



# *Dentro de la caja*

## Descubre los fundamentos básicos de la creatividad

Mucho se habla de la creatividad e innovación en las empresas. La opinión tradicional que se tiene de ellas es que no están estructuradas ni obedecen a normas ni patrones; que es preciso pensar sin limitaciones para obtener resultados originales. *Dentro de la caja* sostiene justo lo contrario. Sus autores **Drew Boyd** y **Jacob Goldenberg** demuestran que se produce más y mejor innovación cuando se trabaja dentro de un mundo que resulta familiar, usando lo que ellos han denominado plantillas que se han convertido en el ADN de los productos y servicios que vemos a nuestro alrededor.

Sorprendentemente la mayoría de los productos nuevos y exitosos son el resultado de sólo cinco plantillas que son la base del método de innovación llamado Pensamiento Inventivo Sistemático (SIT):

1. **Sustracción.** Con frecuencia a los productos y servicios innovadores se les ha quitado algo, por lo que general que antes se creía esencial.
2. **División.** En muchos productos y servicios creativos se ha separado uno de sus componentes y se ha colocado en algún otro sitio en la situación de uso, de una manera que al principio no parecía productiva ni factible.
3. **Multiplificación.** Con esta técnica se copia un componente, pero cambiándolo de alguna manera que a priori parecía innecesaria o extraña.
4. **Unificación de tareas.** En algunos productos o servicios creativos se han agrupado ciertas tareas y se han unificado dentro de un componente que antes se creía que no guardaba relación con la tarea.
5. **Dependencia de atributos.** Dos o tres atributos que antes parecían no guardar relación entre sí resulta que se correlacionan.

A lo largo de sus páginas los autores enseñarán cómo aplicar su método de “dentro de la caja” para crear cualquier tipo de producto, servicio o proceso. Además cada técnica se ilustra con muchos ejemplos reales que serán de gran utilidad.

*Dentro de la caja* adopta hacia la creatividad una actitud diferente de la visión convencional ya que no considera el acto creativo como un acontecimiento extraordinario. Por el contrario, sostiene que la creatividad es una destreza que cualquiera puede aprender y dominar y en este sentido no es muy diferente de otras habilidades que adquirimos en los negocios o en la vida. Por lo tanto, cuanto más se practique, más se dominará.

### Los autores:

**Jacob Goldenberg** ha sido profesor de marketing de la Universidad Hebrea de Jerusalem y en la Universidad de Columbia. Actualmente trabaja en el *Interdisciplinary Center Herzliya*. Estudia creatividad y desarrollo de nuevos productos, dinámica de mercados, innovación y sus efectos en las redes sociales. Sus investigaciones se han publicado en las principales revistas especializadas del sector.

**Drew Boyd** es profesor de marketing e innovación en la Universidad de Cincinnati y es consultor en los campos de innovación, marketing, persuasión y redes sociales. Se retiró de Johnson&Johnson en 2010 después de una carrera en marketing, fusiones y adquisiciones, y desarrollo internacional. Fundó el aclamado *Johnson&Johnson Marketing Mastery*, una “universidad interna de marketing”.

### Más información:

<b>TÍTULO ORIGINAL:</b>	Inside The Box
<b>PRECIO:</b>	17 €
<b>TRADUCCIÓN:</b>	María Isabel Merino Sánchez
<b>CÓDIGO:</b>	039000304
<b>ISBN:</b>	978-84-96627-78-9
<b>PUBLICACIÓN:</b>	10/02/2014
<b>ENCUADERNACIÓN:</b>	RCA C/S
<b>FORMATO:</b>	135 x 213
<b>PÁGINAS:</b>	320
<b>COLECCIÓN:</b>	Gestión del conocimiento
<b>Código BIC:</b>	KJD , Innovación empresarial
<b>Código BISAC:</b>	BUS020000, BUSINESS & ECONOMICS / Development / Business Development