



Lane Transit District

Marco de Participación Comunitaria

Adoptado por la junta directiva de LTD 21
de agosto de 2024



TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	3
PROPÓSITO Y USO DEL MARCO	6
PRINCIPIOS RECTORES DEL COMPROMISO	13
PRÁCTICAS ESENCIALES	16
ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS	20
MEDIR LOS PROGRESOS Y MANTENER EL APOYO A LO LARGO DEL TIEMPO	26
APÉNDICE	29

RESUMEN EJECUTIVO

El Marco de Alcance Comunitario de Lane Transit District (LTD) (“Marco”) es una guía fundamental sobre cómo LTD llevará a cabo la participación comunitaria en torno a sus proyectos, políticas y programas. La intención de la guía es ayudar a mejorar las interacciones con las comunidades de la región en busca de mejores resultados de transporte.

El Marco es un documento vivo, impulsado por la comunidad e inherentemente flexible. Ha sido desarrollado en gran parte por el Consejo Directivo Comunitario (CSC) ad-hoc de LTD. Otros aportes incluyen investigación de mejores prácticas, entrevistas de antecedentes, análisis de encuestas públicas y resultados de encuestas a pasajeros a bordo, una mesa redonda con organizaciones comunitarias y comentarios del personal de LTD.

Principios rectores

El Marco establece los siguientes principios rectores que LTD se compromete a mantener durante todo el proceso de participación.

PRINCIPIOS RECTORES PARA ALCANCE COMUNITARIO			
ESTILO Los métodos que LTD usa para involucrarse con el público	CONTENIDO El tipo de información que se proporciona al público	PROCESO La metodología usada en el alcance comunitario	INTENCIÓN Las metas del alcance público
Diálogo bidireccional	Basado en datos	Circuito de retroalimentación	Significativo
Accesible	Claridad de propósito	Evaluación Comparativa y Mejora continua	Mentalidad de comunidad primero
Respetuoso	Fiscalmente transparente	Adaptable	 Lane Transit District
Escucha activa	Orientado a resultados		

Prácticas esenciales

El marco recomienda que, como mínimo, el estándar básico de participación realizado por LTD debe incluir lo siguiente:

- 1) Comprender la demografía de los usuarios del condado de Lane y del distrito de tránsito de Lane

- 2) Utilizar un ejercicio de mapeo de las partes interesadas para considerar cómo los intereses, la influencia ; y las necesidades de las varias partes interesadas pueden diferir, y;
- 3) Desarrollar un enfoque de participación personalizado que apoye estas diversas necesidades.



Estrategias para la participación comunitaria

Un enfoque personalizado para la participación puede recurrir a muchas estrategias diferentes y tácticas relacionadas, cada una apropiada en diversas situaciones. El marco establece cuatro estrategias generales que LTD utilizará: 1) Trabajar para generar confianza, 2) Participar en conversaciones colaborativas, honestas y transparentes, 3) Comunicar claramente lo que las personas necesitan escuchar y 4) Centrarse en los pasajeros. El Marco identifica varias tácticas que LTD puede utilizar para respaldar y poner en práctica cada una de estas estrategias.

Estrategias de alcance comunitario



Como muchas otras agencias del sector público, LTD tiene recursos limitados y no puede hacerlo todo ni estar en todas partes al mismo tiempo. Por tanto, la priorización de estrategias y tácticas es fundamental para maximizar su eficacia. El marco propone que LTD priorice lo siguiente: involucrar a las partes interesadas del gobierno, adelantarse a la historia, estar presente con los participantes e involucrar a la oposición potencial.

FINALIDAD Y USO DEL MARCO

¿Qué es el marco?

Este Marco de Difusión Comunitaria (“Marco”) es una guía fundamental sobre cómo LTD llevará a cabo la participación comunitaria en torno a sus proyectos, políticas y programas. Si bien no existe un enfoque único para la participación pública en el trabajo de LTD, el Marco está concebido para estandarizar mejor las prácticas de LTD y hacer que sus esfuerzos de participación sean más efectivos. El Marco se compartirá con el personal, los consultores colaboradores y los socios comunitarios a medida que se inicien los proyectos y se desarrollen planes de participación específicos, lo que permitirá verificar la integridad y completitud de los futuros esfuerzos de participación de LTD. El marco tiene como objetivo generar confianza en la comunidad y en los esfuerzos de LTD por servir a la comunidad, haciendo de LTD una organización más eficaz para la región.

El Marco no pretende ser rígido, asfixiante o restrictivo. Es un recurso y una guía para mejorar las interacciones con las comunidades de la región en busca de mejores resultados de transporte regional, y tanto LTD como sus socios requerirán flexibilidad para que funcione de manera efectiva. El Marco también es un documento vivo y deberá actualizarse y modificarse periódicamente, con aportes de la comunidad y el propio análisis de LTD sobre lo que funciona bien y lo que no, para fomentar la mejora continua.

El Marco se desarrolló en gran parte gracias al trabajo del Consejo Directivo Comunitario (CSC), un comité ad hoc creado específicamente para este propósito. LTD espera que el CSC permanezca activo en la configuración de cómo LTD interactúa con la comunidad, y que este Marco sea un componente exitoso en cómo LTD restablece y revitaliza sus relaciones con la comunidad. Además, los desafíos que enfrenta LTD con respecto a las relaciones comunitarias son similares a los que enfrentan las agencias de transporte público en todo el país. Si tiene éxito, LTD espera que este modelo innovador para el condado de Lane también pueda resultar un modelo para la nación y más allá.

¿Por qué es necesario esto? ¿Por qué ahora?

Es parte de la naturaleza humana confiar en lo que ha funcionado bien en el pasado al planificar el futuro. Sin embargo, llega un momento en el que el cambio se pone al día y lo que antes funcionaba bien ya no funciona. Cualquier organización debe reexaminar periódicamente sus políticas y procedimientos, para relaciones comunitarias o cualquier otro servicio, para garantizar que estén actualizados y maximicen los beneficios previstos.

Sin embargo, LTD tiene múltiples razones para reconsiderar cómo interactúa con la comunidad en este momento. Estos incluyen la historia única de LTD con respecto a la entrega de infraestructura, la estructura de la junta directiva de LTD y cómo se financia LTD.

Historia de la infraestructura

Como pionero en autobuses de tránsito rápido (BRT), LTD fue aclamado y reconocido tanto a nivel local como nacional como líder de la industria. Cuando BRT se presentó por primera vez como Emerald Express (EmX) en 2007, el nuevo servicio fue un gran éxito y parecía un presagio de grandes cosas por venir. Se planearon más líneas y parecía que LTD podría ser un ejemplo de cómo una ciudad más pequeña podría aumentar el número de usuarios de transporte público y la satisfacción del cliente con inversiones rentables en infraestructura.

Pero como suele suceder, las cosas no salieron exactamente como se había planeado. LTD ha tenido un éxito limitado con las nuevas rutas BRT desde entonces. Los tiempos de planificación de nuevas rutas crecieron rápidamente a medida que LTD buscaba expandir el sistema a áreas donde el apoyo a nuevas iniciativas de tránsito era más limitado. Algunos miembros de la comunidad comenzaron a sentir que LTD estaba impulsando el BRT en lugar de cumplir con lo que la comunidad realmente quería. También creó la percepción, merecida o no, de que LTD sentía que “sabía mejor” con respecto a lo que la comunidad necesitaba. Esta percepción ayudó a disminuir el apoyo general a LTD, lo que inhibió otras mejoras más allá del BRT debido a la falta de confianza. Este Marco es necesario para ayudar a restablecer la relación y restablecer esta confianza.

Estructura directiva

La Junta Directiva del LTD está formada por personas designadas por el gobernador, pero que no son funcionarios electos. Esto significa que, aunque estén asignados a un distrito dentro de la región del LTD, los miembros de la Junta no necesariamente tienen una responsabilidad directa ante ningún distrito electoral específico. En teoría, si no están satisfaciendo las necesidades de su área asignada, o de la región en general, las personas pueden quejarse al Gobernador, quien podría retirarlos y sustituirlos. Pero en la práctica, esto rara vez sucede. Esto puede generar percepciones en la comunidad de que la Junta no actúa en el mejor interés de la comunidad, ya sea intencionalmente o no. De hecho, existe la percepción de que la Junta a menudo ha servido como un "sello de goma" para las decisiones tomadas por el personal del LTD. Esto ha contribuido a una mayor desconfianza en la organización.

Afortunadamente, este Marco puede ser parte de la solución. La Junta puede ayudar a generar confianza en la comunidad, en parte, desempeñando un papel más importante en las decisiones importantes de la agencia y demostrando cómo esas decisiones se relacionan directamente con las necesidades de sus electores. Este Marco presenta una

oportunidad para que la Junta desempeñe un papel más importante en la participación de la comunidad y ayude a LTD a establecer una mayor credibilidad como organización.

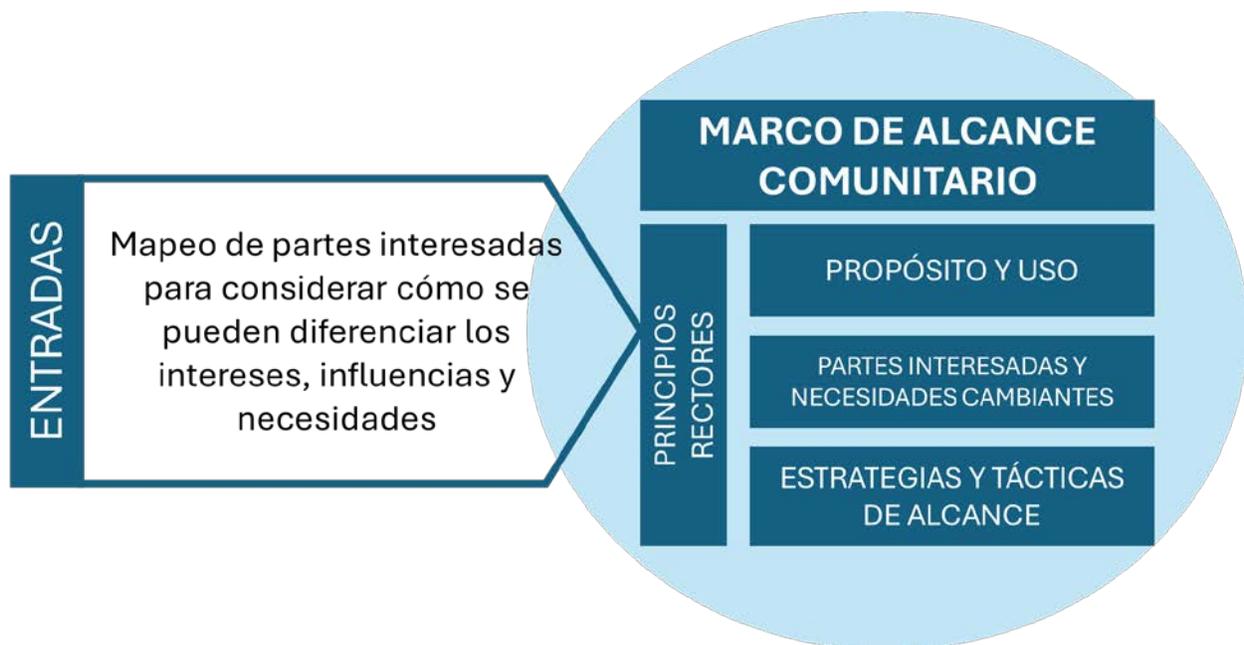
Fondos

La financiación de LTD depende en gran medida de los impuestos sobre la nómina de los empleadores locales. Esto ha creado un problema recurrente porque la comunidad empresarial cree firmemente que, dado que financian el transporte, deberían tener más voz en las decisiones de LTD. También quieren entender claramente qué retorno económico/financiero obtienen a cambio de su contribución. La comunidad empresarial representa una parte interesada que podría movilizarse a favor de las iniciativas LTD, pero sólo si se les incluye en la toma de decisiones de una manera más poderosa.

De manera similar, el número de usuarios actuales de LTD está compuesto por una gran parte de estudiantes (más del 30 por ciento) y no son necesariamente un grupo muy activo en la planificación de LTD. La Universidad de Oregón es un cliente importante de LTD y, debido a los pases para estudiantes y empleados que compran al por mayor, también son una importante fuente de financiación para las operaciones de LTD. Dado el tamaño de su inversión, la Universidad quiere tener más voz en las actividades de LTD, especialmente cuando se trata de decisiones de planificación de servicios.

Afortunadamente, la Universidad y la comunidad empresarial representan partes interesadas que podrían movilizarse a favor de las iniciativas LTD. Este Marco ha sido diseñado en parte para fomentar la cocreación entre LTD y sus partes interesadas.

¿Cómo desarrollamos esto?



Este Marco se ha desarrollado a lo largo de trece meses, a partir de marzo de 2023.



Primavera 2023

- El equipo del proyecto llevó a cabo una investigación y una revisión de la literatura sobre las mejores prácticas emergentes en torno a la participación pública y revisó documentos de comunicación LTD de cara al público.
- Luego, el equipo realizó entrevistas confidenciales con un grupo selecto de partes interesadas externas para obtener información de antecedentes adicional que no necesariamente se podía encontrar en una revisión de documentos.

Otoño/Invierno 2023-2024

- El equipo trabajó para crear un nuevo Consejo Directivo Comunitario (CSC), que incluyera cuál debería ser el propósito, la estructura, la autoridad y la composición del CSC. Se puso énfasis en garantizar que el CSC fuera representativo tanto de los pasajeros y de los que no son, y que los miembros del CSC recibieran estipendios a cambio de su participación en el CSC. LTD lanzó una convocatoria para solicitantes mediante una extensa campaña de marketing que estuvo abierta durante seis semanas a partir de junio de 2023 y recibió más de 70 solicitudes. Finalmente se seleccionaron 20 personas y el CSC se reunió seis veces durante dos horas cada una entre septiembre y diciembre de 2023, y luego se reunió por séptima vez en mayo de 2024.
- LTD implementó una encuesta de Comunicación y Compromiso para el público en general entre septiembre y octubre de 2023 (ver Apéndice). La encuesta buscó opiniones de los usuarios de LTD de todos los servicios, así como de otras partes interesadas de LTD. El propósito de la encuesta fue informar el desarrollo del Marco y ayudar a LTD a comprender cómo sus constituyentes y clientes preferían participar. La encuesta estuvo disponible en formato digital e impreso y se ofreció en inglés y español. LTD ofreció una rifa para ganar una tarjeta de regalo de \$100

para aquellos que completaron las encuestas. LTD también llevó a cabo una sólida campaña de marketing para dar a conocer la encuesta, incluidas notificaciones electrónicas, distribución en centros de tránsito y servicios a bordo, y publicaciones orgánicas en las redes sociales. Los resultados de la encuesta se discutieron con el CSC y también se incluyen en este Marco.

Primavera 2024

- LTD convocó una mesa redonda con líderes de organizaciones comunitarias (CBO), para garantizar que se consideraran las perspectivas de las poblaciones de bajos ingresos, minorías y personas con capacidades diferentes. LTD confió en los miembros del CSC para que los ayudaran a conectarse con organizaciones comunitarias específicas. En marzo se organizó una mesa redonda de medio día. (Consulte el Apéndice para obtener una lista de participantes).
- El equipo del proyecto se reunió con ejecutivos de LTD y el equipo de marketing para discutir el borrador del Marco y obtener comentarios y perspectivas del personal sobre cómo sería la implementación.
- Se compartió un borrador completo del Marco con los miembros del Consejo Directivo Comunitario para su revisión y comentarios. Luego, LTD buscó comentarios públicos durante dos semanas sobre el borrador del Marco, del 26 de marzo de 2024 al 9 de abril de 2024. (Ver Apéndice). Se incorporaron los comentarios y el CSC se volvió a convocar para una séptima reunión en mayo de 2024 para revisar todo el marco y brindar comentarios sobre la medición del desempeño. El Marco fue revisado para incorporar esta retroalimentación.

¿Cómo se debe utilizar este marco?

El Marco está diseñado con tres elementos que pretenden convertirlo en una herramienta eficaz durante muchos años y determinar cómo debe utilizarse. Estas son que el marco es un documento vivo, impulsado por la comunidad e inherentemente flexible. Estos conceptos se describen en detalle a continuación.

Elementos estructurales



Un documento vivo

Hasta que se emplee en la vida real, el Marco es un documento teórico. Sin duda las experiencias provocarán nuevas ideas y cambios potenciales. El Marco no está diseñado para ser inamovible, sino que debe considerarse un documento vivo que se actualiza periódicamente en función de esas experiencias. LTD realizará periódicamente cambios importantes en el Marco basándose en prueba y error, pero también realizará cambios más pequeños de forma regular según sea necesario.

Impulsado por la comunidad

El Marco debe utilizarse como un documento impulsado por la comunidad. Fue pensado desde un principio para ser desarrollado por la comunidad y para la comunidad. Como muestra el proceso descrito anteriormente, utilizamos los aportes de la comunidad durante todo el proceso, más intensamente con el CSC. La naturaleza del documento impulsada por la comunidad también significa que los aportes de la comunidad al Marco no terminan con su publicación. LTD se esforzará por buscar constantemente comentarios sobre la participación de la comunidad para garantizar que la comunidad continúe impulsando mejoras en la forma en que se lleva a cabo la participación.

Intrínsecamente flexible

El Marco debe utilizarse de manera flexible y no rígida. No se trata de un conjunto estricto de reglas, sino de un conjunto general de pautas destinadas a ayudar a la participación de la comunidad. La comunidad puede y debe responsabilizar a LTD de adherirse a los principios del Marco; sin embargo, LTD puede y debe tener la flexibilidad de desviarse del marco según lo amerite cada caso específico. Es responsabilidad de LTD ser transparente y comunicar de manera eficaz las desviaciones sustanciales del Marco. La transparencia y la comunicación eficaz sobre las decisiones son un componente fundamental para que este Marco sea un éxito.

PRINCIPIOS RECTORES DEL COMPROMISO

Los principios rectores son las creencias, pautas y estándares fundamentales que LTD se compromete a mantener durante todo el proceso de participación. Al establecer estos valores, LTD espera crear puntos en común, aclarar expectativas, fomentar la participación, minimizar los conflictos, promover la responsabilidad, fomentar la inclusión y mejorar la toma de decisiones.

Los siguientes principios rectores fueron desarrollados por el CSC y se modifican únicamente en función de otros aportes de las partes interesadas y del público en general. Los principios se dividen en las siguientes categorías de participación:

- Estilo, definido como los enfoques que utiliza LTD para interactuar con el público.
- Contenido, definido como el tipo de información proporcionada al público.
- Proceso, definido como la metodología utilizada en la participación pública.
- Intención, definida como los objetivos de la participación pública.

PRINCIPIOS RECTORES PARA ALCANCE COMUNITARIO			
ESTILO Los métodos que LTD usa para involucrarse con el público	CONTENIDO El tipo de información que se proporciona al público	PROCESO La metodología usada en el alcance comunitario	INTENCIÓN Las metas del alcance público
Diálogo bidireccional	Basado en datos	Circuito de retroalimentación	Significativo
Accesible	Claridad de propósito	Evaluación Comparativa y Mejora continua	Mentalidad de comunidad primero
Respetuoso	Fiscalmente transparente	Adaptable	 Lane Transit District
Escucha activa	Orientado a resultados		

ESTILO

Diálogo bidireccional

LTD fomentará compromisos y se comprometerá con comunicaciones en las que ambas partes, como LTD y las partes interesadas, participen activamente en una conversación. Implica escuchar y responder a las perspectivas e ideas de los demás, fomentando una comunicación abierta y constructiva. Es más probable que este tipo de diálogo produzca resultados en los que todas las partes sientan que han sido escuchadas y contribuido, lo cual es fundamental para el éxito en el área de servicio LTD.

Accesible

LTD hará que la información y las reuniones sean fáciles de entender y asistir, especialmente para personas con discapacidades o dominio del idioma. LTD utilizará un lenguaje sencillo y organizará reuniones que sean física y tecnológicamente accesibles para garantizar que todos puedan participar. Esto garantizará que las personas se sientan en igualdad de condiciones con el personal de LTD.

Respetuoso

LTD y la comunidad se asegurarán de tratarse unos a otros con cortesía, dignidad y consideración, valorarán y considerarán diversas perspectivas y mantendrán un tono respetuoso durante las interacciones. LTD también se asegurará de que aprovechen al máximo las interacciones públicas y demostrarán que valoran el tiempo de los demás programando debates cuándo y dónde es probable que la asistencia sea mayor y utilizando ese tiempo de manera eficiente. Finalmente, LTD será culturalmente sensible y considerará las diversas necesidades de múltiples grupos con respecto a las interacciones.

Escucha activa

Tanto LTD como la comunidad emplearán la escucha activa, una habilidad de comunicación en la que uno se centra en comprender y empatizar con el hablante. Escuchar activamente significa prestar total atención, hacer preguntas aclaratorias y brindar retroalimentación para demostrar que realmente te importa lo que dice la otra persona.

CONTENIDO

Basado en datos

LTD y la comunidad se esforzarán por basarse en datos en su participación mediante el uso de datos y evidencia oportunos para informar decisiones y discusiones, y analizar y compartir esos datos colectivamente, permitiendo que tanto LTD como la comunidad operen con el mismo nivel de información. Esto puede incluir investigaciones sobre mejores prácticas y otros contextos útiles.

Claridad de propósito

LTD mantendrá una razón u objetivo claro y bien definido para interactuar con las partes interesadas. Esto garantizará que los objetivos de la participación se comprendan, se comuniquen y se alineen con los resultados de movilidad deseados.

Fiscalmente transparente

LTD y la comunidad serán abiertos y transparentes entre sí sobre las implicaciones financieras de las decisiones y elecciones. Esto implicará compartir información sobre presupuestos, gastos y costos relacionados con las decisiones, pero también enmarcar las opciones en términos de sus compensaciones financieras.

Orientado a resultados

La participación de LTD se centrará en lograr resultados u objetivos específicos, en lugar de simplemente marcar una casilla al completar la tarea. Esta orientación enfatiza la importancia de resultados e impactos mensurables y permite una mayor claridad de pensamiento. También pretende llevarnos más allá de la idea de completar “proyectos” y acercarnos a la idea de fomentar mejores resultados continuamente.

PROCESO

Circuito de retroalimentación

LTD proporcionará un circuito de retroalimentación como método de participación efectiva con una participación bidireccional consistente. Esto significa instituir un mecanismo para recopilar, analizar y actuar sobre la retroalimentación de las partes interesadas, y luego compartir cómo se consideraron sus aportes y qué cambios o mejoras se realizaron en respuesta.

Comparativa de mercado (Benchmarking) y Mejora continua

LTD adoptará el concepto de mejora continua, lo que significa un esfuerzo continuo para mejorar la calidad y eficacia de las prácticas de participación a lo largo del tiempo. LTD y la comunidad aprenderán de experiencias pasadas y se adaptarán para mejorar los resultados con el tiempo. Esto incluye el uso de puntos de referencia y métricas para mostrar el progreso.

Adaptable

LTD trabajará para lograr una participación adaptable y oportuna, lo que significa que ajustarán las estrategias y enfoques en función de las circunstancias cambiantes, los comentarios o las necesidades cambiantes de la comunidad. LTD se esforzará por interactuar con las partes interesadas en el momento adecuado y tan pronto como sea posible/prudente, garantizando que sus aportes puedan influir en las decisiones y acciones cuando más importa. LTD también empleará una participación múltiple

mediante el uso de una variedad de métodos, tecnología y canales para llegar e involucrar a diferentes segmentos de la comunidad de manera efectiva.

INTENCIÓN

Significativo

LTD abordará el compromiso con el objetivo de crear un beneficio genuino y significativo para la comunidad y/o el proyecto involucrado. Un compromiso significativo va más allá de una participación simbólica y busca producir resultados tangibles. Un compromiso significativo requiere honestidad y transparencia, ser franco, sincero y abierto en la comunicación, proporcionar información precisa y oportuna y evitar el engaño o la confusión, todo ello al servicio de generar confianza.

Mentalidad de comunidad primero

Una mentalidad de comunidad primero prioriza las necesidades e intereses de la comunidad por encima de otras consideraciones. Pone el bienestar de la comunidad en el centro de los esfuerzos de participación. LTD dará prioridad a la participación de las bases, lo que significa que se centrará en involucrar y empoderar a las personas, como los miembros de grupos comunitarios locales, para fomentar la participación y la toma de decisiones de abajo hacia arriba. LTD garantizará que la participación sea inclusiva y diversa para que se represente y valore una amplia gama de perspectivas, antecedentes y experiencias, incluidas aquellas que han sido o continúan siendo difíciles de alcanzar, promoviendo la equidad y la legitimidad en el proceso.

PRÁCTICAS ESENCIALES

Como mínimo, el estándar básico de participación requiere 1) comprender la demografía de los pasajeros tanto del condado de Lane como de LTD, 2) utilizar un ejercicio de mapeo de partes interesadas para pensar en cómo los intereses, la influencia y las necesidades de varias partes interesadas pueden diferir, y 3) desarrollar un enfoque personalizado para la participación que apoye estas diversas necesidades.



Comprensión de la demografía de las partes interesadas del Lane Transit District

Cuando hablamos de involucrar al público en la toma de decisiones, ¿a quién nos referimos? El público incluye a cualquier persona que resida, trabaje, visite, tenga interés o haga negocios en un área potencialmente afectada por las decisiones de transporte de LTD. El público puede estar formado por individuos, grupos, organizaciones y socios. Esto incluye pasajeros y no pasajeros, y aquellos que ayudan a pagar el transporte, como la comunidad empresarial.

Comprender la demografía de los pasajeros del condado de Lane y de LTD es fundamental para garantizar que los sistemas de transporte (y sus planes de participación relacionados) reflejen las necesidades de la comunidad. La información como la edad, los ingresos, los idiomas que se hablan en el hogar, la discapacidad y otros datos demográficos clave pueden ayudar a identificar no solo quién está presente, sino también quién está ausente.

Acerca del condado de Lane y sus tendencias

El condado de Lane está en el valle de Willamette de Oregón. Las ciudades más grandes del condado son Eugene (sede del condado), Springfield, Cottage Grove y Florence. La economía local ha pasado de la madera y la agricultura a industrias orientadas a los servicios, incluidos los servicios de salud y asistencia social, el comercio minorista y los servicios educativos. La Universidad de Oregón es un actor económico clave y un motor

de crecimiento y contribuye a una gran población estudiantil en el condado. Tanto Eugene como Springfield esperan que sus bases económicas crezcan a medida que la Universidad de Oregón se está convirtiendo en una incubadora de empresas científicas.

En julio de 2022, el condado de Lane tenía una población de poco menos de 383.000 habitantes y se pronostica que tendrá una tasa de crecimiento anual promedio (AAGR) inferior al uno por ciento durante los próximos 50 años, alcanzando 490.958 en 2070. ¹Mientras que se espera que Eugene tenga una AAGR de .8 por ciento, se proyecta que ciudades más pequeñas como Coburg, Creswell, Lowell, Veneta y Junction City tengan una AAGR superiores al 1 por ciento.² En 2021, había más de 10,000 establecimientos de empleadores y una nómina anual total de poco más de \$6 mil millones en el condado de Lane.

Acerca del distrito de tránsito de Lane

Lane Transit District fue fundado en 1970 bajo las leyes del estado de Oregón que permitieron la formación de distritos de tránsito como entidades tributarias especiales. LTD estaba facultada por un estatuto estatal para imponer un impuesto especial a los empleadores para financiar el transporte local, por lo que los impuestos sobre la nómina constituyen la mayor fuente de ingresos para LTD. La agencia está gobernada por una junta directiva voluntaria de siete miembros, designados por el Gobernador de Oregón.

Si bien los límites de LTD caen completamente dentro del condado de Lane, LTD sirve al área metropolitana de Eugene-Springfield, las ciudades incorporadas de Coburg, Creswell, Cottage Grove, Lowell, Veneta y Junction City, y el área no incorporada a lo largo de la autopista 126 entre Springfield y Estación de guardabosques del puente McKenzie.

LTD opera servicios tradicionales de autobús de ruta fija, autobús de tránsito rápido EmX, RideSource y Emergency Ride Home. LTD también desempeña un papel en la financiación, coordinación y/o asociación en servicios de paratransito ADA, Medicaid que no es de emergencia, preescolar Pearl Buck, Shopper Shuttle, viajes para veteranos, CarShare y servicios de viajes compartidos (vanpool).

Acerca de los pasajeros del Lane Transit District

A partir de 2023, la proporción de pasajeros de LTD en su servicio de ruta fija entre 15 y 44 años es mayor que la población general. El porcentaje de usuarios de rutas fijas mayores de 44 años es menor que el de la población general. El 71 por ciento de los clientes de RideSource tienen más de 65 años.

¹Consulte https://www.pdx.edu/population-research/sites/populationresearch.web.wdt.pdx.edu/files/2021-08/Final_Report_Lane_Corrected.pdf

²Ibidem.

El ingreso familiar de los pasajeros de rutas fijas está por debajo de la población general del condado de Lane, con más pasajeros en las categorías de ingresos más bajos y menos pasajeros en las categorías de ingresos más altos. Las personas con ingresos familiares anuales inferiores a \$10,000 comprenden el 28 por ciento de los pasajeros de rutas fijas, pero son solo el 6 por ciento de la población del condado de Lane. El 50 por ciento del ingreso familiar anual de los clientes de RideSource es de \$15,000 o menos. Cuando se controla si un individuo es estudiante, la proporción de pasajeros de rutas fijas con ingresos inferiores a \$10,000 sigue siendo significativamente mayor en comparación con la población general. Más de un tercio de los usuarios de rutas fijas en 2023 serán estudiantes. Aproximadamente la mitad de los estudiantes que viajan son estudiantes de la Universidad de Oregón. Los hombres constituyen la mayor proporción de usuarios de rutas fijas en general, mientras que representan el 49,52% de la población del condado de Lane. Comparativamente, los hombres representan el 26 por ciento de los usuarios de RideSource.

Si bien el condado de Lane es 89 por ciento caucásico/blanco, el 60 por ciento de los pasajeros de rutas fijas se identifican como caucásicos/blancos. Los usuarios de RideSource son 89 por ciento caucásicos/blancos. El 16 por ciento de los pasajeros de rutas fijas afirmaron ser de ascendencia hispana o latina, mientras que representan solo el 10 por ciento del condado de Lane y solo el 1,5 por ciento de los usuarios de RideSource. Los pasajeros que se identifican como dos o más razas representan el tercer grupo más grande de pasajeros de ruta fija (12 por ciento), mientras que son solo el 5 por ciento a nivel de condado y el 3 por ciento de los clientes de RideSource.

El 98 por ciento de los usuarios de rutas fijas habla inglés bien o muy bien. Solo el 39 por ciento de los usuarios de rutas fijas tiene una licencia de conducir válida. El 42 por ciento de los usuarios de rutas fijas no tiene vehículo en su hogar. Si bien el 91 por ciento de los hogares en el condado de Lane tiene una suscripción a Internet de banda ancha y el 96 por ciento tiene una computadora, solo el 78 por ciento de los usuarios de rutas fijas tiene un teléfono inteligente con acceso a Internet.³

Más de la mitad de los clientes de RideSource utilizan el servicio semanalmente. El 90 por ciento nunca utiliza el sistema de autobuses de ruta fija de LTD. El 44 por ciento de los clientes de RideSource necesitan un vehículo con rampa o elevador. El 10 por ciento de los pasajeros de ruta fija necesitan asistencia para utilizar LTD. De ese 10 por ciento, el 35 por ciento depende de los anuncios de las paradas y el 27 por ciento necesita un elevador o una rampa. El 12 por ciento de los pasajeros de ruta fija pagan su tarifa en efectivo. La mayoría de los pasajeros utilizan algún tipo de pase para pagar la tarifa.

³Estudio de origen y destino de LTD de 2019

Mapeo de partes interesadas

La práctica del mapeo de partes interesadas es una herramienta importante que debe realizarse antes de comenzar cualquier proyecto. El mapeo de partes interesadas es un proceso utilizado para identificar, analizar y categorizar a los individuos, grupos y organizaciones que tienen interés o se verán afectados por un proyecto, iniciativa o decisión en particular. El propósito del mapeo de partes interesadas es pensar en cómo los intereses, la influencia y las necesidades de varias partes interesadas pueden diferir y requerir estrategias y herramientas de participación personalizadas. Utilizar un ejercicio de mapeo de partes interesadas y luego desarrollar un plan de participación en respuesta a los hallazgos puede ser útil para generar apoyo y colaboración, gestionar riesgos y desafíos y mejorar la rendición de cuentas y la transparencia.

En el transcurso de varias reuniones, el Consejo Directivo de la Comunidad llevó a cabo un ejercicio de mapeo de partes interesadas e identificó una lista de grupos que se puede encontrar en el Apéndice A. Si bien LTD no podrá involucrar a todos los grupos en esta lista para cada proyecto, plan o curso normal de negocios, esta lista sirve como referencia para que el personal de LTD (y sus equipos de consultores) piense en los diversos individuos y grupos que conforman la estructura del condado de Lane y se debe consultar en el inicio de cualquier plan o proyecto.

Un enfoque personalizado

Después de comprender la demografía y realizar un mapeo de las partes interesadas, se deben considerar las diferentes necesidades de esas partes interesadas. La siguiente práctica implica considerar qué estrategia o alcance específico puede ser necesario en función de las diferentes necesidades. Para adaptar las estrategias de divulgación para satisfacer las necesidades de diversas partes interesadas, el personal debe considerar las preguntas que se describen a continuación.⁴

PROPÓSITO	¿Qué estamos tratando de hacer? ¿Cuál es la cuestión, política, o proceso que se examinan?
PREMISAS	¿Qué asumimos en esta cuestión?
INCLUSIÓN	¿Quiénes serán impactados y serán ellos incluidos? ¿Quién falta? ¿Qué puede hacer LTD de otra manera para asegurar inclusión? ¿Cómo estamos involucrando intencionalmente perspectivas múltiples? ¿Cómo se abordarán las barreras de participación?

⁴Estas preguntas también forman parte del Conjunto de herramientas de equidad del condado de Lane.

ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS

Cuando se piensa en un enfoque de participación personalizado, existen muchos métodos diferentes, cada uno de ellos apropiado en diversas situaciones, según el grupo involucrado, la cantidad de personas involucradas y el cronograma de cualquier esfuerzo determinado. Sin embargo, LTD no tiene tiempo ni recursos ilimitados y esta sección no pretende incluir todas las estrategias para cada situación, ni exigir que todas las estrategias incluidas se utilicen para cada participación. En cambio, este marco ofrece una discusión sobre varios métodos de participación y cómo y cuándo deben usarse y priorizarse.

A los efectos de este Marco, definimos las estrategias como el enfoque general de alto nivel para cualquier compromiso determinado. Las estrategias a continuación reflejan el trabajo del CSC, así como los aportes de numerosas partes interesadas y datos de encuestas. Para cada estrategia, hemos identificado varias tácticas potenciales que podrían ser componentes útiles de esa estrategia. Definimos tácticas como las acciones específicas tomadas para apoyar y poner en práctica una estrategia. Estas tácticas específicas derivan en gran medida de conversaciones con la CSC.



Trabajar para generar confianza

El tema más constante que surgió de todos los esfuerzos relacionados con este trabajo durante los últimos meses ha sido la necesidad de que LTD haga el trabajo para generar confianza dentro de la comunidad. Casi todos los involucrados en este trabajo se hicieron eco de este sentimiento, pero no necesariamente se debió a que todos sintieran que predominaba la falta de confianza (aunque algunos ciertamente así lo hicieron). Se destacó la necesidad de generar confianza en gran medida porque la gente de toda la región reconoce que el compromiso más poderoso y eficaz se basa en la confianza entre dos partes. Cuanto mayor sea la reserva de confianza entre LTD y la comunidad, más eficaces serán todos para lograr sus objetivos.

Tácticas de confianza

- Estar presente cuando no haya ningún proyecto o problema. Las comunidades apreciarán una comunicación constante independientemente de cualquier tema específico, ya que indica que las relaciones no son transaccionales. Esta participación temprana será útil para conocer las prioridades de la comunidad y preparar a los vecindarios para una participación futura.
- Asignar un embajador. Una idea específica es que LTD asigne a un empleado de LTD para que actúe como embajador, quizás geográficamente para facilitar el acceso. Esta persona puede asistir a reuniones vecinales periódicas y crear una presencia dentro de la comunidad en caso de que la gente tenga preguntas o necesite información.
- Escuchar y cocrear. El propósito de la participación comunitaria no es simplemente informar a las comunidades sobre los proyectos, sino tener un diálogo bidireccional productivo. LTD debe presentarse con la intención de trabajar juntos para crear un resultado y debe mostrar constantemente cómo se incorporaron los comentarios de la comunidad.
- Aprovechar las relaciones existentes. Esto puede significar apoyarse en la Junta Directiva y el Liderazgo de LTD para que se presenten y abordar inquietudes específicas, pero también asociarse con organizaciones locales para generar confianza y relaciones y buscar oportunidades para estar más integrado con las comunidades cuando sea posible.
- Conocer gente donde está. LTD deberá ir a donde se encuentran las personas, pasajeros, vecinos y empleados para los lugares de reunión. Si es posible, ofrecer comodidades y fomentar una cultura orientada al servicio durante las interacciones comunitarias para fomentar un compromiso sostenido. Utilizar una perspectiva cultural para la comunicación y traducir materiales para asegurarse de hablar literal y figurativamente el idioma de aquellos con quienes se desea interactuar.

Participar en conversaciones colaborativas, honestas y transparentes

Para tener éxito al trabajar con la comunidad, LTD deberá participar en cualquier participación comunitaria con una orientación hacia conversaciones significativas. La participación de la comunidad a veces puede convertirse en un ejercicio de marcar casillas, en el que una agencia se reúne oficialmente con todas las personas con las que se supone que debe reunirse para demostrar su participación, pero esas reuniones no son significativas. LTD se centrará en crear compromisos donde promuevan la transparencia y la colaboración.

Tácticas de transparencia y colaboración

- No evitar conversaciones desafiantes ni compartir datos o información confidencial y abordarlos directamente. LTD no ocultará información a la comunidad, por mucho que perciba que podría dañar su reputación. Ocultar información es una ganancia a corto plazo para un dolor a largo plazo. Ser transparente mantiene la confianza y ayuda a generar soluciones colaborativas.
- Ser claro acerca de los parámetros de entrada. En cualquier compromiso determinado, LTD debe establecer límites claros con el propósito de que ese esfuerzo centre la conversación. Esto no significa que LTD deba ignorar los comentarios sobre temas fuera del alcance de ese compromiso en particular, sino más bien que debe tomar nota de ellos y volver al tema en cuestión.
- Ser honesto y transparente acerca de lo que es realista. Permitir que una comunidad piense en soluciones puede ser eficaz, pero también es importante establecer expectativas sobre lo que se puede lograr. Esto ayuda a centrarse en soluciones realistas y generar confianza.
- Centrarse en la colaboración comunitaria que genere un sentimiento de orgullo por los resultados. La colaboración sostenida puede generar un sentido de propiedad sobre cualquier resultado de ese esfuerzo. LTD empleará esta táctica estando abierta a nuevas ideas y a una verdadera colaboración.
- Anticipar quién puede oponerse o ser crítico e incluirlos en las primeras discusiones. Esto a menudo puede incluir a aquellos que no usan el sistema y tal vez nunca se imaginen hacerlo, pero su papel sigue siendo fundamental. LTD deberá hacer un esfuerzo adicional para involucrar a este grupo desde el principio.
- Involucrar a socios de la ciudad y gubernamentales para ayudar a encontrar soluciones. Otros socios gubernamentales pueden ser aliados poderosos y deberían ser parte del proceso de participación. Esto puede ayudar a movilizar a las comunidades y fortalecer cualquier solución propuesta.

Comunique claramente lo que la gente necesita escuchar

Puede resultar tentador creer que se ha producido comunicación incluso cuando no es así. LTD se esforzará por comunicarse de forma coherente y clara, pero también deberá centrarse en decirle a la gente lo que necesitan escuchar. Esto significa más que solo

información básica sobre una iniciativa, sino también explicar por qué se hacen las cosas, lidiar con la información errónea y educar a las personas sobre todo lo que hace LTD.

Tácticas de comunicación estratégica

- Ofrecer oportunidades para educar a los electores sobre los procesos de planificación y presupuesto. La mayoría de las personas no comprenden estos procesos y luego entablan discusiones sin información crítica. Ofrecer tutoriales rápidos sobre estos procesos puede ayudar a crear aliados que comprendan los parámetros de cualquier compromiso determinado.
- Comunicar periódicamente las finanzas. LTD hará parte de su práctica comunicar información financiera y desempeño presupuestario. Esto ayudará con la transparencia, pero también brindará a las personas mejor información para contratar LTD.
- Hablar sobre el por qué. Es fácil que el “por qué” se pierda en la participación de la comunidad. Todas las iniciativas tienen un propósito más amplio, y este debe reiterarse y reforzarse en cada punto de contacto. Esto ayuda a mantener a todos centrados en las soluciones y no en los obstáculos.
- Abordar la información errónea rápidamente. Siempre habrá una tendencia a que la desinformación impregne los compromisos. LTD intentará adelantarse a este problema presentando hechos de manera consistente y manteniéndolos simples y directos.

Centrarse en los pasajeros

LTD debe centrarse en su misión principal cuando realiza actividades de divulgación. Los objetivos de lo que LTD pretende hacer, como reducir las emisiones y la congestión, son amplios y pueden afectar a la comunidad en general. Pero el servicio principal que brinda LTD está destinado principalmente a beneficiar a sus pasajeros. También se debe incluir al resto de la comunidad (ver arriba), pero el foco debe ser los pasajeros presentes y futuros.

Tácticas de participación del pasajero

- Utilizar la aplicación UMO como herramienta de participación. La aplicación UMO que LTD utiliza actualmente tiene funciones para la participación de la comunidad que incluyen encuestas, sondeos y mensajería basada en rutas. LTD utilizará estas herramientas como método estratégico para involucrar a los pasajeros existentes.
- Ir a los pasajeros (y futuros pasajeros). Es fundamental para LTD encontrarse con sus pasajeros y pasajeros potenciales dondequiera que se encuentren. Algunas tácticas incluyen encuestas de interceptación, donde LTD puede asistir a una reunión comunitaria preexistente, y encuestas a bordo, donde LTD puede conocer personas en el sistema y registrar sus perspectivas.

- Animar a los empleados a utilizar el sistema. LTD debería incentivar y alentar a todos sus empleados a utilizar su propio sistema como método para hacer correr la voz sobre iniciativas futuras. Incluso las interacciones informales pueden ser muy beneficiosas para involucrar a los pasajeros y fomentar una mayor comunicación.
- Capacitar a los trabajadores de primera línea sobre el compromiso. El personal de primera línea de LTD, incluidos los operadores de autobuses, son embajadores naturales de la comunidad. Cuanto más se les pueda capacitar para interactuar de manera sensible y respetuosa con los pasajeros, más valiosos serán para LTD y la comunidad.

Estrategias y tácticas prioritarias

Estrategias prioritarias y Tácticas



Este Marco pretende ser más que una lista de grandes ideas para una mejor participación comunitaria. LTD tiene recursos limitados y no puede hacerlo todo ni estar en todas partes al mismo tiempo. Por lo tanto, necesitará priorizar sus estrategias y tácticas para maximizar su efectividad. Esta priorización pretende ser sugerente más que prescriptiva, ya que cualquier iniciativa determinada probablemente requiera diferentes prioridades de participación. Sin embargo, a continuación, se presenta una recomendación general sobre cómo priorizar estos esfuerzos.

Involucrar a las partes interesadas del gobierno

El CSC y otras partes interesadas expresaron sistemáticamente la opinión de que la colaboración temprana y frecuente con otras agencias gubernamentales, especialmente las ciudades, podría generar resultados más positivos para la participación general de LTD. Existe una sensación de potencial sin explotar para LTD si asumen un papel más activo en el cultivo de estas relaciones, especialmente cuando no hay ningún proyecto o iniciativa específica en juego, de modo que las personas con roles de liderazgo y toma de decisiones en sus comunidades puedan familiarizarse con el funcionamiento de LTD. Para muchas agencias de tránsito, este tipo de participación ocurre naturalmente porque los funcionarios locales están en la junta directiva de la agencia. Como la junta de LTD es nombrada por el gobernador y los miembros de la junta no necesariamente son directamente responsables ante los electores de sus comunidades, el personal de LTD debe hacer un esfuerzo adicional para fomentar este tipo crítico de participación.

Adelantarse a la historia

Lo ideal es que la primera vez que el público o los medios se enteren de un proyecto o iniciativa de LTD sea una historia positiva. Esto es inherentemente desafiante dado que las historias negativas suelen ser más convincentes. Pero LTD puede contrarrestar este problema publicando información periódicamente que ayude a anticiparse a cualquier problema determinado. Por ejemplo, publicar información y datos específicos sobre la elaboración de presupuestos y el proceso presupuestario, el número de pasajeros y otros datos de desempeño, y las próximas iniciativas puede ser una manera de reducir las sorpresas, aumentar la transparencia y hacer que sea más difícil para las personas afirmar que no tenían manera de saber lo que LTD ha estado haciendo. LTD debe buscar diligentemente los medios ganados y difundir su mensaje en la comunidad mucho antes de que comience el proyecto.

Estar presente con los pasajeros

Una de las mejores herramientas de participación puede ser tan simple como utilizar el sistema, hablar con la gente y obtener comentarios de forma regular. LTD puede encontrar formas de incentivar al personal de oficina y a la Junta de LTD para que utilicen el sistema de forma regular y estandarizar la forma en que informan sobre las posibles mejoras. Además, LTD debe realizar encuestas periódicas a los pasajeros y empleados (los empleados son excelentes fuentes de comentarios porque utilizan el sistema de forma regular). Estas encuestas deben dar como resultado acciones específicas y un seguimiento que se publique y demuestre el compromiso con las necesidades de los pasajeros y empleados. Por último, LTD puede realizar encuestas de intercepción y asistir a reuniones comunitarias para llegar a los no pasajeros y comprender mejor sus necesidades. Todos estos esfuerzos harán que LTD sea una prioridad en la comunidad y demostrará su compromiso con el público.

Involucrar a la oposición potencial

Siempre es probable que haya oposición a cualquier iniciativa importante en materia de transporte público porque el transporte opera en una esfera pública e inherentemente genera cambios. Pero la oposición se puede gestionar eficazmente construyendo y manteniendo relaciones y confianza entre quienes tienen más probabilidades de oponerse a cualquier proyecto o iniciativa determinada. Algo de esto se puede hacer incluso antes de lanzar un proyecto, ya que se puede predecir la oposición. Avisar a las personas con antelación, pedirles su opinión genuina y saber qué se necesitaría para que apoyen el proyecto, y mantenerlas informadas durante todo el proceso puede contribuir en gran medida a minimizar estos desafíos.

MEDIR EL PROGRESO Y MANTENER EL APOYO A LO LARGO DEL TIEMPO

Este Marco presenta un conjunto coherente de ideas destinadas a mejorar la participación de la comunidad. Sin embargo, la historia demuestra que incluso los proyectos que cuentan con un apoyo total de la comunidad pueden toparse con obstáculos a medida que pasa el tiempo. Los proyectos e iniciativas pueden llevar mucho tiempo y las comunidades, las circunstancias o las finanzas pueden cambiar drásticamente durante ese tiempo. Además, escuchamos repetidamente a las partes interesadas decir que “la prueba está en el pudín” cuando se trata de este marco. Esto significa que, si bien el marco representa un logro fundamental, su valor depende de que LTD mida, evalúe y comunique el progreso hacia el logro de la visión que describe. Las estrategias para medir el progreso y mantener el apoyo a lo largo del tiempo van de la mano y se describen a continuación:

Establecer puntos de referencia de éxito e informar periódicamente.

Cuando comience un proyecto o iniciativa, será fundamental establecer cierto consenso en torno a los objetivos desde el principio. Esto garantiza que el éxito esté definido y genere apoyo. LTD deberá incorporar hitos y puntos de referencia claros y transparentes para cualquier proyecto o iniciativa determinada y para que la comunidad pueda seguirlos. Los puntos de referencia y los hitos pueden cambiar con el tiempo si el cambio y el motivo de dicho cambio también son transparentes. Tener estos puntos de referencia establecidos y vinculados a un cronograma específico ayudará a mantener la confianza de la comunidad en los resultados y la trayectoria del proyecto.

Además, LTD puede considerar la posibilidad de utilizar un enfoque de “registro de logros” para evaluar el progreso, en el que el personal califica internamente el desempeño de la participación en un proyecto específico y también invita a las partes interesadas externas a calificar el desempeño de LTD. Esto luego se compararía y analizaría para comprender dónde están las mayores brechas, e incluso se evaluaría a lo largo del tiempo siempre que las métricas se midan de manera consistente. Las evaluaciones no tienen por qué limitarse a datos cuantitativos y también pueden buscar datos cualitativos, como testimonios de las partes interesadas y comentarios narrativos.

Fomentar la comunicación continua de información que no sea necesariamente específica del proyecto.

Esta idea es similar a la estrategia descrita anteriormente de generar confianza en la comunidad, pero en este caso se trata de garantizar el apoyo a lo largo del tiempo. LTD

debe ir directamente a las comunidades para escuchar y obtener comentarios con regularidad en eventos de estilo intercepto donde el tránsito ni siquiera esté en la agenda. Esto puede brindar una oportunidad para mantener a las personas informadas y garantizar que los nuevos miembros de la comunidad puedan conocer los esfuerzos de LTD en curso.

Establecer transparencia en los presupuestos y el desempeño financiero.

La falta de claridad en las finanzas a menudo puede socavar la confianza, mientras que la transparencia hará lo contrario. Incluso cuando el desempeño financiero sea peor de lo esperado, las comunidades reaccionarán mejor cuando estén plenamente informadas sobre estos desafíos y se vean a sí mismas como socios para comprender cómo cualquier cambio afectará un proyecto y cómo adaptarse si es necesario. El apoyo a un proyecto o iniciativa puede mantenerse a través de esta regla de oro de la transparencia si está vigente desde el principio.

Comunicar temprano y con frecuencia sobre el "por qué" de un proyecto.

Con demasiada frecuencia, en la esfera pública, un proyecto se prolonga y la gente olvida por qué se estaba llevando a cabo en primer lugar. Mantener los objetivos acordados en el centro de un proyecto puede ser una forma útil de mantener el apoyo. Sin embargo, esto también significa ser flexible a la hora de cambiar los objetivos a medida que evoluciona el proyecto y ser transparente sobre por qué y cómo podría estar sucediendo eso.

Apoyarse en la junta directiva de LTD y en el liderazgo ejecutivo.

La Junta de LTD puede ser un recurso excelente para mantener el apoyo de la comunidad, al igual que el director ejecutivo y otros ejecutivos. Incluso el simple hecho de aparecer para abordar inquietudes específicas, especialmente cuando las inquietudes provienen de un lugar de miedo y desinformación, se puede marcar una gran diferencia en términos de resultados.

Actualizar este marco periódicamente.

Este marco debe ser un documento vivo que cambie a medida que LTD lo utilice en todo el condado de Lane. Además de la mejora continua, LTD se compromete a revisar, reevaluar y actualizar este marco después de cinco años de implementación. Habrá avances y reveses, victorias y lecciones aprendidas, y todos estos nuevos datos e información deben utilizarse para realizar cambios continuos en este marco. Esto garantizará que LTD mantenga el apoyo al continuar ajustando su enfoque a medida que las circunstancias y las personas cambien.

Se pidió a los miembros del CSC comentarios sobre cómo mejorar futuras iteraciones del Consejo Directivo Comunitario. En el futuro, a los miembros les gustaría tener más

oportunidades de reunirse o tener reuniones más largas para permitir una discusión más profunda. LTD debería considerar convocar grupos más grandes, cercanos a 35 personas. LTD también puede considerar aprovechar los subcomités para permitir que los miembros del CSC se autoorganicen y se centren en los temas que más les apasionan. LTD también debería considerar formas más creativas para que el CSC brinde comentarios, como correo electrónico, chats grupales o formularios de encuesta. Finalmente, la comunidad de Eugene-Springfield es rica en talentos y perspectivas increíbles, y LTD debe esforzarse por garantizar la diversidad de participación y garantizar que el CSC aproveche deliberadamente la riqueza de conocimientos y experiencia de la comunidad.

APÉNDICE

Hallazgos de la encuesta sobre comunicación y participación

LTD implementó una encuesta de comunicación y participación en septiembre de 2023. Se completaron 913 encuestas en inglés y 43 encuestas en español.

Experiencia previa brindando retroalimentación

- Cerca del 60 por ciento de los encuestados nunca ha brindado comentarios ni aportaciones sobre ningún proyecto LTD reciente, como TransitTomorrow, MovingAhead o el Plan Estratégico de Negocios. Una cuarta parte de los encuestados no estaba segura o no sabía si lo había hecho.
- Al realizar una tabulación cruzada según la frecuencia de uso, aquellos que viajan rara vez o nunca viajan, tenían más probabilidades de haber brindado retroalimentación en comparación con los viajeros frecuentes.
- Cuando se les preguntó qué les impedía participar más, el 64 por ciento de los encuestados no conocían ningún proyecto o iniciativa de LTD. Cerca del 30 por ciento no sabía cómo dar retroalimentación y cerca del 20 por ciento no creía que su retroalimentación marcaría una diferencia.
- Cuando se hizo una tabulación cruzada basada en la frecuencia de los usuarios, aquellos que rara vez viajan o nunca viajan tenían más probabilidades de pensar que sus comentarios no harían una diferencia, en comparación con los usuarios frecuentes.
- Los encuestados en español eran más propensos a creer que sus comentarios no harían una diferencia (más del 20 por ciento) en comparación con los encuestados en inglés (más del 10 por ciento), y era más probable que no supieran cómo dar comentarios.

Mantenerse actualizado sobre proyectos o iniciativas LTD

- Cuando se les preguntó qué podría ayudarlos mejor a mantenerse actualizados sobre los proyectos o iniciativas de LTD, los encuestados prefirieron leer publicaciones en las redes sociales, recibir boletines informativos trimestrales por correo electrónico, ver notificaciones automáticas de la aplicación UMO y mensajes informales en las estaciones y en los vehículos.
- Al observar solo a los encuestados en español, si bien prefirieron leer publicaciones en las redes sociales y recibir boletines informativos trimestrales por correo electrónico, también prefirieron recibir notificaciones por mensajes de texto/SMS en comparación con los encuestados en inglés.

- Al analizar únicamente las preferencias de los pasajeros frecuentes, estos prefieren ver las notificaciones de inserción de la aplicación UMO Mobility, seguidas de publicaciones en las redes sociales y boletines informativos trimestrales por correo electrónico.
- La mayoría de los no pasajeros prefiere recibir boletines informativos trimestrales por correo electrónico, publicaciones en redes sociales y folletos o postales.

Preferencias en torno a las actividades de participación

- Cuando se les preguntó qué actividades de participación específicas, los encuestados prefirieron 1) encuestas breves y sencillas que preguntan preferencias sobre los resultados deseados, 2) formatos de reuniones virtuales en línea con la capacidad de proporcionar comentarios e interactuar con el personal, 3) folletos o anuncios publicitarios que brindan información crítica; y 4) jornada de puertas abiertas en persona con capacidad para revisar información, hablar con el personal y brindar comentarios.
- Cuando se analizó únicamente a los encuestados en español, lo que más prefirieron fue recibir folletos o correspondencia (20 por ciento), seguido de encuestas breves y sencillas (17 por ciento) y jornadas de puertas abiertas en persona (17 por ciento).

Mantenerse involucrado durante la duración de un proyecto o iniciativa LTD

- Cuando se les preguntó qué les ayudaría a mantenerse involucrados durante la duración de un proyecto o iniciativa, los encuestados seleccionaron abrumadoramente recibir actualizaciones frecuentes y constantes sobre el progreso y el motivo de las decisiones tomadas. Esta fue la opción más preferida entre todos los tipos de participantes.
- Sin embargo, al observar solo a los encuestados en español, los encuestados prefirieron contar con un miembro del personal de LTD informado y receptivo con quien puedan comunicarse si tienen alguna pregunta o comentario.

Mejorando la conveniencia

- Cuando se preguntó cómo LTD puede hacer que participar en eventos y actividades sea más conveniente, los encuestados prefirieron más oportunidades de participación virtual y en línea, seguidas de la celebración de reuniones y eventos los fines de semana.
- Cuando se preguntó qué hora del día era la más preferida para las actividades, la tarde fue la preferida tanto por los encuestados de habla inglesa como por los de habla española, así como por todos los tipos de pasajeros.

Ejercicio de mapeo de las partes interesadas

En el transcurso de varias reuniones, el Consejo Directivo Comunitario llevó a cabo un ejercicio de mapeo de partes interesadas para considerar cómo pueden diferir los intereses, la influencia y las necesidades de varias partes interesadas. La Mesa Redonda de la CBO también revisó y opinó sobre esta lista. Si bien no será posible que LTD involucre a todos los grupos de esta lista para cada proyecto, plan o curso normal de negocios, esta lista sirve como referencia para que el personal de LTD (y sus equipos de consultores) piensen en las distintas personas y grupos que conforman la estructura del condado de Lane y a los que se debe hacer referencia al inicio de cualquier plan o proyecto. Esta lista no pretende ser exhaustiva ni abarcar todo, pero debe actualizarse y modificarse periódicamente.

Grupos comunitarios:

Líderes y grupos religiosos
Organizaciones de Vecinos (23 Asociaciones de Vecinos de Eugene)
Distritos y centros de parques y recreación (River Road Park, Willamalane Park and Recreation District, Eugene Rec)

Grupos diversos y minoritarios:

Asociación Estadounidense de Personas Jubiladas (AARP)
Grupos en riesgo (15th Night, Looking Glass, United Way of Lane County, 410 Garfield Safe Sleep)
Diferentes capacidades
Inmigrantes
Grupos monolingües con dominio limitado del inglés y/o que no hablan inglés
Alfabetización limitada
Grupos étnicos minoritarios (Plaza de Nuestra Comunidad, NAACP de Eugene Springfield, Red de estadounidenses asiáticos y del Pacífico de Oregon)
Mujeres y familias

Relacionados con la educación:

Proveedores de cuidado infantil
Conectado al Condado de Lane
Programas de educación temprana y después de la escuela

Educación superior (Universidad de Oregon, Lane Community College, otros)
Rutas seguras a los coordinadores escolares
Distritos escolares (personal y estudiantes) de todos los niveles

Proveedores de servicios sociales y de atención médica:

ARC del condado de Lane
Asociaciones comunitarias de vida asistida
Proveedores de atención médica y grandes empleadores
Usuarios de atención médica
Alianza de Vida Independiente Lane
Centro médico McKenzie-Willamette
Proveedores de atención para adultos mayores
PeaceHealth
Centro Pearl Buck
Plan de salud comunitario Trillium
Servicios para veteranos
Organizaciones y centros juveniles

Vivienda y Desarrollo:

Cornerstone Community Housing
Desarrolladores (tasa de mercado, desarrollo asequible y orientado al tránsito)

Diferente tenencia de vivienda
(propietarios de vivienda, a corto plazo,
transición, vivienda insegura, personas
sin hogar)
Constructores de
viviendas/Construcción
Colaboración de vivienda del condado
de Lane
Grandes administradores de
propiedades
Live Health LANE
ShelterCare

Destinos populares

Lugares
Club de la ciudad

Socios del sector público:

Organización de planificación
metropolitana de Lane Central
Ciudades y condados (Ciudad de
Eugene, Ciudad de Springfield, etc.)
Consejo Asesor Juvenil de Eugene
Consejo de Gobierno de Lane (LCOG)
Departamento de Transporte de Oregón
(ODOT)
Comisión de Transporte de Oregón
Agencias de resiliencia/gestión de
emergencias
Agencias de seguridad/cumplimiento de
la ley

Residentes por ubicación:

Residentes rurales
Residentes suburbanos
Residentes urbanos

Aquellos directamente impactados por proyectos y planes

Turismo y desarrollo económico:

Amtrak
Cámaras de Comercio (Cámara de
Comercio del Área de Eugene, Cámara
de Comercio de Springfield, Creswell,

Cottage Grove, Cámara de los Tres
Condados (Junction City))
Los empleados como usuarios del
tránsito
Empleadores/Empresas (como partes
interesadas financieras)
Empleadores/Empresas (vinculando a
los empleados con el transporte público)
Aeropuerto de Eugene
Sindicatos
Asociación de fuerza laboral de Lane
Propietarios de empresas rurales
Centros comerciales (Oakway Shopping
Center, Eugene Mall, Shoppes at
Gateway, Valley River Center)
Industria del turismo y grupos de
defensa
Turistas
Condado de Travel Lane

Usuarios de transporte y defensa:

Mejor transporte de Eugene Springfield
(BEST)
Better Housing Together
Conductores
Ambientalistas
Operadores y personal de LTD
Grupos de peatones y transporte activo
Aquellos que nunca han usado el
transporte público
Quienes ya no utilizan el transporte
público
Gremios y Colectivos Profesionales
Relacionados con la planificación,
ingeniería, edificación, arquitectura
Usuarios de transporte público (viajeros
diarios, usuarios diarios, encadenadores
de viaje, usuarios intencionales, aquellos
que no pueden conducir)

Comunidad tribal:

Tribu Burns Paiute
Tribus confederadas de Coos, Lower
Umpqua y Siuslaw
Tribus Confederadas de Grand Ronde,
Tribus Confederadas de indios Siletz,

Tribus Confederadas de la Reserva India
Umatilla,
Tribus Confederadas de Warm Springs,
Banda Cow Creek de la tribu de indios
Umpqua,

Tribu india coquille
Kalapuya
Tribus Klamath

Miembros del Consejo Directivo Comunitario (CSC)

Amber Kelel*
Courtney Griesel
Daniel Padilla*
David Hill
DJ Andrews
Jon Belcher
Jordán Ackemann
Kaarin Knudson
Linda Duggan
Cami Thompson
Melinda Preciado
Michelle Hanks
Phil Farrington
Robert Canaga
Seth Sadofsky
Shaamahummed Shaik
Susan Blane
Tab Davis
*indica copresidente

Antecedentes de los entrevistados

Carl Yeh
Cristal Polling
Deleesa Meashintubby
Greg Evans
Jenny Ulum
Marc Schlossberg
Matt Roberts
Mike Eyster
Rob Zako

Participantes de la mesa redonda de organizaciones comunitarias

15th Night

AARP

ARC del condado de Lane

Consortio de Equidad y Comunidad para Eugene

Eugene Springfield NAACP

Programa de equidad del condado de Lane

Alianza de Vida Independiente Lane (LILA)

Centro Pearl Buck

United Way del condado de Lane

Acrónimos

AAGR: Tasa de Crecimiento Anual Promedio

BRT: autobús de tránsito rápido

CBO: organizaciones comunitarias

CSC: Consejo Directivo Comunitario

EmX: Emerald Express

LTD: Distrito de tránsito de Lane

Comentarios recibidos y respuestas

COMENTARIO RECIBIDO	RESPUESTA
<p>¡Hola!</p> <p>¡Muchas gracias por compartir este marco propuesto! He leído el plan y tengo algunos comentarios/asuntos para la consideración de LTD:</p> <p>Página 3, primer párrafo, la última oración dice "... generar confianza en la comunidad y confianza en LTYD..." Debería ser LTD, ¿correcto?</p> <p>Página 3, segundo párrafo, segunda oración termina con "efectivamente/", (gramática) debe ser un punto (.) en su lugar.</p> <p>Página 3, tercer párrafo, la última oración dice "...LTD espera que este modelo innovador para Eugene/Springfield también pueda resultar ser un modelo..." sugerimos reemplazarlo con el condado de Lane.</p> <p>Página 7, bajo Estilo "Respetuoso", la última oración que se refiere a "LTD será 'culturalmente' _____ y considerará las diversas necesidades... sugerimos agregar "sensible".</p> <p>Página 9, bajo "Significativo", la última oración se refiere a "ofuscación" - reemplace o defina con lenguaje sencillo (es decir, oscuridad, confusión)</p> <p>Página 10, primer párrafo, tercera oración: "... comprender la demografía de ambos pasajeros del condado de Lane de LTD...." - debe ser "y"</p> <p>Pág. 11, "Acerca de los pasajeros de LTD", segundo párrafo, segunda oración: "Personas con ingresos inferiores a \$10,000..." sugerimos agregar para aclarar los ingresos "anuales".</p> <p>Página 11, "Acerca de los usuarios de LTD": varias estadísticas con varias menciones de "porcentaje" y "%", lo que sugiere el mismo uso constante de "%" para una apariencia unificada.</p>	<p>Todas estas ediciones fueron incorporadas.</p>

<p>Pág. 16, 1er párrafo, "...pero esas reuniones son 'superficiales'". -definir o reemplazar con lenguaje sencillo.</p> <p>Página 18, primer párrafo, última frase, "LTD debería perseguir agresivamente..." Sugerimos reemplazar "agresivamente" por proactiva o diligentemente.</p> <p>Pág. 19, bajo "Establecer transparencia en los presupuestos y el desempeño financiero", primera palabra "Opacidad..." Sugiero usar un lenguaje sencillo, reemplazar con poco claro o incertidumbre, falta de transparencia.</p> <p>Pág. 19, mismo párrafo, segunda oración "y se ven a sí mismos como socios en" abordar y evaluar "cómo se producen cambios ..." Sugiero eliminar "abordar", reemplazar con comprensión.</p> <p>Pág. 22, Partes interesadas, en "Turismo y desarrollo económico", "Grupos" de industria y promoción del turismo está mal escrito "Grgroups"</p> <p>Pág. 22, Partes interesadas, "Cámaras de Comercio" también podrían incluir Creswell, Cottage Grove, Cámara de los Tres Condados (Junction City)</p> <p>Pág. 22, Partes interesadas, sugieren agregar para incluir Lane Workforce Partnership (Turismo y desarrollo económico) y Connected Lane County (relacionado con la educación) – David Hill, Consejo Directivo Comunitario</p>	
<p>Comentario: en la siguiente página bajo "Adaptable" para la estrategia de participación en el Proceso, se hace referencia al uso de la tecnología. Todos los comentarios anteriores, si bien son puntuales, en realidad son "estilo" o forma de comunicación casi en su totalidad cuando son directas, cara a cara o en persona. No estoy seguro de cómo, o si se necesitan cambios en cualquiera de las secciones, pero parece que deberíamos reconocer que el estilo/forma en que LTD se comunica con todos y cada uno debe aplicarse, ya sea en persona o por algún otro medio. Sin duda, LTD puede, debería</p>	<p>Comentarios recibidos e incorporados. Agregamos una aclaración de que LTD no dependería solo de la tecnología para llevar a cabo la participación en la página 15. Agregamos detalles de aclaración sobre qué son las "partes interesadas".</p>

y utilizará los últimos métodos tecnológicos disponibles para involucrar al público y a las partes interesadas. Simplemente parece que debería haber una declaración más amplia de que LTD saldrá a encontrarse con personas donde estén, por cualquier medio y método que las personas se sientan más cómodas al interactuar con LTD. Recuerden que en nuestras reuniones del CSC tuvimos algunas discusiones sobre aquellos que son más introvertidos y no se sienten tan cómodos ni siquiera saliendo y asistiendo, y mucho menos hablando, en un ambiente cara a cara o en grupo en persona. Es posible que la tecnología se utilice cada vez más para difundir información (incluso a pesar de las sorprendentes estadísticas sobre el porcentaje de pasajeros que no tienen capacidades de teléfonos inteligentes) y recuperar información. Y aunque no soy de la generación TikTok, se debe considerar y utilizar el uso de las redes sociales y otros medios de tecnología moderna, además de la aplicación UMO.

Comentario: Parece que debería haber algo en lo anterior relacionado con aquellos que pagan por los servicios LTD, ya sea en la caja de tarifas, a través de impuestos sobre la nómina del empleador o de los empleados, cuotas estudiantiles, etc. Eso se cubrió muy bien en la sección anterior "Financiamiento", pero deberían estar vinculados aquí, ya que quienes pagan por el servicio son, en última instancia, un conjunto de partes interesadas tan clave como los propios pasajeros.

Comentario: ... ¿y el empleador? ¿Quizás también encuestar a los empleadores?

Comentario: Ésta es una estadística reveladora. Si casi 2/3 de los pasajeros de LTD ni siquiera tienen una licencia de

<p>conducir válida de Oregón (ODL), eso indica que el servicio está dirigido principalmente a aquellos que viajan no por elección sino por necesidad. El desajuste con la enorme financiación de los empleadores contribuye a parte o gran parte de la fricción que creo que hemos estado viendo en los últimos años. Idealmente, el tránsito puede convertirse y se convertirá en un modo de elección, no sólo una necesidad; y vincular mejor el uso del transporte público con las necesidades de los empleadores.</p> <p>Comentario: Lo ideal sería que los miembros de la Junta Directiva de LTD no necesitaran “apoyarse”, sino que fueran defensores e impulsores, siendo los primeros en aparecer, siendo más la “cara” de la organización que incluso el CEO y los ejecutivos. Como se señaló anteriormente en la Prioridad 3, sería significativo que el personal y la junta directiva también fueran pasajeros habituales. ¿Hacer lo que uno predica?</p> <p>– Phil Farrington, Consejo Directivo Comunitario</p>	
<p>Aprecié leer este documento. Me alegró ver una evaluación realista de los factores que afectan la confianza en la toma de decisiones y el desempeño de LTD. La participación pública no es fácil de lograr y espero que este esfuerzo reflexivo para comprometerse con un proceso dé frutos.</p>	<p>Agradecemos su comentario, y se ha tomado nota.</p>
<p>En la página 12, dice que "los hombres constituyen la mayor proporción de usuarios de rutas fijas en general". Esto es algo importante a destacar. Considere incluir una nota que compare esto con la proporción general de hombres/mujeres en el área de servicio en lugar de la proporción general de hombres en RideSource. Una conclusión de esta observación es que las mujeres no están representadas entre los usuarios de LTD. Esto plantea la pregunta: ¿por qué no y</p>	<p>Comentario recibido e incorporado. Hemos agregado aclaraciones sobre cómo se compara la proporción de pasajeros masculinos con la población general del condado de Lane. Su conclusión es correcta, razón por la cual “Mujeres y niños” se mencionan como grupo de partes interesadas en la página 27.</p>

<p>qué puede hacer LTD para servir mejor a las mujeres y las familias en nuestra región?</p>	
<p>*¡Gracias LTD por actualizar el marco de divulgación comunitaria y ofrecerlo a través del sitio web y la documentación también! Pero, aunque indica que LTD está interesada en las opiniones públicas sobre LTD, estoy decepcionada con los planes de remodelación de LTD publicados que muestran un baño abierto (unisex) en el nuevo vestíbulo. Por lo tanto, solicito respetuosamente a LTD que no lo haga. *¡Respete las necesidades de las víctimas de violación, los ancianos, los discapacitados y los niños en edad de entrenamiento y reemplace los baños separados para hombres y mujeres y los baños familiares/para todos los géneros! *KelliAnn Stiles 4/9/24 4:55 p. m.)</p>	<p>¡Gracias por su comentario y participación! Hemos transmitido su comentario sobre los baños a Joe McCormick, director de Planificación y Desarrollo.</p>
<p>En lugar del autobús de tránsito rápido, prefiero el tren ligero.</p>	<p>Agradecemos su comentario.</p>
<p>Revisé este documento y tengo algunas ideas sobre algunas de las tácticas. No estoy en desacuerdo con las tácticas, pero creo que hacerlas lo más equitativas e inclusivas posible debería ser un objetivo. Aquí hay algunas sugerencias para complementar estas tácticas.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Consideren rotar el rol de embajador para brindar oportunidades para que se escuchen diferentes voces. 2. Proporcionen múltiples vías de retroalimentación para adaptarse a diferentes estilos de comunicación. Y traducir la comunicación al español siempre que sea posible. 	<p>¡Gracias por su comentario y compromiso! Hemos aclarado que los embajadores serían empleados de LTD. También hemos aclarado que utilizar una lente cultural para la comunicación incluye traducir materiales.</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Evitar siglas sin definir las (es decir, CBO aparece en la página 5 sin definición). - Incluir a los coordinadores de Rutas Seguras a la Escuela en la lista de partes interesadas relacionadas con la educación. - Sugerencia para mostrar la demografía de los pasajeros como gráficos en lugar de texto. 	<p>¡Gracias por su comentario y compromiso! Hemos agregado una lista de acrónimos al apéndice y hemos agregado a los coordinadores de Ruta Segura a las Escuelas a la lista de partes interesadas. También hemos agregado nuevos gráficos para ilustrar la demografía de los pasajeros.</p>

<p>Me gustó lo holístico que era el Marco de Alcance Comunitario, sentí que todos, incluidas las partes interesadas y los usuarios, serían considerados en los comentarios. ¡Espero obtener más información en el futuro para poder continuar brindando mi visión sobre LTD y poder ser una opción de transporte más accesible para todos!</p>	<p>¡Gracias por su comentario y compromiso! Continúe visitando LTD.com/COCA para obtener información actualizada.</p>
<p>Esto resulta denso y desafiante de leer para la mayoría de las personas. Cree una descripción general de alto nivel que consolide los principios rectores y las prioridades en una página, de modo que se pueda consultar fácilmente.</p> <p>Cree puntos de control o fechas para revisar qué tan bien lo está haciendo.</p> <p>Ediciones/Errores tipográficos: Portada: el período para comentarios es hasta el 9 de abril de 2024, no hasta el 2024 página 19: anima a los empleados a utilizar el sistema. Reformule para que el público entienda Página 25 - Greg Evans en lugar de Evants</p>	<p>¡Gracias por su comentario y compromiso! Hemos incorporado sus ediciones y hemos agregado un Resumen ejecutivo que consolida los principios rectores y las prioridades en una sola página. También hemos aclarado que, además de la mejora continua, LTD volverá a evaluar y examinar el marco después de cinco años de implementación.</p>
<p>La prioridad número uno debe ser la seguridad. Cuando comenté sobre el peligro y los problemas de drogas de que LTD fuera conocido como DRUG EXPRESS, el comentario que recibí a cambio fue "es un problema a nivel nacional". ¡SEAN EL CAMBIO! Aborden al elefante en la habitación. Hagan de la seguridad del transporte la prioridad número uno.</p>	<p>Gracias por su comentario.</p>
<p>BEST ha instado durante mucho tiempo a Lane Transit District (LTD) a interactuar de manera más efectiva con el público al que sirve. De hecho, BEST se formó en 2012 en respuesta a que LTD no logró obtener suficiente apoyo público para sus planes de extender el tránsito rápido de autobuses EmX al oeste de Eugene.</p>	<p>Gracias por su comentario.</p>

<p>Bajo el liderazgo del director ejecutivo Jameson Auten, quien se unió a la agencia en noviembre de 2022, LTD está tomando medidas concretas para responder mejor al público. En particular, LTD publicó recientemente para revisión pública un borrador del Marco de Alcance Comunitario. El núcleo del Marco es un conjunto de principios rectores para generar confianza en los esfuerzos de LTD para servir al público, haciendo de LTD una organización más eficaz para la región. El Marco no está escrito en piedra. Más bien, el Marco pretende ser “un documento vivo” “impulsado por la comunidad” e “intrínsecamente flexible”.</p> <p>BEST aplaude la dirección de LTD y apoya que la Junta Directiva de LTD adopte a finales de esta primavera el Marco para guiar el trabajo de LTD en el futuro. Si el Marco es una receta, entonces la prueba estará en el pudín de cómo se lleva a cabo.</p>	
<p>[...]Fui concejal de la ciudad de Eugene durante 10 años y fui destituido de mi cargo por una destitución inspirada por el hecho de que LTD y la ciudad de Eugene tomaron la decisión de implementar la idea de BRT en el corredor principal de River Road en el distrito que yo representé. Creo que este es un plan impresionante y estoy impresionado con los resultados del comité que usted formó. Creo que alcanzaron algunos puntos clave reales. Me gustan los principios preliminares y las cuatro estrategias/tácticas clave. Voy a decir una cosa y hacer un comentario personal. Creo que es importante involucrar a la oposición potencial. Creo que uno de los principios esbozados fue el diálogo respetuoso. Creo que es posible que algunos miembros de la oposición no estén dispuestos a participar de manera</p>	<p>Comentario recibido e incorporado.</p>

<p>respetuosa. Quiero retroceder sobre el tema de que este distrito de tránsito está más en deuda con las empresas porque así es como elegimos financiar esto. Creo que es un marco falso. Supongo que las empresas que nos frecuentan y el costo de ese impuesto de financiación se trasladan a los consumidores y a las personas que utilizan los servicios de autobuses. Este es un distrito de tránsito. Creo que el transporte público beneficia a la comunidad y es propiedad de toda la comunidad y quiero hacer esa declaración enfática. -Claire Syrett, Comité de Planificación Estratégica</p>	
<p>Marty Gaiter, SPC. Tengo una pregunta de mis viejos tiempos en marketing, TV/noticias [...] Trabajé en el departamento de marketing. Solíamos tener grupos focales donde descubríamos qué querían ver. Lo que siempre haríamos [...] es tener un contacto de diferentes departamentos para unir la información. Lo que me preocupa es que tenemos todos estos grupos diferentes. [...] Hay muchos grupos diferentes. ¿Cómo están uniendo todo eso? -Marty Gaiter, Comité de Planificación Estratégica</p>	<p>Comentario recibido e incorporado.</p>
<p>Una táctica era estar presente con los pasajeros. ¿Sienten que LTD está un poco distanciado de los propios pasajeros? Tratando de tener una mejor idea de lo que estaban buscando o de lo que estaban hablando. [...] Vidal Frances, Comité de Planificación Estratégica</p>	<p>Comentario recibido e incorporado.</p>
<p>Gracias por la presentación de este trabajo. Esto suena como mejores prácticas en la industria y buenos principios sobre cómo involucrar a la comunidad. Así que gracias por eso. Voy a anticipar que la Junta adoptará este marco tal como se presentó o ligeramente modificado. Supongo que tengo curiosidad por saber lo que viene después porque es un conjunto de principios [...] La prueba está en el pudín. ¿Cómo LTD</p>	<p>Comentario recibido e incorporado.</p>

<p>realmente aplica estos principios para hacer las cosas de manera diferente a lo largo de River Road en torno a MovingAhead? Mantengan algunas conversaciones continuas con la comunidad. Estarán interesados en cómo esto se desarrolla de manera diferente que en el pasado. -Rob Zako, Comité de Planificación Estratégica</p>	
---	--