

CAJA DE HERRAMIENTAS

—  
**¿Cómo hacer  
una consulta  
ciudadana?**



DEMOCRACIA  
EN RED

---

dOS



Sin dudas, frente al nuevo paradigma de gobiernos abiertos en la gestión pública la participación ciudadana es un factor clave.

En Democracia en Red creamos con gobiernos y activistas soluciones particulares de participación ciudadana.

Con ese espíritu, y a partir de nuestra experiencia y aprendizajes diseñamos una “Caja de Herramientas”. Una hoja de ruta a todas aquellas personas que estén interesadas en trabajar en su fomento.

En este caso, aquí encontrarán desde la definición a la evaluación, todas las etapas que componen a una Consulta Ciudadana.

# 2

## ¿Cómo hacer una consulta ciudadana?



### A

- 5 ¿Qué es una consulta ciudadana?  
¿Para qué hacerla?
- 6 ¿Quién hace una consulta ciudadana?  
¿Qué consultar?  
¿Cuáles son sus características fundamentales?
- 7 Casos destacados

### C

- 15 Definir objetivos de la consulta
- 16 Planificación: definir tipo de consulta a realizar y su formato
- 18 Desarrollar estrategia de comunicación
- 20 Proceso de retroalimentación
- 21 RESUMEN

### E

- 25 Recursos

## Introducción

## ¿Qué necesitas?

- 9 Actores
- 10 Tipos de consulta
  - Por cantidad de ciclos
  - Por estructura
  - Por tipo de aporte
  - Según el criterio
  - 11 Según el formato
- 12 Etapas de una consulta ciudadana

### B

### D

- 22 Consejos

# Introducción



## ¿QUÉ ES UNA CONSULTA CIUDADANA?

---

Los gobiernos y/o instituciones consultan la opinión de la ciudadanía acerca de temas de interés público.

A partir de distintas herramientas, se informa sobre la cuestión a tratar para luego recoger distintas perspectivas y opiniones que serán tomadas en cuenta para el armado de políticas públicas.

La consulta ciudadana favorece la participación, el debate y la interacción entre entidades y personas sobre diversas temáticas.

A.

B.

C.

D.

E.

## ¿PARA QUÉ HACERLA?

---

Su finalidad es abrir el proceso de diseño e implementación de políticas públicas, habilitando un canal de participación ciudadana el cual articula una comunicación activa y permanente entre la ciudadanía y el gobierno.

- Sirve como termómetro de la opinión ciudadana
- Genera mayor impacto y viabilidad a la hora de tomar decisiones
- Promueve la participación ciudadana
- Aumenta la confianza entre gobiernos, ciudadanía y organizaciones
- Estimula la aceptación y apropiación del proyecto

## ¿QUIÉN HACE UNA CONSULTA CIUDADANA?

---

Puede ser impulsada desde cualquier órgano de gobierno o bien desde cualquier institución, como por ejemplo, un partido político.

Es importante que quien la realice sea un actor relevante y que tenga capacidad de ejecución y monitoreo del proyecto.

## ¿QUÉ CONSULTAR?

---

Se recomienda consultar sobre políticas públicas que puedan nutrirse del debate y de los aportes de la ciudadanía.

Algunas opciones son, la redacción de una nueva ley, su reglamentación, el diseño un procedimiento de trabajo y la validación final de una ordenanza con la comunidad.

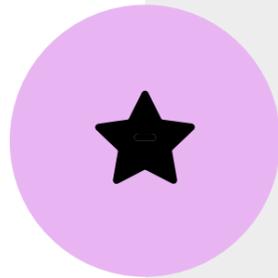
## ¿CUÁLES SON SUS CARACTERÍSTICAS FUNDAMENTALES?

---

1. El diálogo y la participación debe involucrar a todas las partes afectadas e interesadas en la temática a consultar.
2. La consulta debe realizarse antes del momento de la toma de decisiones, para que los resultados de la misma puedan ser tenidos en cuenta en dicho proceso
3. Se debe compartir toda la información relevante y comunicar las distintas etapas, así aumenta la confianza e incrementa la aceptación del proyecto y la participación ciudadana.

- A.
- B.
- C.
- D.
- E.

- A.
- B.
- C.
- D.
- E.



### **Consulta sobre Fitosanitarios realizada en Argentina en 2018**

Con el fin de crear un canal abierto y transparente que permita al **gobierno argentino** involucrar a los distintos grupos de interés, desde Democracia en Red desarrollamos una plataforma basada en el código de DemocraciaOS para utilizarlo como soporte en la realización de consultas ciudadanas, Consulta Pública.

Dentro de ese marco, uno de los ejemplos exitosos es el de “Consulta pública sobre el Informe de Buenas prácticas de Aplicación de Fitosanitarios”, consulta convocada desde el ministerio de Ambiente y Desarrollo Sustentable y el de Agroindustria, para abrir una instancia consultiva con la sociedad civil y actores relevantes dentro de la temática. En la misma participaron **231 personas, aportando 491 comentarios.**

## CASOS DESTACADOS

### **Decide Madrid**

Otro es el caso de “decide Madrid”, una herramienta de participación anclada en una plataforma web en la que cualquier persona mayor de 16 años y empadronada en Madrid puede abrir el debate sobre algún tema de la ciudad.

En febrero de 2017 se produjo también la primera consulta ciudadana en la que los habitantes de la ciudad tuvieron la oportunidad respaldar dos propuestas ciudadanas: Madrid 100x100 Sostenible y Billete Único, junto con una consulta sobre la ampliación de aceras de la Gran Vía madrileña.

También ha habido un proceso de consulta sobre el proyecto de remodelación de la Plaza de España y de otras 11 plazas, o sobre el diseño de los nuevos bancos que se instalarán en el espacio público de la ciudad.

**B**

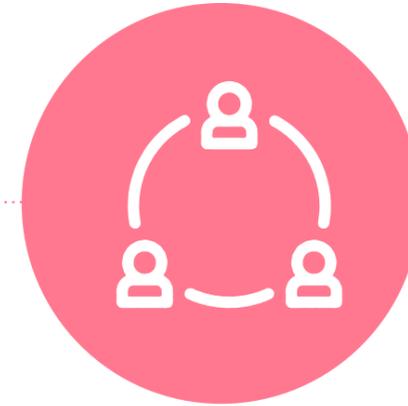
**¿Qué necesidad?**

# ACTORES



## ÁREA DE GOBIERNO / INSTITUCIÓN RESPONSABLE

- . Actor político: encargado de impulsar el proyecto políticamente
- . Equipo de gestión
- . Equipo de comunicación
- . Actores aliados: pueden ayudarnos a potenciar el proceso, para un mayor éxito en la consulta



## CIUDADANÍA INTERESADA / ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL

A.

**B.**

C.

D.

E.

# TIPOS DE CONSULTA



# TIPOLOGÍA



## DIGITAL

La consulta se realiza a través de plataformas digitales.

### Ventajas:

- Mayor alcance
- Facilita acceso
- Mayor transparencia
- Agiliza implementación
- Baja costos
- Minimiza el riesgo de “captura de agenda”. Esto es, evitar que hablen siempre las mismas personas.

### Insumos necesarios:

- Plataforma digital de consulta
- Redes y canales de comunicación institucionales

## SEGÚN EL FORMATO

## PRESENCIAL



Se realiza en espacios físicos presenciales y suele estar orientado a una ciudadanía más exigente y activa en torno a la gestión pública.

### Ventajas:

- Maximiza las oportunidades de participación de cada persona
- Proporciona un ambiente inclusivo para la diversidad de participantes
- Asigna responsabilidad a las personas que participan
- Estimula la confianza, el liderazgo y el compromiso
- Involucra activamente a un gran número de personas
- Permite la generación de acuerdos

### Insumos necesarios:

- Espacio físico en donde llevar a cabo la consulta
- Infraestructura necesaria para la comodidad de las personas que participan (sillas, mesas, etc.)
- Metodología o dinámica del encuentro

## MIXTO

Consulta ciudadana híbrida, con elementos tanto presenciales como digitales que se combinan para enriquecer el proceso.

A.

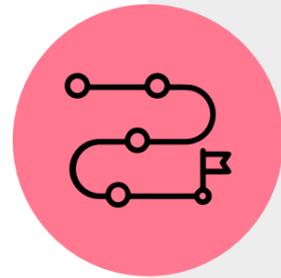
B.

C.

D.

E.

- A.
- B.
- C.
- D.
- E.



## ETAPAS DE UNA CONSULTA CIUDADANA

1.

Planificación y elaboración de consulta



2.

Invitación y difusión activa



5.

Devolución a la ciudadanía con los resultados de la misma y la definición a tomar.



3.

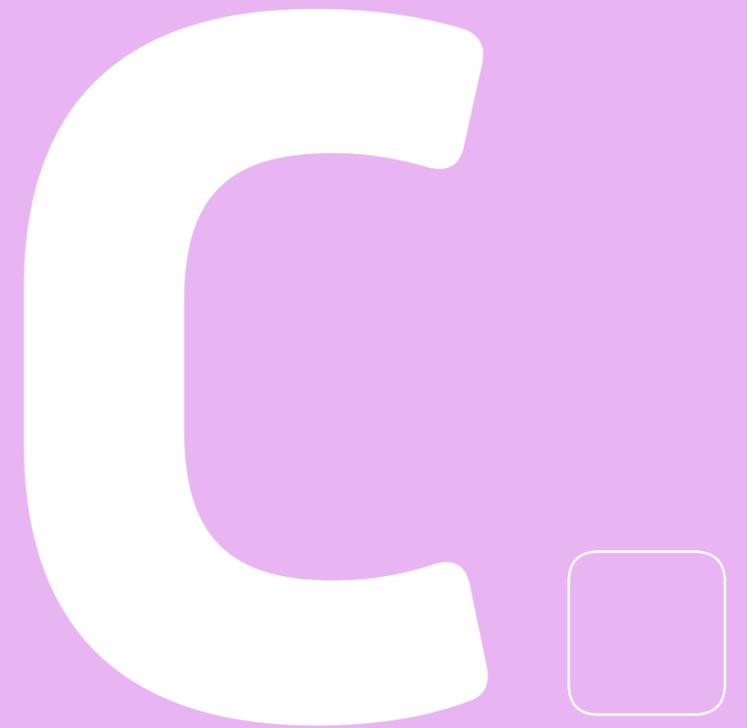
Debate, y votación por parte de la ciudadanía. Moderación de comentarios y monitoreo de la participación por parte del área de gobierno o institución responsable



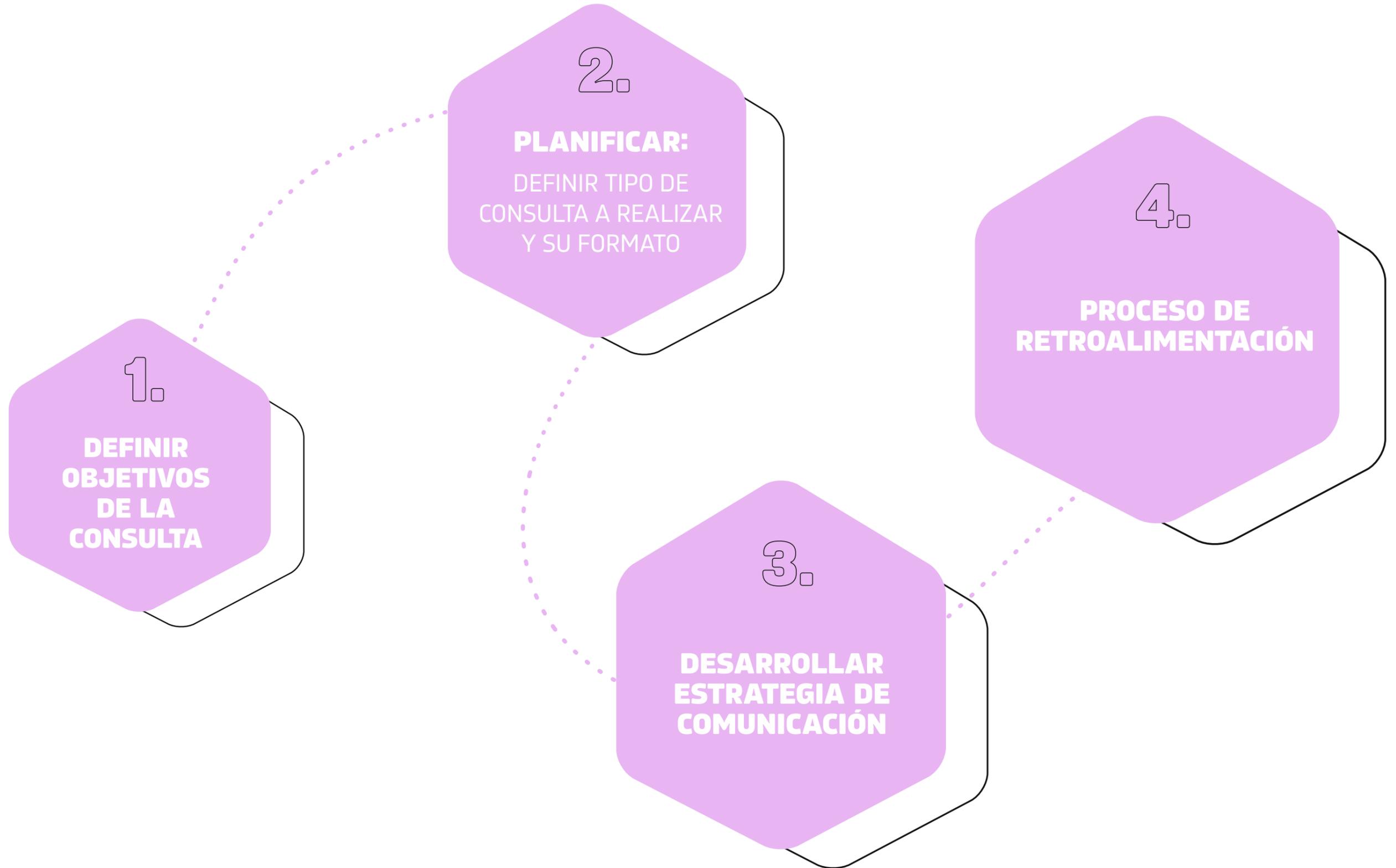
4.

Cierre de la consulta

# ¿Cómo hacerla?



- A.
- B.
- C.
- D.
- E.



## 1. DEFINIR OBJETIVOS DE LA CONSULTA

### 2. PLANIFICAR:

DEFINIR TIPO DE CONSULTA A REALIZAR Y SU FORMATO

### 3. DESARROLLAR ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

### 4. PROCESO DE RETROALIMENTACIÓN

#### DEFINICIÓN DEL TEMA

Es importante definir la temática a consultar. Se recomienda que el organismo que lleva adelante la consulta tenga la capacidad técnica y de ejecución para sostener el proyecto detrás de la consulta y que esté comprobado el interés de la ciudadanía en la cuestión a tratar. De lo contrario, se recomienda un proceso previo de promoción del tema.

Generalmente, se intenta buscar la opinión ciudadana sobre planes de prevención, normativas, reglamentos y políticas que pueden afectarlos.

#### DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

Es esencial definir claramente los objetivos de la consulta. Para ello, nos preguntaremos de antemano ¿qué buscamos con la consulta?

En algunos casos, buscaremos recoger opiniones de las partes interesadas, en otros el objetivo será reunir nuevas ideas.

## 1. DEFINIR OBJETIVOS DE LA CONSULTA

## 2. PLANIFICAR: DEFINIR TIPO DE CONSULTA A REALIZAR Y SU FORMATO

## 3. DESARROLLAR ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

## 4. PROCESO DE RETROALIMENTACIÓN

### MÉTODOS Y HERRAMIENTAS

Deben ser elegidos considerando los objetivos de la consulta, los grupos de interés identificados, la iniciativa, el tiempo y los recursos disponibles.

Los métodos refieren al grado de participación ciudadana en el proceso de Consulta y las herramientas responden a cómo se recabarán las opiniones de la ciudadanía. Al inicio de este kit mencionamos tipos de consultas y tipologías.

### TIEMPO DE LA CONSULTA

Los plazos se definen según el contexto. En una consulta que está dirigida a un público específico y es el resultado de un proceso más amplio que involucra instancias presenciales, la etapa digital puede ser más acotada (dos semanas).

Por el contrario, si este es el primer espacio de contacto entre diferentes sectores se recomiendan períodos más largos que den tiempo a las personas participantes a informarse, elaborar sus comentarios y permitir intercambios entre participantes y el área que inició la consulta.

Es importante encontrar un equilibrio entre dejar la consulta abierta el tiempo suficiente para que la gente pueda participar, pero que la misma sea lo suficientemente corta para dar un sentido de urgencia e inmediatez.

A.

B.

C.

D.

E.

## 1. DEFINIR OBJETIVOS DE LA CONSULTA

## 2. PLANIFICAR:

DEFINIR TIPO DE CONSULTA A REALIZAR Y SU FORMATO

## 3. DESARROLLAR ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

## 4. PROCESO DE RETROALIMENTACIÓN

## GRUPOS DE INTERÉS

Los mismos son definidos teniendo en cuenta la temática establecida en el objetivo de la consulta. Se podrán tener en cuenta quiénes son las personas afectadas por la política pública a implementar, quienes deberían ponerla en práctica, quienes tienen un interés directo con ella, y quienes tienen el conocimiento y la experiencia como para proponer estrategias o soluciones del tema en cuestión.

Algunos ejemplos:

- Personas interesadas
- Activistas: organizaciones políticas y sociales
- Personas involucradas: ciudadanía, empresas, comercios alcanzados por la política pública a consultar
- Especialistas en la materia

## 1. DEFINIR OBJETIVOS DE LA CONSULTA

## 2. PLANIFICAR:

DEFINIR TIPO DE CONSULTA A REALIZAR Y SU FORMATO

## 3. DESARROLLAR ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

## 4. PROCESO DE RETROALIMENTACIÓN

Una aspecto clave de una consulta es la comunicación hacia la ciudadanía.

La difusión puede ser amplia, por canales plurales, pero se recomienda complementar con comunicaciones específicas, dirigidas a grupos de actores expertos y/o organizaciones vinculadas al área temática de la consulta.

Se divide en 3 etapas: la preparación de la campaña de comunicación, la comunicación durante la consulta y los resultados o cierres de consulta.



### PREPARACIÓN

- Diseñar la campaña
- Definir objetivos
- Identificar al público
- Seleccionar canales
- Elaborar contenido y piezas de comunicación
- Contactar actores aliados



### CONSULTA

- Ejecutar campaña
- Convocar a participación
- Monitorear resultados y ajustar estrategia



### CIERRE

- Comunicar cierre
- Agradecer a las personas que participaron
- Resumir y compartir resultados
- Analizar estrategia

A.

B.

C.

D.

E.

## 1. DEFINIR OBJETIVOS DE LA CONSULTA

## 2. PLANIFICAR:

DEFINIR TIPO DE CONSULTA A REALIZAR Y SU FORMATO

## 3. DESARROLLAR ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

## 4. PROCESO DE RETROALIMENTACIÓN

La preparación involucra todas las tareas previas al inicio de la consulta, desde el diseño de la estrategia de comunicación con sus objetivos, público, canales y cronograma así como la redacción del contenido y confección de las piezas gráficas.

En esta instancia también se recomienda contactar con posibles organizaciones, instituciones o personas aliadas en la difusión. Estas podrán compartir la propuesta entre sus contactos y canales propios digitales y presenciales.

Es clave difundir la consulta apenas se publique, para que, quienes deseen involucrarse cuenten con tiempo para familiarizarse con este mecanismo de participación, informarse y elaborar sus comentarios.

Durante la consulta se ejecuta la campaña para convocar al público identificado a participar. Se debe monitorear la participación, evaluar si la comunicación es efectiva y ajustar en caso de no estar obteniendo los resultados esperados.

Al finalizar el plazo de cierre es necesario comunicar el cierre, agradecer a quienes participaron, informar sobre los resultados y hacer una devolución sobre los próximos pasos y la incidencia que tuvo la consulta en la elaboración de la política pública. ¡Se sugiere también evaluar la estrategia de comunicación y así mejorar las próximas consultas públicas!

## 1. DEFINIR OBJETIVOS DE LA CONSULTA

## 2. PLANIFICAR:

DEFINIR TIPO DE CONSULTA A REALIZAR Y SU FORMATO

## 3. DESARROLLAR ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

## 4. PROCESO DE RETROALIMENTACIÓN

### ANÁLISIS DE RESPUESTAS

Cuando se haya completado la fase de recopilación de información, se analizan los resultados y las observaciones de la ciudadanía y las contribuciones pertinentes se introducen en la preparación de la política consultada.

### REPORTE DE RESULTADOS Y GENERACIÓN DE RETROALIMENTACIÓN

Es de suma importancia que las personas participantes sepan cómo y en qué medida se toman en cuenta sus observaciones, así como también explicar por qué algunas observaciones no son tomadas en cuenta. Proporcionar una retroalimentación efectiva contribuirá a la transparencia en la formulación de políticas, mejorará la rendición de cuentas y posiblemente generará mejores propuestas en futuras consultas.

### EVALUACIÓN DEL EJERCICIO DE CONSULTA

Generalmente se debe realizar una evaluación de los cambios y ajustes durante las etapas de la consulta con la finalidad de ir ajustando su alcance, objetivos, herramientas y métodos. Se debe diseñar un método de evaluación de manera de ir alineando el proceso de consulta a los objetivos y a la calidad que este proceso debe aspirar.

A.

B.

C.

D.

E.



## RESUMEN

### PÚBLICO

¿A quién está dirigida?  
¿Será una consulta con un público amplio o específico?

### FORMATO

¿Qué tipo de consulta realizaremos?

### COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN

¿Qué estrategia de comunicación utilizaremos? ¿A través de qué canales?

### LOS PLAZOS

¿Por cuánto tiempo estará abierta la consulta?

### COMPROMISO

¿Qué se hará con la participación de la ciudadanía?

### TEMÁTICA

¿Qué consultaremos?  
¿Para qué?



## CIERRE

¿Qué hacer con los resultados de la consulta?  
¿Cómo y cuándo se va a cumplir el compromiso?

# Consejos

## ¿CÓMO IDENTIFICAR AL PÚBLICO?

Cada actor y grupos de personas interesadas puede ser contactado por un canal diferente, con un mensaje distinto y para instancias específicas.

Para identificar al público interesado en su propuesta, es importante conocerla y pensar cuál es la mejor manera de que hagan sus aportes.

Para eso, debemos preguntarnos: ¿Qué personas estarían interesadas en la consulta? ¿Qué personas o sectores se ven afectadas? ¿Quiénes tienen conocimiento técnico de la temática? ¿Hay especialistas?

Este mapa de actores puede servir de guía para definir y contactar el público interesado.

Actor	Subgrupo	Canal de contacto
Ciudadanía general	Edad, Género, Región	Referentes que puedan replicar y compartir la propuesta
Especialistas	Referentes de organizaciones, académicos, sector privado, consultoras, consejos profesionales, laboratorios y grupos de pensamiento ( <i>think tanks</i> )	Organizaciones temáticas, universidades
Organizaciones de la sociedad civil	Organizaciones relacionadas a la temática	Redes sociales, lista de contactos interna
Academia	Grupos de investigación de universidades de todo el país, institutos	Universidades
Ciudadanía involucrada	Afectados por el proyecto de forma directa e indirecta	Organizaciones sociales, municipios, barrios, juntas vecinales
Gobierno	Áreas del Poder Ejecutivo, entes regulatorios, Poder Judicial, consejos	Comunicaciones oficiales
Sector privado	Cámaras, Empresas, Sociedades, Cooperativas, Instituciones	Cámaras, consejos de profesionales

- A.
- B.
- C.
- D.**
- E.



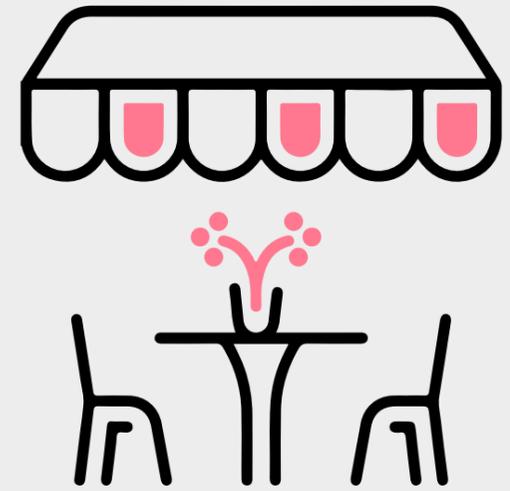
## EVITAR EL “SÍNDROME DE RESTAURANT VACÍO”

Es probable que si pasamos por un restaurant vacío no nos den ganas de comer allí y optemos por ir a comer a un lugar con varias mesas ocupadas.

Lo mismo sucede en el caso de una consulta que no tiene ningún comentario, es posible que lxs usuarixs cierren la pestaña y no realicen ningún aporte.

Por ello, es importante asegurar cierta cantidad de participantes iniciales que motive a futuros participantes a realizar sus propios aportes.

Esta estrategia podría llevarse a cabo invitando a un primer círculo de personas a participar de la consulta de forma inmediata, generando el “síndrome de restaurant lleno”, lo cual garantizará que otras personas se animen a participar y realizar sus aportes y comentarios.



# Recursos

## PLATAFORMAS DIGITALES

---

### PLATAFORMAS DIGITALES DE CÓDIGO ABIERTO:

- DemocraciaOS  
Plataforma para consulta ciudadana desarrollada por Democracia en Red de Código Abierto.
- CONSUL  
Software Libre de de participación ciudadana.
- DECIDIM  
Democracia participativa de código libre para ciudades y organizaciones

### CASOS DE CONSULTAS DIGITALES:

- Consulta pública Argentina, impulsada por el Gobierno de la Nación
- Ciudad de Rosario, Santa Fe, Argentina
- Ciudad de Madrid, España

## BIBLIOGRAFÍA:

---

- Carta Iberoamericana de Gobierno Abierto
- Consulta Significativa con las Partes Interesadas: Series del BID sobre riesgo y oportunidad ambiental y social / Reidar Kvam. p. cm. — (Monografía del BID; 545)
- Modelo de Consulta Pública Unidad de Inteligencia de Negocios Dirección de Estudios Consejo para la Transparencia. Chile . 2015.
- Información, consulta y participación pública en la elaboración de políticas: instaurar un gobierno abierto en los países miembros de la OCDE. 2003.

