

Guía de comunicación para la gestión de planes reguladores municipales



Guía de comunicación para la gestión de planes reguladores municipales

Tabla de contenidos

1. Introducción a un plan de comunicación estratégico municipal para planes reguladores	5
2. Objetivos	7
2.1. Objetivo General	7
2.2. Objetivos específicos.....	7
3. Públicos objetivos	8
3.1. Demografía	8
3.2. Geográfica	10
3.3. Psicografía	11
4. Mensajes clave	13
5. Canales de comunicación	18
6. Prensa	20
7. Presupuesto	24
8. Conclusiones	26
9. Recomendaciones	27

1. Introducción a un plan de comunicación estratégico municipal para planes reguladores

Este documento está destinado a delinear y guiar los esfuerzos de comunicación en torno a la puesta en marcha y difusión de un plan regulador.

Un plan de comunicación estratégica crea una base sólida para las actividades de difusión de los canales adecuados para las respectivas audiencias. Cada Gobierno Local puede identificar objetivos de comunicación y un marco para comprender e implementar las debidas medidas tropicalizadas a su realidad.

Específicamente, debe resaltar el “quién”, “qué”, “cuándo”, “dónde” y “cómo” de las divulgaciones de su municipalidad. El punto de identificar qué información debe comunicar, con quién se comunica, dónde se comparte la información, cuándo se entrega y cómo rastrear y analizar las comunicaciones será vital en los primeros eslabones.

Es posible que se tengan varios tipos de información, audiencias y canales de comunicación diferentes, todos los cuales se deben abordar gradualmente, siempre, con el objetivo de ayudarle a crecer hacia una comunicación útil con un esquema específico.

La comunicación es una parte integral de cualquier organización gubernamental. Muchas audiencias, incluido el público y otras entidades gubernamentales, buscan información diversa en los municipios, de esa forma como organización que debe realizar cambios, implementar iniciativas y comunicarse de manera efectiva, es necesario un plan estratégico.

Desarrollar un plan de comunicación para planes reguladores integral va a ayudar a utilizar eficazmente los recursos que se poseen. Se establecerán prioridades y objetivos mientras se aprende más a profundidad sobre las audiencias para crear una estrategia eficaz y unificada.

Crear una guía de comunicaciones es relativamente sencillo y ahorra mucho tiempo y recursos a los municipios.

Antes de iniciar a realizar un plan de comunicación, se debe preguntar lo siguiente:

- ¿Sé qué es un plan regulador?
- ¿Conozco cuáles son los beneficios que tiene un plan regulador?
- ¿Qué pasa si mi gobierno local no tiene un plan regulador?
- ¿Puedo definir quienes forman parte de la construcción del plan regulador?
- ¿Puedo determinar cuál es el rol de cada uno de los actores en ese proceso de construcción?
- ¿En una frase puedo definir qué es un plan regulador?

Si usted no puede responder estas preguntas, entonces el primer paso es que inicie con una reunión explicativa con el área técnica de su institución o así bien, podría comunicarse con el INVU.

Un plan estratégico de comunicaciones municipal ayuda a fortalecer la comunicación entre su organización y sus audiencias. Planificar las necesidades de comunicación para el próximo mes, trimestre y año con una estrategia efectiva para el municipio, en especial cuando se refiere a un tema como planes reguladores, tan delicado de abordar en muchas ocasiones.

El primer paso será identificar los objetivos para tener expectativas previamente definidas para materializar la estrategia. Establecer pocos objetivos para asegurarse de que cada uno reciba el esfuerzo y atención necesaria para tener el éxito deseado.

Recordar que los objetivos deben ser realistas, medibles, específicos y orientados a la acción.

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Informar y sensibilizar a la comunidad sobre los planes reguladores, promoviendo su comprensión, participación activa y colaboración en su implementación, para asegurar el desarrollo urbano ordenado, sostenible y alineado con las necesidades y expectativas locales.

2.2. Objetivos específicos

- 1) Explicar de manera clara los contenidos y objetivos del plan regulador y cómo afectará al desarrollo urbano y a la vida cotidiana de los habitantes.
- 2) Fomentar la participación activa de la población a través de consultas públicas, reuniones informativas y encuestas para recoger opiniones y comentarios sobre el plan regulador.
- 3) Aclarar el proceso de implementación y los plazos previstos, asegurando que los ciudadanos conozcan las etapas del plan y cómo se llevarán a cabo las modificaciones.
- 4) Establecer canales de comunicación eficaces para mantener a la población informada sobre el progreso y los cambios en el plan regulador.
- 5) Ofrecer herramientas educativas para que los ciudadanos puedan interpretar documentos técnicos y entender las normativas relacionadas con el plan regulador.

3. Públicos objetivos

Los Gobiernos Locales son una parte importante de la estructura administrativa de Costa Rica, cada cantón tiene su estructura gubernamental que cambia cada cuatro años al celebrar elecciones populares para elegir a su alcalde, así como otros representantes municipales. Al 2025, en nuestro país existen 84 cantones.

Según los datos más recientes del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), de Costa Rica, la población total del país es de 5.044.197 personas, al tercer trimestre del año 2024.

3.1. Demografía

Para sacar un dato demográfico, hay varias fuentes y métodos que pueden utilizar, dependiendo del tipo de dato que se necesite (edad, género, ubicación, ingresos, etc.).

Definir el dato demográfico: Antes de buscar información, es importante tener claro qué tipo de dato demográfico se busca. Los datos demográficos más comunes incluyen:

- Edad (rango de edad, mediana de edad, etc.)
- Género
- Ubicación geográfica (país, ciudad, región)
- Nivel educativo
- Estado civil
- Ingresos
- Población total o por grupos específicos

Fuentes de datos demográficos: Aquí hay algunas fuentes comunes donde se puede obtener datos demográficos:

- Institutos nacionales de estadística (Ej. en España, el INE; en Estados Unidos, el Censo de los Estados Unidos).
- Organismos internacionales como el Banco Mundial, la ONU, o la OMS, que publican reportes con datos demográficos globales.
- Encuestas y censos (Ej. el Censo Nacional o encuestas de población y vivienda).
- Datos abiertos de gobiernos o ciudades. Muchos gobiernos publican bases de datos accesibles para el público.
- Investigación académica o estudios sectoriales, que pueden tener datos sobre grupos específicos.

Buscar el dato: Una vez que se sabe el dato que se ocupa y se tienen las fuentes en mente, se debe hacer una búsqueda para encontrarlo. Algunos métodos incluyen:

- Consulta en línea: Usar motores de búsqueda como Google para encontrar estadísticas o bases de datos.
- Acceder a plataformas: Muchas plataformas como Google Dataset Search, Data.gov, o Eurostat tienen bases de datos públicas.
- Censos oficiales: Si están buscando datos sobre población, la mayoría de los países realizan censos periódicos que pueden proporcionar datos sobre población, distribución geográfica, etc.

Extraer y analizar:

- Si tienen acceso a los datos en una base de datos pública o reportes, extraer los valores relevantes para su análisis.
- Puede utilizar herramientas como Excel, Google Sheets, o software estadístico como R o SPSS para procesar y analizar los datos.

Ahora en el país, se proporciona una visión detallada sobre las características de la población, su evolución, distribución y las principales tendencias que impactan el desarrollo del país.

Los aspectos más relevantes:

- Costa Rica tiene una población relativamente joven, pero ha visto un aumento en la población de edad avanzada debido a las mejoras en la atención médica y la esperanza de vida. El país tiene una tasa de natalidad relativamente baja, lo que provoca un envejecimiento lento pero constante de la población.
- La edad media ronda los 31 años.
- La proporción de personas de 65 años o más ha ido aumentando gradualmente, especialmente en las zonas urbanas.
- Una parte importante de la población (alrededor del 80%) vive en zonas urbanas, aunque las comunidades rurales todavía constituyen una parte considerable del país.
- Costa Rica tiene una de las tasas de alfabetización más altas de América Latina, alrededor del 97%. El país otorga un gran valor a la educación y la educación pública es gratuita y obligatoria hasta el noveno grado.

3.2. Geográfica

La segmentación geográfica es un proceso clave en marketing, análisis de datos o estudios demográficos, que consiste en dividir un mercado, población o conjunto de datos en diferentes segmentos según la ubicación geográfica. Este enfoque es útil para adaptar estrategias o entender mejor las características de los distintos grupos según su lugar de residencia.

Definir los criterios de segmentación: Lo primero es definir qué tipo de segmentación geográfica se desea realizar. Algunos criterios comunes incluyen:

- **Ubicación:** País, región, estado, provincia, ciudad o barrio.
- **Tamaño del área:** Grandes ciudades, pequeñas ciudades, áreas rurales.

- **Clima:** Calor, frío, humedad, estaciones del año.
- **Idioma:** Diferentes lenguas habladas en diferentes regiones.
- Características culturales o etnolingüísticas: Diferencias culturales que afectan los comportamientos.

El análisis geográfico de Costa Rica revela una serie de características clave que influyen en su desarrollo socioeconómico y en la distribución de su población:

- **Valle Central:** Centro urbano, político y económico. Es la región más poblada, abarcando las provincias de San José, Heredia, Alajuela y Cartago.
- **Zona Norte:** Ecoturismo, volcanes y selvas tropicales.
- **Costa Caribe:** cultura afrocaribeña, bosques tropicales y biodiversidad.
- **Costa del Pacífico:** Playas, surf y turismo.
- **Guanacaste:** Bosques secos, playas y agricultura.
- **Zona Sur:** Ecoturismo, montañas escarpadas y bosques tropicales.

Estas características previamente mencionadas son fundamentales para la tropicalización de los contenidos para cada uno de los Gobiernos Locales.

3.3. Psicografía

Se refieren a las características y comportamientos de la población, que incluyen sus actitudes, intereses, valores, elecciones de estilo de vida y normas culturales. Estos factores dan forma a la forma en que los costarricenses interactúan con su entorno, forman relaciones y toman decisiones en su vida cotidiana:

- **Conciencia Ambiental:** conectados con su entorno natural. Existe un fuerte sentido de orgullo por la biodiversidad y la belleza natural de Costa Rica.

- **Orientado a la comunidad:** los costarricenses dan gran importancia a las conexiones sociales y comunitarias. Ya sea en zonas urbanas o rurales, a menudo se ve a personas participando en reuniones sociales, eventos locales o prácticas religiosas. La cultura del país enfatiza la unión y el apoyo mutuo.
- **Humildad y cortesía:** las interacciones sociales tienden a ser cálidas, amistosas y acogedoras, con énfasis en los buenos modales y el respeto mutuo.
- **Internet y redes sociales:** Costa Rica ha experimentado un crecimiento significativo en la conectividad digital y el uso de tecnología, particularmente en las áreas urbanas. Las plataformas de redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp son formas populares para que las personas se comuniquen y compartan experiencias.

4. Mensajes clave

Una campaña de promoción de planes reguladores debe ser clara, accesible y motivadora, para que la población comprenda la importancia de estos planes y participe activamente en su implementación.

1) Resaltar cómo los planes reguladores llegan a contribuir a un desarrollo armónico y responsable dentro de un cantón:

“Un futuro urbano más próspero y sostenible”: Los planes reguladores aseguran un desarrollo ordenado que respeta el medio ambiente y mejora la calidad de vida.

2) Motivar a la población a involucrarse en las consultas y reuniones públicas, mostrando que su opinión influye directamente en la planificación:

“Tu voz es importante en la construcción del cantón que queremos”: Los planes reguladores son una oportunidad para que la comunidad participe en la planificación de su futuro.

3) Subrayar los beneficios en términos de seguridad, acceso a servicios básicos y prevención de problemas futuros:

“Un cantón creciente, seguro y accesible”: Un plan regulador bien diseñado previene problemas como la sobrepoblación, la falta de servicios y la degradación del entorno.

4) Enfatizar cómo el plan beneficiará tanto a las áreas urbanas como a las rurales, mejorando la calidad de vida en general:

“Mejor calidad de vida para todos”: El ordenamiento territorial que ofrece un plan regulador contribuye a un entorno más saludable, accesible y justo para todas las personas.

5) Sensibilizar sobre la importancia de cuidar los ecosistemas y promover un desarrollo más verde y sostenible:

“Protejamos nuestros recursos naturales para las futuras generaciones”: Un plan regulador ayuda a equilibrar el desarrollo urbano con la conservación del medio ambiente y los recursos naturales.

6) Fomentar la confianza en el proceso, destacando el carácter abierto y participativo del plan:

“Transparencia y participación: la clave del éxito”: La implementación de un plan regulador se basa en la transparencia y la participación ciudadana para garantizar que todos los sectores sean escuchados.

7) Transmitir que las decisiones tomadas hoy beneficiarán a la comunidad a largo plazo:

“Planificar hoy para una ciudad mejor mañana”: Un plan regulador eficaz es la base para el crecimiento y desarrollo futuro de las ciudades y comunidades.

8) Resaltar la importancia de la planificación en la mejora de la infraestructura y los servicios públicos:

“Más orden, menos caos”: Un plan bien elaborado ayuda a evitar el caos urbano, como la expansión descontrolada y la falta de servicios adecuados.

9) Promover la idea de justicia social y equidad a través de un desarrollo ordenado y accesible para todas las personas:

“Juntos podemos construir un espacio más justo para todos”: La planificación regulada promueve la equidad en el acceso a servicios y recursos, reduciendo la desigualdad.

Coordinar mensajes asertivos con comunidad local

Un municipio puede estar formado por numerosos departamentos, agentes externos y otros aspectos que deben coordinarse, todos los líderes comunales del municipio deben estar en sintonía, especialmente en lo que respecta a la comunicación. Sin coordinación, cada parte podría enviar mensajes diferentes o compartir información incorrecta.

Un plan de comunicación interna para un Plan Regulador es fundamental para asegurar que todos los involucrados (empleados, autoridades locales, empresas, etc.) estén informados, alineados y comprometidos

con los objetivos del plan. Este tipo de plan tiene como propósito garantizar que la información sobre las decisiones, normas y procesos del plan regulador sea comunicada de manera clara, eficiente y en tiempo adecuado a todas las partes interesadas dentro de la organización o comunidad.

1) Propósitos

- Informar a todos los involucrados sobre el Plan Regulador y sus implicaciones.
- Asegurar transparencia en la implementación del plan.
- Facilitar el compromiso y la colaboración de los equipos de trabajo, autoridades y ciudadanos.
- Fomentar el entendimiento del plan para minimizar confusiones o resistencia.
- Mantener actualizados a los miembros clave sobre cualquier cambio o ajuste que pueda surgir durante el proceso.

2) Personal municipal

Identificar los grupos internos que deben estar informados. Algunos ejemplos son:

- **Empleados del municipio o entidad responsable del plan:** Aquellos encargados de la implementación del plan.
- **Autoridades locales:** Como alcaldes, concejos municipales, autoridades urbanísticas, etc.
- **Departamentos técnicos:** Urbanismo, planificación, medio ambiente, etc.
- **Ciudadanos:** Comunidades que estarán directamente afectadas por el plan regulador.
- **Empresas o desarrolladores:** Aquellos que operan en el área y cuyas actividades se verán influenciadas por el plan.

3) Rutas claves

- **Propósito del Plan Regulador:** Explicar claramente por qué se está implementando el plan y cómo beneficia a la comunidad y a la organización.

- **Objetivos del Plan:** Describir las metas y cómo se alinean con la visión a largo plazo de la ciudad o área.
- **Normas y regulaciones clave:** Resumir las regulaciones y normas más importantes que los empleados y ciudadanos deben conocer.
- **Proceso de implementación:** Detallar las fases del plan y el cronograma de implementación.
- **Canales de participación:** Informar sobre los medios por los cuales las personas pueden opinar, hacer sugerencias o plantear dudas.

4) Estrategias y tácticas de comunicación

Definir cómo se llevará a cabo la comunicación interna, usando diversas tácticas y canales:

- **Reuniones y presentaciones:** Organizar sesiones informativas y talleres tanto presenciales como virtuales para explicar el plan a diferentes grupos.
- **Boletines informativos:** Enviar correos electrónicos periódicos o boletines internos para mantener a todos actualizados.
- **Intranet o plataforma interna:** Utilizar un espacio digital donde los empleados y otros interesados puedan acceder a documentos relevantes, preguntas frecuentes (FAQ) y actualizaciones.
- **Memorandos y circulares:** Enviar comunicados oficiales con los puntos más relevantes del Plan Regulador y sus implicaciones.
- **Grupos de trabajo y comités:** Crear comités o grupos de trabajo con representantes de distintas áreas para que se encarguen de la difusión interna de información y resuelvan dudas.
- **Talleres participativos:** Organizar sesiones de trabajo donde los empleados o ciudadanos puedan expresar dudas, preguntas o sugerencias.

5) Cronograma de comunicación

Crear un plan de comunicación con fechas específicas y frecuencia. Ejemplo de cronograma:

- **Antes de la implementación:** Presentación del Plan Regulador en reuniones generales (1 semana antes de la implementación). Distribución de documentos clave a todos los departamentos. Formación y capacitación para comprender el impacto del plan.
- **Durante la implementación:** Actualización mensual de progreso. Boletines de estado del plan y cualquier ajuste o cambio importante. Consultas y sesiones de preguntas y respuestas periódicas.
- **Después de la implementación:** Evaluación del plan y ajuste de estrategias si es necesario. Retroalimentación continua y análisis del impacto.

6) Evaluación y retroalimentación

Implementar un sistema de retroalimentación para asegurarte de que el plan de comunicación esté funcionando correctamente. Algunas herramientas pueden ser:

- **Encuestas internas:** Para conocer cómo los empleados y partes interesadas perciben la comunicación y si están al tanto de los detalles del plan.
- **Reuniones de seguimiento:** Programar reuniones para discutir qué ha funcionado, qué no, y ajustar la estrategia si es necesario.
- **Indicadores de éxito:** Medir la efectividad de la comunicación, como el nivel de conocimiento de los empleados sobre el plan, la participación en las reuniones informativas, etc.

5. Canales de comunicación

La carencia de información actualizada y pronta puede generar en la población la oposición a los procesos de ordenamiento territorial, obstaculizando que las personas se puedan enterar de los beneficios que conlleva la planificación de los territorios.

Peor aún, es crucial en cualquier proceso de diseño de ordenamiento territorial que no se cuente con participación informada de las comunidades. Para dar a conocer la información de los planes reguladores se deben identificar los actores principales de cada, barrio, comunidad, distrito.

Se sugiere establecer reuniones previas con los líderes y actores de cada zona para que sean replicadores del mensaje y que puedan conocer todas las fases de implementación del plan (diagnóstico, propuestas e implementación), para que éstos puedan divulgar la información al resto de los vecinos de la comunidad sobre los pasos a seguir.

Una vez realizada esa reunión cada actor o líder comunal en conjunto con la municipalidad pueden, por medio de grabación de videos para plataformas en redes sociales, grabar mensajes claves que incentiven a la comunidad a involucrarse en el proceso de participación ciudadana. En estas reuniones por parte de la alcaldía con los líderes comunales o actores principales se recomienda que se discutan los principales problemas del cantón y sus soluciones.

Por ejemplo: el tamaño mínimo de un lote debido, zonas de protección boscosa o de acuíferos, el fraccionamiento y temas de vialidad. Se debe determinar que actividades agremian a cada comunidad (reuniones semanales de asadas, fiestas patronales) para que establecer puntos de reunión y generar espacios de consulta con líderes comunales y funcionarios de la municipalidad.

Se sugiere el envío de mensajes de texto masivos en caso de que algunas personas de la zona no cuenten con redes sociales, así como el desarrollo de giras y visitas casa a casa con personal debidamente identificado para reuniones.

Asimismo, se pueden organizar sesiones de reunión y evacuación de consultas en algún salón comunal o la sala de sesiones del gobierno local de forma semanal o quincenal para comunicar el proceso y avances.

Otro canal adecuado para divulgación de información sería por medio de la prensa local.

6. Prensa

La prensa y los medios regionales son aliados clave para informar y generar interés sobre la implementación de un Plan Regulador. Para que el mensaje llegue de forma clara y efectiva, es importante tener una estrategia bien definida.

Un Plan Regulador es una noticia importante para la comunidad, pero su éxito en los medios depende de cómo se comunica. Con un mensaje claro, voceros preparados y estrategias bien definidas, se puede lograr que la prensa regional lo impulse como una herramienta clave para el desarrollo del cantón.

ABC para hablar con los colegas de comunicación:

A) Definir el mensaje clave

Antes de contactar a los medios, es fundamental tener claro **qué se quiere comunicar**. Para ello, se pueden establecer **tres mensajes principales**:

- **Mensaje base:** Explicación sencilla del Plan Regulador y su importancia.
- **Beneficios para la comunidad:** ¿Por qué la gente debe interesarse?
- **Cómo la gente puede participar:** Enfatizar que es un proceso participativo.

B) Identificar los medios regionales clave

Es importante conocer los medios más influyentes en la comunidad y sus formatos:

- **Radio regional:** Es el medio más efectivo en muchas zonas rurales. Se pueden hacer entrevistas, cápsulas informativas y cuñas radiales.
- **Canales de televisión local:** Enfocar entrevistas con líderes del proyecto y vecinos beneficiados.
- **Periódicos y revistas locales:** Ideal para artículos de fondo, infografías y entrevistas con expertos.
- **Medios digitales y redes sociales de la comunidad:** Grupos de Facebook, WhatsApp y páginas de noticias locales ayudan a amplificar el mensaje.

Asimismo, es fundamental:

- **Identificar periodistas y medios clave** en la región.
- **Enviar un comunicado de prensa** claro y conciso.

Estructura de un comunicado de prensa:

1) Encabezado

- Debe decir claramente: **“Comunicado de Prensa”**
- Opcional: incluir el logotipo de la institución o empresa.

2) Título

- Debe ser claro, conciso e informativo.
- Idealmente no más de **10-12 palabras**.
- Debe responder a **qué, quién o por qué es importante**.

3) Bajada (Subtítulo o Resumen)

- Complementa el título, agregando más contexto.
- No más de **1 o 2 líneas**.
- Debe reforzar la idea principal.

4) **Lead (Primer párrafo)**

- Es el párrafo más importante, no puede superar las 4 o 5 líneas de extensión.
- Responde las **5W: ¿Qué? ¿Quién? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Por qué?**
- Debe captar la atención y ofrecer lo esencial.

5) **Cuerpo (Detalles y contexto)**

- Párrafos de **3-5 líneas** cada uno.
- Expande la información con datos clave.
- Puede incluir antecedentes, impacto o cifras.

6) **Cita (Declaración oficial)**

- Declaración de un vocero o fuente autorizada.
- Debe ser breve y aportar valor.
- Se recomienda una o dos citas.

7) **Llamado a la acción (Opcional)**

- Si aplica, invitar a una acción concreta (evento, inscripción, contacto).

8) **Información de contacto**

- Nombre, teléfono y correo del responsable de prensa.

9) **Notas adicionales (Opcional)**

- Información extra relevante o enlaces a documentos.
- **Ofrecer entrevistas** con voceros preparados.
- **Hacer seguimiento:** Llamar o escribir para confirmar interés en la noticia.
- **Proponer historias humanas:** Mostrar cómo el Plan Regulador impactará en la vida de los habitantes.

C) Preparar la información para la prensa

Para que los medios se interesen en la noticia, es clave facilitarles información de manera clara y atractiva.

- Comunicado de prensa: Un documento breve con la información clave (qué, quién, cuándo, dónde, por qué).
- Voceros preparados: Autoridades municipales, técnicos y líderes comunales deben estar listos para responder preguntas con lenguaje sencillo.
- Material visual: Infografías (imagen con información de fácil consumo), mapas, fotos de reuniones con la comunidad y testimonios de vecinos ayudan a que la noticia sea más atractiva.
- Datos impactantes: Cifras sobre crecimiento urbano desordenado, zonas de riesgo o falta de servicios pueden captar el interés de los medios.

D) Manejo de preguntas difíciles

- Es posible que haya dudas o críticas sobre el Plan Regulador. Es clave estar preparados para responder con claridad y empatía.

E) Seguimiento y evaluación

- Monitorear la cobertura mediática: Revisar qué medios publicaron la noticia y cómo la comunidad reaccionó.
- Ajustar el mensaje si es necesario: Si hay dudas recurrentes, reforzar esa información en entrevistas y publicaciones.
- Mantener comunicación constante con los medios: No solo para la implementación del Plan Regulador, sino para futuros proyectos municipales.
- Presupuesto:
- Se hace una sugerencia de posibles recursos a utilizar con un precio de referencia aproximado el cual puede variar dependiendo de cada zona.

7. Presupuesto

Recurso	Monto estimado en colones
Alquiler salón comunal	¢60.000
Perifoneo	Automóvil con 2 salidas de audio: Ejemplo: <ul style="list-style-type: none"> • San Carlos: 4 horas ¢60.000 • Nosara: 5 horas ¢100.000 • Nandayure: 4 horas ¢60 000 • Cotobrus: 4 horas ¢60 000 • Alajuela - Heredia - San José - Cartago: 4 horas ¢60 000
Uso salón de municipalidad y uso de equipo audiovisual	Sin costo para municipalidad
Alquiler de pantalla LED y equipo de sonido con montaje instalación para presentación en salón comunal	¢450.000 aproximadamente
Participación en festejos comunales	Estimación de precio depende de departamento de patentes de la municipalidad.
Mobiliario para giras y cualquier adicional (2 mesas plegables rectangulares blanco 72,5 x 74 x 180 cm capacidad 90 kg y 2 sillas plegables: Silla plegables blancos 80,5 x 44,5 x 63 cm capacidad 300 kg)	Mesa: 31.950 c/u: ¢63 900 Sillas: 11.195 c/u: ¢22.390 Total aproximado: ¢86.290
Envío SMS tanto para zona rural como GAM	Entre 15.000 y 30.000 SMS mensuales: ¢9 por SMS: Total 1 ¢35.000 Más de 30.000 SMS por mes: ¢8 por SMS Total: ¢240 000

Recurso	Monto estimado en colones
Giras a comunidades y visitas “casa a casa”	Tomar en cuenta viáticos para funcionarios durante los días que se determinen para la gira.
Pauta en Redes sociales	<p>Depende de la plataforma a utilizar y plazos a realizar la campaña. El costo promedio por cpc varía entre ¢126 y hasta ¢2.000.</p> <p>Para un mes; el estimado podría ser entre ¢100.000 colones y hasta ¢2 millones.</p>
Pauta medios regionales	Se definen según presupuesto de medio local.

Se hace una sugerencia de posibles recursos a utilizar con un precio de referencia aproximado el cual puede variar dependiendo de cada zona.

8. Conclusiones

La implementación de planes reguladores apoyará a cada distrito y cantón por medio brindando la seguridad jurídica para establecer parámetros de crecimiento socioeconómico y proyectar el desarrollo que cada cantón visualiza.

Las municipalidades con un plan regulador poseen una visión completamente diferente y amplia de las posibilidades de desarrollo, quienes contarán con una herramienta con gran potencial.

El cantón que cuente con un plan regulador podrá tener beneficios puntuales como:

- Definir dónde se pueden construir edificaciones residenciales y comerciales.
- Diseñar las salidas y accesos de las redes viales.
- Mejorar la localización de las viviendas
- Definir qué actividades se pueden realizar en un área.
- Facilitar las inversiones en el cantón.
- Fortalecer el desarrollo urbano y rural.
- Promover el ecoturismo y el agroturismo.
- Fomentar la generación de empleo y emprendimientos locales.
- Proteger la vida de las personas ante amenazas naturales.

9. Recomendaciones

- Se sugiere establecer y definir el mensaje, alcance y estrategia a implementar para dar a conocer los beneficios de un plan regulador en cada comunidad.
- Se debe generar un sentido de pertenencia y “visión comunal” de desarrollo que obtendrá cada zona con la puesta en marcha de los planes reguladores.
- Se debe destacar los beneficios que podrán obtener los habitantes del cantón en temas de generación de empleo.
- Destacar la apertura, transparencia y confianza para evitar desinformación y malentendidos que van en detrimento de la competitividad de los territorios.
- Dentro del pliego de contratación para el desarrollo del plan regulador, solicite que el consultor cuente con un experto en comunicación y destine parte del presupuesto para la difusión del mismo.



Dirección: Avenida 9, Calles 3 bis y 5, San José, Barrio Amón.
Central telefónica: 4037-6300
www.invu.go.cr