

10-011

WORLD CAFÉ UNIVERSITY - COMPANIES ON THE PROFESSIONAL ORGANIZATIONS NEED, IN CURRENT TIMES.

Mosquera González, Marlene⁽¹⁾; Luna Ramos, Wendy⁽¹⁾

⁽¹⁾Universidad Politécnica Salesiana

Currently, public and private organizations are searching for human talent that achieve with a professional profile according to those needs. Universities Works aligning the students profile to the organization's needs. This article analyzes the Worlds Café use as participative method in order to construct a strategic dialogue that allows to know what organizations need of new professionals. Researching development applied World Café's method in order to recreate a hospitality and facilitator environment, having effective conversations between participants (docents, enterprises executives and students). Results indicates that attitudinal competencies project from enterprises ideas: Leadership, ethics, transcendence, take decisions, "do" without fear to fail, survive, focus on client, Communications. In this challenge, knowledge is contribution to be exceed with: innovation, quality, standardization, internal personal rotation, costs, organizational culture, and laws. The suggested dialogue generated a lot of expectative. The initial doubt (if enterprises will talk about the theme), was descanted as conversation rounds has begun, because everybody wants to keep commenting the questions. With this process, we reach personalized contact between enterprises and University, plus participants' actions engagement.

Keywords: *World Café; University; Organizations; Professional Profile*

WORLD CAFÉ UNIVERSIDAD -EMPRESAS SOBRE EL PROFESIONAL QUE NECESITAN LAS ORGANIZACIONES, EN TIEMPOS ACTUALES.

En la actualidad, organizaciones privadas y públicas buscan talentos humanos que cumplan un perfil profesional en función de sus necesidades. Las universidades trabajan en la alineación del perfil de los estudiantes con las necesidades de las organizaciones. Este artículo, analiza el uso de World Café como método participativo que construye un diálogo estratégico para conocer lo que las empresas requieren de los nuevos profesionales. El desarrollo de la investigación aplicó la metodología del World Café, para recrear un ambiente de hospitalidad y facilitación generando conversaciones efectivas entre los participantes: docentes, ejecutivos de empresas y alumnos. Dentro de los resultados, las competencias actitudinales sobresalen en las ideas de las empresas: liderazgo, ética, trascendencia, que tomen decisiones «hacer», sin temor al fracaso, sobrevivir, enfoque al cliente, comunicación. En este desafío los conocimientos son el aporte para superarlos con: innovación, calidad, estandarización, rotación interna del personal, costos, cultura organizacional y leyes. El diálogo propuesto generó muchas expectativas. La duda inicial (si las empresas hablarían del tema), se descartó apenas iniciaron las rondas de conversación, porque una vez cautivados querían continuar comentando las preguntas planteadas. Con este proceso se ganó un contacto personalizado Empresas – Universidad, además del compromiso de acciones de los participantes.

Palabras clave: *World Café; Universidad; Organizaciones; Perfil Profesional*

Correspondencia: Marlene Mosquera González, mmosquerag@ups.edu.ec y marlemosquera@yahoo.com

Wendy Luna Ramos wluna@ups.edu.ec



©2018 by the authors. Licensee AEIPRO, Spain. This article is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

1. Introducción

El entorno del Sistema de Educación Superior ha cambiado en los últimos años en Ecuador; nuevas instituciones de control, regulaciones, normativas, crisis económica y optimización del talento humano por parte de las empresas, han logrado que las universidades del país se replanteen todo su estructura organizativa y académica (Johnson, 2017).

En este contexto, la Universidad Politécnica Salesiana (UPS) en su Carta de Navegación (2014 – 2018) dentro de la tercera línea estratégica de Gestión y Política institucional, propone en su literal 3.3. el desarrollo de programas de vinculación con la sociedad que responden a las necesidades locales y nacionales (UPS, 2014).

Para cumplir con las líneas estratégicas se revisa y prepara el Plan Operativo Anual (POA), en el que se plantean acciones, mejoras y nuevos retos, entre ellos el pedido en el (POA, 2017), del Phd. Javier Herrán, rector de la institución, en el que detalla la necesidad de “crear espacios que integren en los procesos formativos, la academia con los resultados de investigación y la vinculación con la sociedad” (Herrán, 2017, pág. 6).

Como parte de la creación de estos espacios, la Dirección Técnica de Vinculación con la Sociedad de la Universidad decidió invitar a las organizaciones a participar en un proceso colaborativo realizado bajo la metodología del World Café que buscaba abrir el diálogo con líderes claves del sector empresarial para que aporten con sus ideas y necesidades en la construcción de la formación de los nuevos profesionales Salesianos.

Al mismo tiempo, la UPS fortalece la relación con las organizaciones como estrategia de empleabilidad (Caballero Fernández, García Vázquez, & Quintás Corredoira, 2007), tanto para las primeras experiencias profesionales del alumno en sus pasantías como para incrementar la posibilidad de encontrar trabajo antes y después de graduarse.

El problema surge en la aparente brecha que existen entre lo que se enseña en la academia y lo que las empresas necesitan, un tema también planteado por Mareque & De Prada (2018) sobre “en qué medida existe una correspondencia entre la formación académica recibida por el alumnado y las exigencias del mercado laboral, desde el punto de vista de las competencias...” (Mareque & De Prada, 2018, pág. 1).

La Unesco (1998), también, solicita en su Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI: Visión y Acción, que las instituciones de educación superior adecuen la formación profesional con las necesidades de la sociedad y supervisen que el estudiante esté preparado para enfrentar los nuevos retos.

Las universidades determinan el perfil profesional del egresado de acuerdo a las competencias necesarias en el área disciplinar (Martelo Villabona & Jiménez-Pitre, 2017), sobre ello se puede encontrar artículos con estudios para cada carrera del campo académico. No obstante, en esta investigación las empresas participantes emitieron sus opiniones sobre competencias genéricas y actitudinales que consideran que todo profesional indistintamente de su carrera debe poseer.

En las empresas, los expertos en recursos humanos utilizan un proceso valorativo denominado evaluación de competencias para medir la eficiencia de sus colaboradores (Gil-Flores, 2007); en los estudiantes pasantes, si bien no aplican de manera formal una evaluación, lo realizan como un método de observación durante sus pasantías o prácticas pre profesionales.

Cuando el estudiante, a criterio de la empresa, no cumple con las competencias esperadas, la valoración no recae solo sobre el alumno, sino también en la institución, que sin duda debe prepararlo para desarrollar las habilidades que requieren en el campo

profesional. Estas experiencias influyen en la imagen organizacional universitaria y en nuevas oportunidades para otros estudiantes (Patlán & Martínez, 2016).

Como expresan Dall'Alba & Sandberg (1996), “al educar para las profesiones, los maestros buscan capacitar a los estudiantes para que se involucren en la práctica profesional como profesionales competentes”, (Dall'Alba & Sandberg, 1996, pág. 411). Sin embargo, ¿cuáles son las habilidades técnicas y de conocimientos que realmente los estudiantes necesitan para su buen desempeño en las organizaciones?

Para responder esa interrogante, la UPS realizó el evento del World Café UPS 2017 con la gran pregunta ¿cómo es el profesional que necesitamos en nuestras organizaciones en tiempos actuales? En este dialogo colaborativo preparado por la Universidad, los resultados apuntaron a conocer el tipo de perfil profesional que las empresas contratan o esperan contratar. Mediante preguntas se buscó analizar al detalle cuáles son esas competencias y habilidades que valoran o requieren de los estudiantes que realizan sus pasantías pre profesionales para cubrir las expectativas técnicas que la sociedad necesita en los profesionales del presente siglo.

Esta acción de intercambio permitió que las empresas participen en los procesos formativos de los estudiantes universitario, al contribuir con sus ideas sobre el posible esquema de formación idónea de los profesionales que requieren las empresas, en tiempos actuales.

2. Metodología

El diseño aplicado fue un estudio cualitativo, basado en técnicas del nivel empírico de investigación, se utilizó la técnica de recolección de datos denominada World Café que consiste en crear un ambiente que genere confianza y apertura en la indagación de la información. Esta técnica ha sido utilizada en distintos campos de investigación como el desarrollo de negocios, estrategias organizacionales, métodos para mejorar relaciones y rendimientos de seguridad, en la educación ejecutiva e incluso en proyectos para impulsar el desarrollo de una comunidad (Wen-Long Shih-Ting, 2014).

El estudio se realizó a nivel exploratorio teniendo en cuenta que se buscó obtener la información a través de un diálogo estratégico de compromiso multisectorial (Riner, 2015) invitando a empresas pequeñas, medianas, grandes y emprendimientos, que pertenecen a distintos sectores productivos del país.

La metodología utiliza anfitriones de mesa que fueron 20 docentes que integran el equipo de Bolsa de Trabajo de las carreras: Administración de Empresas, Contabilidad y Auditoría, Computación, Comunicación, Ingeniería Industrial, Eléctrica, Electrónica y Automatización. Estos docentes fueron preparados para cumplir su rol de facilitadores en cada mesa, en la que estaban a cargo de abrir el diálogo en torno a la pregunta y recoger en unas tarjetas la información que proporcionaron las empresas durante el World Café. También participaron 10 estudiantes como protocolo, y representando a cada carrera participó por lo menos un estudiante por mesa de diálogo; quienes generaron un efecto emocional en los invitados, que los comprometía a dar sus ideas como apoyo al desarrollo de las competencias de los jóvenes (Pirela & Cortés, 2014).

Las empresas participantes enviaron a personas encargadas de recursos humanos, desde gerentes, jefes, analistas de selección y emprendedores; la variedad en los cargos no interfirió con el instrumento utilizado que consistió en una pregunta central que se convierte en el tema principal a tratar, seguido de otras preguntas que buscaron en las opiniones de los participantes encontrar elementos o detalles que responden al tema central.

El instrumento gira en torno a una pregunta central que se denomina “el llamado” (Schieffer, 2004), debido a que se la utiliza para invitar a las empresas y participantes. Adicionalmente, se elaboraron cuatro preguntas que conforman toda la estructura de este espacio para promover el diálogo colaborativo, cada ronda tuvo un tiempo de 15 minutos y los participantes debían rotar entre las mesas, mientras el anfitrión permanece en el mismo lugar.

Tabla 1: Instrumento

Tema central	¿Cómo es el Profesional que Necesitamos en Nuestras Organizaciones en Tiempos Actuales?
Ronda 1	¿Cuáles son los desafíos que enfrentamos en nuestras organizaciones hoy?
Ronda 2	¿Cuáles son las habilidades y conocimientos que son más valorados en el entorno actual?
Ronda 3	¿Cómo generaría mayor valor un pasante y practicante en nuestras organizaciones?
Ronda 4	¿Cómo contribuimos la universidad y las organizaciones para mejorar los resultados de los nuevos profesionales?

Fuente: Elaboración Propia

Asistieron 2 representantes por empresa, quienes participaron en grupos pequeños de discusión; de acuerdo al método de World Café nunca participaron en la misma mesa de diálogo, para asegurar que el conocimiento compartido estaba desde distintas experiencias. En un formato simple y flexible que hace uso de una atmosfera creativa que surge alrededor de una taza de café y una conversación amena que invita a que expresen su punto de vista desde el giro de negocio en el que se desenvuelven (Stöckigt y Witt, 2013).

Tabla 2: Demografía de las empresas

# Empresas	Tamaño	Sector productivo	Año de Constitución
5	Pequeña	Internet/Tecnología informática/Telecomunicaciones	2001
			2017
		Marketing/Investigación mercados	2013
			de 2015
			2015
3	Mediana	Construcción/Desarrollo/Diseño industrial	2012
			2014
			2017
5	Grande	Gobierno	1964
			1921
		Agricultura/Alimentos/ Restaurante/Almacén	1977
			1958

Fuente: Elaboración Propia

3. Resultados

El World Café UPS 2017 se desarrolló con 10 mesas de diálogo en el que participaron 26 invitados representando a 13 empresas, 20 docentes y 10 estudiantes de las distintas carreras de la Universidad Politécnica Salesiana. Los profesores colaboran administrativamente en la Dirección Técnica de Vinculación con la Sociedad y Bolsa de Trabajo de la universidad; mientras los estudiantes participan de manera activa en el CoWorking UPS.

El diálogo propuesto sobre ¿Cómo es el profesional que necesitamos en nuestras organizaciones en tiempos actuales?, generó muchas expectativas, tanto por la metodología a utilizada (World Café), como en la participación de las empresas. Cuando se inició el proceso de preparación la primera reacción era la duda si las personas invitadas hablarían en el desarrollo del World Café, tal como lo pudieron evidenciar quiénes participaron y se registraron en fotos y videos, una vez que iniciaba la ronda de conversación, los participantes eran cautivados en la conversación y querían continuar el diálogo, pese a terminarse los 15 minutos.

El objetivo de identificar, a partir de la experiencia de los profesionales en recursos humanos de las empresas, esas competencias en las habilidades y conocimientos que requiere desarrollar los estudiantes se cumplió principalmente en la identificación de competencias informacionales y genéricas, que según autores como Sánchez (2008), Cortés (2012) y Pirela & Cortés (2014) son un conjunto integrado de recursos desarrollados sobre la base de conocimientos, habilidades y actitudes que permiten a la persona moverse en un contexto determinado y permiten que encuentre con éxito la solución a problemas de comunicación, relacionamiento, e inciden en el aprendizaje y adaptación a los cambios.

Entre las ideas y puntos de vistas expresados por las organizaciones participantes, en la primera ronda que se desarrolló en torno de la pregunta ¿cuáles son los desafíos que enfrentamos en nuestras organizaciones hoy? Respecto al recurso humano las competencias actitudinales que sobresalen en las opiniones son: liderazgo, ética, trascendencia, que tomen decisiones «hacer» sin temor al fracaso, enfoque al cliente y comunicación. Sobre los procesos propios de cada empresa el desafío están en los conocimientos que les permitan superar temas como: innovación, calidad, estandarización, costos, leyes, entre otros.

En la segunda ronda, en la pregunta ¿cómo generaría mayor valor un pasante y practicante en Nuestras Organizaciones? se utiliza la técnica para reconocer las competencias a través de rasgos o características de las personas (Mareque & De Prada, 2018). Como indicadores de las competencias se describen las siguientes cualidades: adaptabilidad, iniciativa/protagonismo, responsabilidad, comunicación, compromiso, sociabilidad, proactividad, creatividad, entre otros.

Dentro de las conversaciones de esta ronda surgieron opiniones sobre los problemas que se evidencian en las organizaciones, como que al estudiante no se lo valora y ni es aprovechado; así mismo consideran que el pasante ve la estancia en la empresa como una obligación y no se compromete con la organización.

Entre las posibles soluciones expresadas por los participantes serían la capacitación interna, rotación por distintas áreas, definir líneas de trabajo, confianza por parte de la

empresa para que considere las buenas ideas que pueden aportar los pasantes e incluir una evaluación de manera formal. Sobre estas recomendaciones también esperan que desde la Universidad se brinde el desarrollo de habilidades sociales y técnicas.

La tercera pregunta, ¿cuáles son las habilidades y conocimientos que son más valorados en el entorno actual?, buscaba identificadores claves de competencias, desde la técnica que aportan los propios trabajadores de las organizaciones (Gil-Flores, 2007) para determinar habilidades y destrezas que te permiten definir las competencias, enfocado desde la capacidad para realizar roles y situaciones de trabajo de acuerdo a los requerimiento del cargo (Medina & Castañeda, 2010).

Las competencias señaladas, según los participantes de las empresas, les permitirán a los estudiantes adaptarse a cualquier contexto o área de trabajo, porque podrá el estudiante comunicarse adecuadamente, adaptarse socialmente, tener una actitud de servicio al clientes y habilidades de mediación, debido a que desde cualquier área disciplinar se necesita llegar a consensos y trabajar en equipo. Estas habilidades, también, fueron identificadas en otras investigaciones como la realizada en Argentina a través de un proceso de consulta a los docentes para la definición de perfil de egresado de una carrera de medicina (Durante & Schwartzman, 2016, pág. 59).

Tabla 3. Habilidades y conocimientos

Habilidades o competencias blandas	Conocimientos
Comunicación asertiva	Redacción /comunicación escrita
Inteligencia emocional	Técnicas de ventas y negociación
Actitud de servicio al cliente	Gestión de proyectos
Habilidades de mediación	Planificación
Creatividad /Disfrute	Gestión del conocimiento de las empresas
Innovación / ser visionario	
Trabajo en equipo	
Liderazgo	
Motivación	
Abierto al cambio	
Perseverancia	
Proactividad	

Fuente: Elaboración Propia

En la cuarta y última ronda sobre, ¿cómo contribuimos la universidad y las organizaciones para mejorar los resultados de los nuevos profesionales?, el pedido fue entorno a la firma de convenios para incrementar la relación empresa – universidad y desarrollar proyectos, charlas o talleres dictados por los profesionales de las empresas como formación complementaria. Equilibrar la formación académica en un 50% teórico y 50% práctico, pero que sean dictadas a la par como una forma de motivar al estudiante desde los primeros niveles de las carreras.

Los participantes, según su criterio, colocaron en un lienzo de las características más importante que consideran necesarias para la empresa: - Iniciativa - Tiempo - Calidad

- Eficacia - Lógica - Crear oportunidades - Integración - Visión - Disciplina - Actitud - Liderazgo - Colaborar - Integral - Experiencia - Pensamiento crítico - Desarrollar proyectos - Desarrollar habilidades.

La aplicación de este estudio se realizó con indicadores de cumplimiento para verificación de los resultados mínimos que debían alcanzarse. A continuación, un cuadro comparativo entre los objetivos planteados, los indicadores de cumplimientos, metas y resultados alcanzados.

Tabla 4. Indicadores de cumplimiento del World Café UPS 2017

N.	Objetivos específicos	Indicadores cumplimiento	de Metas	Resultados alcanzados
1	Identificar desafíos que enfrentan organizaciones y como generar nuestros estudiantes las actitudes y las aptitudes que requieren en la práctica laboral.	los # ideas que aporten que como desafíos de las las empresas que participan en el World Café UPS 2017	Por lo menos 3 ideas claves de los desafíos que enfrentan las empresas	Cada ronda de pregunta alcanzó una media de 28 ideas. Todas quedaron registradas en las tarjetas. 1. Diversificarnos pues hay competencia. 2. Que los convenios garanticen que el pasante sea productivo y no un asistente de oficina. 3. Formarlos para que tomen decisiones «hacer», sin temor al fracaso.
2	Definir cuáles son las habilidades y descritas por los conocimientos que empresas requieren los participantes para estar preparado en el entorno laboral.	# de necesidades	Por lo menos 4 necesidades entre habilidades y conocimiento que requieren los estudiantes.	En total se expresaron 40 ideas, entre las que destacan tanto en la parte de conocimiento como en la de actitud: 1. Redacción, comunicación escrita 2. Técnicas de ventas y negociación 3. Control e inteligencia emocional 4. Actitud de servicio al cliente

3	Contribuir desde la # de aprendizajes Por lo menos 3 Se recogieron 32 ideas, entre Universidad que se deben aprendizajes en las que se destacan: Politécnica alcanzar en el el ámbito de 1. Las universidades deben Salesiana sede ámbito formación y formación. enseñar en base a las Guayaquil para la que propone las necesidades de las compañías y no a un sector limitado. formación idónea empresas. 2. Mejorar las relaciones interpersonales para vencer el temor. 3. Cambiar la perspectiva de lo que son las pasantías, motivando a el «ser parte» de...	
---	--	--

Fuente: Elaboración Propia

4. Discusión

El método del World Café utilizado como técnica de recolección en esta investigación, fue planteado como un modelo integrado de relaciones (Schlesinger, 2014) para fomentar la confianza y compromiso de las organizaciones invitadas. Esto motivó a que el listado de empresas invitadas realizado por los docentes a cargo de Bolsa de Trabajo incluyera solo 30 empresas, siendo aquellas que mostraron su interés de establecer convenios de cooperación institucional las que asistieron, lo que limitó los resultados a una muestra pequeña (13 empresas); no obstante, la variedad en la demografía de las empresas favorece a la diversidad en las ideas y opiniones propuestas.

Los resultados obtenidos aportan evidencias que confirman otros estudios como el de Martelo (2017), en Colombia, realizado en otros contextos de la educación superior sobre el perfil profesional en el que plantea como necesidades de formación habilidades blandas como liderazgo, toma de decisiones, comunicación oral y escrita, proactividad, entre otras.

En el diálogo surge la interrogante de que esta actividad puede ser usada como un insumo para que las unidades académicas o carreras lo implementen o incluyan en sus contenidos relacionados con la formación académica.

5. Conclusiones

El método del World Café constituyó una acción clave para que las organizaciones cuenten sus necesidades, se sientan responsable de la formación de los estudiantes a través de las pasantías y les permitan una mayor participación, como rotar por diversas áreas afines y considerar las buenas ideas que puedan aportar los pasantes, abriéndoles espacios de participación.

Con este proceso se ganó un contacto personal Empresas – Institución, el cual puede seguir fortaleciéndose, realizando actividades de diversa índole que mantenga una relación personalizada entre ambas organizaciones. En esta comunicación constante se puede incluir información sobre el proceso de convenios, bolsa de trabajo, proyectos y de las diferentes carreras de donde pueden tener acceso a estudiantes.

Entre las ideas que surgieron por las empresas participantes, pro mejora del servicio y la relación con las organizaciones estuvo la capacitación interna sobre técnicas de fidelización y servicio al cliente para los colaboradores encargados de los procesos de vinculación que a su vez los puedan replicar a los docentes.

Dentro de los resultados de este estudio, se propone incluir a las empresas como entes formadores para que sus líderes dicten charlas o talleres desde el expertis profesional en el que aporten tanto a los estudiantes como a los docentes, temas de actualización sobre nuevas prácticas empresariales.

Otras investigaciones que pueden realizarse, a partir de estas acciones de puertas abiertas desde la academia hacia las organizaciones es sobre la importancia de fortalecer la relación empresa – universidad como parte de una estrategia de relacionamiento que favorece la identidad e imagen institucional universitaria (Takaki, Bravo, & Martínez, 2015). Igualmente, se sugiere analizar si estas gestiones promueven el aumento de las oportunidades de empleabilidad para los estudiantes (Cervera, Schlesinger, Iniesta, & Sánchez, 2012).

6. Referencias

- Caballero Fernández, G., García Vázquez, J., & Quintás Corredoira, M. (2007). La Importancia De Los Stakeholders De La Organización: Un Análisis Empírico Aplicado A La Empleabilidad Del Alumnado De La Universidad Española. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 13(2), 13 - 32. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274120280001>
- Cervera, A., Schlesinger, W., Iniesta, M., & Sánchez, R. (2012). Medición de la imagen de la universidad y sus efectos sobre la identificación y lealtad del egresado: una aproximación desde el modelo de Beerli y Díaz. *Revista Española de Investigación de Marketing*, 2, 7 -30. doi: [https://doi.org/10.1016/S1138-1442\(14\)60012-7](https://doi.org/10.1016/S1138-1442(14)60012-7)
- Cortés, J. (2012). El desarrollo de competencias informativas en estudiantes universitarios: Una visión sobre avances y perspectivas de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. En P. H. Salazar, *Tendencias de la Alfabetización Informativa en Iberoamérica* (págs. 233 - 263). México: Creative Commons. Recuperado el 23 de marzo de 2018, de http://132.248.242.6/~publica/archivos/libros/tendencias_alfabetizacion_informativa.pdf
- Dall'Alba & Sandberg, G. y. (noviembre de 1996). Educating for competence in professional practice. *Instructional Science*, 24(6), 411 - 437. doi: <https://doi.org/10.1007/BF00125578>
- Durante, E. & Schwartzman, G. (mayo 2016). Un novedoso proceso de consulta a los docentes para la definición del perfil de egresado en una carrera de medicina. *Revista Educación Médica*, 18(1), 56-60, <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2016.04.002>
- Gil-Flores, J. (2007). La Evaluación de Competencias Laborales. *Educación XX1*, 83 - 106. Recuperado el 22 de marzo de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/706/70601006.pdf>
- Herrán, P. J. (02 de enero de 2017). Plan Operativo Anual. POA. Cuenca, Azual, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana.
- Johnson, M. A. (2017). Contemporary higher education reform in Ecuador: Implications for faculty recruitment, hiring, and retention. *education policy analysis archives*, 25, 68. doi: <http://dx.doi.org/10.14507/epaa.25.2794>
- Mareque & De Prada, M. Á.-S. (2018). Evaluación de las competencias profesionales a través de las prácticas externas: incidencia de la creatividad. *Revista de Investigación Educativa*, 36(1), 203 - 219. doi: <http://dx.doi.org/10.6018/rie.36.1.275651>

- Martelo Villabona & Jiménez-Pitre, R. N. (febrero de 2017). Guía Metodológica para Definir el Perfil Profesional de Programas Académicos Mediante la Herramienta Ábaco de Régnier. *Formación Universitaria*, 10(1), 15- 24. doi:10.4067/S0718-50062017000100003
- Medina & Castañeda, A. y. (13 de abril de 2010). Competencias requeridas en los encargados de recursos humanos para el desempeño eficaz en empresas industriales de Cali, Colombia. *Estudios Gerenciales*, 26(115), 117-110. Recuperado el 23 de marzo de 2018
- Patlán & Martínez, J. y. (septiembre de 2016). Evaluación de la imagen organizacional universitaria en una institución de educación superior. *Contabilidad y Administración*, 62, 105 - 122. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.cya.2016.07.002>
- Pirela & Cortés, J. M. (27 de febrero de 2014). El desarrollo de competencias informacionales en estudiantes universitarios. Experiencia y perspectivas de dos universidades latinoamericanas. *INVESTIGACIÓN BIBLIOTECOLÓGICA*, 28(64), 145-172.
- Riner, M. E. (mayo - junio de 2015). Using Implementation Science as the Core of the Doctor of Nursing Practice Inquiry Project. *Journal of Professional Nursing*, 31(3), 200 - 207. doi: <https://doi.org/10.1016/j.profnurs.2014.11.002>
- Sánchez, M. (2008). Las competencias desde la perspectiva informacional: apuntes introductorios a nivel terminológico y conceptual, escenarios e iniciativas. *Ciência da Informação*, 38(1), 107 - 120. doi: <http://dx.doi.org/10.1590/S0100-19652008000100010>.
- Schieffer, A. D. (julio de 2004). *The World Café* (Vol. 18). Santa Barbara: World Business Academy.
- Schlesinger, C. y. (2014). El papel de la confianza, la imagen y los valores. *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC*, 18(2), 126 - 139. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.reimke.2014.06.001>
- Stöckigt y Witt, B. C. (agosto de 2013). CAM Use and Suggestions for Medical Care of Senior Citizens: A Qualitative Study Using the World Café Method. *Research Gate*, 8. doi:10.1155/2013/951245
- Takaki, M., Bravo, R., & Martínez, E. (enero de 2015). La gestión de la identidad corporativa en la Universidad: análisis y consecuencias desde la perspectiva del profesorado. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 24(1), 25-34. doi: <https://doi.org/10.1016/j.redee.2014.05.001>
- UNESCO. (1998). Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI: Visión y Acción. (págs. 1- 38). París: Unesco. Recuperado el 22 de marzo de 2018, de http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration_spa.htm
- UPS, U. P. (02 de enero de 2014). Carta de Navegación 2014 - 2018. Carta de Navegación 2014 - 2018. Cuenca, Azuay, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana.
- Wen-Long Shih-Ting, C. C. (24 de diciembre de 2014). The impact of World Café on entrepreneurial strategic planning capability. *Journal of Business Research*, 68(6), 1283 - 1290. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.11.020>.

Agradecimientos

Estimados y distinguidos organizadores,
Agradezco a su consideración para el trabajo realizado desde la Universidad Politécnica Salesiana en el que se buscó crear espacios para conocer directamente de las empresas y organizaciones, el perfil profesional que requieren.