

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	COMPETENCIAS	EVIDENCIA
Identificar las características específicas y bases conceptuales de las Empresas B, diferenciándolas de otro tipo de empresas.	Empresas B	Caracteriza los fundamentos de las empresas B, distinguiéndolas de otro tipo de empresas de la economía social y business as usual.
	Aspectos legales de empresas B	Identifica las particularidades legales de las Empresas B a nivel local y global.
Explorar y analizar en profundidad las principales problemáticas sociales y ambientales actuales a nivel nacional y global, poniéndose en el lugar de los afectados frente a dichas problemáticas.	Vigilancia socio-ambiental	Reconoce los principales desafíos socio-ambientales en contexto local y global.
	Empatía	Identificar los impactos que las problemáticas socio-ambientales pueden provocar en las personas.
Explorar en profundidad sus intereses y motivaciones relacionados con las problemáticas sociales y ambientales para establecer un propósito personal.	Autonocimiento	Identificar aquellas problemáticas socio-ambientales que provocan mayor compromiso y motivación personal.
	Empoderamiento	Identificar el potencial impacto de las acciones propias para generar cambios a través de una Empresa B. Distinguir el impacto personal de comprometerse proactivamente en la generación de cambios socio-ambientales, versus la inacción/pasividad.
Desarrollar una idea de negocio que responda al propósito personal, estableciendo una definición ad-hoc de éxito para este negocio particular.	Empezar B	Diseñar un negocio que sea viable económicamente y que tenga un impacto positivo social o ambiental, a nivel local y/o global.
Desarrollar una propuesta de cambio a lo B para una empresa existente, restableciendo el propósito de la empresa y su definición de éxito.	Transformación B	Identificar las oportunidades de la empresa para alcanzar un doble propósito.
	Gestión del cambio	Desarrollar un plan de negocio ajustado al doble propósito Identificar y diseñar estrategias de gestión de cambio para la transformación hacia una Empresa B.
Identificar estrategias específicas requeridas por las empresas B: liderazgo colaborativo, sistema de incentivos que fomenten la flexibilidad y adaptabilidad, marketing B.	Conciencia organizacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar y diseñar las estructuras e incentivos organizacionales más adecuados para una Empresa B (horizontalidad, colaboración, flexibilidad) para el logro del doble propósito.</li> <li>- Identificar y diseñar estrategias de desarrollo y promoción de la cultura organizacional B (mantener la pasión y compromiso por el propósito ante el desafío de crecimiento de las empresas B/ start ups).</li> <li>- Identificar y diseñar estrategias de promoción de los valores y principios éticos de una Empresa B.</li> </ul>
	Trabajo en equipo	- Diseñar estrategias efectivas de trabajo en equipo que fomenten la colaboración y el compartir.
	Comunicación efectiva	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollar estrategias de comunicación efectiva interna.</li> <li>- Desarrollar estrategias de comunicación externa y marketing efectivas (despertar el interés de los demás, ser elocuente).</li> </ul>
	Orientación al propósito	- Distinguir las decisiones y acciones que cautelan y promueven el cumplimiento del propósito de la empresa en tanto motor de cambio social.
	Gobierno Corporativo B	- Identificar las particularidades de un gobierno corporativo B.
	Liderazgo B	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar los distintos tipos de liderazgo que son necesarios para una empresa B (situacional, colaborativo).</li> <li>- Diseñar procesos de toma de decisiones participativas/ colaborativas, coherentes con una organización más bien horizontal.</li> </ul>
	Comunidad B	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollar estrategias para la gestión de redes funcionales en el ecosistema B.</li> <li>- Desarrollar estrategias para el desarrollo de vínculos que fortalezcan la cultura e identidad B.</li> </ul>
	Innovación	- Identificar oportunidades de innovación para enfrentar los desafíos de una empresa B (organizacionales, de producto, de marketing).