

Emprendedores del Tec destacan en documental hecho por BBC

Especial

Cuando realizaban una actividad de aprendizaje vivencial, estudiantes del Tec de Monterrey tuvieron la idea de crear una startup social de impacto para comunidades rurales de México.

Se trata de Rutopía, empresa de desarrollo y turismo sustentable, que ya tiene incluso una alianza con la plataforma Airbnb.

Ahora, su historia es contada en una serie documental sobre la educación superior, hecha por la BBC StoryWorks -la división de marketing de contenido de la BBC Global News- para la International Association of Universities (IAU).

Cada uno de los 34 episodios de la serie llamada Aiming Higher (Apuntando más alto) muestra el impacto de las universidades en el mundo contemporáneo.

Para uno de ellos, los realizadores eligieron el caso de Rutopía, la cual fue pensada por Emiliano Iturriaga, Sebastián Muñoz, Leslie Perez y Diego Espinoza, cuando estaban en Chiapas, en una actividad del Modelo Educativo Tec21, del Tec de Monterrey.

Durante la grabación del documental, los realizadores acompañaron a los jóvenes emprendedores de Rutopía a regiones como Oaxaca, para explicar a la audiencia cómo funciona su startup.

"Estamos muy emocionados. Qué bueno que se estén poniendo los ojos en emprendimientos sociales. Y este tipo de documentales son importantes para que se siga encendiendo la chispa del emprendimiento social en los jóvenes", afirmó Emiliano a CONECTA.

La serie, que se puede ver en la página www.iau-aiminghigher.org, tuvo su lanzamiento oficial el pasado 14 de noviembre en México, de hecho, durante la reunión anual de la IAU, que fue en Puebla.

En el evento, Rodolfo Rubio, vicepresidente de Marketing, Comunicación e Imagen Institucional del Tec, tuvo una participación, detallando el concepto del Modelo Tec21.

"Este proyecto es un ejemplo de cómo el potencial y las ideas de nuestros estudiantes pueden crecer y volverse elementos que cambien al mundo. Nuestro Modelo Tec21 y nuestro ecosistema emprendedor pueden complementar lo que ellos solos ponen en marcha, a través de su talento, recursos y espíritu emprendedor", afirmó a CONECTA.

"El contenido de la BBC StoryWorks tiene mucho prestigio. Y el hecho de que, junto con la IAU, hayan tomado nota de un caso proveniente del Tec y sus estudiantes, es un signo de que el Modelo Tec21 es realmente innovador", estimó, a su vez, Jesús Martín, director de Marketing Institucional y Storytelling del Tec.

EL CAMINO DE UNA STARTUP SOCIAL

Fue durante una Semestre i-en el que los alumnos realizan un proyecto real durante todo el semestre- en el que los fundadores de Rutopía desarrollaron la idea, cuando eran estudiantes del Tec campus Ciudad de México.

El Semestre i es de las primeras actividades del Modelo Tec21 que se implementó en el Tec. En otras cosas, el modelo impulsa que los alumnos



pueden resolver retos fuera de las aulas y adquirir competencias para el mundo real.

Los estudiantes creadores de Rutopía dieron forma a su startup y la inscribieron en INCMty, el festival de emprendimiento organizado por el Tec, donde pasaron a las semifinales regionales del premio de emprendimiento universitario social Hult Prize.

Eventualmente, de entre 20 mil proyectos emprendedores de todo el mundo, ellos resultaron ganadores del premio.

Ese galardón incluye una suma de un millón de dólares y reconoce el emprendimiento con impacto social; fue la primera vez que fue otorgado a emprendedores mexicanos.

Actualmente, Rutopía tiene una alianza con Airbnb llamada Aventuras Solidarias, para permitir a comunidades indígenas de México generar un ingreso sustentable recibiendo a viajeros del mundo

VE EL DOCUMENTAL

El episodio del caso de Rutopía y el Tec de Monterrey se puede ver en <https://youtu.be/vtCy9CnQCCE> y la serie completa en www.iau-aiminghigher.org.

Además del Tec, otras tres universidades latinoamericanas tienen lugar en la serie: la Universidad de Chile, la Universidad de Costa Rica y el CETYS, en Tijuana, Baja California.

También aparecen instituciones de otros países como Kenia, Nigeria, Sudáfrica, Japón, China, Tailandia, Australia, Reino Unido, Italia, España, Suecia, Hungría y Estados Unidos.



El documental fue hecho por BBC StoryWorks, el área de marketing de contenidos, de la BBC Global News

