar la calidad del trabajo:** Si los profesionales tienen un buen conocimiento de la auditoría creativa, pueden aplicar sus conocimientos en su trabajo diario y mejorar la calidad de su trabajo. Esto puede ayudar a las empresas a ofrecer un servicio de alta calidad a sus clientes y a mejorar su reputación en el mercado.

Medir el nivel de conocimiento de los profesionales sobre la auditoría creativa es importante porque puede ayudar a identificar oportunidades de mejora, fomentar la innovación, mantenerse competitivo y mejorar la calidad del trabajo.

Como objetivo de la presente investigación se considera evaluar el nivel de conocimiento de los contadores y chefs acerca de la Auditoría Creativa, comparando los resultados entre los dos grupos de muestra.

Existen varias posibles justificaciones científicas para que personas con perfiles diferentes, como contadores y gastrónomos, que es el caso de la autora de este trabajo de investigación que cuenta con dos perfiles por un lado el de contador público y por otro lado el de gastrónomo (grado que se desea obtener con este trabajo de investigación) y que se interesa en la auditoría creativa y en analizar el nivel de conocimiento de dos perfiles distintos, como contadores y chefs.

Hay varias justificaciones por las cuales una persona que es contadora y chef podría interesarse por la auditoría creativa y de innovación. En primer lugar, la creatividad y la innovación son fundamentales en el mundo de la gastronomía y la restauración, y pueden ser claves para el éxito de un negocio en este sector.

En segundo lugar, la contabilidad y la administración son aspectos importantes del funcionamiento de cualquier negocio, incluyendo los restaurantes. La auditoría creativa y de innovación puede ayudar a identificar nuevas oportunidades de negocio y a mejorar la eficiencia y la rentabilidad de la empresa.

Además, la combinación de habilidades en contabilidad y cocina puede proporcionar una perspectiva única y valiosa en la evaluación de la creatividad e innovación en la industria de la alimentación y la restauración. La auditoría creativa y de innovación puede ser una herramienta valiosa para mejorar tanto la gestión financiera como la creatividad e innovación en la industria de la restauración.

Algunas de otras justificaciones son:

1. **Interdisciplinariedad:** la persona que tiene conocimientos en diferentes áreas puede aplicarlos de manera conjunta para abordar problemas complejos en diferentes campos. En este caso, la combinación de conocimientos en contabilidad y gastronomía puede permitir a la persona desarrollar una perspectiva más amplia y compleja sobre la innovación y la creatividad en diferentes contextos, lo que le

permite aplicar herramientas y técnicas de auditoría creativa que pueden ser útiles para ambos campos.

2. **Diversidad de perspectivas:** la combinación de diferentes perspectivas y enfoques puede enriquecer el análisis y la comprensión de un problema. En este caso, la persona que tiene conocimientos en contabilidad y gastronomía puede analizar la innovación y la creatividad desde diferentes ángulos y, por lo tanto, obtener una visión más completa y multifacética del tema.
3. **Ampliación de horizontes:** la persona que tiene conocimientos en diferentes áreas puede estar interesada en explorar nuevas fronteras y expandir su conocimiento en diferentes campos. En este caso, la auditoría creativa puede ser una herramienta útil para esta persona para explorar cómo la innovación y la creatividad se aplican en diferentes contextos y cómo se pueden mejorar las prácticas en diferentes campos.
4. **Desarrollo de habilidades creativas e innovadoras:** La creatividad y la innovación son fundamentales para el desarrollo y la prosperidad económica. Las empresas y las organizaciones necesitan personas que puedan pensar de manera innovadora y creativa para resolver problemas y desarrollar nuevos productos y servicios, también son necesarias para adaptarse a un mundo en constante cambio. Las personas que pueden adaptarse y encontrar soluciones creativas a los nuevos desafíos tienen una ventaja en el mercado laboral y en la vida cotidiana. La auditoría creativa es importante porque fomenta la originalidad y la individualidad. Las personas que pueden crear algo nuevo y diferente tienen una voz única y valiosa que puede influir, se necesitan nuevas ideas y enfoques creativos para abordar estos problemas complejos y urgentes.

En general, la interdisciplinariedad, la diversidad de perspectivas y la ampliación de horizontes son razones válidas y científicamente justificables para que una persona con perfiles diferentes se interese en la auditoría creativa y en analizar el nivel de conocimiento de dos perfiles distintos, como contadores y chefs. Estas razones pueden llevar a una comprensión más profunda de cómo se pueden aplicar las herramientas y técnicas de auditoría creativa en diferentes contextos y cómo se pueden mejorar las prácticas en diferentes campos.

Dado que tanto los contadores como los chefs pueden tener un papel importante en la implementación de la Auditoría Creativa en sus respectivas áreas, se considera interesante evaluar su nivel de conocimiento y comprensión de esta técnica. Al comparar los resultados entre los dos grupos de muestra, se puede identificar si hay diferencias significativas en su nivel de conocimiento y comprensión, lo que puede ayudar a desarrollar mejores estrategias de capacitación y difusión de esta técnica.

Evaluar el nivel de conocimiento de los contadores y chefs acerca de esta técnica puede ayudar a mejorar su aplicación y difusión, lo que puede tener un impacto positivo en la calidad de la auditoría y en la eficacia de los procesos en ambos sectores.

El problema de investigación es que existe una brecha en el nivel de conocimiento de la Auditoría Creativa entre contadores y chefs, y en caso de existir, identificar las posibles causas de este fenómeno. Además, se buscaría evaluar la importancia y relevancia de la Auditoría Creativa en ambos campos profesionales y cómo podría ser aplicada en la práctica.

Y los objetivos específicos son los siguientes:

1. Evaluar el conocimiento actual de la Auditoría Creativa entre contadores y chefs mediante una encuesta.
2. Identificar las causas de la brecha en el nivel de conocimiento de la Auditoría Creativa entre contadores y chefs.
3. Analizar la importancia y relevancia de la Auditoría Creativa.

La hipótesis que se pretende comprobar es:

La evaluación del conocimiento actual de la auditoría creativa entre contadores y chefs demostrará que ambos grupos tienen un buen entendimiento de los conceptos y técnicas de la auditoría creativa.

En este capítulo se presenta una investigación cuantitativa transversal que tiene como objetivo principal evaluar el nivel de conocimiento de la Auditoría Creativa y Auditoría a la

Innovación entre contadores y chefs, para identificar las posibles causas de la brecha en su conocimiento, y analizar su importancia y relevancia en ambos campos profesionales.

La investigación descrita es una investigación cuantitativa porque se observa y se describe el fenómeno de manera objetiva y se utilizó una encuesta para recopilar información sobre el nivel de conocimiento de los contadores y chefs en relación con la Auditoría Creativa. La investigación es transversal porque se obtuvo la información en un solo momento.

Para ello, se utilizó una muestra de 72 individuos, divididos en dos grupos de 36 contadores y 36 chefs. Este capítulo presenta los detalles de la muestra y los resultados de la investigación, con el fin de contribuir a la comprensión y aplicación efectiva de la Auditoría Creativa & Auditoría a la Innovación en ambos campos profesionales.

En el análisis de la muestra de contadores y chefs, se puede apreciar que la población de contadores se concentra en edades comprendidas entre los 20 y 60 años, siendo el grupo de mayor concentración el de 40 años. Por otro lado, la muestra de chefs es más dispersa, aunque se concentra mayoritariamente en el grupo de los 30 años.

En cuanto al género, el grupo de contadores está equilibrado con una distribución similar entre hombres y mujeres, mientras que en los chefs se observa una tendencia hacia el género masculino.

Con relación a la escolaridad, el 61.1% de los contadores cuenta con un posgrado, mientras que en los chefs solo el 19.44% posee este nivel de educación, debido a que muchos tienen formación técnica en cocina o incluso otra carrera.

En cuanto a la profesión, el 63.9% de la muestra de contadores es contador público, mientras que el 36.10% tiene una carrera afín o incluso dos carreras. Por su parte, el 77.88% de los chefs tiene una profesión relacionada con la cocina.

En cuanto al nivel de empleo, el 55.60% de los contadores son empleadores y el 44.4% son empleados, lo que refleja una muestra equilibrada. En contraste, en el grupo de los chefs, la mayoría 67% muestra una tendencia a emprender, mientras que los contadores, como profesión conservadora, prefieren emplearse.

Capítulo IV Resultados

La Auditoría Creativa y la Auditoría a la Innovación son técnicas innovadoras que han ganado popularidad en diversos campos profesionales. Sin embargo, puede existir una brecha en el nivel de conocimiento sobre esta técnica entre los contadores y chefs, lo que puede afectar su aplicación efectiva y su difusión en ambos sectores.

Tabla cruzada Muestra* ¿Alguna vez escucho hablar de la "Auditoría creativa?"

Muestra	Chefs		¿Alguna vez escucho hablar de la "Auditoría creativa?"		Total
			Sí	No	
Muestra	Chefs	Recuento	15	21	36
		% dentro de Muestra	41.7%	58.3%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez escucho hablar de la "Auditoría creativa?"	78.9%	39.6%	50.0%
		% del total	20.8%	29.2%	50.0%
Muestra	Contadores	Recuento	4	32	36
		% dentro de Muestra	11.1%	88.9%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez escucho hablar de la "Auditoría creativa?"	21.1%	60.4%	50.0%
		% del total	5.6%	44.4%	50.0%
Total		Recuento	19	53	72
		% dentro de Muestra	26.4%	73.6%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez escucho hablar de la "Auditoría creativa?"	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	26.4%	73.6%	100.0%

Tabla 1 cruzada ¿Alguna vez escucho habla de la "Auditoría Creativa? Fuente: Elaboración propia

La tabla muestra que sólo el 26.4% de la muestra ha escuchado hablar de la "Auditoría creativa", siendo los chefs los que más han oído hablar de ella con un 20.8%. La prueba de chi-cuadrado indica que la asociación entre el conocimiento de la auditoría creativa y la profesión si es significativa ($p=0.003$).

Esto sugiere que los contadores a pesar de que están más familiarizados con el término de 'auditoría' que otros profesionales, no saben sobre el tema de la 'auditoría creativa'. A pesar de que los contadores suelen asociar más la palabra auditoría porque es un término ampliamente utilizado en su campo de trabajo. La auditoría es un proceso de revisión y evaluación de los registros financieros y contables de una empresa, que se realiza para garantizar que se están cumpliendo las normas y regulaciones contables y fiscales, y para

detectar errores o fraudes. Y dado que los contadores trabajan con frecuencia en auditorías, hubiera sido natural que conocieran de la ‘auditoría creativa’.

Por otro lado, los chefs no suelen asociar la palabra auditoría con su trabajo debido a que su campo de trabajo no está directamente relacionado con la auditoría. Aunque los chefs pueden tener que realizar controles de calidad y de higiene en sus cocinas, estos procesos no son comúnmente denominados como auditorías en su campo de trabajo. En lugar de ello, los chefs suelen utilizar términos como inspección, evaluación o control de calidad para referirse a estos procesos.

Esto se debe a que cada profesión tiene sus propios términos y conceptos específicos que son relevantes para su campo de trabajo y que son más utilizados y familiarizados por los profesionales en esa área. Los contadores, por ejemplo, están más familiarizados con el término auditoría porque es una práctica común en su trabajo diario, mientras que los chefs están más familiarizados con términos como control de calidad e inspección porque son más relevantes para su campo de trabajo.

Tabla cruzada Muestra* ¿Alguna vez escucho hablar de la "Auditoría a la Innovación?"

		¿Alguna vez escucho hablar de la "Auditoría a la Innovación?"		Total	
		Sí	No		
Muestra	Chefs	Recuento	10	26	36
		% dentro de Muestra	27.8%	72.2%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez escucho hablar de la "Auditoría a la Innovación?"	71.4%	44.8%	50.0%
		% del total	13.9%	36.1%	50.0%
	Contadores	Recuento	4	32	36
		% dentro de Muestra	11.1%	88.9%	100.0%
		% dentro de ¿Alguna vez escucho hablar de la "Auditoría a la Innovación?"	28.6%	55.2%	50.0%
		% del total	5.6%	44.4%	50.0%
Total	Recuento	14	58	72	
	% dentro de Muestra	19.4%	80.6%	100.0%	
	% dentro de ¿Alguna vez escucho hablar de la "Auditoría a la Innovación?"	100.0%	100.0%	100.0%	
	% del total	19.4%	80.6%	100.0%	

Tabla 2 cruzada muestra ¿Alguna vez escuchó hablar de la Auditoría a la Innovación? Fuente: Elaboración propia.

En la muestra de 72 personas, el 13.9% de los chefs y el 5.6% de los contadores han escuchado hablar de la "Auditoría a la Innovación". La tabla cruzada muestra que no hay una asociación significativa entre la profesión y el conocimiento de esta auditoría.

En la teoría los chefs y los contadores, podrían hacer uso del término "auditoría a la innovación" dependiendo de su enfoque y área de trabajo. Por ejemplo, los chefs podrían utilizar este término para referirse a la evaluación y mejora de sus procesos creativos y de innovación en la cocina, mientras que los contadores podrían utilizarlo para referirse a la evaluación y mejora de los procesos de innovación y cambio en las empresas, con el fin de mejorar sus resultados y su posición en el mercado.

En resumen, el término "auditoría a la innovación" puede ser utilizado por cualquier profesional que busque mejorar y optimizar los procesos de innovación en su área de trabajo, sin embargo, en términos generales ninguno de los dos conoce el término.

Tabla cruzada Muestra* ¿Creatividad e innovación significan lo mismo para Usted?

			¿Creatividad e innovación significan lo mismo para Usted?		Total
			Sí	No	
Muestra	Chefs	Recuento	5	31	36
		% dentro de Muestra	13.9%	86.1%	100.0%
		% dentro de ¿Creatividad e innovación significan lo mismo para Usted?	62.5%	48.4%	50.0%
		% del total	6.9%	43.1%	50.0%
	Contadores	Recuento	3	33	36
		% dentro de Muestra	8.3%	91.7%	100.0%
		% dentro de ¿Creatividad e innovación significan lo mismo para Usted?	37.5%	51.6%	50.0%
		% del total	4.2%	45.8%	50.0%
Total	Recuento	8	64	72	
	% dentro de Muestra	11.1%	88.9%	100.0%	
	% dentro de ¿Creatividad e innovación significan lo mismo para Usted?	100.0%	100.0%	100.0%	
	% del total	11.1%	88.9%	100.0%	

Tabla 3 cruzada muestra ¿Alguna vez escuchó hablar de la Auditoría a la Innovación? Fuente: Elaboración propia.

Esta tabla cruzada muestra los resultados de una encuesta realizada a chefs y contadores sobre si consideran que creatividad e innovación significan lo mismo para ellos. En la muestra de chefs, el 13.9% respondió que sí, mientras que el 8.1% respondió que no. En la muestra de

contadores, el 4.2% respondió que sí, mientras que el 45.8% respondió que no. En general, el 88.9% de los encuestados respondió que no consideran que creatividad e innovación signifiquen lo mismo para ellos.

La prueba de chi-cuadrado de Pearson indica que no hay una asociación significativa entre la profesión y la opinión sobre la relación entre creatividad e innovación (Chi cuadrado=0.74, p=0.067). Esto sugiere que la opinión sobre la relación entre creatividad e innovación no depende de la profesión del encuestado.

Es posible que los chefs y los contadores tengan una visión diferente sobre creatividad e innovación. Para los chefs, la creatividad puede ser una forma de expresar su arte a través de la comida. Por otro lado, para los contadores, la innovación puede significar el uso de nuevas herramientas o procesos para mejorar la eficiencia y productividad. Estas visiones diferentes podrían explicar por qué hay una diferencia en las respuestas entre los chefs y los contadores.

Tabla cruzada Muestra* ¿Considera que es posible auditar la gestión de la innovación?

			¿Considera que es posible auditar la gestión de la innovación?				
			Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Muestra	Chefs	Recuento	4	2	20	10	36
		% dentro de Muestra	11.1%	5.6%	55.6%	27.8%	100.0%
		% dentro de ¿Considera que es posible auditar la gestión de la innovación?	66.7%	50.0%	41.7%	71.4%	50.0%
		% del total	5.6%	2.8%	27.8%	13.9%	50.0%
	Contadores	Recuento	2	2	28	4	36
		% dentro de Muestra	5.6%	5.6%	77.8%	11.1%	100.0%
		% dentro de ¿Considera que es posible auditar la gestión de la innovación?	33.3%	50.0%	58.3%	28.6%	50.0%
		% del total	2.8%	2.8%	38.9%	5.6%	50.0%
Total	Recuento	6	4	48	14	72	
	% dentro de Muestra	8.3%	5.6%	66.7%	19.4%	100.0%	
	% dentro de ¿Considera que es posible auditar la gestión de la innovación?	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% del total	8.3%	5.6%	66.7%	19.4%	100.0%	

Tabla 4 cruzada muestra ¿Alguna vez escuchó hablar de la Auditoría a la Innovación? Fuente: Elaboración propia.

La tabla muestra que solo el 19.4% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que es posible auditar la gestión de la innovación. Los contadores son ligeramente más propensos a estar ‘de acuerdo’ en comparación con los chefs, con un 38.9% frente a un 27.8% respectivamente, en general la mayoría de la muestra solo está ‘de acuerdo’ con un 66.7%.

Sin embargo, la prueba de chi-cuadrado indica que no hay una asociación significativa entre la profesión y la percepción de si es posible auditar la gestión de la innovación, ya que el valor de p es mayor a 0.05. Esto sugiere que la profesión no tiene una influencia significativa en la percepción de si es posible auditar la gestión de la innovación para los encuestados.

Las principales razones por las cuales no hay una asociación significativa entre la profesión y la percepción de si es posible auditar la gestión de la innovación podrían ser que los chefs y los contadores tienen enfoques diferentes para abordar la innovación. Los chefs pueden estar más enfocados en la creatividad y la experimentación para innovar, mientras que los contadores pueden estar más orientados a los aspectos organizacionales, procesos y estrategias para innovar. Además, la percepción de la capacidad de auditar la gestión de la innovación también podría estar influenciada por el nivel de experiencia de los encuestados, el entorno laboral y la cultura de la empresa.

Tabla cruzada Muestra*Considera Usted, que para el sector en el que se desempeña, ¿La creatividad es importante?

Muestra	Chefs	Recuento	Considera Usted, que para el sector en el que se desempeña, ¿La creatividad es importante?			Total
			Algo importante	Importante	Muy importante	
		Recuento	0	1	35	36
		% dentro de Muestra	0.0%	2.8%	97.2%	100.0%
		% dentro de Considera Usted, que para el sector en el que se desempeña, ¿La creatividad es importante?	0.0%	8.3%	59.3%	50.0%
		% del total	0.0%	1.4%	48.6%	50.0%
	Contadores	Recuento	1	11	24	36
		% dentro de Muestra	2.8%	30.6%	66.7%	100.0%
		% dentro de Considera Usted, que para el sector en el que se desempeña, ¿La creatividad es importante?	100.0%	91.7%	40.7%	50.0%
		% del total	1.4%	15.3%	33.3%	50.0%
Total		Recuento	1	12	59	72
		% dentro de Muestra	1.4%	16.7%	81.9%	100.0%
		% dentro de Considera Usted, que para el sector en el que se desempeña, ¿La creatividad es importante?	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	1.4%	16.7%	81.9%	100.0%

Tabla 5 cruzada muestra ¿Alguna vez escuchó hablar de la Auditoría a la Innovación? Fuente: Elaboración propia.

La tabla cruzada muestra la relación entre la muestra de chefs y contadores sobre su percepción sobre la importancia de la creatividad en el sector en el que se desempeñan. Se observa que el 97.2% de los chefs considera que la creatividad es muy importante en

su sector, mientras que solo el 2.8% la considera importante. No hay ningún chef que considere que la creatividad es algo poco importante o nada importante en su sector a diferencia de los contadores que con un 66.7% considera que es muy importante, el 30.6% considera solo importante y el 2.8% no considera para nada importante la creatividad en su sector

La prueba de chi-cuadrado muestra una asociación significativa entre la muestra de chefs y contadores y su percepción sobre la importancia de la creatividad en su sector. Esto sugiere que la percepción de los chefs y contadores sobre la importancia de la creatividad no es aleatoria y podría estar influenciada por factores específicos relacionados con su trabajo.

La creatividad es importante en la profesión del chef porque permite que ellos desarrollen nuevas recetas y platillos innovadores que puedan atraer a los clientes y destacar en un mercado competitivo. La creatividad también les permite buscar formas de utilizar ingredientes de manera innovadora y presentar platos de manera atractiva y original.

Por otro lado, la creatividad es importante en la profesión del contador porque les permite encontrar soluciones creativas a los problemas financieros y fiscales de sus clientes o empresas. La creatividad en este campo puede significar la implementación de nuevas estrategias financieras, la elaboración de informes más claros y precisos, o el desarrollo de formas innovadoras de presentar la información financiera para que sea más fácil pero la percepción de creatividad en los contadores puede verse disminuida debido a que gran parte de la información contable y financiera se rige por procedimientos altamente estandarizados

En resumen, la creatividad es esencial en ambas profesiones, ya que permite a los chefs y contadores destacar en sus campos y encontrar soluciones innovadoras a los problemas que enfrentan.

Tabla cruzada Muestra*Considera Usted, que para el sector en el que se desempeña, ¿La innovación es importante?

		Considera Usted, que para el sector en el que se desempeña, ¿La innovación es importante?			
			Importante	Muy importante	Total
Muestra	Chefs	Recuento	6	30	36
		% dentro de Muestra	16.7%	83.3%	100.0%
		% dentro de Considera Usted, que para el sector en el que se desempeña, ¿La innovación es importante?	33.3%	55.6%	50.0%
		% del total	8.3%	41.7%	50.0%
	Contadores	Recuento	12	24	36
		% dentro de Muestra	33.3%	66.7%	100.0%
		% dentro de Considera Usted, que para el sector en el que se desempeña, ¿La innovación es importante?	66.7%	44.4%	50.0%
		% del total	16.7%	33.3%	50.0%
Total		Recuento	18	54	72
		% dentro de Muestra	25.0%	75.0%	100.0%
		% dentro de Considera Usted, que para el sector en el que se desempeña, ¿La innovación es importante?	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	25.0%	75.0%	100.0%

Tabla 6 cruzada muestra ¿Alguna vez escuchó hablar de la Auditoría a la Innovación? Fuente: Elaboración propia.

La tabla cruzada muestra la relación entre la muestra de chefs-contadores y su percepción sobre la importancia de la innovación en el sector en el que se desempeñan. Se observa que el 83.3% de los chefs considera que la innovación es muy importante en su sector, mientras que solo el 16.7% la considera importante. No hay ningún chef que considere que la innovación es algo poco importante o nada importante en su sector. Mientras que por el lado de los contadores el 66.7% considera muy importante para su sector la innovación y el 33.3% solo considera importante, no hay ningún contador que considere que la innovación es algo poco importante o nada importante en su sector. Del total de la muestra entre contadores y chefs el 75% de la muestra considera muy importante la innovación y solo el 25% importante

La prueba de chi-cuadrado muestra una asociación significativa entre la muestra de chefs-contadores y su percepción sobre la importancia de la innovación en su sector. Esto sugiere que la percepción de los chefs y contadores sobre la importancia de la innovación

no es aleatoria y podría estar influenciada por factores específicos relacionados con su trabajo en el sector culinario y contable.

La innovación es importante en el sector de un chef y de un contador porque les permite adaptarse a los cambios constantes en sus industrias y encontrar nuevas formas de mejorar la calidad de sus servicios.

En el caso de un chef, la innovación puede significar la creación de platos únicos que atraigan a nuevos clientes y mantengan a los actuales interesados. A medida que los gustos y las tendencias cambian, es importante que los chefs sean capaces de adaptarse y ofrecer opciones nuevas y emocionantes. Además, la innovación también puede ayudar a mejorar la eficiencia en la cocina, reducir los costos y aumentar la rentabilidad.

En el caso de un contador, la innovación puede implicar el uso de nuevas tecnologías para mejorar la eficiencia en la gestión de la contabilidad y las finanzas. También puede significar encontrar nuevas formas de reducir los costos y aumentar los ingresos de una empresa. La innovación en la contabilidad también puede ayudar a mejorar la transparencia y la precisión en los informes financieros, lo que puede generar confianza en los inversores y los clientes.

En resumen, la innovación es importante en ambos sectores porque les permite mantenerse relevantes y competitivos en un mercado en constante cambio, mejorar la calidad de sus servicios y aumentar la eficiencia y rentabilidad de sus empresas.

Tabla cruzada Muestra* ¿Se considera una persona innovadora en su profesión?

		¿Se considera una persona innovadora en su profesión?				Total	
		Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre		
Muestra	Chefs	Recuento	0	11	13	12	36
		% dentro de Muestra	0.0%	30.6%	36.1%	33.3%	100.0%
		% dentro de ¿Se considera una persona innovadora en su profesión?	0.0%	39.3%	59.1%	60.0%	50.0%
		% del total	0.0%	15.3%	18.1%	16.7%	50.0%
	Contadores	Recuento	2	17	9	8	36
		% dentro de Muestra	5.6%	47.2%	25.0%	22.2%	100.0%
		% dentro de ¿Se considera una persona innovadora en su profesión?	100.0%	60.7%	40.9%	40.0%	50.0%
		% del total	2.8%	23.6%	12.5%	11.1%	50.0%
	Total	Recuento	2	28	22	20	72
		% dentro de Muestra	2.8%	38.9%	30.6%	27.8%	100.0%
% dentro de ¿Se considera una persona innovadora en su profesión?		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
% del total		2.8%	38.9%	30.6%	27.8%	100.0%	

Tabla 7 cruzada muestra ¿Alguna vez escuchó hablar de la Auditoría a la Innovación? Fuente: Elaboración propia.

La tabla cruzada muestra la relación entre la muestra de chef y contadores, así como su autopercepción como personas innovadoras en su profesión. Se observa que el 33.3% de los chefs se perciben siempre como personas innovadoras, pero la mayoría se coloca en el 36.1% con la respuesta de casi siempre y el 30.6% en a veces. Mientras que los contadores el 47.2 % se percibe solo a veces como una persona innovadora en su profesión, el 25% en casi siempre y el 22.2% en siempre, y solo el 5.6% casi nunca se percibe como innovador.

La prueba de chi-cuadrado muestra que no hay una asociación significativa entre la muestra de contadores y su autopercepción como personas innovadoras en su profesión ($\chi^2 = 4.813$, $p > 0.05$). Esto sugiere que la autopercepción de los contadores como innovadores en su profesión podría ser aleatoria y no estar influenciada por factores específicos relacionados con su trabajo.

Además, la prueba de chi cuadrado ($p = 0.059$), es una asociación cercana a la significancia, lo que indica que existe una relación entre la muestra de contadores y chefs y su autopercepción como personas innovadoras en su profesión.

En términos generales los contadores se perciben menos innovadores que los chefs y esto puede ser a varias razones por las cuales los contadores podrían percibirse menos innovadores que los chefs:

1. **Percepción de la contabilidad como una actividad tradicional:** La contabilidad se ha visto tradicionalmente como una actividad basada en la precisión y la exactitud, en lugar de la creatividad y la innovación.
2. **Falta de exposición a nuevas tecnologías:** En algunos casos, los contadores pueden no estar familiarizados con las últimas tecnologías y herramientas disponibles para mejorar la eficiencia y la precisión de la contabilidad.
3. **Menor visibilidad de los resultados de la innovación:** En comparación con los chefs, cuyas creaciones pueden ser vistas y disfrutadas directamente por los clientes, los resultados de la innovación en contabilidad pueden ser menos evidentes para los usuarios finales.
4. **Regulaciones y normas contables:** Los contadores deben cumplir con una serie de regulaciones y normas contables, lo que puede limitar su capacidad para innovar en algunos aspectos.

En general, aunque la innovación puede ser menos evidente en el campo de la contabilidad en comparación con la cocina, sigue siendo una parte importante del éxito de los contadores y su capacidad para adaptarse a los cambios en el mercado y mantenerse competitivos.

Tabla cruzada Muestra "¿Considera que el campo y/o sector en el que se desempeña profesionalmente "la creatividad e innovación" son importantes y relevantes para su desempeño profesional?"

		¿Considera que el campo y/o sector en el que se desempeña profesionalmente "la creatividad e innovación" son importantes y relevantes para su desempeño profesional?				
		Algo importante	Importante	Muy importante	Total	
Muestra	Chefs	Recuento	0	6	30	36
		% dentro de Muestra	0.0%	16.7%	83.3%	100.0%
		% dentro de ¿Considera que el campo y/o sector en el que se desempeña profesionalmente "la creatividad e innovación" son importantes y relevantes para su desempeño profesional?	0.0%	27.3%	62.5%	50.0%
		% del total	0.0%	8.3%	41.7%	50.0%
Contadores		Recuento	2	16	18	36
		% dentro de Muestra	5.6%	44.4%	50.0%	100.0%
		% dentro de ¿Considera que el campo y/o sector en el que se desempeña profesionalmente "la creatividad e innovación" son importantes y relevantes para su desempeño profesional?	100.0%	72.7%	37.5%	50.0%
		% del total	2.8%	22.2%	25.0%	50.0%
Total		Recuento	2	22	48	72
		% dentro de Muestra	2.8%	30.6%	66.7%	100.0%
		% dentro de ¿Considera que el campo y/o sector en el que se desempeña profesionalmente "la creatividad e innovación" son importantes y relevantes para su desempeño profesional?	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	2.8%	30.6%	66.7%	100.0%

Tabla 8 Cruzada muestra Considera Usted, que para el sector en el que se desempeña, ¿La creatividad e innovación, son importantes y relevantes para su desempeño profesional? Fuente: Elaboración propia

La tabla cruzada muestra la relación entre la muestra de chefs y su percepción sobre la importancia de la creatividad e innovación en su desempeño profesional. Se observa que el 16.7% de los chefs considera que la creatividad e innovación importante, mientras que el 83.3% las considera muy importantes, mientras que por el lado de los contadores solo el 50% considera que es muy importante, el 44.4 importante y el 5.6% algo importante en términos generales el 66.7% de la muestra general de chefs y contadores considera muy importante la creatividad y la innovación para el desempeño de su profesión siendo como un porcentaje 41.67 el grupo de los chefs, esto pudiera explicarse de la siguiente manera:

Los chefs consideran la creatividad e innovación como elementos esenciales en su desempeño profesional por varias razones:

1. **La cocina es un arte:** La cocina es considerada un arte en el que los chefs tienen la libertad de experimentar con diferentes ingredientes y técnicas para crear platos

únicos y sabrosos. La creatividad es esencial para crear nuevas combinaciones de sabores y presentaciones atractivas.

2. **Competencia en el mercado:** La industria de la gastronomía es altamente competitiva, y la innovación es necesaria para destacarse y mantenerse relevante en el mercado.
3. **Satisfacción del cliente:** Los clientes buscan experiencias culinarias únicas y emocionantes, y la creatividad e innovación son esenciales para cumplir con sus expectativas y satisfacer sus gustos.
4. **Cambios en las tendencias de consumo:** Los gustos y preferencias de los consumidores cambian constantemente, y los chefs deben ser innovadores para adaptarse a estas tendencias y mantenerse a la vanguardia.

Por otro lado, los contadores también pueden considerar la creatividad e innovación importantes en su profesión, pero a menudo son valores secundarios después de la precisión, la atención al detalle y el cumplimiento normativo.

La contabilidad es una disciplina técnica que se rige por regulaciones y leyes, y la precisión y el cumplimiento son esenciales para garantizar la legalidad y la confiabilidad de los estados financieros. La creatividad y la innovación pueden ser vistas como secundarias a estos valores fundamentales.

Sin embargo, también hay espacio para la creatividad e innovación en la contabilidad, especialmente en áreas como la contabilidad de gestión y la consultoría. La contabilidad de gestión puede requerir la identificación de formas innovadoras para reducir costos, mejorar la eficiencia y aumentar los beneficios. La consultoría contable puede involucrar la identificación de soluciones creativas para problemas contables complejos.

Aunque la creatividad e innovación pueden no ser valoradas de la misma manera en la contabilidad como en la gastronomía, siguen siendo importantes en áreas como la contabilidad de gestión y la consultoría.

Los chefs consideran la creatividad e innovación como esenciales para su desempeño profesional porque les permite crear experiencias culinarias únicas y satisfacer a los clientes en un mercado altamente competitivo y en constante cambio.

Por otro lado, la prueba de chi-cuadrado muestra una asociación significativa entre la muestra de chefs- contadores y su percepción sobre la importancia de la creatividad e innovación en su desempeño profesional ($\chi^2 = 9.545$, $p < 0.01$). Esto sugiere que la percepción de estos dos grupos de profesionales sobre la importancia de la creatividad e innovación en su trabajo podría estar influenciada por factores específicos relacionados con su profesión.

Es importante tener en cuenta que dos casillas (33.3%) han esperado un recuento menor que 5, lo que puede afectar la fiabilidad de la prueba de chi-cuadrado. Sin embargo, la prueba de razón de verosimilitud también muestra una asociación significativa ($p = 0.005$), lo que refuerza la idea de que existe una relación entre la muestra de chefs y su percepción sobre la importancia de la creatividad e innovación en su desempeño profesional.

Tabla cruzada Muestra* ¿Con que frecuencia siente "pasión" por su trabajo?

		¿Con que frecuencia siente "pasión" por su trabajo?				Total		
		Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre			
Muestra	Chefs	Recuento	0	1	4	31	36	
		% dentro de Muestra	0.0%	2.8%	11.1%	86.1%	100.0%	
		% dentro de ¿Con que frecuencia siente "pasión" por su trabajo?	0.0%	20.0%	25.0%	62.0%	50.0%	
		% del total	0.0%	1.4%	5.6%	43.1%	50.0%	
		Contadores	Recuento	1	4	12	19	36
			% dentro de Muestra	2.8%	11.1%	33.3%	52.8%	100.0%
	% dentro de ¿Con que frecuencia siente "pasión" por su trabajo?		100.0%	80.0%	75.0%	38.0%	50.0%	
	% del total		1.4%	5.6%	16.7%	26.4%	50.0%	
	Total		Recuento	1	5	16	50	72
			% dentro de Muestra	1.4%	6.9%	22.2%	69.4%	100.0%
		% dentro de ¿Con que frecuencia siente "pasión" por su trabajo?	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
		% del total	1.4%	6.9%	22.2%	69.4%	100.0%	

Tabla 9 Cruzada muestra Considera Usted, que para el sector en el que se desempeña, ¿La creatividad e innovación, son importantes y relevantes para su desempeño profesional? Fuente: Elaboración propia

En la tabla cruzada se puede observar que el 86.1% de los chefs encuestados siente pasión por su trabajo con siempre, mientras que el 2.8% indicó que solo a veces siente pasión por su trabajo y el 11.1% casi siempre siente este sentimiento, por el lado de los contadores de la

muestra de los 36 solo el 52.8% indicó que siempre siente pasión por su trabajo, el 33.% indicó que casi siempre, el 11.% que a veces y el 2.8% indicó que casi nunca siente pasión.

De la muestra conjunta se concluye que los chefs sienten siempre pasión por su trabajo con un 43.05% mientras que los contadores con un 26.38 se colocan en la opción de siempre, esto se podría argumentar debido a que los chefs pueden sentir más pasión por su trabajo debido a la creatividad que se requiere en la cocina, la capacidad de experimentar con diferentes sabores y texturas, y la satisfacción de ver a los clientes disfrutar de su comida.

Por otro lado, los contadores pueden tener una pasión por trabajar con números y finanzas, resolución de problemas, pero esto puede ser más una cuestión de habilidades y aptitudes que de emociones y sentimientos. En última instancia, cada persona tiene intereses y pasiones únicas que los motivan en su trabajo y en su vida.

Tabla cruzada Muestra*Desde su perspectiva ¿El conocimiento creativo se comparte?

		Desde su perspectiva ¿El conocimiento creativo se comparte?				Total	
		Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre		
Muestra	Chefs	Recuento	1	0	4	31	36
		% dentro de Muestra	2.8%	0.0%	11.1%	86.1%	100.0%
		% dentro de Desde su perspectiva ¿El conocimiento creativo se comparte?	50.0%	0.0%	28.6%	77.5%	50.0%
		% del total	1.4%	0.0%	5.6%	43.1%	50.0%
Contadores	Contadores	Recuento	1	16	10	9	36
		% dentro de Muestra	2.8%	44.4%	27.8%	25.0%	100.0%
		% dentro de Desde su perspectiva ¿El conocimiento creativo se comparte?	50.0%	100.0%	71.4%	22.5%	50.0%
		% del total	1.4%	22.2%	13.9%	12.5%	50.0%
Total	Total	Recuento	2	16	14	40	72
		% dentro de Muestra	2.8%	22.2%	19.4%	55.6%	100.0%
		% dentro de Desde su perspectiva ¿El conocimiento creativo se comparte?	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	2.8%	22.2%	19.4%	55.6%	100.0%

Tabla 10 cruzada muestra Desde su perspectiva ¿el conocimiento creativo se comparte? Fuente: Elaboración propia.

La tabla cruzada muestra que el 86.1% de los chefs encuestados cree que el conocimiento creativo se comparte siempre, mientras que solo el 2.8% cree que casi nunca se comparte. En la muestra de los contadores el 25% afirma que siempre, el 27.8% que casi siempre, el 44.4% que a veces y solo el 2.8% considera que casi nunca, en la muestra total los chefs son más abiertos a compartir su conocimiento creativo a diferencia de los contadores y esto puede derivarse y aunque no se puede generalizar que todos los contadores creen que el

conocimiento creativo debe compartirse solo a veces, ni que todos los chefs consideran que siempre debe compartirse el conocimiento creativo.

Estas son generalizaciones que no se ajustan a la realidad, si a esta muestra, sin embargo, se podría argumentar que los contadores tienden a trabajar con información financiera y/o fiscal confidencial y privada, y, por lo tanto, pueden ser más cautelosos a la hora de compartir su conocimiento creativo para evitar errores o violaciones de privacidad. Por otro lado, los chefs trabajan en un ambiente más abierto y colaborativo, donde la creatividad y la innovación son valoradas y compartidas para mejorar y desarrollar nuevas recetas y técnicas culinarias.

En última instancia, cada persona tiene su propia perspectiva y enfoque sobre cómo compartir su conocimiento creativo, y esto puede depender de factores como el tipo de trabajo, el entorno laboral, la cultura y los valores personales.

La prueba de chi-cuadrado y la prueba de razón de verosimilitud indican que hay una asociación significativa entre la muestra de contadores- y chefs y su perspectiva sobre sí el conocimiento creativo se comparte.

Tabla cruzada Muestra*El error se ve como una oportunidad para crear e innovar.

El error se ve como una oportunidad para crear e innovar.

			Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Muestra	Chefs	Recuento	0	0	10	26	36
		% dentro de Muestra	0.0%	0.0%	27.8%	72.2%	100.0%
		% dentro de El error se ve como una oportunidad para crear e innovar.	0.0%	0.0%	37.0%	60.5%	50.0%
		% del total	0.0%	0.0%	13.9%	36.1%	50.0%
Contadores	Recuento	1	1	17	17	36	
	% dentro de Muestra	2.8%	2.8%	47.2%	47.2%	100.0%	
	% dentro de El error se ve como una oportunidad para crear e innovar.	100.0%	100.0%	63.0%	39.5%	50.0%	
	% del total	1.4%	1.4%	23.6%	23.6%	50.0%	
Total	Recuento	1	1	27	43	72	
	% dentro de Muestra	1.4%	1.4%	37.5%	59.7%	100.0%	
	% dentro de El error se ve como una oportunidad para crear e innovar.	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% del total	1.4%	1.4%	37.5%	59.7%	100.0%	

Tabla 11 cruzada muestra Desde su perspectiva ¿el conocimiento creativo se comparte? Fuente: Elaboración propia.

Esta tabla cruzada muestra la perspectiva de los chefs y contadores sobre cómo ven el error como una oportunidad para crear e innovar. El 72.2% de los chefs encuestados cree que el error se ve como una oportunidad para crear e innovar, mientras que solo el 27.8% considera

solo en estar de acuerdo, por el lado de los contadores el 47.2% por ciento considera estar totalmente de acuerdo, el otro 47.2% considera solo estar de acuerdo y el 5.6% cree que no se ve así.

De las dos profesiones, la mayoría con 59.7% considera estar totalmente de acuerdo en que el error es una oportunidad para crear e innovar sin embargo los chefs mantienen un pensamiento más abierto respecto a esta cuestión

Existen varias posibles explicaciones para la diferencia en la perspectiva entre chefs y contadores sobre cómo ven el error como una oportunidad para crear e innovar.

En primer lugar, los chefs pueden trabajar en un entorno más creativo y experimental, donde la innovación y la experimentación son valoradas y fomentadas. Los chefs pueden estar más acostumbrados a tomar riesgos y experimentar con ingredientes y técnicas nuevas, lo que puede llevar a cometer errores. Sin embargo, estos errores también pueden conducir a descubrimientos culinarios inesperados y pueden inspirar nuevas ideas y soluciones creativas.

Por otro lado, los contadores pueden trabajar en un entorno más estructurado y regido por reglas y regulaciones. Los errores en el trabajo de los contadores pueden tener consecuencias financieras y/o fiscales graves, lo que puede hacer que los contadores sean más cautelosos y menos propensos a tomar riesgos y experimentar con nuevas ideas.

La diferencia en la perspectiva entre chefs y contadores sobre cómo ven el error como una oportunidad para crear e innovar puede reflejar las diferencias en los entornos laborales y las culturas profesionales de estas dos profesiones.

La prueba de chi-cuadrado y la prueba de razón de verosimilitud indican que hay una asociación significativa entre la muestra de chefs y su perspectiva sobre si el error se ve como una oportunidad para crear e innovar. Se observan cuatro casillas con recuentos menores de 5, por lo que la prueba de razón de verosimilitud puede ser más adecuada en este caso.

Tabla cruzada Muestra* ¿Le gusta investigar y plantearse interrogantes?

		¿Le gusta investigar y plantearse interrogantes?			Total	
		Algunas veces	Con frecuencia	Sí, por supuesto		
Muestra	Chefs	Recuento	2	6	28	36
		% dentro de Muestra	5.6%	16.7%	77.8%	100.0%
		% dentro de ¿Le gusta investigar y plantearse interrogantes?	40.0%	37.5%	54.9%	50.0%
		% del total	2.8%	8.3%	38.9%	50.0%
	Contadores	Recuento	3	10	23	36
		% dentro de Muestra	8.3%	27.8%	63.9%	100.0%
		% dentro de ¿Le gusta investigar y plantearse interrogantes?	60.0%	62.5%	45.1%	50.0%
		% del total	4.2%	13.9%	31.9%	50.0%
Total		Recuento	5	16	51	72
		% dentro de Muestra	6.9%	22.2%	70.8%	100.0%
		% dentro de ¿Le gusta investigar y plantearse interrogantes?	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	6.9%	22.2%	70.8%	100.0%

Tabla 12 cruzada muestra. ¿Le gusta investigar y plantearse interrogantes? Fuente: Elaboración propia

Esta tabla cruzada muestra la perspectiva de las diferentes muestras sobre si les gusta investigar y plantearse interrogantes. El 70.8% de la muestra dice que está totalmente de acuerdo, el 22.2% dice que con frecuencia le gusta investigar y plantearse interrogantes y solo el 6.9% de la muestra total dice que algunas veces, comparando las dos muestras los resultados están muy similares el 77.8% de la muestra de los chefs dice un total sí para esta interrogante mientras que del lado de los contadores el 63.9% de la muestra de los contadores dice estar totalmente de acuerdo, del lado de los chefs, el 16.7% dice que con frecuencia se lo plantea mientras que el 27.8% de los contadores también coincide con esta respuesta. En la respuesta de algunas veces los chefs se colocan en el 5.6% y 8.3% de los contadores coincide con esta respuesta.

La prueba de chi-cuadrado indica que hay una asociación significativa entre la muestra y su perspectiva sobre si les gusta investigar y plantearse interrogantes.

Una posible explicación para la diferencia en las respuestas podría estar relacionada con las diferencias en las tareas y responsabilidades diarias de los chefs y los contadores. Los chefs pueden estar más involucrados en la creatividad y la innovación en su trabajo diario, lo que puede requerir un enfoque más investigativo y cuestionador. Por otro lado, los contadores

pueden estar más enfocados en cumplir con regulaciones y políticas establecidas, lo que podría requerir menos investigación y cuestionamiento.

Además, la formación académica y la experiencia laboral también pueden influir en las respuestas. Los chefs pueden haber recibido una formación más centrada en la creatividad y la experimentación, mientras que los contadores pueden tener una formación más enfocada en la precisión y el cumplimiento de normas y regulaciones.

La diferencia en las respuestas puede reflejar las diferencias en las tareas y responsabilidades diarias, así como en la formación académica y la experiencia laboral de los chefs y los contadores.

Tabla cruzada Muestra* ¿Esta abierto para aprender cosas nuevas?

		¿Esta abierto para aprender cosas nuevas?		Total	
		Casi siempre	Siempre		
Muestra	Chefs	Recuento	3	33	36
		% dentro de Muestra	8.3%	91.7%	100.0%
		% dentro de ¿Esta abierto para aprender cosas nuevas?	33.3%	52.4%	50.0%
		% del total	4.2%	45.8%	50.0%
Contadores	Contadores	Recuento	6	30	36
		% dentro de Muestra	16.7%	83.3%	100.0%
		% dentro de ¿Esta abierto para aprender cosas nuevas?	66.7%	47.6%	50.0%
		% del total	8.3%	41.7%	50.0%
Total	Total	Recuento	9	63	72
		% dentro de Muestra	12.5%	87.5%	100.0%
		% dentro de ¿Esta abierto para aprender cosas nuevas?	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	12.5%	87.5%	100.0%

Tabla 13 cruzada muestra ¿Está abierto para aprender cosas nuevas? Fuente: Elaboración propia

Esta tabla cruzada muestra la perspectiva de las diferentes muestras sobre si están abiertos a aprender cosas nuevas.

El 91.7% de la Muestra Chefs está siempre abierto a aprender cosas nuevas, mientras que solo el 8.3% de la muestra indica que casi siempre está abierto. Por el lado de los contadores el 83.3% de la muestra se mantiene siempre dispuesto a aprender cosas nuevas y el 16.7% dice que casi siempre está abierto.

En conjunto de las dos muestras, los resultados son similares siendo el resultado más alto en ambas profesiones para estar siempre abierto a aprender cosas nuevas con un 87.5%.

Hay varias razones por las que los chefs y los contadores pueden estar dispuestos a aprender cosas nuevas en su trabajo. En primer lugar, ambos trabajos requieren una gran cantidad de habilidades y conocimientos técnicos que deben mantenerse actualizados para seguir siendo relevantes en el mercado laboral. Además, en ambas industrias, hay una gran cantidad de innovación y cambios constantes en las regulaciones y las tendencias, por lo que es importante mantenerse actualizado para poder brindar el mejor servicio posible a los clientes.

Además, tanto los chefs como los contadores pueden ser apasionados por su trabajo y estar interesados en seguir aprendiendo y mejorando sus habilidades. También pueden estar motivados por el deseo de avanzar en sus carreras y lograr más éxito y reconocimiento en su campo.

En última instancia, la disposición de los chefs y los contadores para aprender cosas nuevas puede ser un reflejo de su dedicación y compromiso con su trabajo y su deseo de ofrecer el mejor servicio posible a sus clientes.

Estos resultados sugieren que tanto los chefs como los contadores están dispuestos a aprender cosas nuevas en su trabajo y a mantenerse actualizados en sus respectivos campos. Esto puede ser especialmente importante en industrias en constante evolución, como la gastronomía y la contabilidad, donde las nuevas tendencias y tecnologías pueden surgir con frecuencia. Además, estar siempre dispuesto a aprender puede ser un indicador de una mentalidad abierta y una actitud positiva hacia el crecimiento y el desarrollo personal y profesional.

La prueba de chi-cuadrado y la prueba de razón de verosimilitud indican que no hay una asociación significativa entre la muestra y su perspectiva sobre si están abiertos a aprender cosas nuevas.

Tabla cruzada Muestra* ¿Con qué frecuencia revisa materiales generados con anterioridad para la resolución de problemas emergentes y/o generación de nuevas ideas?

		¿Con qué frecuencia revisa materiales generados con anterioridad para la resolución de problemas emergentes y/o generación de nuevas ideas?					Total	
		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre		
Muestra	Chefs	Recuento	0	2	2	16	16	36
		% dentro de Muestra	0.0%	5.6%	5.6%	44.4%	44.4%	100.0%
		% dentro de ¿Con qué frecuencia revisa materiales generados con anterioridad para la resolución de problemas emergentes y/o generación de nuevas ideas?	0.0%	50.0%	14.3%	55.2%	66.7%	50.0%
		% del total	0.0%	2.8%	2.8%	22.2%	22.2%	50.0%
Contadores	Recuento	1	2	12	13	8	36	
		% dentro de Muestra	2.8%	5.6%	33.3%	36.1%	22.2%	100.0%
		% dentro de ¿Con qué frecuencia revisa materiales generados con anterioridad para la resolución de problemas emergentes y/o generación de nuevas ideas?	100.0%	50.0%	85.7%	44.8%	33.3%	50.0%
		% del total	1.4%	2.8%	16.7%	18.1%	11.1%	50.0%
Total	Recuento	1	4	14	29	24	72	
		% dentro de Muestra	1.4%	5.6%	19.4%	40.3%	33.3%	100.0%
		% dentro de ¿Con qué frecuencia revisa materiales generados con anterioridad para la resolución de problemas emergentes y/o generación de nuevas ideas?	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	1.4%	5.6%	19.4%	40.3%	33.3%	100.0%

Tabla 14 cruzada muestra ¿Con qué frecuencia revisa materiales generados con anterioridad para la resolución de problemas emergentes y/o generación de nuevas ideas? Fuente: Elaboración propia

Esta tabla cruzada muestra la perspectiva de las diferentes muestras sobre la frecuencia con la que revisan materiales generados con anterioridad para la resolución de problemas emergentes y generación de nuevas ideas.

En la muestra de los chefs el 44.4% coincide con siempre revisar materiales generados con anterioridad para la resolución de problemas mientras que el otro 44.4% dice que casi siempre, el 5.6% dice que solo a veces y el otro 5.6 que casi nunca.

Por el lado de los chefs el 22.2% dice que siempre hace una revisión de materiales generados con anterioridad para la resolución de problemas emergentes y/o generación de nuevas ideas, el 36.1% dice que casi siempre, el 33.3% que solo a veces, el 5.6% que casi nunca y solo el 2.8% dice que nunca revisa materiales generados con anterioridad.

En conclusión, los chefs son más propensos a revisar materiales generados con anterioridad para la resolución de problemas emergentes y/o generación de nuevas ideas, que los contadores ya que solo el 36.1% de los contadores afirma que casi siempre. Sin embargo, ambas profesiones son propensas a revisar materiales generados con anterioridad para generar nuevas ideas.

Otra conclusión que se puede extraer de la tabla cruzada es que tanto los chefs como los contadores valoran la retroalimentación y la colaboración. Ambas profesiones tienen una alta proporción de personas que buscan la opinión de sus colegas y trabajan en equipo para resolver problemas y generar nuevas ideas. Esto sugiere que la colaboración y el *feedback* son importantes en cualquier entorno de trabajo, independientemente del área de especialización. Además, el hecho de que los chefs sean más propensos a buscar retroalimentación de sus colegas sugiere que la cultura de colaboración es especialmente fuerte en esta profesión, lo que puede ser una explicación de por qué la industria de la gastronomía es tan innovadora y creativa.

En cuanto a los resultados de las pruebas de chi-cuadrado en general y la prueba de razón de verosimilitud indican que hay una asociación significativa entre la muestra y su percepción a los siguientes cuestionamientos.

Resumen de los resultados de Chi cuadrado de Pearson menores a 0.05			
No.	Pregunta	Chi 2	Valor p
1	¿Alguna vez escuchó hablar de la “Auditoría creativa	8.651	0.003
23	Considera Usted, que para el sector en el que se desempeña, ¿La creatividad es importante?	11.384	0.003
27	¿Considera que el campo y/o sector en el que se desempeña profesionalmente “la creatividad e innovación” son importantes y relevantes para su desempeño profesional	9.545	0.008
31	¿Con que frecuencia siente “pasión” por su trabajo?	9.68	0.021
33	Desde su perspectiva ¿El conocimiento creativo se comparte	30.671	0
38	¿Con qué frecuencia revisa materiales generados con anterioridad para la resolución de problemas emergentes y/o generación de nuevas ideas?	11.12	0.025

Tabla 15 Resumen de los resultados de Chi cuadrado de Pearson menores a 0.05

En general, un p-valor menor a 0.05 se considera significativo, lo que indica que hay una relación significativa entre las variables analizadas.

Esto sugiere que, para las personas encuestadas, la creatividad e innovación son importantes y relevantes para su desempeño profesional, y que revisan materiales generados con anterioridad con cierta frecuencia para resolver problemas y generar nuevas ideas.

La pregunta 38 tiene un p-valor de 0.025, lo que sugiere que hay una posible relación entre la profesión y la auditoría creativa, pero no es tan significativa como las otras preguntas.

En la pregunta 31, el p-valor es de 0.021, lo que sugiere que hay una posible relación entre la pasión por el trabajo y la profesión, pero no es tan significativa como las otras preguntas.

En resumen, esta tabla proporciona información sobre la relación entre aspectos relacionados a la auditoría creativa y la profesión en el sector encuestado.

Resumen de los resultados de Chi cuadrado de Pearson mayores a 0.05			
No.	Pregunta	Chi 2	Valor p
4	¿Alguna vez ha escuchado hablar de la “Auditoría a la Innovación”?	3.192	0.074
8	¿Creatividad e innovación significan lo mismo para Usted?	0.563	0.453
21	¿Considera que es posible auditar la gestión de la innovación?	4.571	0.206
24	Considera Usted, que para el sector en el que se desempeña, ¿La innovación es importante?	2.667	0.102
26	¿Se considera una persona innovadora en su profesión	4.813	0.186
34	El error se ve como una oportunidad para crear e innovar.	5.699	0.127
36	¿Le gusta investigar y plantearse interrogantes?	1.69	0.43
37	¿Está abierto para aprender cosas nuevas?	1.143	0.285

Tabla 16 Resumen de los resultados de Chi cuadrado de Pearson mayores a 0.05

Los resultados del análisis de Chi cuadrado indican que no hay una relación significativa entre la mayoría de las preguntas de la encuesta y la profesión de los encuestados. Aunque

se observa una tendencia en la que las personas que consideran la innovación importante tienden a responder de manera similar a otras preguntas, esta relación no es lo suficientemente sólida para establecer una correlación clara. En resumen, no se puede inferir que las respuestas a una pregunta específica de la encuesta están relacionadas con las demás preguntas.

En resumen, los resultados del análisis de Chi cuadrado indican que no hay una relación significativa entre haber escuchado hablar de la auditoría a la innovación y la profesión, la percepción de sí la creatividad e innovación significan lo mismo para uno, la percepción de si es posible auditar la gestión de la innovación, si la innovación es importante en el sector en el que se desempeña, considerarse una persona innovadora en la profesión, si los errores son una oportunidad para crear e innovar, disfrutar investigando y planteándose preguntas, y estar abierto a aprender cosas nuevas y la profesión.

Evaluación del conocimiento del concepto de ‘creatividad’ e ‘innovación’ a las dos muestras.

De los conceptos que se analizaron anteriormente se extrajeron 3 de conceptos de lo que es creatividad y 3 conceptos de lo que es innovación, se les pidió que seleccionen los conceptos que ellos consideran que es creatividad y los que ellos consideraban que es innovación.

Conceptos de innovación:

1. La puesta en práctica de manera exitosa de nuevas ideas para conseguir un impacto real.
2. Es lo que distingue a un líder de los demás
3. Personas creando valor mediante la implementación de nuevas ideas.

Conceptos de creatividad:

1. Es la acción de no copiar
2. Es el proceso de tener ideas originales que tienen valor
3. Es la generación de nuevas ideas, nuevas formas de mirar problemas

La misma evaluación se hizo a los dos grupos y los resultados fueron los siguientes:

Muestra 1: Grupo de los chefs 32 encuestados

En cuanto a la creatividad

\$creatividad frecuencias

		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
creatividad ^a	Creatividad es: La puesta en práctica de manera exitosa de nuevas ideas para conseguir un impacto real	18	21.7%	50.0%
	Creatividad es: Es el proceso de tener ideas originales que tienen valor	21	25.3%	58.3%
	Creatividad es: Personas creando valor mediante la implementación de nuevas ideas	16	19.3%	44.4%
	Creatividad es: Es la generación de nuevas ideas, nuevas formas de mirar problemas.	14	16.9%	38.9%
	Creatividad es: Es la acción de no copiar	8	9.6%	22.2%
	Creatividad es: Es lo que distingue a un líder de los demás	6	7.2%	16.7%
Total		83	100.0%	230.6%

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

Tabla 17 Resumen de los resultados de Chi cuadrado de Pearson menores a 0,05

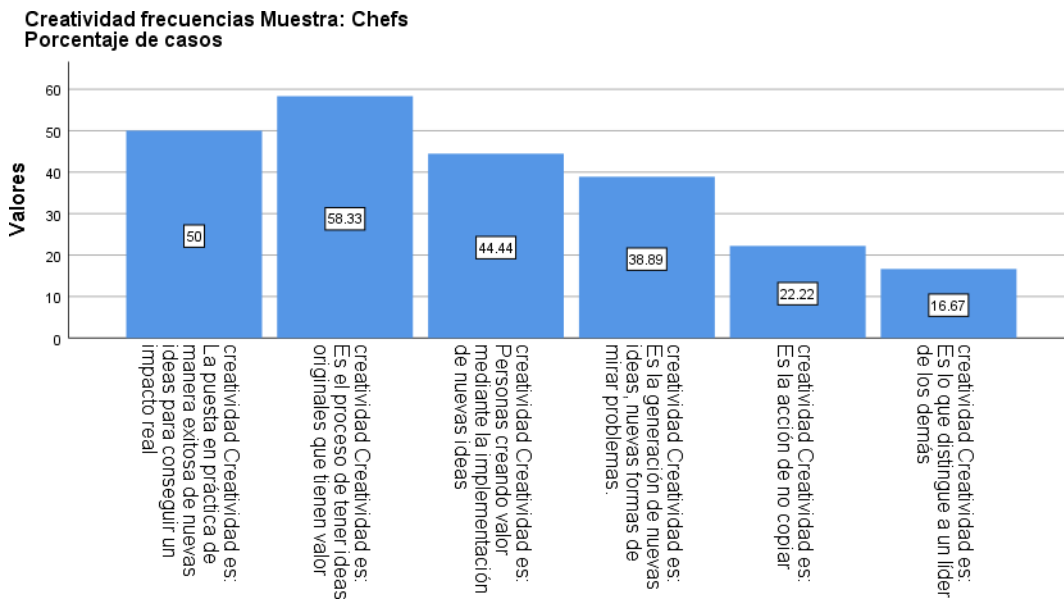


Tabla 18 Gráfica de resultados de la evaluación de conocimientos de creatividad muestra 1 Chefs

Conceptos de creatividad:

Solo el 22.22% de los encuestados acertó en comprender el concepto propuesto por Ferrán Adria, quien motivó un cambio radical en el restaurante elBulli al afirmar que la creatividad es la acción de no copiar. Por otro lado, el 58.33% de los encuestados eligió correctamente la opción que habla de la generación de ideas originales con valor como un concepto relacionado con la creatividad. Además, el 36.89% de los encuestados optó por la respuesta que hace referencia a la generación de nuevas perspectivas para abordar problemas. En resumen, solo el 51.8% de los encuestados comprende adecuadamente el concepto de creatividad.

\$Innovacion frecuencias

		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Innovación ^a	Innovación La puesta en práctica de manera exitosa de nuevas ideas para conseguir un impacto real	17	23.9%	47.2%
	Innovación Es el proceso de tener ideas originales que tienen valor	15	21.1%	41.7%
	Innovación Personas creando valor mediante la implementación de nuevas ideas	14	19.7%	38.9%
	Innovación Es la generación de nuevas ideas, nuevas formas de mirar problemas	12	16.9%	33.3%
	Innovación Es la acción de no copiar	9	12.7%	25.0%
	Innovación Es lo que distingue a un líder de los demás	4	5.6%	11.1%
Total		71	100.0%	197.2%

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

Tabla 19 de resultados de la evaluación de conocimientos de innovación muestra 1 Chefs

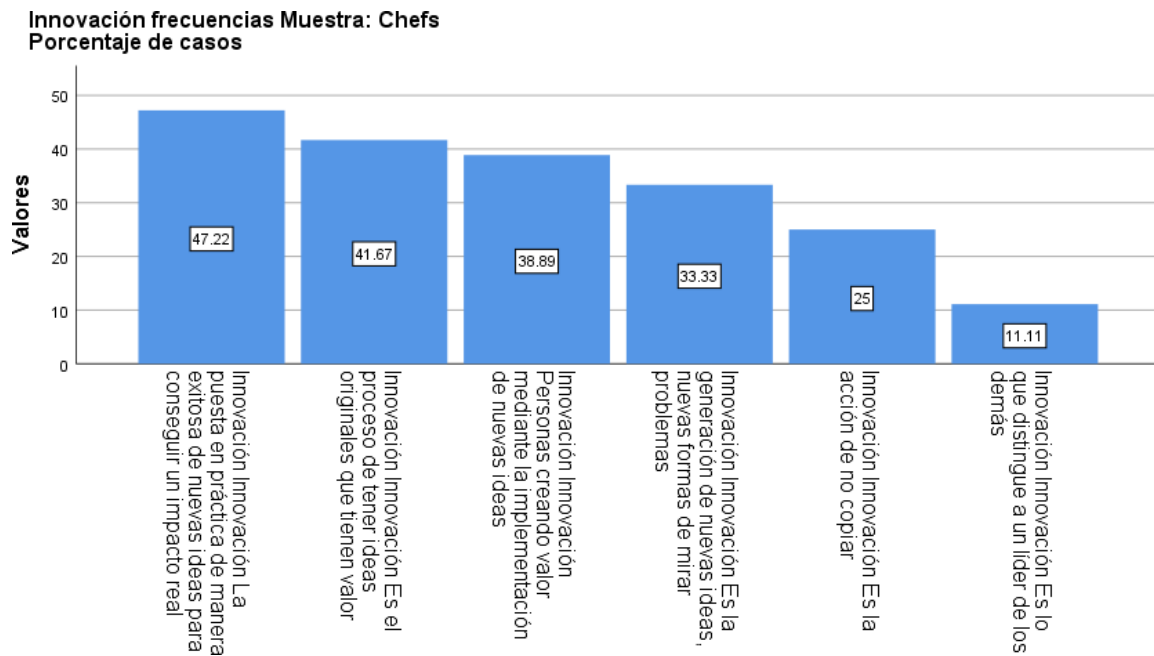


Tabla 20 Gráfica de resultados de la evaluación de conocimientos de innovación muestra 1 Chefs

Conceptos de innovación:

Entre los chefs encuestados, el 47.22% comprende que la innovación se refiere a la aplicación exitosa de nuevas ideas para lograr un impacto real. Además, el 38.89% de la muestra entiende que la creación de valor a través de la implementación de nuevas ideas es una definición adecuada de innovación. Solo el 11.11% de los encuestados cree que la innovación está relacionada con un líder que se destaca de los demás. En general, menos de la mitad (49.2%) de los chefs encuestados tiene una comprensión clara del concepto de innovación.

Muestra 2: Grupo de los contadores 32 encuestados

\$creatividad frecuencias

creatividad ^a	Respuestas	Porcentaje de casos		
		N	Porcentaje	
Creatividad es: La puesta en práctica de manera exitosa de nuevas ideas para conseguir un impacto real		7	13.5%	19.4%
Creatividad es: Es el proceso de tener ideas originales que tienen valor		17	32.7%	47.2%
Creatividad es: Personas creando valor mediante la implementación de nuevas ideas		7	13.5%	19.4%
Creatividad es: Es la generación de nuevas ideas, nuevas formas de mirar problemas.		17	32.7%	47.2%
Creatividad es: Es la acción de no copiar		2	3.8%	5.6%
Creatividad es: Es lo que distingue a un líder de los demás		2	3.8%	5.6%
Total		52	100.0%	144.4%

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

Tabla 21 de resultados de la evaluación de conocimientos de creatividad muestra 1 contadores

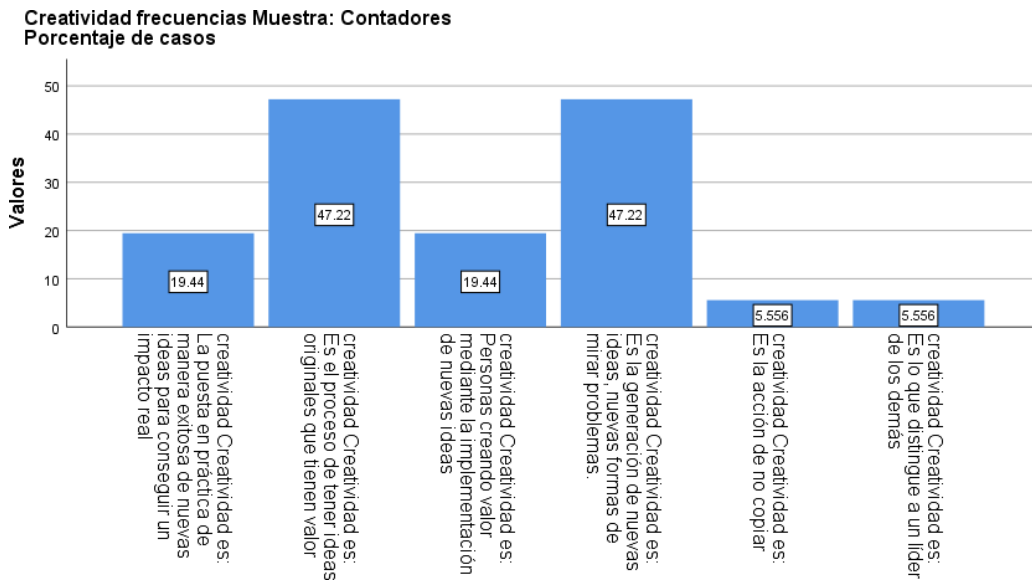


Tabla 22 Gráfica de resultados de la evaluación de conocimientos de creatividad muestra 1 contadores

La frase que revolucionó la historia de elBulli y que inspiró años de creatividad fue "crear es no copiar", pero solo el 5.56% de los contadores relaciona esta frase con la creatividad. En cuanto a la asociación de la creatividad con el proceso de tener ideas originales y valiosas, el 47.22% de los contadores acertó en relacionarlo con la creatividad. Además, el 47.22% también comprendió que la creatividad tiene que ver con la generación de nuevas ideas y formas de abordar problemas. En general, sólo el 50% de la muestra de contadores tiene un claro entendimiento del concepto de creatividad.

\$Innovacion frecuencias

		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Innovación ^a	Innovación La puesta en práctica de manera exitosa de nuevas ideas para conseguir un impacto real	20	37.7%	57.1%
	Innovación Es el proceso de tener ideas originales que tienen valor	8	15.1%	22.9%
	Innovación Personas creando valor mediante la implementación de nuevas ideas	11	20.8%	31.4%
	Innovación Es la generación de nuevas ideas, nuevas formas de mirar problemas	9	17.0%	25.7%
	Innovación Es la acción de no copiar	2	3.8%	5.7%
	Innovación Es lo que distingue a un líder de los demás	3	5.7%	8.6%
Total		53	100.0%	151.4%

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

Tabla 23 resultados de la evaluación de conocimientos de innovación muestra 1 contadores

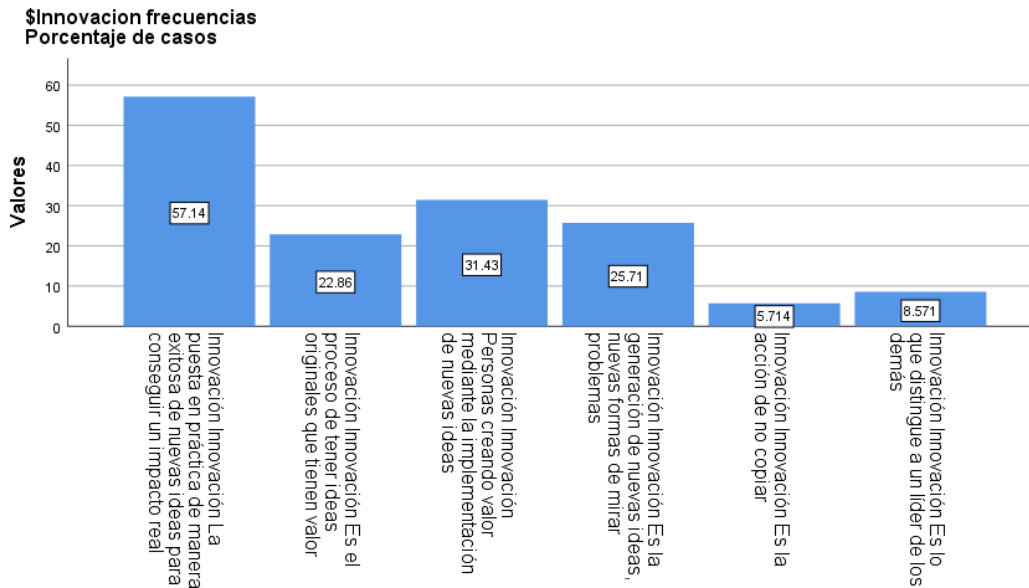


Tabla 24 Gráfico resultados de la evaluación de conocimientos de innovación muestra 1 contadores

El 57.4% de los contadores comprende que la innovación implica la implementación exitosa de nuevas ideas para generar un impacto real. Por otro lado, solo el 8.57% de los encuestados asoció la innovación con la idea de que es lo que diferencia a un líder de los demás, mientras que el 31.43% tiene claro que la innovación implica la creación de valor mediante la implementación de nuevas ideas.

En general, el 64.2% de los encuestados tiene un entendimiento claro del concepto de innovación. Sin embargo, el 14.2% de la muestra sigue confundido en cuanto a los conceptos de creatividad e innovación.

Al comparar las muestras de forma cruzada, se observa que ambos grupos aún no tienen una comprensión clara de los conceptos de creatividad e innovación.

Conclusiones

La hipótesis no se cumplió, y podría explicarse que la evaluación del conocimiento actual de la Auditoría Creativa entre contadores y chefs demostró que ambos grupos no tienen un buen entendimiento de los conceptos y técnicas de la auditoría creativa. La brecha en el nivel de conocimiento entre los dos grupos es más grande de lo que se esperaba. También influyó que en México la Auditoría Creativa & Auditoría a la Innovación es una técnica relativamente nueva y no todos los profesionales están familiarizados con ella.

La evaluación del nivel de conocimiento de la Auditoría Creativa entre contadores y chefs permitió identificar las diferencias en su nivel de comprensión y conocimiento de esta técnica, lo que es útil para desarrollar estrategias de capacitación y difusión que permitan mejorar su aplicación en ambos campos profesionales.

Además, esta evaluación también permitió identificar las barreras y facilitadores en la implementación de la Auditoría Creativa & Auditoría a la Innovación y encontrar formas de superar las barreras y aprovechar los facilitadores para mejorar la calidad de la auditoría y la eficacia de los procesos en ambos sectores. En general, la creatividad e innovación son habilidades valiosas y pueden ser aplicadas en cualquier campo profesional, incluyendo la contabilidad y la gastronomía.

La auditoría creativa y de innovación son importantes porque permiten a las empresas y organizaciones evaluar su capacidad para generar nuevas ideas y soluciones innovadoras. Esto es esencial para mantenerse competitivo en un mercado en constante cambio y para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

La auditoría creativa y de innovación también ayuda a identificar oportunidades de mejora en los procesos de innovación y en la gestión del conocimiento. Al evaluar y analizar las prácticas y estrategias de innovación existentes, se pueden identificar áreas de mejora y desarrollar planes para implementar cambios efectivos.

Además, la auditoría creativa y de innovación puede ayudar a las empresas a identificar y fomentar el talento creativo y la cultura innovadora dentro de la organización. Esto puede mejorar la colaboración, la comunicación y la productividad de los empleados y promover un ambiente de trabajo más estimulante y motivador.

En resumen, la auditoría creativa y de innovación es importante porque ayuda a las empresas a mantenerse competitivas, identificar oportunidades de mejora y fomentar una cultura innovadora dentro de la organización.

Ferran Adrià es un famoso chef catalán que ha sido pionero en la aplicación de técnicas innovadoras y creativas en la cocina. Él ha sido reconocido por su enfoque innovador y por la aplicación de técnicas como la deconstrucción y la gastronomía molecular en su cocina.

La influencia de Ferran Adrià en la auditoría creativa e innovación radica en su enfoque innovador y su capacidad para aplicar técnicas creativas en la cocina. Esto ha llevado a una mayor experimentación en la cocina y ha permitido la creación de nuevos platos innovadores y sorprendentes.

Además, la aplicación de técnicas creativas e innovadoras en la cocina también ha influido en la forma en que los chefs gestionan sus restaurantes y negocios. Al igual que en la auditoría creativa e innovación, los chefs pueden aplicar técnicas creativas e innovadoras para optimizar los procesos de gestión y mejorar la calidad de sus productos.

En resumen, la influencia de Ferran Adrià en la auditoría creativa e innovación se debe a su capacidad para aplicar técnicas creativas e innovadoras en la cocina y su enfoque innovador en la gestión de sus negocios.

La auditoría creativa es importante en las empresas por varias razones:

1. **Identificación de oportunidades de mejora:** La auditoría creativa permite identificar oportunidades de mejora en la empresa, tanto en productos o servicios como en procesos o estructuras organizacionales.

2. **Fomento de la innovación:** La auditoría creativa fomenta la innovación al permitir que los empleados aporten nuevas ideas y soluciones a los problemas existentes.
3. **Generación de ventaja competitiva:** La auditoría creativa puede generar ventaja competitiva al permitir que la empresa se diferencie de sus competidores mediante la innovación y la mejora continua.
4. **La auditoría creativa puede ser una herramienta poderosa para mejorar la innovación,** la competitividad y la rentabilidad de las empresas, al tiempo que fomenta un clima laboral más positivo y participativo.
5. **La Auditoría Creativa es una técnica innovadora** que puede ayudar a mejorar la calidad de la auditoría y la eficacia en la identificación de problemas y oportunidades de mejora. Esta técnica se basa en la aplicación de métodos creativos, como el *brainstorming*, el pensamiento lateral y el análisis de escenarios, para explorar diferentes alternativas y soluciones en la auditoría.

En la industria gastronómica, la Auditoría Creativa puede aplicarse para mejorar la calidad de los alimentos, la eficiencia de los procesos y la satisfacción del cliente. Por ejemplo, se puede utilizar la Auditoría Creativa para identificar nuevas recetas de cocina, mejorar la presentación de los platos y optimizar el tiempo de preparación.

Por otro lado, en la contabilidad, la Auditoría Creativa puede ser útil para identificar riesgos y oportunidades de mejora en los procesos contables y financieros. Por ejemplo, se puede utilizar la Auditoría Creativa para identificar nuevas formas de reducir costos, mejorar la eficiencia en la gestión de la tesorería y fortalecer los controles internos.

En este contexto, evaluar el nivel de conocimiento de los contadores y chefs acerca de la Auditoría Creativa fue importante para identificar las barreras y facilitadores en la implementación de esta técnica. Al comparar los resultados entre los dos grupos de muestra, se identificaron las diferencias en su nivel de conocimiento y comprensión, lo que puede ayudar a desarrollar mejores estrategias de capacitación y difusión.

En conclusión, la Auditoría Creativa es una técnica importante y cada vez más utilizada en la industria gastronómica sin embargo la percepción de creatividad, en los contadores puede verse disminuida debido a que gran parte de la información contable y financiera se rige por procedimientos altamente estandarizados, y no existe mucha difusión de esta técnica hoy en día y aunque es cierto que los chefs pueden estar más familiarizados con la creatividad e innovación en comparación con los contadores debido a la naturaleza de su trabajo. Los chefs tienen que ser creativos e innovadores para crear nuevos platos y desarrollar nuevas ideas en la cocina. Están acostumbrados a experimentar con diferentes ingredientes y técnicas de cocción para crear algo nuevo y emocionante.

Sin embargo, eso no significa que los contadores no puedan ser creativos o innovadores en su trabajo. La creatividad y la innovación son habilidades que pueden ser aprendidas y desarrolladas por cualquier persona, independientemente de su campo de trabajo. De hecho, algunos contadores pueden ser muy innovadores desde la forma en que manejan las finanzas, los informes financieros de una organización, hasta la aplicación de estrategias fiscales.

Por lo general, el trabajo de los contadores se enfoca en la gestión y el análisis de los registros financieros y contables de una empresa, lo que requiere un alto grado de precisión y atención al detalle. Los contadores deben seguir procedimientos y regulaciones establecidas para garantizar la exactitud de los informes financieros y fiscales y así evitar posibles errores o fraudes.

Por otro lado, los chefs tienen más libertad para experimentar y crear nuevas recetas y platos, lo que les permite demostrar su creatividad y habilidades culinarias. A menudo, los chefs deben combinar diferentes ingredientes y técnicas culinarias para crear platos innovadores y atractivos para los clientes.

Sin embargo, esto no significa que los contadores sean menos importantes o valiosos en su campo. Los contadores desempeñan un papel fundamental en garantizar que las empresas cumplan con las regulaciones fiscales y financieras, y que los informes financieros sean precisos y confiables. Además, los contadores pueden ser muy creativos y encontrar formas

innovadoras de optimizar los procesos contables y financieros de una empresa para mejorar su rentabilidad y eficiencia.

Aunque los chefs tienen más libertad para demostrar su creatividad e innovación en su trabajo, los contadores son igualmente importantes y valiosos en su campo y pueden ser muy creativos e innovadores en su forma de trabajar y resolver problemas financieros

La auditoría creativa e innovación es una técnica que se utiliza para mejorar la gestión de una empresa y optimizar los procesos contables y financieros. Esta técnica se basa en la creatividad y el pensamiento innovador para identificar problemas y oportunidades de mejora en la empresa.

Para los contadores, la auditoría creativa e innovación puede ser una herramienta muy valiosa para mejorar la eficiencia y la precisión de los procesos contables y financieros. Al utilizar técnicas creativas e innovadoras, los contadores pueden identificar nuevas formas de optimizar los informes financieros y cumplir con las regulaciones fiscales y financieras de manera más eficiente.

Por otro lado, para los chefs, la auditoría creativa e innovación puede ser una forma de mejorar la calidad y la variedad de los platos que ofrecen a sus clientes. Al utilizar técnicas creativas e innovadoras, los chefs pueden experimentar con diferentes ingredientes y técnicas culinarias para crear nuevos platos innovadores y atractivos para los clientes.

La auditoría creativa e innovación es una herramienta importante tanto para los contadores como para los chefs. Al utilizar técnicas creativas e innovadoras, pueden mejorar la eficiencia y la calidad de sus procesos de gestión y producción, respectivamente. Esto les permite mantenerse a la vanguardia de sus campos y ofrecer un mejor servicio y productos a sus clientes.

La auditoría en creatividad e innovación no es común en las empresas. La auditoría se enfoca generalmente en la revisión y evaluación de los procesos financieros y operativos de una empresa, y no necesariamente en su capacidad de innovación.

Sin embargo, algunas empresas pueden realizar evaluaciones de su capacidad de innovación como parte de su planificación estratégica o como una iniciativa separada. Estas evaluaciones pueden incluir la revisión de los procesos de innovación, la identificación de oportunidades de mejora y la implementación de nuevos procesos o tecnologías para impulsar la innovación.

La auditoría en creatividad e innovación no es común en las empresas, pero algunas empresas pueden realizar evaluaciones de su capacidad de innovación como parte de su planificación estratégica.

Es importante que las empresas conozcan y utilicen técnicas de creatividad e innovación porque les permite desarrollar nuevas ideas, productos, servicios y procesos que les permitan mantenerse competitivas en un mercado en constante cambio y evolución.

Además, la creatividad y la innovación pueden ayudar a las empresas a:

1. Identificar nuevas oportunidades de mercado y nichos de clientes.
2. Mejorar la eficiencia y eficacia de sus procesos empresariales.
3. Reducir costos y aumentar la rentabilidad.
4. Aumentar la satisfacción y fidelización de los clientes.
5. Atraer y retener talentos creativos y de alto rendimiento.

Para finalizar la creatividad y la innovación son esenciales para el crecimiento y la supervivencia de las empresas en un entorno empresarial cada vez más competitivo y globalizado. Por lo tanto, es importante que las empresas conozcan y utilicen técnicas de creatividad e innovación para mantenerse a la vanguardia y seguir siendo relevantes en su industria.

Líneas de investigación emergentes

1. **¿Cuáles son las aportaciones de Ferran Adrià en el campo de la auditoría creativa & innovación y el control en la industria gastronómica, y cómo pueden ser aplicadas por otros chefs para mejorar la calidad de sus platos y procesos?**

Las aportaciones de Ferran Adrià en el campo de la gastronomía son amplias y reconocidas, y su enfoque en la innovación y la creatividad lo ha llevado a ser considerado uno de los chefs más influyentes del mundo. En particular, su enfoque en la auditoría creativa y el control en su cocina ha sido destacado como una de sus principales contribuciones al campo de la gastronomía. El objetivo de esta investigación sería explorar en detalle las aportaciones de Ferran Adrià en el campo de la auditoría creativa & de innovación y el control, y cómo estas técnicas pueden ser aplicadas por otros chefs para mejorar la calidad de sus platos y procesos. Se buscaría analizar las estrategias y técnicas específicas utilizadas por Ferran Adrià, así como los resultados obtenidos en términos de calidad de los platos y eficiencia de los procesos. Además, se consideraría la perspectiva de otros chefs y expertos en la industria gastronómica para entender cómo estas técnicas pueden ser aplicadas en diferentes contextos y situaciones.

2. **¿Cómo puede la aplicación de la auditoría creativa & de innovación mejorar la calidad de los platos y la experiencia del cliente en los restaurantes?** En el contexto de los restaurantes, esto puede significar encontrar nuevas formas de combinar ingredientes, crear presentaciones innovadoras o mejorar los procesos de cocina para hacerlos más eficientes y efectivos. El objetivo de esta investigación sería explorar cómo la aplicación de la auditoría creativa & de innovación en los restaurantes y cómo puede mejorar la calidad de los platos y la experiencia del cliente. Se buscaría analizar las estrategias y técnicas específicas utilizadas en diferentes restaurantes para aplicar la auditoría creativa & de innovación, así como los resultados obtenidos en términos de calidad de los platos, satisfacción del cliente y eficiencia de los procesos. Además, se consideraría la perspectiva de los chefs, el personal del restaurante y los clientes para entender cómo la aplicación de la auditoría creativa & de innovación puede mejorar la experiencia gastronómica en general.

3. **¿Cuál es el grado de creatividad de los contadores en comparación con los chefs, medido mediante pruebas estandarizadas de creatividad?** Este nuevo objetivo se enfoca en medir la creatividad de los contadores, en lugar de su nivel de conocimiento de la auditoría creativa y la auditoría a la innovación. La creatividad es un aspecto clave para la auditoría creativa, ya que se busca encontrar nuevas formas de hacer las cosas y generar soluciones innovadoras. Para lograr este objetivo, se podría utilizar pruebas estandarizadas de creatividad, como el Test de Pensamiento Creativo de Torrance o la Escala de Evaluación de la Creatividad de Guilford. Estas pruebas evalúan diferentes aspectos de la creatividad, como la fluidez, la originalidad y la flexibilidad del pensamiento. Al comparar los resultados de las pruebas de creatividad de los contadores con los resultados de los chefs, se podrían identificar diferencias significativas en cuanto al grado de creatividad entre ambos grupos de profesionales. Esto podría servir como base para futuras investigaciones sobre cómo fomentar la creatividad en los contadores y cómo aplicar la auditoría creativa en el campo de la contabilidad.
4. **¿Cuáles son las posibilidades creativas de los contadores en su campo fiscal y cómo pueden ser desarrolladas para mejorar la calidad de los servicios contables ofrecidos a los clientes?** Esta investigación podría incluir la exploración de cómo los contadores pueden aplicar la creatividad en la resolución de problemas fiscales, cómo pueden mejorar la eficiencia y la calidad de sus servicios mediante la creatividad, y cómo pueden adaptarse a los cambios en la legislación fiscal a través de soluciones creativas. Se podrían realizar entrevistas a contadores experimentados en el campo fiscal para obtener información sobre sus experiencias y prácticas creativas, y también se podrían utilizar pruebas estandarizadas de creatividad para medir la creatividad de los contadores en este campo. Los resultados de esta investigación podrían ser útiles para mejorar la formación y el desarrollo profesional de los contadores, así como para mejorar la calidad de los servicios contables ofrecidos a los clientes.
5. **¿Cómo se puede aplicar la auditoría creativa & de innovación en una empresa constructora en el ramo hidroagrícola y cuál es su importancia en la mejora de la gestión financiera y el control interno de la empresa?** Esta investigación se

centraría en la aplicación práctica de la auditoría creativa & de innovación en una empresa constructora en el ramo hidroagrícola. Se podrían utilizar diversas técnicas creativas para identificar riesgos financieros y posibles fraudes en los procesos de la empresa. Además, se podrían implementar soluciones creativas para mejorar el control interno y la eficiencia financiera de la empresa. Los resultados de esta investigación podrían ser útiles para la empresa, ya que la auditoría creativa & de innovación puede ayudar a identificar problemas y oportunidades de mejora que no se detectan con enfoques tradicionales de auditoría. También podría ser útil para otras empresas del mismo sector o industria que busquen mejorar su gestión financiera y su control interno.

Referencias

- La gastronomía como fenómeno de comunicación y de relación social, G. P. (2017 de 2017). *Universidad de Vigo*. Recuperado el 28 de 07 de 2020, de Universidad de Vigo: <http://www.investigacion.biblioteca.uvigo.es/xmlui/handle/11093/650>
- La Postrería Gdl. (2013). *La Postrería Gdl*. Recuperado el 09 de 2020, de La Postrería Gdl: <https://www.lapostrieriagd.com>
- Cameron, J. (2015). *El camino del artista*. Barcelona: Aguilar.
- Carolina Garzon Payan, J. O. (2010). *Aplicación de la auditoría de marca basada en el valor de capital de marca basada en la cliente aplicada a empresa media del sector de moda*. Obtenido de Biblioteca Digital Icesi: https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/5434/1/garzon_aplicacion_auditoria_2010.pdf
- Carroll, L. (26 de 11 de 1865). *Secretaría de Educación del Estado de Coahuila*. Recuperado el 09 de 2020, de Alicia en el país de las maravillas: http://web.seducoahuila.gob.mx/biblioweb/upload/alicia_maravillas.PDF
- Catmull, E. (2014). *Creatividad, S.A.* Barcelona: Conecta más.
- Centro Regional de Panamá. (09 de 2001). *Transparencia y Rendición de Cuentas de los Gobiernos locales*. Recuperado el 16 de 04 de 2020, de Guía práctica para la auditoría social como herramienta participativa para fortalecer la gobernabilidad democrática, transparencia y rendición de cuentas: <https://base.socioeco.org/docs/manualpnud.pdf>
- Ley de Fiscalización y Rendición de Cuentas de la Federación, C. d. (16 de 07 de 2016). *Cámara de Diputados H. Congreso de Unión*. Recuperado el 07 de 03 de 2020, de Información Parlamentaria: <http://www.diputados.gob.mx>
- Licenciatura en Gestión y Administración de PYMES en la UNADM, K. F. (18 de 08 de 2016). *Licenciatura en Gestión y Administración de PYMES en la UNADM*. Recuperado el 21 de 03 de 2020, de Creatividad e innovación empresarial, Auditoría Administrativa: <http://gestionyadmondepymesunadm.blogspot.com/2016/08/auditoria-administrativa.html>

- Lifeder.com, Iraima Arrechedera. (s.f.). *Lifeder.com*. Recuperado el 09 de 2020, de Auguste Escoffier: biografía, aportes y obras: <https://www.lifeder.com/auguste-escoffier/>
- Colegio de Contadores Públicos de México. (s.f.). *Colegio de Contadores Públicos de México*. Recuperado el 10 de 03 de 2020, de Tipos de Auditoría, Espacio Universitario: <https://www.ccpm.org.mx>
- Colegio de Enfermeras de Perú. (2004). *Colegio de Enfermeras de Perú*. Recuperado el 18 de 04 de 2020, de Departamento de Enfermería: http://www.hsj.gob.pe/web1/UGC/html/comite_auditoria/publicaciones/manual_auditoria.pdf
- Cocimaniacos. (11 de 07 de 2007). *Cocimaniacos*. Recuperado el 09 de 2020, de Jacques Maximin cocina imaginativa: Jacques Maximin cocina imaginati
- Alma-Ata. (s.f.). *Alma-Ata 1978*. Recuperado el 18 de 04 de 2020, de Alma-Ata: <http://www.alma-ata.es/declaraciondealmaata/declaraciondealmaata.html>
- Alvarez, M. d. (2006). *La auditoría como proceso de control: concepto y tipología*. Recuperado el 25 de 05 de 2023, de Sistema de Información Científica Redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/1814/181418190004.pdf>
- Adria, F. (2017). *Cómo funciona elBulli*. Barcelona : Phaidon .
- Aduriz, A. L. (2015). *Puntos de Fuga*. Barcelona : Planeta Gastro.
- Anderson, N., Potocnik, K., & Zhou, J. (2014). Innovation and Creativity in Organizations: A State-of-the-Science Review, Prospective Commentary, and Guiding Framework. *Journal of management*,, 37.
- Andrews, C. (2018). *Ferran Adria The inside story of elBulli* .
- Arteaga, Damaris, Colegio de Contadores Públicos de México. (2006). *Auditoría Forense: Herramienta Preventiva y Detective*. Recuperado el 19 de 04 de 2020, de Colegio de Contadores Públicos de México: https://www.ccpm.org.mx/espaciouniversitario/trabajos_ganadores/trabajos_octavo/TERCER%20LUGAR%20.pdf
- Auditoría especial de legalidad y desempeño. (05 de 2016 de 2016). *ORFIS Órgano de fiscalización Superior del Estado de Veracruz*. Recuperado el 01 de 04 de 2020, de Biblioteca Virtual: <http://www.orfis.gob.mx/BibliotecaVirtual/archivos/27042017063432.pdf>

Blog Scoolinary. (09 de 20 de 2019). *Blog Scoolinary*. Recuperado el 09 de 2020, de La Cocina de Vanguardia: <https://blog.scoolinary.com/cocina-de-vanguardia/>

Blogthinkbig.com, Javier Menéndez Sánchez. (2020). *10 frases de Bill Gates que cambiarán tu perspectiva de la vida*. Recuperado el 02 de 2022, de 10 frases de Bill Gates que cambiarán tu perspectiva de la vida: <https://blogthinkbig.com/10-frases-bill-gates>

Barnett, B, Harvard University. (2019). *The Future of Audit: Keeping Up with the Times*. Journal of Accountancy.

Bejarano, T. (2020 de 2015). *Ministerio de Educación y Formación Profesional de España*. Obtenido de Ministerio de Educación y Formación Profesional de España: <https://www.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:190ffbbb-9106-4c0b-ac3f-33bebd6041d2/pe-n9-rec02-mteresa-bejarano.pdf>

Definiciona. (s.f.). *Definiciones, Definición y etimología*. Recuperado el 09 de 2020, de Crear: <https://definiciona.com/crear/>

Definiciona. (s.f.). *Definiciones, Definición y etimología*. Recuperado el 09 de 2020, de Entusiasmo: <https://definiciona.com/entusiasmo/>

El Bulli . (s.f.). *Los orígenes*. Recuperado el 01 de 08 de 2020, de El Bulli: <http://www.elbulli.com/historia/index.php?lang=es&seccion=1&subseccion=6>

Miracielos, Innovación. Gestión. Estrategia. Personas. (19 de 07 de 2013). *Qué es innovación para Tom Kelley (IDEO)*. Recuperado el 02 de 2022, de Qué es innovación para Tom Kelley (IDEO): <https://www.elmiracielos.com/innovacion/que-es-innovacion-para-tom-kelley-ideo/>

El país. (26 de 07 de 2018). *Crear es no copiar*. Recuperado el 02 de 2022, de El país: https://elpais.com/elpais/2018/07/27/estilo/1532645106_678176.html

ElBulliFoundation . (05 de 02 de 2022). *Catálogo general del elBulli* . Obtenido de ElBulliFoundation : <http://www.elbulli.com/catalogo/catalogo/index.php?lang=es#>

elBullifoundation, Ferrán Adriá. (s.f.). *elBullifoundation, Biografía de Ferrán Adriá*. Recuperado el 2020, de elBullifoundation: <https://elbullifoundation.com>

Enrique Fuentes Valdueza, C. d. (28 de 11 de 2015). *Club de ensayos, Negocios*. Recuperado el 01 de 08 de 2020, de <https://www.clubensayos.com/Negocios/Caso-de-estudio-El-Bulli/3021819.html>.

- Escalante, V. M. (2013). *Elementos de Auditoría*. (J. R. Martínez, Ed.) México, México: CENGAGE Learning .
- Excellence, Francisco Alcaide Hernández. (06 de 2006). *Ferran Adrià: la creatividad infinita*. Recuperado el 02 de 2022, de Ferran Adrià: la creatividad infinita: <https://www.eexcellence.es/entrevistas/con-talento/ferran-adria-la-creatividad-infinita>
- Fernando García González, C. s. (2020). *Asociación Colombiana de Facultades de Ingeniería*. Recuperado el 02 de 2022, de Asociación Colombiana de Facultades de Ingeniería: https://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf
- Ferran Adrià. (20 de junio de 2020). *Twitter, Inc*. Obtenido de Ferran Adrià, Twitter.
- Ferran Adrià, B. L. (2014). *Notes of creativity*. New York: The drawing center.
- Ferran Adrià, J. S. (2010). *Cómo funciona elBulli, las ideas, los métodos y la creatividad de Ferran Adrià* (Primera Edición ed.). (Phaidon, Ed., & N. C. Ribes, Trad.) Nueva York , Estados Unidos: Phaidon.
- Forbes, Vanesa Matesanz. (21 de 05 de 2021). *¿Qué era la creatividad para Steve Jobs?* Recuperado el 02 de 2022, de Forbes: <https://forbes.es/lifestyle/4370/que-era-la-creatividad-para-steve-jobs/>
- Fuera de serie, Maribel González. (20 de 05 de 2020). *Noma, de mejor restaurante del mundo a bar de hamburguesas*. Recuperado el 09 de 2020, de Noma, de mejor restaurante del mundo a bar de hamburguesas: <https://www.expansion.com/fueradeserie/gastro/2020/05/20/5ec50b05468aeb2f118b4676.html>
- Gestión de calidad del servicio de alimentos y bebidas, G. C. (29 de 12 de 2011). *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Recuperado el 02 de 04 de 2020, de Estudios y Perspectivas en Turismo: <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V21/N03/v21n3a12.pdf>
- Gilbert, E. (2021). *Libera tu magia*. México: Aguilar.
- Grandes Pymes, Alberto Rubín Martín. (s.f.). *Los 3 secretos de la creatividad de Pablo Picasso*. Recuperado el 02 de 2022, de Grandes Pymes: <https://www.grandespymes.com.ar/2018/10/19/los-3-secretos-de-la-creatividad-de-pablo-picasso/>

- IFPP . (s.f.). *The INTOSAI Framework of Professional Pronouncements*. Recuperado el 13 de 04 de 2020, de The INTOSAI Framework of Professional Pronouncements: <https://www.issai.org>
- IMCP Instituto Mexicano de Contadores Públicos. (s.f.). *IMCP Instituto Mexicano de Contadores Públicos*. Recuperado el 02 de 04 de 2020, de ¿Quiénes somos?: <https://imcp.org.mx/quienes-somos/que-es-el-imcp/>
- Inteligencia creativa. (14 de 03 de 2013). *Inteligencia creativa 30 frases inspiradoras sobre innovación*. Recuperado el 02 de 2022, de 30 frases inspiradoras sobre innovación: <https://inteligenciacreativa.com/30-frases-inspiradoras-sobre-innovacion/>
- Introducción a la auditoría, A. (2012). *Aliat Universidades*. Recuperado el 10 de 03 de 2020, de Aliat Universidades: <http://www.aliat.org.mx>
- IProfesional. (27 de 02 de 2021). *IProfesional, Las 40 frases de Elon Musk más inspiradoras para pensar y copiar su mirada innovadora Es uno de los hombres más ricos del mundo, innovador en el mundo de los autos eléctricos y arriesgado. Más de 40 frases de Elon Musk para pensar IPROFESION*. Recuperado el 02 de 2022, de IProfesional: <https://www.iprofesional.com/actualidad/333771-las-40-frases-de-elon-musk-mas-inspiradoras>
- January, J. P. (2012). *Ferran Adrià ¿Cocinero o Artista? Un filósofo en Bulli*. Madrid : Alianza Editorial.
- Jouary, J.-P. (2011). *Ferran Adrià ¿Cocinero o artista?* Madrid: Alianza Editorial.
- Juan Caurin, L. a. (15 de 03 de 2017). *Emprende Pyme* . Recuperado el 10 de 03 de 2020, de Emprende Pyme: <https://www.emprendepyme.net>
- MAPFRE. (19 de 09 de 2019). *¿Qué es la auditoría creativa?* Recuperado el 11 de 03 de 2020, de ¿Qué es la auditoría creativa?: <https://www.jubilacionypension.com>
- Mheducation. (s.f.). *La auditoría: concepto, clases y evolución*. (M. G. Hill, Ed.) Recuperado el 29 de 05 de 2023, de Mc Graw Hill: <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448178971.pdf>
- MSN Noticias. (03 de 09 de 2014). *MSN Noticias*. Recuperado el 09 de 2020, de Biografía del chef Joël Robuchon: <https://www.msn.com/es-es/noticias/otras/biograf%C3%ADa-del-chef-joël-robuchon/ar-BB1dvJE>

- negocios, I. a. (s.f.). *Universidad Rafael Landívar*. Recuperado el 21 de 03 de 2020, de Biblioteca Landivariana: <http://biblio3.url.edu.gt/Publi/Libros/ADMestrategicaypolitica/01.pdf>
- OMS Monitoreo, Evaluación y análisis de las estrategias nacionales de la salud. (2010). *Organización Mundial de la Salud*. Recuperado el 19 de 04 de 2020, de Una plataforma dirigida por los países para la información y la rendición de cuentas: https://www.who.int/healthinfo/country_monitoring_evaluation/MandE_NHS_spanish.pdf
- Oppenheimer, A. (2020). *Crear o morir*. México: Penguin Random House.
- Organización Mundial de la Salud, OMS. (2019). *Preguntas y respuestas sobre la enfermedad por coronavirus (COVID-19)*. Recuperado el 13 de 04 de 2020, de Preguntas y respuestas sobre la enfermedad por coronavirus (COVID-19): <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>
- Organización Mundial de la Salud, Informe sobre la Salud en el mundo. (2020). *Organización Mundial de la Salud*. Recuperado el 18 de 04 de 2020, de Informe sobre la salud en el mundo. Capítulo 7: Sistemas de salud: <https://www.who.int/whr/2003/chapter7/es/>
- Organización Mundial de la Salud, OMS. (s.f.). *Organización Mundial de la Salud*. (OMS, Productor) Recuperado el 06 de 04 de 2020, de Temas de salud, enfermedades de transmisión alimentaria: https://www.who.int/topics/foodborne_diseases/es/
- Organización Mundial de la Salud, Regresó a Alma-Ata Dra. Margaret Chan. (15 de 09 de 2008). *Organización Mundial de la Salud, Regresó a Alma-Ata Dra. Margaret Chan*. Recuperado el 18 de 04 de 2020, de la Organización Mundial de la Salud, Regresó a Alma-Ata Dra. Margaret Chan: <https://www.who.int/dg/20080915/es/>
- Organización mundial de la Salud, VIH/SIDA. (2020). *Organización mundial de la Salud, VIH/SIDA*. Recuperado el 18 de 04 de 2020, de Temas de salud VIH/SIDA: https://www.who.int/topics/hiv_aids/es/
- Planellas, M. (2021). *El libro rojo de la innovación*. Barcelona, España: Penguin Random House Grupo Editorial.

- Pereira, A. (2015). La creatividad en el contexto pedagógico y las políticas educativas en. Obtenido de The world's largest collection of open access research papers: <https://core.ac.uk/download/pdf/71398266.pdf>
- Piensa Merca. (s.f.). *10 frases inspiradoras para estimular tu creatividad*. Recuperado el 02 de 2022, de Piensa Merca: <https://www.piensamerca.mx/blog/10-frases-inspiradoras-para-estimular-tu-creatividad>
- Popular Impulsa . (09 de 02 de 2017). *El poder de una visión empresarial constituida*. Recuperado el 01 de 08 de 2020, de El poder de una visión empresarial constituida: <https://www.impulsapopular.com/gerencia/el-poder-de-una-vision-empresarial-constituida/>
- Poussardin, S. (2016). *Molecul'Art*. Barcelona: Cooked by Urano.
- PUNTO SEIS, AUDITORÍA DE MARCA. (2014). *PUNTO SEIS*. Recuperado el 20 de 07 de 2020, de AUDITORIA DE MARCA: <https://www.punto6.com.ar/consultoria/auditoria-de-marca>
- Ramírez, A. (2006). *Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco*. Recuperado el 18 de 04 de 2020, de Administración y Tecnología para el Diseño Investigación: https://administracionytecnologiaparaeldiseno.azc.uam.mx/publicaciones/2006/8_2006.pdf
- REDES, Revista Hispana para el análisis de redes sociales; Una definición estructural de capital social, García Valdecasas Medina, University of Leicester. (06 de 2011). *Revista Redes*. Recuperado el 01 de 08 de 2020, de Revista Redes: http://revista-redes.rediris.es/pdf-vol20/vol20_6.pdf
- Roberto Carlos Magallón Martínez, C. G. (s.f.). *Universidad Autónoma de Barcelona*. Recuperado el 02 de 2022, de Universidad Autonoma de Barcelona: https://ddd.uab.cat/pub/ruta/ruta_a2013m12n5/ruta_a2013m12n5a5.pdf
- Rodríguez, S. H. (2002). *Administración, Pensamiento, proceso, estrategia y vanguardista*. México, D.F., México: McGraw-Hill.
- Rodríguez, S. H. (s.f.). *Introducción a la Administración* (Quinta edición ed.). México, México, México: Mc Graw Hill.
- Rodríguez, Sergio Hernández . (2011). *Administración, Pensamiento, Proceso, Estrategia y Vanguardia*. México, D.F., México: Mc Graw Hill.

- SAIA Consultoría en seguridad alimentaria y APPCC en Barcelona . (07 de 02 de 2019). *SAIA Consultoría en seguridad alimentaria y APPCC en Barcelona* . Recuperado el 01 de 04 de 2020, de Auditoría en un restaurante: en qué consiste y cómo prepararla : <https://saia.es/auditoria-en-un-restaurante-en-que-consiste-y-como-prepararla/>
- Sastre asociados, Innovamos. (28 de 09 de 2012). *Sastre asociados, Innovamos Los 7 secretos de la innovación de Steve Jobs*. Recuperado el 02 de 2022, de Los 7 secretos de la innovación de Steve Jobs: <https://www.sastre-asociados.com/los-7-secretos-de-la-innovacion-de-steve-jobs/>
- SAT, Servicio de Administración Tributaria. (s.f.). *SAT, Servicio de Administración Tributaria*. Recuperado el 02 de 04 de 2020, de Todo lo que nadie te explica del SAT: <https://satgobmx.com>
- Servicio de Administración Tributaria, Secretaria de Hacienda y Crédito Público . (s.f.). *Servicio de Administración Tributaria*. Recuperado el 10 de 03 de 2020, de Trámites y Servicios: <https://www.sat.gob.mx>
- SOY CONTA, Jorge Alberto Reyes Caballero. (s.f.). *La importancia del Código Fiscal Federal en la Actividad Económica*. Recuperado el 02 de 04 de 2020, de La importancia del Código Fiscal Federal en la Actividad Económica: <https://www.soyconta.com/la-importancia-del-codigo-fiscal-de-la-federacion-en-la-actividad-economica/>
- Televisión Española TVE, V. 1. (Productor), Pujol, D. (Escritor), & Pujol, D. (Dirección). (2018). *El bulli: Historia de un sueño 2014-2017* [Película]. España: Amazon Prime Video.
- Televisión Española TVE, V. 1. (Productor), Pujol, D. (Escritor), & Pujol, D. (Dirección). (2020). *El Bulli: Historia de un sueño 1963-1986* [Película]. España: Amazon Prime Video.
- Televisión Española TVE, V. 1. (Productor), Pujol, D. (Escritor), & Pujol, D. (Dirección). (2020). *El Bulli: Historia de un sueño 1986-1991* [Película]. España: Amazon Prime Video.
- Televisión Española TVE, V. 1. (Productor), Pujol, D. (Escritor), & Pujol, D. (Dirección). (2020). *El Bulli: Historia de un sueño 1991-1993* [Película]. España: Amazon Prime Video.

- Televisión Española TVE, V. 1. (Productor), Pujol, D. (Escritor), & Pujol, D. (Dirección). (2020). *El Bulli: Historia de un sueño 2003-2005* [Película]. España: Amazon Prime Video.
- Televisión Española TVE, V. 1. (Productor), Pujol, D. (Escritor), & Pujol, D. (Dirección). (2020). *El Bulli: Historia de un sueño 2009-2011* [Película]. España: Amazon Prime Video .
- Televisión Española TVE, V. 1. (Productor), Pujol, D. (Escritor), & Pujol, D. (Dirección). (2020). *El bulli: Historia de un sueño: Un día en el Bulli* [Película]. España: Amazon Prime Video.
- Televisión Española TVE, V. 1. (Productor), Pujol, D. (Escritor), & Pujol, D. (Dirección). (2020). *El Bulli: Historia de un sueño; The Last Waltz 2011* [Película]. España: Amazon Prime Video .
- Televisión Española, V. 1. (Productor), Pujol, D. (Escritor), & Pujol, D. (Dirección). (2010). *El Bulli: Historia de un sueño 2007-2009* [Película]. España: Amazon Video Prime.
- Televisión Española, V. 1. (Productor), Pujol, D. (Escritor), & Pujol, D. (Dirección). (2011). *El Bulli: Documenting Documenta* [Película]. España: Amazon Prime Video.
- Televisión Española, V. 1. (Productor), Pujol, D. (Escritor), & Pujol, D. (Dirección). (2020). *El Bulli: Historia de un sueño 1994-1996* [Película]. España: Amazon Prime Video.
- Televisión Española, V. 1. (Productor), Pujol, D. (Escritor), & Pujol, D. (Dirección). (2020). *El Bulli: Historia de un sueño 1996-1999* [Película]. España: Amazon Prime Video.
- Televisión Española, V. 1. (Productor), Pujol, D. (Escritor), & Pujol, D. (Dirección). (2020). *El Bulli: Historia de un sueño 1999-2002* [Película]. España: Amazon Prime Video.
- Televisión Española, V. 1. (Productor), Pujol, D. (Escritor), & Pujol, D. (Dirección). (2020). *El bulli: Historia de un sueño 2005-2007* [Película]. España: Amazon Prime Video.
- Televisión Española TVE, V. 1. (Productor), Pujol, D. (Escritor), & Pujol, D. (Dirección). (2018). *El Bulli: Historia de un sueño 2011-2014* [Película]. España: Amazon Prime Video.
- UNAB, Algunas definiciones de creatividad. (s.f.). *UNAB, Algunas definiciones de creatividad*. Recuperado el 02 de 2022, de UNAB, Algunas definiciones de creatividad: <https://www.unab.edu.co/publicaciones/algunas-definiciones-creatividad>


- UNIR. (20 de 10 de 2020). *Ken Robinson y la creatividad*. Recuperado el 02 de 2022, de La Universidad en Internet: <https://www.unir.net/marketing-comunicacion/revista/el-pensamiento-de-ken-robinson-aplicado-a-la-creatividad-publicitaria/#:~:text=Robinson%20define%20la%20creatividad%20como,que%20se%20aprende%20a%20leer%E2%80%9D>.
- Universidad de Palermo, SchraemilHarry. (18 mayo de 2007 de 2007). *El diseño de la gastronomía*. Obtenido de Universidad de Palermo Publicaciones: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/alumnos/trabajos/13575_12913.pdf
- Universidad ISU. (24 de 04 de 2020). *Universidad ISU*. Recuperado el 09 de 2020, de ¿Qué es la cocina de autor?: <https://isu.edu.mx/que-es-la-cocina-de-autor/>
- USAID Del pueblo de los Estados Unidos de América. (2014). *Programa de Gobernabilidad Local, Global Communities Partners for good*. (M. Gutiérrez, Productor) Recuperado el 13 de 04 de 2020, de La auditoría social, fortaleciendo capacidades en participación ciudadana: <http://www.globalcommunities.org.ni/media/documentos/GMAuditoriasocial190515.pdf>
- Anderson, N., Potocnik, K., & Zhou, J. (2014). Innovation and Creativity in Organizations: A State-of-the-Science Review, Prospective Commentary, and Guiding Framework. *Journal of management*, 37.
- Andrews, C. (2010). *Ferran The inside story of el Bulli and the man who reinvented food*. Nueva York: Avery.
- Bejarano, T. (2020 de 2015). *Ministerio de Educación y Formación Profesional de España*. Obtenido de Ministerio de Educación y Formación Profesional de España: <https://www.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:190ffbbb-9106-4c0b-ac3f-33bebd6041d2/pe-n9-rec02-mteresa-bejarano.pdf>
- Blog Scoolinary. (09 de 20 de 2019). *Blog Scoolinary*. Recuperado el 09 de 2020, de La Cocina de Vanguardia: <https://blog.scoolinary.com/cocina-de-vanguardia/>
- Cameron, J. (2015). *El camino del artista*. Barcelona: Aguilar.
- Carroll, L. (26 de 11 de 1865). *Secretaría de Educación del Estado de Coahuila*. Recuperado el 09 de 2020, de Alicia en el país de las maravillas: http://web.seducoahuila.gob.mx/biblioweb/upload/alicia_maravillas.PDF

- Catmull, E. (2014). *Creatividad, S.A.* . Barcelona: Conecta más.
- center, T. d. (2016). *Ferran Adrià: Notes on creativity*. Nueva York: The drawing center .
- Cocimaniacos. (11 de 07 de 2007). *Cocimaniacos*. Recuperado el 09 de 2020, de Jacques Maximin cocina imaginativa: Jacques Maximin cocina imaginati
- Definiciona. (s.f.). *Definiciones, Definición y etimología*. Recuperado el 09 de 2020, de Crear: <https://definiciona.com/crear/>
- Definiciona. (s.f.). *Definiciones, Definición y etimología*. Recuperado el 09 de 2020, de Entusiasmo: <https://definiciona.com/entusiasmo/>
- El Bulli . (s.f.). *Los orígenes*. Recuperado el 01 de 08 de 2020, de El Bulli: <http://www.elbulli.com/historia/index.php?lang=es&seccion=1&subseccion=6>
- elBullifoundation, Ferrán Adriá. (s.f.). *elBullifoundation, Biografía de Ferrán Adriá*. Recuperado el 2020, de elBullifoundation: <https://elbullifoundation.com>
- Ferran Adriá, J. S. (2010). *Como funciona elBulli, las ideas, los métodos y la creatividad de Ferran Adriá* (Primera Edición ed.). (Phaidon, Ed., & N. C. Ribes, Trad.) Nueva York , Estados Unidos: Phaidon.
- Fuera de serie, Maribel González. (20 de 05 de 2020). *Noma, de mejor restaurante del mundo a bar de hamburguesas*. Recuperado el 09 de 2020, de Noma, de mejor restaurante del mundo a bar de hamburguesas: <https://www.expansion.com/fueradeserie/gastro/2020/05/20/5ec50b05468aeb2f118b4676.html>
- INNOVAR, Edison Jair Duque Oliva*. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *¿Cómo citar? Fascículo completo Más información del artículo Página de la revista Innovar. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales,*.
- January, J. P. (2012). *Ferran Adrià ¿Cocinero o Artista? Un filósofo en Bulli*. Madrid : Alianza Editorial.
- Ken Robinson: "El creativo no nace, se hace", Marketing Directo. (10 de 01 de 2012). *Ken Robinson: "El creativo no nace, se hace", Marketing Directo*. Recuperado el 09 de 2020, de Marketing Directo: <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/tendencias/ken-robinson-el-creativo-no-nace-se-hace>

- La Postrería Gdl. (2013). *La Postrería Gdl*. Recuperado el 09 de 2020, de La Postrería Gdl:
<https://www.lapostrieriagdl.com>
- Lifeder.com, Iraima Arrechadora. (s.f.). *Lifeder.com*. Recuperado el 09 de 2020, de Auguste Escoffier: biografía, aportes y obras: <https://www.lifeder.com/auguste-escoffier/>
- MSN Noticias. (03 de 09 de 2014). *MSN Noticias*. Recuperado el 09 de 2020, de Biografía del chef Joël Robuchon: <https://www.msn.com/es-es/noticias/otras/biograf%C3%ADa-del-chef-joël-robuchon/ar-BB1dvJE>
- Pereira, A. (2015). La creatividad en el contexto pedagógico y las políticas educativas en. Obtenido de The world's largest collection of open access research papers: <https://core.ac.uk/download/pdf/71398266.pdf>
- Poussardin, S. (2016). *Molecul'Art*. Barcelona: Cooked by Urano.
- Robert y Michéle, R.-B. (2002). *El secreto de la creatividad*. Barcelona: Kairos.
- Rodríguez, S. H. (s.f.). *Introducción a la Administración* (Quinta edición ed.). México, México, México: Mc Graw Hill.
- Rodríguez, Sergio Hernández . (2011). *Administración, Pensamiento, Proceso, Estrategia y Vanguardia*. México, D.F., México: Mc Graw Hill.
- Sapiens una metodología para comprender la gastronomía, F. A. (s.f.). *Revistes Catalanes amb Accés Obert*. Recuperado el 12 de 10 de 2017, de Revistes Catalanes amb Accés Obert: www.raco.cat
- Universidad de Palermo, SchraemilHarry. (18 mayo de 2007 de 2007). *El diseño de la gastronomía*. Obtenido de Universidad de Palermo Publicaciones: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/alumnos/trabajos/13575_12913.pdf
- Universidad ISU. (24 de 04 de 2020). *Universidad ISU*. Recuperado el 09 de 2020, de ¿Qué es la cocina de autor?: <https://isu.edu.mx/que-es-la-cocina-de-autor/>
- Vix.com, Romina Fierro. (s.f.). *Vix.com*. Recuperado el 09 de 2020, de ¿Qué son las estrellas Michelin?: <https://www.vix.com/es/imj/gourmet/6791/que-son-las-estrellas-michelin>

Anexos

Anexo 1. Encuesta para la muestra de los contadores públicos.



Sección 1 de 7

Auditoría creativa y Auditoría a la innovación

Dialogar y trabajar con creativos y expertos de otros campos como el arte, la ciencia, el diseño industrial, etc., es una aportación fundamental para abordar la creatividad y la innovación con amplitud y diversidad de perspectivas. Las relaciones interdisciplinarias permiten un constante aprendizaje y generación de nuevo conocimiento. Las aportaciones en este estudio de las ciencias económicas administrativas son: Análisis, razonamiento, cuestionamiento del status quo, conocimiento, sistematización.

"Los datos e informes que los particulares proporcionen para fines de este estudio de investigación académica serán manejados, para efectos de la Ley de Información Estadística y Geográfica en su artículo 38, bajo la observancia de los principios de confidencialidad y reserva y no podrán comunicarse, en ningún caso, en forma nominativa o individualizada, ni harán prueba ante autoridad administrativa o fiscal, ni en juicio o fuera de él."

Sección 2 de 7

Datos generales

Descripción (opcional)

Edad *

Texto de respuesta corta

Sexo *

Mujer

Hombre

Escolaridad *

- Licenciatura
- Maestría
- Doctorado
- Otro

Profesión *

- Contador Público
- Abogado
- Administrador de Empresas

Ocupación: *

- Empleador
- Empleado
- Consultoría Independiente

Sección 3 de 7

Auditoría creativa



Descripción (opcional)

¿Alguna vez escucho hablar de la "Auditoría creativa"? *

Sí

No

Sección 4 de 7

Sección sin título



Descripción (opcional)

¿Cuál considera que sea el objetivo de estudio de la Auditoría Creativa? *

Un producto y/o servicio o una línea de productos y/o servicios.

Un proyecto o un programa de actividades.

Un departamento o un equipo de personas.

La totalidad de la organización (Una visión de 360 grados).

¿Considera importante conocer los requisitos técnicos de la aplicación e importancia de la auditoría creativa en una organización para el desempeño de su propia profesión? *

- No es importante
- Poco importante
- Algo importante
- Importante
- Muy importante

Sección 5 de 7

Auditoría a la Innovación



Descripción (opcional)

¿Alguna vez escucho hablar de la "Auditoría a la Innovación"? *

- Sí
- No

Sección sin título



Descripción (opcional)

¿Cuál considera que sea el objetivo de estudio de la Auditoría a la Innovación? *

- Un producto y/o servicio o una línea de productos y/o servicios.
- Un proyecto o un programa de actividades.
- Un departamento o un equipo de personas.
- La totalidad de la organización (Una visión de 360 grados).

¿Considera importante conocer los requisitos técnicos de la aplicación e importancia de la Auditoría a la Innovación en una organización para el desempeño de su propia profesión? *

- No es importante
- Poco importante
- Algo importante
- Importante
- Muy importante

Creatividad e Innovación



Descripción (opcional)

¿Creatividad e innovación significan lo mismo para Usted? *

- Sí
- No

Creatividad es: (Puede elegir más de una opción)

- La puesta en práctica de manera exitosa de nuevas ideas para conseguir un impacto real
- Es el proceso de tener ideas originales que tienen valor
- Personas creando valor mediante la implementación de nuevas ideas
- Es la generación de nuevas ideas, nuevas formas de mirar problemas.
- Es la acción de no copiar
- Es lo que distingue a un líder de los demás

Innovación es: (Puede elegir más de una opción)

- La puesta en práctica de manera exitosa de nuevas ideas para conseguir un impacto real
- Es el proceso de tener ideas originales que tienen valor
- Personas creando valor mediante la implementación de nuevas ideas
- Es la generación de nuevas ideas, nuevas formas de mirar problemas.
- Es la acción de no copiar
- Es lo que distingue a un líder de los demás

¿Considera que es posible auditar la gestión de la innovación? *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Considera que la Innovación es una actividad imperante de: *

- Los empresarios o dueños de la organización
- Los directivos y mandos medios superiores
- El departamento de innovación y desarrollo I+D
- Toda la organización

Considera Usted, que para el sector en el que se desempeña, ¿La creatividad es importante? *

- No es importante
 - Poco importante
 - Algo importante
 - Importante
 - Muy importante
-

Considera Usted, que para el sector en el que se desempeña, ¿La innovación es importante? *

- No es importante
- Poco importante
- Algo importante
- Importante
- Muy importante

¿En los últimos cinco años, con que frecuencia ha aplicado conocimientos de su área, en algún proyecto innovador? *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

¿Se considera una persona innovadora en su profesión? *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

¿Considera que el campo y/o sector en el que se desempeña profesionalmente "la creatividad e innovación" son importantes y relevantes para su desempeño profesional? *

- No es importante
 - Poco importante
 - Algo importante
 - Importante
 - Muy importante
-

¿Es miembro de algún equipo creativo y/o de innovación en su campo? *

- Sí
 - No
-

Las empresas con las que tiene contacto ¿Cuéntan con un equipo creativo ó un departamento de innovación y desarrollo? *

- Sí
 - No
 - Lo desconozco
-

Para un equipo de creatividad o un departamento de I+D el dialogo con expertos de otras disciplinas es: *

- No es importante
- Poco importante
- Algo importante
- Importante
- Muy importante

¿Con que frecuencia siente "pasión" por su trabajo? *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

En su campo de trabajo, ¿Tiene libertad para tomar decisiones sobre creatividad y/o innovación? *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

Desde su perspectiva ¿El conocimiento creativo se comparte? *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

De acuerdo al siguiente razonamiento. "El error se ve como una oportunidad para crear e innovar" *

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿Usted se considera autocrítico? *

- Nunca
 - Casi nunca
 - A veces
 - Casi siempre
 - Siempre
-

¿Le gusta investigar y plantearse interrogantes? *

- Nunca o casi nunca
- Algunas veces
- Con frecuencia
- Sí, por supuesto

¿Esta abierto para aprender cosas nuevas? *

- Nunca
 - Casi nunca
 - A veces
 - Casi siempre
 - Siempre
-

¿Con qué frecuencia revisa materiales generados con anterioridad para la resolución de problemas emergentes y/o generación de nuevas ideas? *

- Nunca
 - Casi nunca
 - A veces
 - Casi siempre
 - Siempre
-

Anexo 2. Encuesta para la muestra de los chefs.



Sección 1 de 7

Creatividad e Innovación

Dialogar y trabajar con creativos y expertos de otros campos como el arte, la ciencia, el diseño industrial, etc., es una aportación fundamental para abordar la creatividad y la innovación con amplitud y diversidad de perspectivas. Las relaciones interdisciplinarias permiten un constante aprendizaje y generación de nuevo conocimiento. Las aportaciones en este estudio son para identificar los líderes, los recursos, la cultura dentro de los procesos creativos.

"Los datos e informes que los particulares proporcionen para fines de este estudio de investigación académica serán manejados, para efectos de la Ley de Información Estadística y Geográfica en su artículo 38, bajo la observancia de los principios de confidencialidad y reserva y no podrán comunicarse, en ningún caso, en forma nominativa o individualizada, ni harán prueba ante autoridad administrativa o fiscal, ni en juicio o fuera de él."

Sección 2 de 7

Datos generales

Descripción (opcional)

Edad *

Texto de respuesta corta

Sexo *

Mujer

Hombre

Escolaridad *

- Estudios técnicos en cocina
- Licenciatura
- Maestría
- Doctorado
- Otro

Profesión *

- Licenciado en Gastronomía o su equivalente (Chef)
- Técnico en cocina (cocinero)
- Otros

Ocupación: *

- Empleador
- Empleado
- Consistoria Independiente

Sección 3 de 7

Auditoría creativa



Descripción (opcional)

¿Alguna vez escucho hablar de la "Auditoría creativa"? *

- Sí
- No

Sección 4 de 7

Sección sin título



Descripción (opcional)

¿Cuál considera que sea el objetivo de estudio de la Auditoría Creativa? *

- Un producto y/o servicio o una línea de productos y/o servicios.
- Un proyecto o un programa de actividades.
- Un departamento o un equipo de personas.
- La totalidad de la organización (Una visión de 360 grados).

¿Considera importante conocer los requisitos técnicos de la aplicación e importancia de la auditoría creativa en una organización para el desempeño de su propia profesión? *

- No es importante
- Poco importante
- Algo importante
- Importante
- Muy importante

Auditoría a la Innovación



Descripción (opcional)

¿Alguna vez escucho hablar de la "Auditoría a la Innovación"? *

- Sí
- No

Sección sin título



Descripción (opcional)

¿Cuál considera que sea el objetivo de estudio de la Auditoría a la Innovación? *

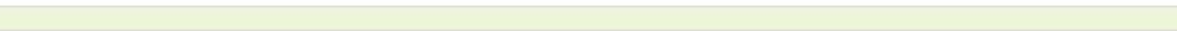
- Un producto y/o servicio o una línea de productos y/o servicios.
 - Un proyecto o un programa de actividades.
 - Un departamento o un equipo de personas.
 - La totalidad de la organización (Una visión de 360 grados).
-

¿Considera importante conocer los requisitos técnicos de la aplicación e importancia de la auditoría a la innovación en una organización para el desempeño de su propia profesión? *

- No es importante
- Poco importante
- Algo importante
- Importante
- Muy importante

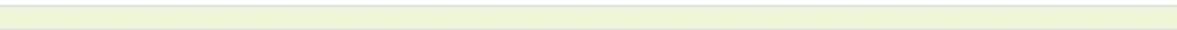
Creatividad e Innovación

Descripción (opcional)



¿Ha escuchado hablar y/o conoce el trabajo de Ferran Adrià? *

- No se quien es y no se que hace
- Se quien es, pero no conozco su trabajo
- Se quien es y conozco su trabajo



¿Creatividad e innovación significan lo mismo para Usted? *

- Sí
- No

Creatividad es: (Puede elegir más de una opción) *

- La puesta en práctica de manera exitosa de nuevas ideas para conseguir un impacto real
- Es el proceso de tener ideas originales que tienen valor
- Personas creando valor mediante la implementación de nuevas ideas
- Es la generación de nuevas ideas, nuevas formas de mirar problemas.
- Es la acción de no copiar
- Es lo que distingue a un líder de los demás

Innovación (Puede elegir más de una opción) *

- La puesta en práctica de manera exitosa de nuevas ideas para conseguir un impacto real
- Es el proceso de tener ideas originales que tienen valor
- Personas creando valor mediante la implementación de nuevas ideas
- Es la generación de nuevas ideas, nuevas formas de mirar problemas
- Es la acción de no copiar
- Es lo que distingue a un líder de los demás

¿Considera que es posible auditar la gestión de la innovación? *

- Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de acuerdo
-

Considera que la Innovación es una actividad imperante de: *

- Los empresarios o dueños de la organización
- Los directivos y mandos medios superiores
- El departamento de innovación y desarrollo I+D
- Toda la organización

Considera Usted, que para el sector en el que se desempeña, ¿La creatividad es importante? *

- No es importante
 - Poco importante
 - Algo importante
 - Importante
 - Muy importante
-

Considera Usted, que para el sector en el que se desempeña, ¿La innovación es importante? *

- No es importante
- Poco importante
- Algo importante
- Importante

¿En los últimos cinco años, con que frecuencia ha aplicado conocimientos de su área, en algún proyecto innovador? *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

¿Se considera una persona innovadora en su profesión? *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

¿Considera que el campo y/o sector en el que se desempeña profesionalmente "la creatividad e innovación" son importantes y relevantes para su desempeño profesional? *

- No es importante
- Poco importante
- Algo importante
- Importante
- Muy importante

¿Es miembro de algún equipo creativo y/o de innovación en su campo? *

- Sí
- No

Las empresas con las que tiene contacto ¿Cuéntan con un equipo creativo ó un departamento *
de innovación y desarrollo?

- Sí
 - No
 - Lo desconozco
-

Para un equipo de creatividad o un departamento de I+D el dialogo con expertos de otras *
disciplinas es:

- No es importante
- Poco importante
- Algo importante
- Importante
- Muy importante

¿Con que frecuencia siente "pasión" por su trabajo? *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

En su campo de trabajo, ¿Tiene libertad para tomar decisiones sobre creatividad y/o innovación? *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

Desde su perspectiva ¿El conocimiento creativo se comparte?

Varias opciones

- Nunca ×
- Casi nunca ×
- A veces ×
- Casi siempre ×
- Siempre ×
- Añadir opción o [añadir respuesta "Otro"](#)

El error se ve como una oportunidad para crear e innovar. *

- Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de acuerdo
-

¿Ustede se considera autocrítico? *

- Nunca
 - Casi nunca
 - A veces
 - Casi siempre
 - Siempre
-

¿Le gusta investigar y plantearse interrogantes? *

- Nunca o casi nunca
 - Algunas veces
 - Con frecuencia
 - Sí, por supuesto
-

¿Esta abierto para aprender cosas nuevas? *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

¿Con qué frecuencia revisa materiales generados con anterioridad para la resolución de problemas emergentes y/o generación de nuevas ideas? *

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre