



INSTITUCIÓN EDUCATIVA TÉCNICA CIUDAD LUZ

NIT: 809006041-4

DANE: 17300101435

Resolución No. 7300002526 de octubre 26 del 2016

**MAPA
DE
PUBLICOS**
CL-MDP-V.01
01-Nov - 2016

MAPA DE PUBLICOS INSTITUCIÓN EDUCATIVA TÉCNICA CIUDAD LUZ



**IBAGUÉ TOLIMA
NOVIEMBRE DE 2016**



INSTITUCIÓN EDUCATIVA TÉCNICA CIUDAD LUZ

NIT: 809006041-4

DANE: 17300101435

Resolución No. 7300002526 de octubre 26 del 2016

**MAPA
DE
PUBICOS
CL-MDP-V.01
01-Nov - 2016**

CONTENIDO

1. Elaboración De Un Mapa De Públicos	4
2. Variables de Configuración de lo Público	6
3. Repertorio de Públicos	8
4. Coeficiente de Comunicación necesaria	9
5. Mapa de Públicos Institución Educativa Técnica Ciudad Luz	10

	INSTITUCIÓN EDUCATIVA TÉCNICA CIUDAD LUZ NIT: 809006041-4 DANE: 17300101435 Resolución No. 7300002526 de octubre 26 del 2016	MAPA DE PUBICOS CL-MDP-V.01 01-Nov - 2016
--	---	--

PRESENTACIÓN

Mapa de Públicos es la capacidad de influencia de cada público en los organismos reguladores que afecten a la actividad de la Institución.

El Artículo 209 de la Constitución Política de Colombia, establece que la función administrativa estará al servicio de los intereses generales y se desarrollará con base en los principios de Igualdad, Moralidad, Eficacia, Economía, Celeridad, Imparcialidad, y publicidad mediante la descentralización, la delegación y desconcentración de funciones.

El Mapa de Públicos hace parte del Componente de Políticas de Comunicación e Información Pública, que se encuentra en el Eje transversal Información y Comunicación, dentro de la estructura del MECI - 2014.

El deseo de la Institución Educativa Técnica Ciudad Luz, es posicionarse como la mejor Entidad Educativa de Ibagué y de Colombia, por este anhelo de formar los mejores estudiantes para la sociedad mundial, es que propendemos por crear una imagen a través de procesos contenidos en el MECI-2014 y en cumplimiento a la Ley General de la Educación.



INSTITUCIÓN EDUCATIVA TÉCNICA CIUDAD LUZ

NIT: 809006041-4

DANE: 17300101435

Resolución No. 7300002526 de octubre 26 del 2016

MAPA
DE
PÚBLICOS
CL-MDP-V.01
01-Nov - 2016

1. ELABORACIÓN DE UN MAPA DE PÚBLICOS

Para hablar de la elaboración de un mapa de públicos de una Institución, es necesario dejar claro el concepto de público: **¿Qué es un público?**

- Conjunto de individuos que presentan una cierta homogeneidad que los define como unidad y con los que la empresa quiere comunicarse
- Conjunto de personas determinado por alguna circunstancia que le da unidad
- Grupos sociales que tienen algún tipo de interés similar entre ellos con respecto a una organización
- Cada público tiene expectativas e intereses, que han de ser comunes a todos sus miembros
- Cada persona puede formar parte de diferentes públicos de una misma organización y también de diferentes organizaciones
- La intensidad de los intereses y expectativas de un público determinan su nivel de cohesión interna y la capacidad de interactuar con él (públicos concretos o difusos)
- El público es una colectividad dinámica, una construcción intelectual en torno a un asunto
- Los miembros de un público mantienen algún tipo de relación entre ellos, vínculos que determinan la cohesión interna del colectivo
- Cada organización tiene sus públicos y ha de establecer su prevalencia
- Cada situación puede variar la importancia de cada público para la organización. Cada situación puede generar nuevos públicos en la medida que genera nuevos intereses

El **Mapa De Públicos** es una herramienta clave en comunicación. Éste lo podríamos definir como:

- Repertorio de colectivos con los que la Entidad ha de comunicarse para ejecutar su estrategia de comunicación e imagen Institucional

	INSTITUCIÓN EDUCATIVA TÉCNICA CIUDAD LUZ NIT: 809006041-4 DANE: 17300101435 Resolución No. 7300002526 de octubre 26 del 2016	MAPA DE PUBLICOS CL-MDP-V.01 01-Nov - 2016
--	---	---

- Permite una definición cuantitativa y cualitativa de los públicos objetivos y de la comunicación necesaria para cada uno de ellos
- Éstos se configuran a partir de las variables de configuración (criterios que definen cualitativamente a un público en función del proyecto empresarial y la estrategia de imagen corporativa) y el repertorio de públicos (relación de grupos y colectivos con los que la Institución a partir de las variables de configuración, debe comunicarse de manera sistemática)

El primer paso por tal de elaborar un buen mapa de públicos es establecer relaciones entre estos y la entidad

La jerarquización de esos públicos se establece a través del **Coeficiente Cn** (Coeficiente de comunicación necesaria) de cada público, que se averigua mediante una simple ponderación de la importancia de ese público con relación a las **variables de selección** (según la dimensión estratégica de la entidad, la influencia en la opinión pública, la difusión de la imagen, los intereses económicos, el conocimiento de la organización y la composición interna de cada público), las cuales constituyen los criterios específicos de selección.

Hay preguntas importantes para la toma de decisiones de cada público

¿Cuál es la importancia estratégica del público para la Entidad?

¿Cuál es la capacidad de influencia en la opinión pública del público?



INSTITUCIÓN EDUCATIVA TÉCNICA CIUDAD LUZ

NIT: 809006041-4

DANE: 17300101435

Resolución No. 7300002526 de octubre 26 del 2016

**MAPA
DE
PUBICOS
CL-MDP-V.01
01-Nov - 2016**

2. VARIABLES DE CONFIGURACIÓN DE LOS PÚBLICOS

Son los criterios según los cuales se va a valorar la importancia que determinado público tiene para la Institución Educativa y, en consecuencia, la cantidad y el tipo de comunicación que dicho público necesita para mantener una relación eficaz con él.

Una vez definidas las variables de comunicación sirven para construir el Mapa de Públicos y su posterior ponderación, sobre cuya base dichos públicos son jerarquizados.

Las variables de configuración que se han tenido en cuenta son las siguientes:

- ✓ La importancia estratégica para la Institución
- ✓ La capacidad de difusión directa de la imagen de la Institución
- ✓ La capacidad de integración en el entorno
- ✓ El fortalecimiento de la identidad corporativa

La importancia estratégica que para la institución tenga un público determinado, es la primera variable a tener en cuenta ya que afecta a la importancia de ese público en el logro de los objetivos institucionales. Es el criterio clásico para la ponderación de los públicos y la asignación de prioridades.

Los Coordinadores, los Jefes de Área, el Consejo Directivo (ente otros), son públicos que requieren una comunicación especial con el fin de lograr la mejor comprensión del proyecto institucional y la consecución de sus objetivos.

De igual manera, también demandan una comunicación especial aquellos públicos como los entes de control, los medios locales y autonómicos, el SENA como empresa de apoyo en la formación técnica y otras entidades que forman parte de la Institución como entes de nivel jerárquico superior (Ministerio y Secretaría de Educación).

La difusión directa de la imagen de la Institución es el siguiente criterio de clasificación de los públicos según su capacidad de generar en otros una imagen positiva o negativa de la entidad. En el caso anterior nos ceñíamos a la influencia en la consecución de objetivos

	INSTITUCIÓN EDUCATIVA TÉCNICA CIUDAD LUZ NIT: 809006041-4 DANE: 17300101435 Resolución No. 7300002526 de octubre 26 del 2016	MAPA DE PUBICOS CL-MDP-V.01 01-Nov - 2016
--	---	--

estratégicos. Ahora nos remitimos a la capacidad para influir en la imagen institucional de determinados públicos que actúan como transmisores de la imagen de la Institución Educativa Técnica Ciudad Luz hacia terceros.

La repercusión de estos públicos sobre la imagen corporativa puede ser cualitativamente importante, como las opiniones de los miembros del Consejo Directivo o la Asociación de Padres de Familia. También puede tratarse de públicos cuya relevancia no sea tan cualificada pero que también resulta fundamental para la imagen de la Institución como, por ejemplo, los contratistas de la institución, cuyo comportamiento ante los públicos afecta a nuestra imagen de manera notable.

La influencia sobre la opinión pública es el criterio que clasifica los públicos según su capacidad de incidir en otros de modo indirecto y mediador actuando como prescriptores de opinión. Aunque la comunicación con este tipo de públicos no tenga efectos inmediatos, su capacidad de influir en la opinión del conjunto de la población los sitúa entre los prioritarios. Su trascendencia suele ser al mismo tiempo cualitativo y cuantitativo, como es el caso de los periodistas y, en general, los líderes de opinión.

La capacidad de integración en el entorno hace referencia a las capacidades o posibilidades de cada uno de los públicos de la Institución para favorecer la integración de la entidad en su entorno social, económico, cultural, etc. Se trata, pues, de públicos que realizan una función de conexión o pasarela entre la Institución y aquellas personas o colectivos a los que ésta pretende acercarse de manera prioritaria por estar situados dentro de su ámbito de influencia.

Especial papel juegan en este campo los miembros del Consejo Directivo, las organizaciones empresariales y profesionales, la asociación de padres, la Junta de Acción comunal de Barrio y también los Antiguos Alumnos de la Institución, entre otros públicos.

Por último, el fortalecimiento de la identidad Institucional es la variable que evalúa la influencia de los distintos públicos como elementos constructores de una identidad común compartida por todos los miembros de la comunidad educativa.

	INSTITUCIÓN EDUCATIVA TÉCNICA CIUDAD LUZ NIT: 809006041-4 DANE: 17300101435 Resolución No. 7300002526 de octubre 26 del 2016	MAPA DE PUBICOS CL-MDP-V.01 01-Nov - 2016
--	---	--

3. REPERTORIO DE PÚBLICOS

El mapa de públicos contempla un total de 35 grupos de públicos, divididos en ocho segmentos:

1. Estructura participativa
2. Personal docente e investigador
3. Alumnos
4. Personal de administración y servicios
5. Entorno sociocultural
6. Entidades de Apoyo (Ministerio, Secretaría de Educación y SENA)
7. Entorno laboral y económico
8. Entorno educativo

A continuación es necesario disgregar cada grupo de públicos en los diferentes colectivos que lo forman para, a continuación, poder ponderar la importancia de cada uno de estos colectivos de acuerdo a las cuatro variables de configuración determinadas en el epígrafe anterior.

De esta forma obtendremos el Coeficiente de Comunicación Necesaria que indicará la cantidad de información que un público necesita de acuerdo a la importancia que tiene para la Institución Educativa.

	INSTITUCIÓN EDUCATIVA TÉCNICA CIUDAD LUZ NIT: 809006041-4 DANE: 17300101435 Resolución No. 7300002526 de octubre 26 del 2016	MAPA DE PUBICOS CL-MDP-V.01 01-Nov - 2016
--	---	--

4. COEFICIENTE DE COMUNICACIÓN NECESARIA

Una vez elaborados los repertorios de públicos, el siguiente paso es ponderar la importancia de cada público, de acuerdo a las variables de configuración establecidas previamente, asignando a cada uno de ellos un coeficiente numérico: el Coeficiente de Comunicación Necesaria (Cn). El procedimiento para hallar el Cn es muy sencillo. Se ha seguido para ello la siguiente regla:

COEFICIENTE DE COMUNICACIÓN NECESARIA (Cn)

Se punta de 0 a 5 la importancia de cada público según cada una de las cuatro variables de configuración;

Se suma la puntuación obtenida por cada público, correspondiente a todas las variables

Se divide esa cifra entre la máxima puntuación posible (el total de variables x 5) La cifra obtenida cuyo valor estará entre 0 y 1 expresar el valor numérico del Coeficiente de Comunicación Necesaria (Cn)

El coeficiente Cn, como su propia denominación indica, expresa la prioridad comunicativa de cada uno de los públicos, la cantidad de comunicación que necesita cada público de acuerdo a la importancia que tiene para la institución. El valor del coeficiente Cn hay que tomarlo en un sentido relativo, como orientación de la atención que determinado público requiere.



INSTITUCIÓN EDUCATIVA TÉCNICA CIUDAD LUZ

NIT: 809006041-4

DANE: 17300101435

Resolución No. 7300002526 de octubre 26 del 2016

**MAPA
DE
PUBICOS
CL-MDP-V.01
01-Nov - 2016**

5. MAPA DE PÚBLICOS INSTITUCIÓN EDUCATIVA TÉCNICA CIUDAD LUZ

Coeficiente De Comunicación Necesaria (Cn)

PÚBLICOS	Importancia Estratégica	Difusión Directa de la Imagen	Influencia opinión Pública	Integración en Entorno	Fortalecimiento e Identidad Institucional	Cn
1 ESTRUCTURA PARTICIPATIVA						
1.1 Equipo Rectoría						
1.2 Coordinadores de la Institución						
1.3 Consejo Directivo y Asopadres						
1.4 Consejo Estudiantil						
1.5 Comisiones y Consejos						
1.6 Representantes Sindicales						
2 PERSONAL DOCENTE E INVESTIGATIVO						
2.1 Jefes de Área						
2.2 Docente de Planta						
2.3 Docente Horas Extras						
3. ALUMNOS						
3.1 Alumnos Básica Primaria						
3.2 Alumnos Básica Secundaria						
3.3 Alumnos Media Técnica						
3.4 Alumnos Formación por Ciclos						
3.3 Alumnos Egresados						
4. PERSONAL ADMINISTRATIVO						
4.1 Personal de Oficina						
4.2 Personal de Servicios						
4.3 Personal de Contrato						
5. ENTORNO SOCIO CULTURAL						
5.1 Ámbito Educativo Institucional						
5.2 Ámbito Económico-Empresarial						
5.3 Asociaciones Socio Culturales						
5.4 Partidos Políticos						
5.5 Medios de Comunicación						
5.6 Prensa Sectorial						
5.7 Comunicación WEB						
6 ENTIDADES DE APOYO						
6.1 De Apoyo Financiero						
6.2 De Apoyo Educativo						
7. ENTORNO LABORAL						
7.1 Administración Municipal						
7.2 Administraciones Autónomas						
7.3 Cámara de Comercio						
7.4 Pymes						
7.5 Sindicatos						
7.6 Proveedores de Obras y Servicios						



INSTITUCIÓN EDUCATIVA TÉCNICA CIUDAD LUZ

NIT: 809006041-4

DANE: 17300101435

Resolución No. 7300002526 de octubre 26 del 2016

**MAPA
DE
PUBLICOS
CL-MDP-V.01
01-Nov - 2016**

8. ENTORNO EDUCATIVO						
8.1 Institución Educativa						
8.2 SENA						
8.3 Institutos de Educación No Formal						
8.4 Universidades Locales						
8.5 Universidades a Nivel Nacional						

Noviembre 01 de 2016

LUZ MERY MALAVER ALDANA

Rectora

Comité MECI