

Fundación Osborne celebra la II edición de TOROLAB: su factoría de soluciones emprendedoras

[Multimedia](#)

La propuesta solidaria con un Toro de Osborne más cercano y socialmente comprometido de dos jóvenes gaditanas ha resultado ganador de la II edición de TOROLAB, la factoría de soluciones emprendedoras

Fundación Osborne y el vicerrector de Estudiantes y Empleo y el director General de Emprendimiento, Empresa y Egresados de la UCA acaban de dar a conocer a los ganadores de la segunda edición de TOROLAB, la factoría de soluciones emprendedoras basadas en el conocimiento universitario puesta en marcha por las dos instituciones.

En su segunda edición, el desafío planteado fue *Cómo capitalizar la marca el Toro de Osborne en el siglo XXI en beneficio de sí misma o los distintos productos Osborne*. Los quince participantes han realizado una exposición de los trabajos presentados en esta convocatoria.

Los ganadores han sido Marta Anillo Ponce (máster en Agroalimentación) y María de los Santos Moreno Fernandez (grado Marketing e investigación de mercados), dos jóvenes que se pusieron como reto acercar la marca Osborne a los millennials a través de un Toro de Osborne más comprometido. Para ello, proponen al Toro de Osborne como defensor e inspirador de las causas que nos preocupan a la sociedad y en general a los jóvenes. Como son la sostenibilidad, el medio ambiente, la exclusión social, violencia de género, personas con discapacidad, etc... mediante una colaboración estrecha con asociaciones sin ánimo de lucro para luchar contra estas causas y recaudar fondos para destinarlos a ello.

En busca de soluciones emprendedoras

Con el objetivo de desafiar a los estudiantes universitarios a diseñar y desarrollar soluciones emprendedoras que respondan a problemas reales que plantea el Grupo Osborne, el pasado mes de septiembre se puso en marcha II TOROLAB, de la mano de la Universidad de Cádiz y la Fundación Osborne. Durante estos dos meses de intenso trabajo, las personas participantes han diseñado soluciones para el desafío planteado por el Grupo Osborne, para el cual han entregado un plan de implantación.

Estas soluciones han sido desarrolladas por estudiantes de la Universidad de Cádiz, pertenecientes a distintas titulaciones, por lo que la fusión de conocimientos y visiones han dado lugar a soluciones muy diversas e innovadoras, todas ellas enfocadas a la promoción y capitalización de la marca

del “Toro de Osborne” en beneficio del resto de porfolio del Grupo Osborne. Todo ello con el objetivo de impactar en un público más joven.

Los participantes de esta segunda edición han estado acompañados en todo momento por un equipo de tutores tanto académicos como profesionales externos, pertenecientes a la dirección del Grupo Osborne. Esta iniciativa ha construido un nuevo puente entre la UCA y Osborne, para seguir realizando actividades en conjunto y ya se está planificando para principios del próximo año la tercera edición.

Al tratarse de un programa de intraemprendimiento los participantes han hecho uso en todo momento de metodologías ágiles que permiten testear y validar el modelo de negocio minimizando la utilización de recursos y tiempo. Estas metodologías son utilizadas en la actualidad por múltiples proyectos gestionados desde la Cátedra de Emprendedores en su servicio de asesoramiento habitual, por el que ya han pasado más de 1.000 iniciativas emprendedoras.
