

**UNIVERSIDAD DE LA SABANA**  
**Dirección Posgrados Escuela Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas EICEA**  
**RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)**

**ORIENTACIONES PARA SU ELABORACIÓN:**

El Resumen Analítico de Investigación (RAI) debe ser elaborado en Excel según el siguiente formato registrando la información exigida de acuerdo la descripción de cada variable. Debe ser revisado por el asesor(a) del proyecto. EL RAI se presenta (quema) en el mismo CD-Room del proyecto.

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSTGRADO	Especialización en Gerencia Estratégica
2	TÍTULO DEL PROYECTO	Plan Estratégico de Comunicación Externa que contribuya a mejorar los procesos de socialización del nuevo modelo de servicios de la Cámara de Comercio de Bogotá, en la provincia de Sumapaz: emprendedores y empresarios
3	AUTOR(es)	Guáqueta Munar Nelson Orlando
4	AÑO Y MES	2015 Julio
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	Mediante este plan de comunicación la Cámara de Comercio de Bogotá quiere comunicar que es una entidad que no solo cobra los registros y matrículas, sino que al vincularse al Modelo de Servicios la CCB se convierte en un aliado para el desarrollo de su negocio.  Through this Strategic Communication plan, the Bogotá Chamber of Commerce wants to communicate is an entity that not only collect the registration, but the link to the CCB Services Model it converts into an allied for developing
7	PALABRAS CLAVES	Cámara de Comercio de Bogotá, Modelo de servicios empresariales, Plan Estratégico de Comunicación Externa
8	SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	Servicios
9	TIPO DE ESTUDIO	Trabajo Aplicado, Programa de Comunicación Estratégica
10	OBJETIVO GENERAL	Diseñar un Plan Estratégico de Comunicación externa que contribuya a incrementar el posicionamiento de la CCB como entidad de Fortalecimiento Empresarial en la región
11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posicionar la empresa como entidad de apoyo y fortalecimiento en la región.</li> <li>• Romper el mito de que la CCB está solamente para cobrar los registros.</li> </ul>
12	RESUMEN GENERAL	La función principal de las Cámaras de Comercio en Colombia es la de administrar la información de los registros públicos, en particular, la Cámara de Comercio de Bogotá, a lo largo de sus 135 años de existencia, ha logrado fortalecer su labor de apoyo empresarial, diseñando servicios y programas que permitan el fortalecimiento de las empresas de Bogotá y la región. A pesar de esto, algunos empresarios tienen la idea de que la CCB es una entidad que solamente recauda el pago de la renovación de la matrícula mercantil pero que no ofrece nada a los empresarios, y es por eso que es tan importante poder comunicar a los empresarios de la región todo lo que pueden encontrar en la entidad para fortalecer sus empresas.
13	CONCLUSIONES.	La Vicepresidencia de Fortalecimiento Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá debe diseñar e implementar un Plan Estratégico de Comunicaciones con el objetivo de posicionar el Nuevo Modelo de Servicios Empresariales.  Mediante el Plan Estratégico de Comunicaciones la entidad quiere comunicar que la CCB no solo cobra los registros y matrículas, sino que al vincularse a la CCB nos convertimos en aliados para el desarrollo de su negocio y así entre ambos podremos encontrar la solución para los problemas que aquejan a los empresarios de Bogotá y en particular de la Provincia de Sumapaz.
14	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	<a href="http://www.ccb.org.co">www.ccb.org.co</a>

**Vo Bo Asesor y Coordinador de Investigación:**