



Propuesta para la puesta en marcha de un programa piloto de soluciones emprendedoras basadas en el conocimiento universitario de la provincia de Cádiz.

Curso 2018-2019

Índice

1. INTRODUCCIÓN	2
2. ¿QUIÉN PUEDE PARTICIPAR?	4
3. ¿POR QUÉ PARTICIPAR?	5
4. ¿CÓMO PARTICIPAR?	5
5. METODOLOGÍA:.....	5
6. DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO:	8
7. CRONOGRAMA:	12
8. POTENCIALES TUTOR/A ACADÉMICO/A:.....	13
9. TUTORES/AS ESTRATÉGICO:.....	14
10. TUTORES EXPERTOS:	15
11. DATOS DE CONTACTO:.....	17

1. INTRODUCCIÓN

Con el objetivo de potenciar el sector turístico y gastronómico de El Puerto de Santa María y fomentar el emprendimiento entre los jóvenes universitarios de la Provincia de Cádiz, la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz y la Fundación Osborne, ponen en marcha **TOROLAB la primera factoría de soluciones emprendedoras, basadas en el conocimiento universitario**, para desafiar a la tradición bodeguera.

Desde **TOROLAB** se pretende desafiar a los estudiantes universitarios a diseñar y desarrollar soluciones emprendedoras que respondan a problemas reales que plantea el Grupo Osborne, permitiéndole así, acercarse al mundo laboral desde el ámbito académico y aplicar los conocimientos adquiridos dentro de las aulas.

Como prueba piloto, se propone establecer **dos desafíos**, a los que buscar una solución emprendedora, en un plazo de 7 semanas.

Cada participante o grupo participante (puede afrontarse el desafío de manera individual o en grupo de 3 personas como máximo), estará acompañado en todo momento por un/a tutor/a académico que les guiará en la búsqueda de una solución emprendedora basada en los conocimientos adquiridos durante la carrera, un/a tutor/a estratégico que les acompañará en el proceso de desarrollo de la solución y un tutor experto, (directivos del Grupo Osborne), quienes los acercarán a la realidad empresarial y proporcionarán toda la información necesaria, para poder diseñar y desarrollar una solución emprendedora realista y ajustada a las necesidades de la empresa.

Para la resolución de los desafíos planteados, se establecerá un calendario de trabajo intensivo, formado por 6 retos que los participantes tendrán que ir superando, en la fecha prevista, para poder continuar en el programa.

Los DESAFÍOS, como prueba piloto, que se plantean son los siguientes:

1. FIDELIZAR AL CONSUMIDOR A TRAVÉS DEL ENOTURISMO, LA VENTA DE PRODUCTOS Y NUEVAS OPORTUNIDADES COMERCIALES

• **Punto de partida:** Miles de personas visitan las bodegas y restaurantes de Osborne anualmente, por lo que el Grupo tiene oportunidad de aprovechar el contacto directo con sus clientes para generar reconocimiento e imagen positiva para sus marcas.

• **Objetivos específicos:**

- Captar la atención del consumidor y transmitirle una imagen óptima de las marcas estratégicas
- Reclutar nuevos consumidores
- Aprovechar las actividades diarias y recursos actuales para fidelizar al cliente
- Desarrollar planes de fidelización con dichos consumidores y detectar oportunidades comerciales

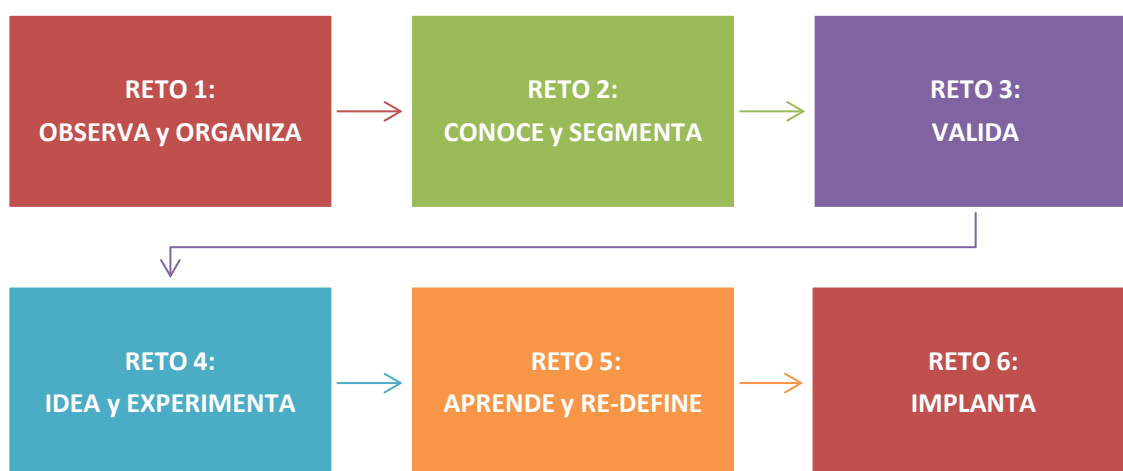
2- ACERCAR LA MARCA OSBORNE A LOS MILENNIALS A TRAVÉS DEL ENTORNO DIGITAL

• **Punto de partida:** Osborne tiene un portafolio de marcas bien conocidas entre los baby-boomers pero que pueden resultar desconocidas para los millennials.

• **Objetivos específicos:**

- Diseñar una estrategia de comunicación, apoyándose en el canal digital, que convierta a Osborne en una compañía conocida por los jóvenes, sin poner en riesgo el equity de la marca.
- Optimizar el uso de los canales y contenidos actuales

Los RETOS a superar para hacer frente a cada DESAFÍO planteado son:



2. ¿QUIÉN PUEDE PARTICIPAR?

-**Estudiantes** de la Universidad de Cádiz proactivos/as, con iniciativa y ganas de diseñar y desarrollar soluciones emprendedoras. Perteneciente a cualquier titulación.

Por la temática de los DESAFÍOS a resolver, es especialmente interesante la participación de estudiantes de las siguientes titulaciones (de forma no excluyente):

- Grado de Administración y Dirección de Empresas
- Grado en Marketing e Investigación de Mercados
- Doble Grado en Marketing e Investigación de Mercados y Turismo
- Doble Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y Marketing e Investigación de Mercados
- Doble Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y Turismo
- Grados de Ingenierías

Se puede participar de manera individual o en grupo de hasta 3 personas.

3. ¿POR QUÉ PARTICIPAR?

- Tendrás la oportunidad de demostrar tu talento al mercado laboral
- Trabajarás codo a codo con un reputado equipo del Grupo Osborne
- Adquirirás conocimientos y habilidades emprendedoras, muy valoradas por las empresas en la actualidad.
- Serás uno/a de los/as protagonistas de un programa pionero de intraemprendimiento en la provincia, del que se espera una gran repercusión mediática.
- Tu trabajo y esfuerzo podrá verse recompensado con una beca, de hasta 1.500€, para cursar un posgrado oficial en la Universidad de Cádiz.

4. ¿CÓMO PARTICIPAR?

Las personas interesadas en participar tendrán que enviar a catedra.emprendedores@uca.es la solicitud de participación que estará disponible en emprendedores.uca.es

Del 26 de septiembre al 22 de octubre estará abierto el plazo de presentación de solicitudes. De entre todas las recibidas, se hará una selección que se publicará, el 24 de octubre, en la web emprendedores.uca.es

En la solicitud de participación, los candidatos tendrán que indicar el DESAFÍO prioritario que le gustaría resolver. Una vez recibidas todas las solicitudes, se hará una selección (mediante entrevista personal) de los participantes.

Además, todos los candidatos recibirán un e-mail conociendo el estado final de la misma.

5. METODOLOGÍA:

Ponemos a tu disposición las últimas técnicas y métodos de trabajo con emprendedores.

Como se trata de un programa de intraemprendimiento, haremos uso de metodologías ágiles que permitan testear y validar el modelo de negocio minimizando la utilización de recursos y tiempo. Por ello, se ha optado por la utilización de Lean Startup de Eric Ries (“fracasa rápido, fracasa barato”), combinada con otras metodologías y técnicas: effectuation (Sara Sarasvathy), customer development (Steve Blank) y sus derivadas, Blue Ocean Strategy (Renée Mauborgne y W. Chan Kim), desarrollo del Business model CANVAS (Alexander Osterwalder), encaje producto-mercado, prototipado y validación (Osterwalder y Blank) y crecimiento rápido. Todas estas herramientas se complementarán con otras herramientas de un enfoque más clásico como el Business plan (en el que se utilizará la versión de Bruce R. Barringuer).

Estas metodologías están siendo utilizadas en la actualidad por múltiples proyectos gestionados desde la Cátedra de Emprendedores en su servicio de asesoramiento habitual, por el que han pasado 992 proyectos.

El **programa de trabajo intensivo** está estructurado en una serie de retos que deberán ser superados, en un **plazo de 7 semanas**. Cada uno de los retos lleva asociado un **RESULTADO** concreto de trabajo, tal y como se expone a continuación:



Para hacer frente a cada uno de los retos, que permitirán resolver el DESAFÍO asignado, los participantes no estarán solos. **En todo momento irán acompañados** de tres tutores que trabajaran conjuntamente:

- Tutor/a académico: les guiará en la búsqueda de una solución emprendedora basada en los conocimientos adquiridos durante la carrera
- Tutor/a estratégico :les acompañará en el proceso de desarrollo de la solución ideada
- Tutor experto: será un/a directivo/a del Grupo Osborne quien los acercarán a la realidad empresarial y proporcionaran toda la información necesaria, para poder diseñar y desarrollar una solución emprendedora realista y ajustada a las necesidades de la empresa.

En esta prueba piloto, se plantean dos desafíos, que serán asignados a dos participantes o grupos participantes, que deben **asumir el compromiso** de entregar los resultados, asociados a los RETOS, en las fechas establecidas previamente, para poder continuar el ritmo del programa.

Para cada RETO se establecerán dos sesiones de asesoramiento obligatorios para los participantes.

Del mismo modo, los/as tutores/as estarán disponibles para reunirse con los participantes, tantas veces como sea necesaria a lo largo del programa.

Una vez seleccionados los participantes, habrá una reunión inicial de presentación, resolución de dudas y definición de un calendario de trabajo.

Esta reunión se estima celebrar el 26 de octubre, primer día de trabajo en el proyecto.

6. DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO:

A continuación se detalla el contenido a tratar en cada uno de los retos. La superación de todos ellos, permitirá conseguir el desafío asignado.

RETO 1: OBSERVA Y ORGANIZA

Objetivos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Obtener la máxima información disponible respecto al desafío asumido. 2. <i>En caso de que se participe en grupo:</i> Disminuir las posibilidades de fracaso debido a diferencias entre los miembros del equipo 3. <i>En caso de que se participe en grupo:</i> Conocer grado de compromiso de cada miembro del equipo (disponibilidad, tareas asignadas, qué aporta...)
Descripción del plan de trabajo	<p>El participante o grupo participante, deberá elaborar un breve informe con el desafío asumido e información relevante que considere necesite conocer para resolverlo.</p> <p>Además, en caso de participar en grupo, deberán madurar su situación personal y profesional con respecto a la involucración en el programa, para poder realizar una acertada definición de funciones y responsabilidades.</p>
Resultado entregable por parte de los participantes	<p>Breve informe del desafío asumido, como punto de partida</p> <p>Documento de definición de funciones y responsabilidades de cada miembro del equipo. (<i>Solo En caso de que se participe en grupo</i>)</p>
Duración:	1 semana

RETO 2: CONOCE Y SEGMENTA A LOS CLIENTES

Objetivos	1. Descubrir segmentos de clientes.
Descripción del plan de trabajo	<p>Se propone identificar tipos de clientes, que pueden verse afectados, por el desafío planteado, con características similares, y enfocarse solamente en uno de estos.</p> <p>El participante o grupo participante deberá describir su/s segmento/s de clientes ideales, con el mayor detalle posible, para poder validarlo en el siguiente reto.</p>
Resultado entregable por parte de los participantes	Descripción del segmento de cliente ideal
Duración:	1 semana

RETO 3 : VALIDA EL PROBLEMA

Objetivos	1. Validar los problemas/necesidades de los clientes a través de entrevistas de problemas.
Descripción del plan de trabajo	<p>Las empresas fracasan por falta de clientes. Esta afirmación simple y sencilla encierra detrás la necesidad de, en paralelo al desarrollo del producto o servicio, exista un desarrollo de clientes. Customer development es original de Steve Blank de la Universidad de Stanford. Cada un participante tiene que “salir a la calle” para conocer a sus clientes, validar las hipótesis de problemas y realizar un ranking con los problemas más importantes para ellos. De esta manera podrá vislumbrar si su solución planteada, puede tener una buena acogida por los clientes. De no ser así, se le aconsejará “pivotar” la idea planteada. .</p>
Resultado entregable por parte de los participantes	Validación del problema (entrevistas de problema con clientes).
Duración:	1 semana

RETO 4: IDEA Y EXPERIMENTA

Objetivos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Idear y experimentar con los prototipos de la solución planteada 2. Validar si los clientes efectivamente quedan satisfechos con la solución diseñada por los participantes.
Descripción del plan de trabajo	El participante diseñará experimentos con los prototipos (especialmente entrevistas de solución) e interaccionarán con clientes potenciales. Los objetivos son validar la intensidad de los problemas detectados y la adecuación de la solución que se ha diseñado para los clientes. De esta forma, los clientes se incorporan en el proceso de diseño de la solución, en la co-creación de valor.
Resultado entregable por parte de los participantes	Prototipo validado.
Duración:	1 semana

RETO 5: APRENDE y RE-DEFINE

Objetivos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar una prueba piloto de la solución planteada. 2. Obtener conclusiones de los resultados obtenidos en su aplicación real y modificarla, adaptarla, mejorarla si fuera necesario.
Descripción del plan de trabajo	Tras los experimentos realizados con los clientes, por parte del promotor, se propone que estos pongan en marcha una prueba piloto de la solución diseñada, aplicándola a la actividad real del Grupo Osborne.
Resultado entregable por parte de los participantes	Prueba piloto de la solución ideada
Duración	2 semana

RETO 6: IMPLANTA

Objetivos	<ol style="list-style-type: none">1. Elaborar un informe de análisis y evaluación de la solución planteada.2. Identificar los pasos e hitos a cumplir en el desarrollo de la misma
Descripción del plan de trabajo	Redacción de un manual de procedimiento de implantación en la empresa, de la solución testeada, con todo lo aprendido en los retos 4 y 5. Dicho manual, debe contener: una descripción detallada de la idea, pasos a seguir para su implantación y puesta en marcha, recursos necesarios, indicadores de medición, objetivos...
Resultado entregable por parte de los participantes	Plan de implantación
Duración	1 semana

7. CRONOGRAMA:

Difusión del Programa: 25 Septiembre 2018 (presentación a medios de comunicación)

Plazo de presentación de solicitudes: 26 septiembre - 22 octubre 2018

Selección de participantes: 24 de octubre 2018

Reunión inicial: 26 octubre 2018

Comienzan los retos: 29 octubre 2018 – 21 diciembre 2018

Plan de trabajo por semanas previsto de **octubre a diciembre 2018:**

	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7
Reto 1							
Reto 2							
Reto 3							
Reto 4							
Reto 5							
Reto 6							

Presentación de resultados: 11-18 enero 2019

8. POTENCIALES TUTOR/A ACADÉMICO/A:

Profesores del Departamento de Marketing Y Comunicación de la Universidad de Cádiz

Jose Luis Durán Valenzuela

María Teresa Fernández Allés

Profesores del Departamento de Organización de empresas de la Universidad de Cádiz

Luis López Molina

Julio Segundo Gallardo

Antonio Martín Prius

Jose Manuel Sánchez Vázquez

Francisco Javier Ortega Aragón

Ángel Cervera Paz

9. TUTORES/AS ESTRATÉGICO:

Luis López-Molina

Director General de empleo y emprendimiento de la Universidad de Cádiz

Doctor en Ciencias Empresariales. Profesor del Departamento de Organización de Empresas de la Universidad de Cádiz. Experiencia profesional centrada en la Organización de Empresas, el Transporte y la Logística con un marcado carácter internacional.

<https://www.linkedin.com/in/luis-l%C3%B3pez-molina/>

**Julio Segundo Gallardo**

Coordinador operativo y apasionado de la innovación

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas. Tiene un Máster en Economía Social y otro en Economía y Desarrollo Territorial. Profesor del departamento de Organización de Empresas de la Universidad de Cádiz y coordinador técnico del servicio de emprendimiento de la Fundación Universidad y Empresa de Cádiz.

<http://es.linkedin.com/in/juliosegundo>

Raúl Medina Tamayo

Técnico jurídico de espíritu joven y creativo

Licenciado en Derecho por la Universidad de Cádiz.
Técnico jurídico del servicio de emprendimiento
de la Fundación Universidad y Empresa de Cádiz.

<http://es.linkedin.com/pub/raúl-medina-tamayo/31/873/a44>



María José Pérez Narváez

Asesora de empresas y resolutiva por naturaleza.

Diplomada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Cádiz. Tiene un Máster en Administración y Dirección de Empresas. Técnico asesora de empresas del servicio de emprendimiento de la Fundación Universidad y Empresa de Cádiz

<http://es.linkedin.com/in/mjoseperez>

10. TUTORES EXPERTOS:

Se contará con expertos del Grupo Osborne, que asesoren puntualmente a los promotores de cada uno de los desafíos.

Estos asesores se comprometen a ofrecer la información que los alumnos necesiten para poder resolver los desafíos asignados. Dichos asesores atenderán a los alumnos de la manera que ambas partes acuerden: presencialmente, consultas por email, skype, teléfono... Se aconseja que haya, al menos, una primera reunión presencial, para que ambas partes se conozcan y los alumnos puedan obtener toda la información necesaria que le permita comprender y acometer el desafío asignado. A partir de ahí, se prevén que sean consultas puntuales las que los alumnos necesitarán hacer al asesor experto asignado.

Ignacio de la Torriente

Director de Enoturismo y Restaurantes de Osborne

Director de División de Restaurantes de Osborne
 Diplomado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Santander, Licenciado en Gestión hotelera y Turismo por el Centro Internacional de Glion en Montreux y PDD por el IESE.

Con experiencia en diversos países como Director de las operaciones de Alimentos y bebidas en hoteles y cadenas de restauración. Desde el 2016 trabajo como Director de los Restaurantes del Grupo Osborne.



Cristina Arena Macías

Responsable de Enoturismo Bodegas de Mora

Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas y Diplomada en T.E.A.T (Técnico de Empresas y Actividades Turísticas) por la universidad de Cádiz.

Dado la importancia de idiomas en este sector, hablo Alemán, Inglés e Italiano además de la experiencia de 18 años en atención al público, ya que desde el año 2000 trabajo en el departamento de Relaciones Públicas de Bodegas Osborne: Realizando diversas tareas como la organización y gestión de eventos corporativos y privados, así como la actividad de Enoturismo que llevamos a cabo en la bodega de El Puerto de Santa María con la ayuda y supervisión de un equipo de 6 personas.



11. DATOS DE CONTACTO:

<http://emprendedores.uca.es>

catedra.emprendedores@uca.es

proyectos@fueca.es



EmprenderUca



@EmprenderUca