

Puntos clave de la primera ronda de participación pública

Bend Park & Recreation District (BPRD) llevó a cabo una encuesta de participación pública para obtener más información sobre cómo las personas usan y acceden al Parque Sawyer. Estas respuestas se utilizarán para guiar el diseño de las próximas mejoras en la entrada del parque y en el área de estacionamiento que han llegado al final de su vida útil. El alcance consistió en una encuesta que se realizó principalmente en línea y también en formato impreso. La encuesta se realizó del 6 al 24 de junio y recibió 113 respuestas. Estaba disponible en el sitio web del proyecto y se publicitó en las redes sociales, a través de llamadas telefónicas y correos electrónicos a grupos de partes interesadas clave y mediante encuestas individuales en el parque. A continuación, se muestra un resumen de la información clave recibida de la encuesta. Para obtener información más detallada sobre las respuestas, comuníquese con el gerente del proyecto, Bronwen Mastro, (541) 706-6152, bronwenm@bendparksandrec.org.

Punto clave n.º 1: ¡A la gente le encanta el Parque Sawyer! Muchos de los comentarios recibidos expresaron que a las personas les gusta mucho este parque; así como también sus características únicas y naturales. Las personas aprecian mucho el acceso a la naturaleza en medio de la ciudad.

Punto clave n.º 2: La gente visita el parque para muchos usos recreativos. La gente usa el parque por muchas razones, usan los senderos, acceden al río, realizan picnics y hasta eventos de bodas. Las actividades peatonales como caminar, correr y hacer excursionismo por senderos, tanto internos como de acceso al sendero Deschutes River Trail (DRT), son las actividades más frecuentes y populares. El acceso y las vistas panorámicas del río es la segunda característica individual más popular del parque. Además, está claro que la gente atesora la belleza natural del parque, al combinar las actividades que hacen referencia a la naturaleza, como la observación de aves, la pesca, la escalada en rocas, la observación y exploración de la naturaleza, la fotografía y la relajación; éstas son más populares, incluso más que el uso de senderos para peatones. Asimismo, queda claro que a partir de las respuestas muchas personas eligen caminar, escalar, correr y andar en bicicleta por estos senderos, en particular debido a la belleza del entorno.

Punto clave n.º 3: Si no vive cerca, es difícil llegar a Sawyer Park sin un automóvil. El 66 % de los encuestados informaron que llegaban a Sawyer Park con mayor frecuencia en automóvil. Para los visitantes que viven a más de una milla de distancia, aumentó al 83 % que llegan con mayor frecuencia en automóvil y al 91 % para los visitantes que viven a tres millas de distancia o más. Se informó que las razones más comunes para conducir eran vivir demasiado lejos y no tener formas seguras o convenientes de acceder al parque de otra manera. El transporte de equipo específico para realizar actividades, personas con mascotas, la edad y el tener alguna discapacidad fueron otras razones comunes para conducir.

Punto clave n.º 4: Aunque el parque es muy querido, hay cosas que pueden mejorarse. Cuando se les preguntó si hay algo más que debería mejorarse para beneficiar la experiencia de las personas en el parque, muy aparte de las mejoras planificadas en este proyecto, el servicio más sugerido por un amplio margen fueron el construir baños permanentes. Otras comodidades sugeridas con frecuencia fueron mejorar el acceso, la señalización y las instalaciones de picnic. Otras sugerencias para una mejor experiencia incluyen ver a más perros con correa, mejorar la visibilidad en el parque y menos consumo de drogas y otras actividades inseguras en el parque. Estas sugerencias serán consideradas y algunas pueden incorporarse al proyecto si el presupuesto del proyecto lo permite.

Información de los encuestados: La mayoría de los encuestados viven entre 1 y 10 millas del parque, lo visitan varias veces al año o mensualmente y se identifican como descendientes de blancos/europeos. Las mañanas y las tardes de lunes a viernes resultaron ser los momentos más populares de visita. La forma en que las personas se enteraron de la encuesta se dividió equitativamente entre saber de ella a través de las redes sociales y comunicación directa con las partes interesadas específicas.