

Liverpool se convierte en parte de su vida, alumnos Tec resuelven reto



En días pasados, el **Tecnológico de Monterrey** en la Región Ciudad de México, a través del **Centro de Vida y Carrera**, celebró un convenio de colaboración con **El Puerto de Liverpool** para potenciar su alianza y ser parte de los Socios Formadores del Modelo Tec21, en la Escuela de Negocios.

*"Este convenio representa muchas oportunidades para los alumnos de todas las carreras, ya que el poder colaborar con la empresa **les brindará a los estudiantes una visión real de las necesidades del mercado**", señaló Gabriela Rojas, líder del Centro de Vida y Carrera en campus Santa Fe.*

*"Con esta vinculación que tenemos hoy con Liverpool, **buscamos que los chicos tengan la parte laboral y la vivencia real en semestres mucho más tempranos**, y que de esta manera empiecen a desarrollar competencias transversales que los puedan hacer mucho **más competitivos cuando ellos empiecen a tener una vida laboral real**", aseveró Rojas.*

Por su parte, Juan Pablo Durán, Director de Aprendizaje y Desarrollo de **El Puerto de Liverpool**, señaló que la firma de este convenio busca aportar valor a los estudiantes, por medio de la experiencia al trabajar con casos del mundo real que incentiven su creatividad y fomenten sus habilidades.

*"Estoy convencido de que todas las áreas en la empresa son importantes, y en especial el área de Vinculación nos permite hacer este tipo de programas conjuntos con universidades, **creando convenios de valor para ambas partes, donde los mayores beneficiados sean los alumnos y***

docentes”, declaró.

Juan Pablo explica que estas oportunidades que genera el área de Vinculación de **El Puerto de Liverpool**, permiten:

- A la organización conocer el talento que está estudiando o está por egresar y entender a estas nuevas generaciones, independientemente si resuelven un caso.
- Que el talento conozca a la empresa y vea por qué ha recibido reconocimientos como el de *“100 empleadores más atractivos para iniciar tu carrera en el país”*, entre otros.
- Que el alumno conozca lo que el Puerto de Liverpool tiene para ofrecerle, y cómo podría crecer como profesional y desarrollarse dentro de la compañía.

“Necesitamos gente de todo, arquitectos, ingenieros, abogados, contadores, médicos, sin tomar en cuenta todas las áreas de soporte y staff que atienden las distintas áreas del negocio: Digital, Recursos Humanos, Finanzas, TI, etc” añadió Durán.

*“El talento se puede quedar casado con la idea de que somos una tienda departamental, pero **El Puerto de Liverpool tiene más de 73 mil colaboradores** y les puede ofrecer una infinidad de combinaciones de oportunidades de crecimiento y queremos que conozcan eso, que nos vean como un lugar para desarrollarse”*, puntualizó.

El **Puerto de Liverpool** es una empresa mexicana que opera tiendas departamentales, boutiques, restaurantes, entre otros, enfocados al consumidor de ingreso medio y alto, y que tiene su sede en la Ciudad de México.

Su negocio principal es operar en México las tiendas departamentales **Liverpool y Suburbia**. Además, también ofrece crédito a través de sus tarjetas Liverpool y recibe ingresos por arrendamiento de espacio en centros comerciales.



width="900" loading="lazy">

RESOLVERÁN EL RETO NUEVA NORMALIDAD

Como resultado de dicho convenio, este semestre se llevará a cabo **el reto Nueva Normalidad** en el [campus Santa Fe](#) para el departamento de Mercadotecnia con Francisco Colorado Córdova, Director de Departamento Mercadotecnia.

*“El reto surge a raíz de esta contingencia del **COVID-19**, lo cual nos generó el cierre temporal de algunas tiendas y representó cambios en la manera en la que compra el consumidor,*

*“**Buscamos que el talento, que son los alumnos y profesores, estén cercanos a la realidad que vive la industria** y a lo que hay detrás: el proceso de modelos de negocio, cómo competir en el mercado, etc”,* compartió Juan Pablo.

*“Cuando empezamos a diseñar el reto, la idea era que se empezara a hacer para alumnos de sexto y séptimo semestre, **en el proceso, los profesores se sumaron e hicieron un co-diseño con el área de mercadotecnia de Liverpool**, empezaron a aportar ideas y el reto se hizo en conjunto, por eso la colaboración todavía es mucho más rica”,* aseguró Gabriela Rojas.

A lo largo de 173 años **Liverpool** se ha mantenido en el **liderazgo del retail** en México al ofrecer la mejor experiencia de compra y las últimas tendencias en todos sus departamentos: moda, belleza, hogar, gourmet, deportes, infantiles, multimedia y boutiques.

Luis Rolando Peza, **Gerente Sr. de Marca y Cliente en Liverpool**, dijo que lo que buscan es tener propuestas de jóvenes motivados por hacer frente a los retos actuales que enfrenta el país

con el **COVID-19**.

*“Durante todo este semestre vamos a acompañar a los alumnos en el proyecto de **“Nueva Normalidad”** con el que queremos ver propuestas claras, donde se note la dedicación y puedan llevarse a la práctica”* señaló Luis Rolando.

*“Uno de los **objetivos principales** al conocer sus propuestas sobre el tema será, analizar esas ideas innovadoras, ya que los jóvenes tienen un chip diferente al nuestro y podrán aportar a la estrategia temas que en el día a día del trabajo dejas de visualizar y que mejor entendiendo las necesidades a partir de una perspectiva actual como jóvenes consumidores y su perspectiva del cómo están viviendo esta pandemia”,* compartió.

Dicho reto consiste en generar una propuesta de **campana de comunicación durante y después de esta pandemia de COVID-19** a partir de la visión de los jóvenes.

*“El proyecto debe apegarse lo más posible a la vida real, y tal es el tema de la contingencia que cada día presenta **nuevos desafíos para la humanidad,***

*“Que mejor que tener este proyecto en el cual los estudiantes tendrán **un gran reto** donde día a día van a tener que construir con información nueva que se nos presente para poder complementar las etapas de esta nueva normalidad, la expectativa de **qué va a pasar y si será una vida nueva para todos**”,* concluyó.

SEGURO QUERRÁS LEER TAMBIÉN: