

Grupo asesor de impactos y beneficios comunitarios

Decimocuarta reunión del CBIAG
21 de diciembre de 2023



Celebrando al CBIAG, sus logros y valor

21 de diciembre de 2023, 1:00 - 4:00 p.m. PT

Para una mejor experiencia en la reunión



- Vaya a "Interpretation" (Intérprete), en la parte inferior de la pantalla de Zoom
- Seleccione "ASL" en Watch o "Spanish" en la sección de Audio
- Si no ve el ícono del servicio de intérprete, pruebe en el icono para ver más opciones



- Use la vista de galería (ícono en la parte superior derecha) cuando participe en la discusión de grupo



- Para apoyo técnico, indique "Tag G-D / E Source" como receptor y envíe su mensaje



- Puede hacer preguntas en cualquier momento
- Apague su micrófono y actívelo solo cuando hable
- Para hablar, haga clic en la opción para levantar la mano en la barra de herramientas.

Orden del día

HORA	TEMA
1:00 pm	Introducción y objetivos
1:10 pm	Presentación
1:20 pm	Cierre del ciclo de retroalimentación
1:35 pm	Resultados de la Encuesta sobre los beneficios de las energías limpias
2:45 pm	Receso
2:55 pm	Novedades sobre la participación en los recursos renovables a pequeña escala
3:10 pm	Borrador de las perspectivas para 2024
3:40 pm	Comentarios del público
3:50 pm	Siguientes pasos

Expositores



Christina Medina
Gerente de Políticas y
participación de las partes
interesadas



Jakob Lahmers
MDC Research



Morgan Westberry
Facilitadora de E Source



Laura James
Gerente sénior de
proyectos en Soluciones al
cliente



Jeffrey Daigle
Facilitador de E Source

Propósito del Grupo asesor de impactos y beneficios comunitarios (CBIAG):

Enfocarse en la equidad y en un futuro de energías limpias en Oregon, de acuerdo con la ley

[HB 2021](#)

Objetivos de hoy

1. Revisar y validar el ejercicio de planificación de 2024 del CBIAG
2. Volver a aplicar la Encuesta sobre los beneficios de las energías limpias y los recursos renovables a pequeña escala
3. Discutir el borrador de las perspectivas para 2024

¿Qué logro personal o profesional le hizo sentir orgullo en 2023?

Reflexiones de la reunión de octubre

Participaron cinco miembros del CBIAG en representación de cinco organizaciones, con tres miembros que se unieron de forma presencial.

Asistentes del CBIAG	
Jennifer Gustafson	AllCare Health
Erica Ledesma	Coalición Fortaleza
Tim Lynch	Condado de Multnomah
Xitlali Torres	Verde
Siraat Younas	Community Energy Project

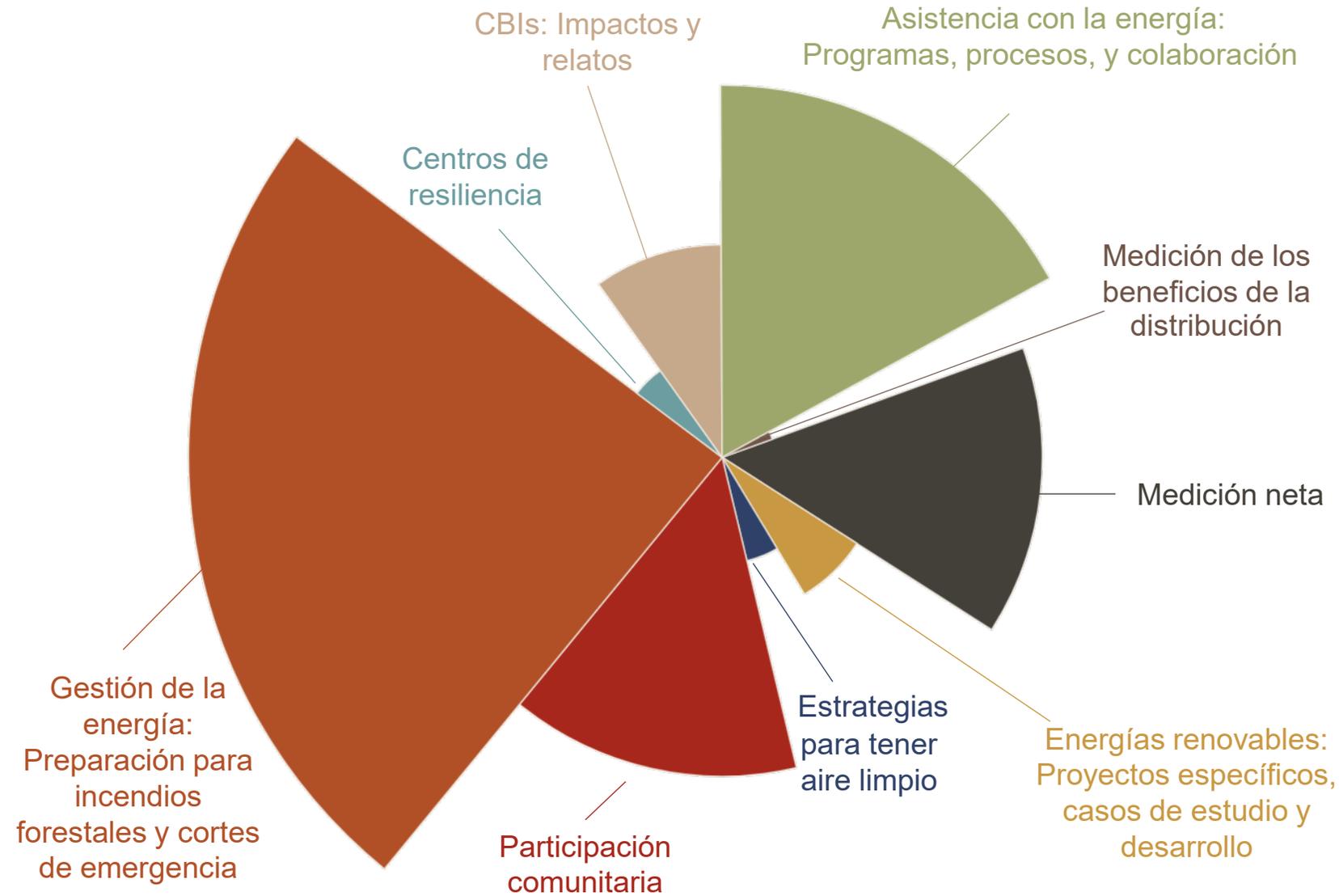
Nuestros objetivos:

1. Conectarnos como grupo asesor al recapitular los acontecimientos del primer año
2. Nuevas herramientas y planificación para 2024

Temas principales:

- Revisión del año pasado trabajando juntos como CBIAG
- Recapitulación del ejercicio sobre poblaciones vulnerables con dificultades del mes pasado
- Una actividad de planificación para ayudar a identificar temas que el CBIAG quiere abarcar en 2024.

Lo que escuchamos:



Mejorar la participación:

- Seguridad psicológica y la importancia percibida de la representación consistente de los miembros del CBIAG
- Continuar con las lecturas previas y crear otros recursos y materiales de apoyo es fundamental para impulsar la aportación de ideas y opiniones
- Énfasis en los impactos que describen y las historias que relatan
- Reconocimiento del crecimiento logrado en el primer año y el crecimiento necesario para generar cambios a futuro

Mejorar las asociaciones:

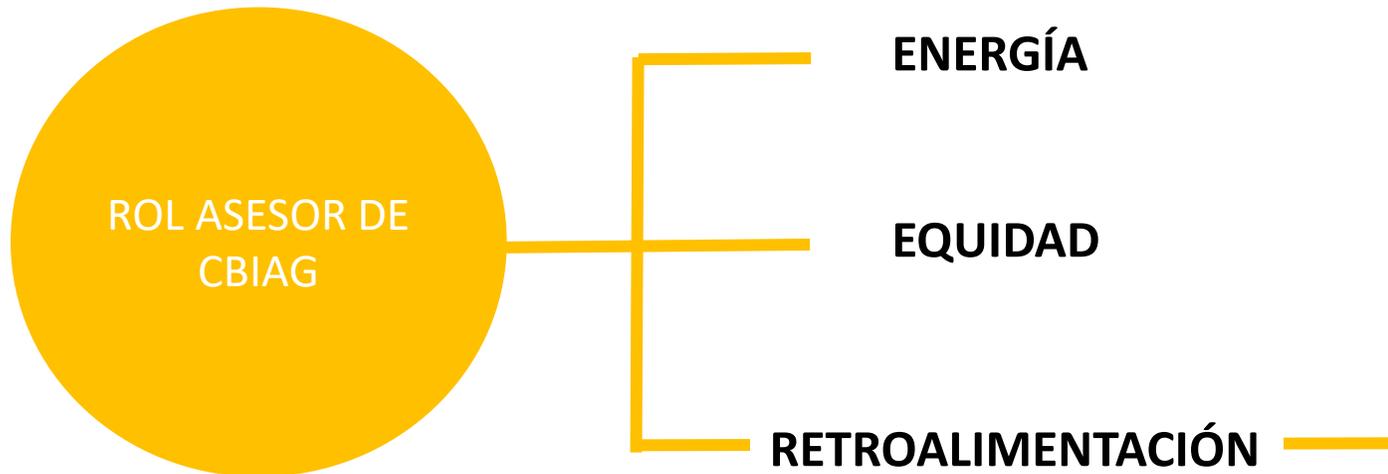
- Explorar cómo aprovechar mejor a las organizaciones presentes es un tema recurrente.
 - Ejemplo e impacto: compartir materiales impresos con el Banco de Alimentos del condado de Josephine tras una conversación en la reunión de agosto en la sede de AllCare Health.
- Dar espacio a las relaciones entre los miembros y cómo podrían llenarse los espacios vacíos dentro de las organizaciones del grupo.

Resultados de la Encuesta sobre los beneficios de las energías limpias

Encuestas para los clientes

HB2021: Reporte Bienal 2(a)

ENFOQUES PRINCIPALES



Encuestas a los clientes

Experiencia del cliente amplia y cuantitativa

Entrevistas detalladas

Exploración cualitativa y matizada del subgrupo, situación o idea específica

[HB2021.pdf](#)

Proceso de la encuesta

Rol asesor de CBIAG	
18 de mayo	<ul style="list-style-type: none">• Sesión informativa e instrucciones• Entender los componentes
15 de junio	<ul style="list-style-type: none">• Discutir las preguntas sobre los borradores
22 de junio	<ul style="list-style-type: none">• Entregar comentarios por escrito
21 de diciembre	<ul style="list-style-type: none">• Recibir la presentación de los resultados



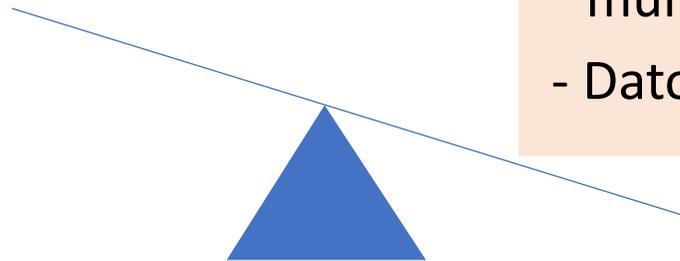
Notas sobre las encuestas de autoinforme

Un acceso único a información que no existe en otro lugar

- Actitudes, prioridades, esperanzas e inquietudes
- Conciencia y comprensión
- Detalles personales

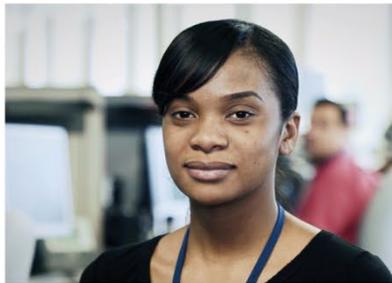
Desafíos de medición

- Limitaciones en la precisión
- Sesgos en el muestreo
- Desafíos de lenguaje e interpretación (incluso entre hablantes nativos)
- El marco de trabajo de opción múltiple no captura los matices
- Datos cambiantes y desconocidos



Beneficios de las energías limpias

Septiembre de 2023



Preparado por

Jakob Lahmers - Jakob.Lahmers@mdcresearch.com

MDC Research

Metodología

Audiencia objetivo

- Clientes residenciales de Pacific Power en Oregon
- Las muestras fueron proporcionales a la distribución regional de los clientes de Pacific Power en Oregon; no se requirió una ponderación de datos

Metodología

- Este estudio se realizó por medio de una combinación de encuestas telefónicas y en línea
- Había encuestas disponibles para los clientes en inglés y en español
- Se aplicaron en total 4,329 encuestas entre el 18 de agosto y el 3 de septiembre de 2023
 - Por teléfono: 100 encuestas respondidas
 - En línea: 4,229 encuestas respondidas
- Las diferencias reportadas como significativas en este informe tienen un intervalo de confianza del 95% o más
- Las diferencias por región se destacaron usando un código de color para comparar cada región con el promedio de todas las regiones

Variabilidad máxima de las muestras por región con un intervalo de confianza del 95%

Total (n=4,329)	Centro de Oregon (n=591)	Hood River (n=60)	Costa norte (n=170)	Noreste de Oregon (n=165)	Portland (n=695)	Sur de Oregon (n=1,133)	Norte del valle de Willamette (n=1,028)	Sur del valle de Willamette (n=487)
±1.5%	±4.0%	±12.7%	±7.5%	±7.6%	±3.7%	±2.9%	±3.1%	±4.4%

Código de color

- Superior al promedio de todas las regiones
- Inferior al promedio de todas las regiones

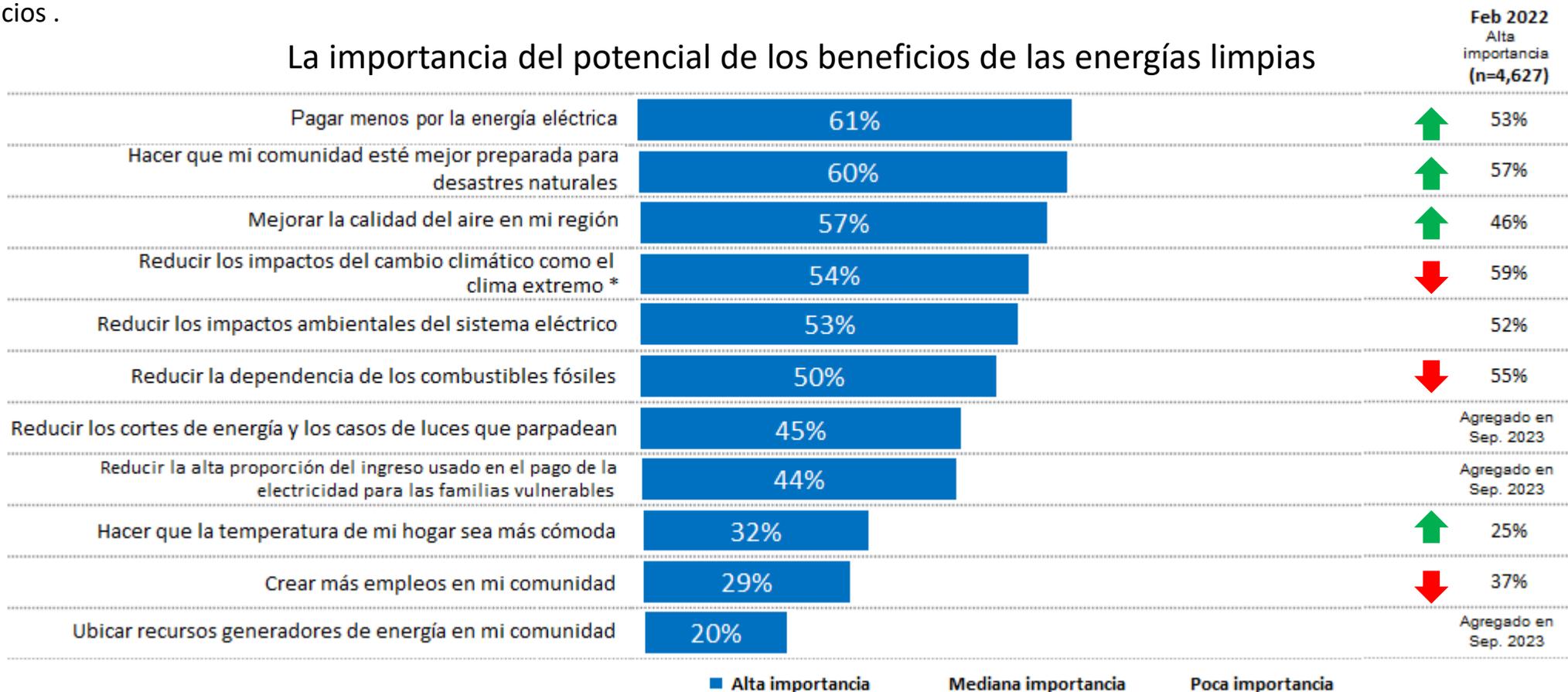
Beneficios e inquietudes del CEB



La importancia de los posibles beneficios de las energías limpias

- Los beneficios más importantes de la transición a las energías limpias son la reducción de los pagos de energía eléctrica, hacer que la comunidad esté mejor preparada para los desastres naturales y mejorar la calidad del aire en la región.
- Quienes viven en casas de alquiler tienen más probabilidad que los propietarios de viviendas de considerar altamente importantes casi todos los beneficios .

La importancia del potencial de los beneficios de las energías limpias



* Indica que el atributo fue ligeramente modificado para la fase actual.

La importancia de los beneficios por región

- La importancia percibida de los beneficios de las energías limpias varía por región. En Portland son más propensos a considerar el cambio climático y los impactos ambientales como altamente importantes, mientras que en otras regiones son más propensos a considerar altamente importantes los beneficios personales y económicos.

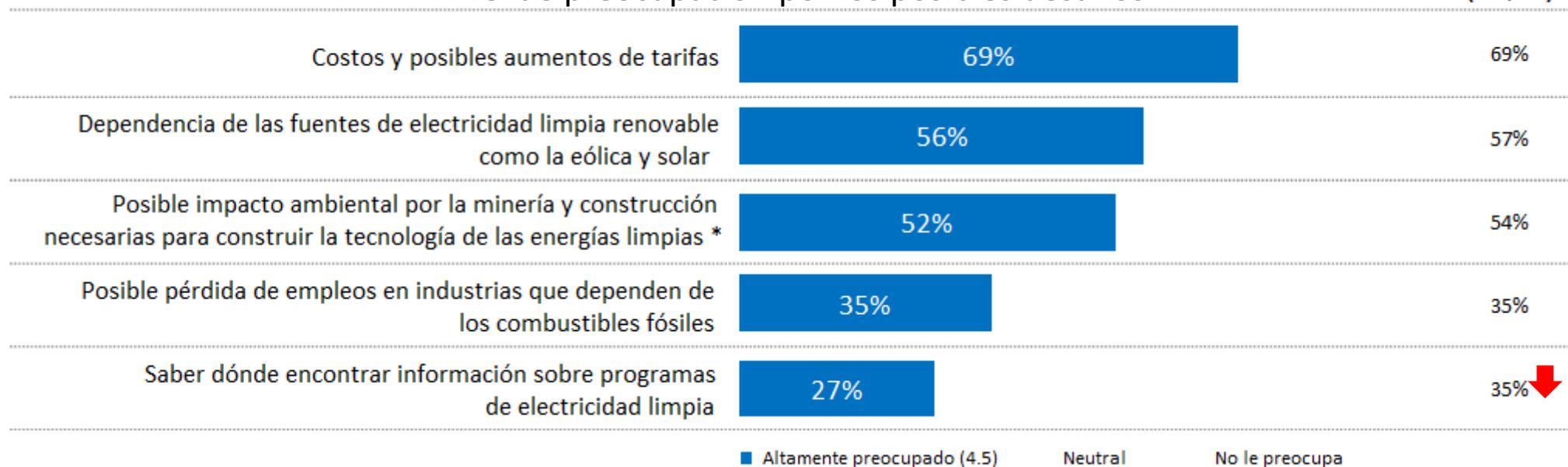
% que considera el tema como altamente importante	Total (n=4,329)	Centro de Oregon (n=591)	Hood River (n=60)	Costa norte (n=170)	Noreste de Oregon (n=165)	Portland (n=695)	Sur de Oregon (n=1,133)	Norte del valle de Willamette (n=1,028)	Sur del valle de Willamette (n=487)
Pagar menos por la energía eléctrica	61%	61%	45%	48%	70%	45%	68%	62%	69%
Hacer que mi comunidad esté mejor preparada para desastres naturales	60%	57%	60%	58%	46%	66%	63%	59%	59%
Mejorar la calidad del aire en mi región	57%	64%	52%	45%	48%	71%	58%	52%	45%
Reducir los impactos del cambio climático como el clima extremo	54%	56%	65%	58%	44%	81%	45%	52%	43%
Reducir los impactos ambientales del sistema eléctrico	53%	55%	60%	54%	42%	77%	44%	51%	41%
Reducir la dependencia de los combustibles fósiles	50%	53%	62%	52%	40%	80%	39%	50%	35%
Reducir los cortes de energía y los casos de luces que parpadean	45%	39%	40%	43%	46%	32%	52%	45%	57%
Reducir la alta proporción del ingreso usado en el pago de la electricidad para las familias vulnerables	44%	41%	45%	39%	49%	52%	41%	43%	43%
Hacer que la temperatura de mi hogar sea más cómoda	32%	28%	32%	28%	34%	27%	37%	30%	34%
Crear más empleos en mi comunidad	29%	27%	25%	22%	30%	25%	32%	27%	38%
Ubicar recursos generadores de energía en mi comunidad	20%	18%	10%	13%	20%	21%	21%	19%	21%

Posibles desafíos en la transición a energías limpias

- Los costos y los posibles aumentos en las tarifas del servicio de energía eléctrica son las mayores inquietudes que tienen los clientes en cuanto a la transición hacia las energías limpias, con dos tercios altamente preocupados.
- Los siguientes grupos de clientes tienen niveles de preocupación más altos con los desafíos potenciales evaluados:
 - Personas con necesidades médicas
 - Mujeres
 - Clientes mayores de 45 años de edad
 - Clientes con ingresos inferiores a 40 mil USD al año
 - Nivel de escolaridad inferior al universitario
 - Clientes jubilados

Nivel de preocupación por los posibles desafíos

Feb 2022
Alta
preocupación
(n=4,627)



* Indica que el atributo fue ligeramente modificado para la fase actual.



Las flechas representan una diferencia estadística con un nivel de confianza del 95% comparado con la fase anterior

Posibles desafíos por región

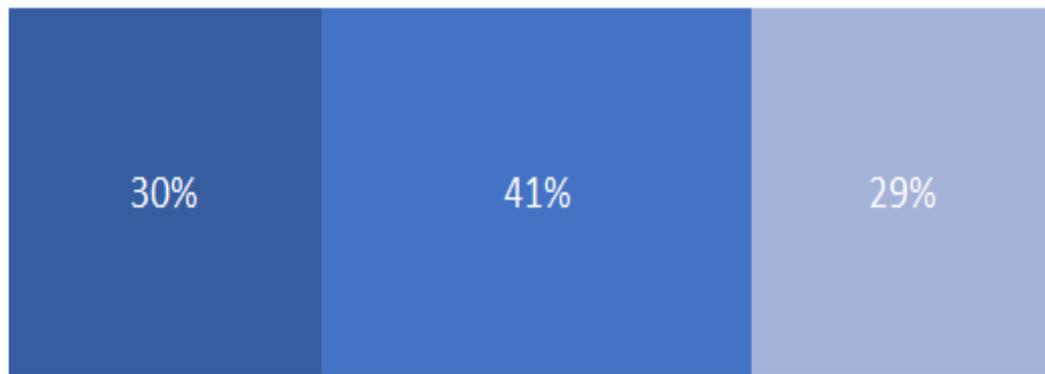
- Los clientes en Portland son significativamente menos propensos que el promedio en todas las regiones a preocuparse por los costos de la transición a las energías limpias, la fiabilidad de las fuentes de energías limpias y la pérdida potencial de empleos en industrias que dependen de combustibles fósiles.

% que se considera altamente preocupado	Total (n=4,329)	Centro de Oregon (n=591)		Noreste de Oregon (n=165)		Portland (n=695)	Sur de Oregon (n=1,133)		Norte del valle de Willamette (n=1,028)	Sur del valle de Willamette (n=487)
		Hood River (n=60)	Costa norte (n=170)	Portland (n=695)	Sur de Oregon (n=1,133)	Norte del valle de Willamette (n=1,028)	Sur del valle de Willamette (n=487)			
Costos y posibles aumentos de tarifas	69%	66%	55%	69%	76%	51%	76%	70%	76%	
Dependencia de las fuentes de electricidad limpia renovable como la eólica y solar	56%	59%	45%	66%	49%	48%	59%	53%	61%	
Posible impacto ambiental por la minería y construcción necesarias para construir la tecnología de las energías limpias	52%	55%	50%	51%	55%	51%	53%	50%	50%	
Posible pérdida de empleos en industrias que dependen de los combustibles fósiles.	35%	32%	30%	31%	50%	18%	42%	34%	46%	
Saber dónde encontrar información sobre programas de electricidad limpia	27%	29%	28%	29%	24%	27%	26%	27%	29%	
"Otras" preocupaciones principales	Total (n=2,112)	Centro de Oregon (n=288)		Noreste de Oregon (n=79)		Portland (n=333)	Sur de Oregon (n=578)		Norte del valle de Willamette (n=472)	Sur del valle de Willamette (n=249)
		Hood River (n=30)	Costa norte (n=83)	Portland (n=333)	Sur de Oregon (n=578)	Norte del valle de Willamette (n=472)	Sur del valle de Willamette (n=249)			
Costo	26%	26%	17%	19%	29%	20%	27%	28%	28%	
Impacto ambiental	11%	14%	20%	6%	6%	10%	11%	12%	11%	
Fiabilidad de la energía	9%	11%	10%	11%	8%	4%	11%	10%	11%	
Progreso lento	8%	9%	10%	10%	8%	18%	6%	6%	5%	

Importancia del Proyecto comunitario de energías renovables

- El 70% de los encuestados calificó un proyecto de generación de energía renovable de tamaño comunitario como “de mediana importancia” o “de alta importancia”.
- Quienes clasificaron el Proyecto como “de alta importancia” indican más comúnmente una sensación general de que el proyecto es necesario o importante como la razón de su clasificación; quienes lo clasificaron como “de mediana importancia” indican una falta de información contribuida a su clasificación; y quienes lo clasificaron como “de poca importancia” indican un desagrado general de las energías limpias como la razón más común para su clasificación.
- Los clientes en Portland son significativamente más propensos a clasificar un proyecto como “de alta importancia” que el promedio de todas las regiones.

Importancia del proyecto



■ Poca importancia ■ Mediana importancia ■ Alta importancia

Razones principales de clasificación					
Poca importancia (n=965)		Mediana importancia (n=1,038)		Alta importancia (n=912)	
Desagrado/No confía en las energías limpias	15%	Necesita más información	15%	Buena idea – Necesario/ importante	23%
Muy caro/Costo	14%	Buena idea - Necesario/ importante	13%	Fuente de energía localizada (comunitaria)	16%
La ubicación no es importante	10%	Fuente de energía localizada (comunitaria)	7%	Energías limpias	8%
Pérdida de terreno/ambiente natural	8%	Muy caro/Costo	6%	Reduce los precios/ Energía económica	7%
Dependiente del clima/sol	7%	Dependiente del clima/sol	6%	Energía confiable/ Menos apagones	7%

Importancia del centro de resiliencia comunitario

Definición de centro de resiliencia comunitario

Para fines de esta encuesta, un centro de resiliencia comunitario es un lugar público equipado con su propia fuente de energía renovable, designado para servir como un centro de recursos en caso de una emergencia. Por ejemplo, este centro podría proveer refugio y/o acceso a calefacción o refrigeración, internet, u otros servicios durante un incendio forestal u otras emergencias, usando energías limpias de paneles solares y baterías de almacenamiento.

Nota: Esta pregunta usa un constructo de servidor de “disposición para pagar” como otra forma de evaluar inicialmente la importancia de la resiliencia comunitaria. Esta pregunta no tiene intención de establecer un valor en dólares específico de un centro de resiliencia comunitario.

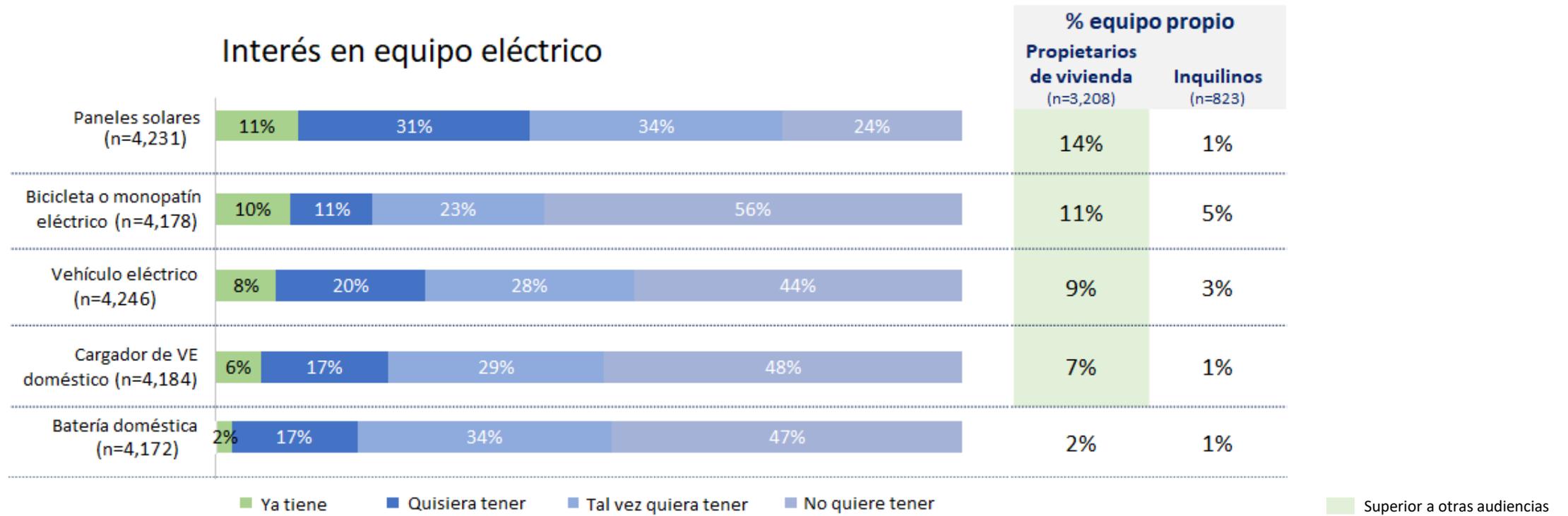
% que lo clasifica como “alta importancia”	Total (n=4,299)	Centro de Oregon (n=587)	Hood River (n=59)	Costa norte (n=169)	Noreste de Oregon (n=162)	Portland (n=691)	Sur de Oregon (n=1,128)	Norte del Valle de Willamette (n=1,021)	Sur del valle de Willamette (n=482)
	46%	46%	42%	46%	39%	51%	47%	44%	46%
Disposición para pagar	Total (n=4,299)	Centro de Oregon (n=587)	Hood River (n=59)	Costa norte (n=169)	Noreste de Oregon (n=162)	Portland (n=691)	Sur de Oregon (n=1,128)	Norte del Valle de Willamette (n=1,021)	Sur del valle de Willamette (n=482)
Ninguna cantidad extra	33%	31%	32%	27%	41%	19%	41%	34%	37%
Hasta \$3 al mes	17%	17%	15%	14%	20%	19%	16%	17%	17%
Hasta \$5 al mes	18%	21%	20%	16%	15%	22%	15%	19%	18%
Hasta \$10 al mes	17%	15%	12%	18%	10%	24%	17%	16%	17%
Hasta \$15 al mes	10%	11%	12%	15%	9%	10%	9%	9%	7%
Más de \$15 al mes	5%	4%	8%	9%	5%	7%	3%	5%	4%

Eficiencia, equidad y resiliencia eléctrica



Interés en equipo eléctrico

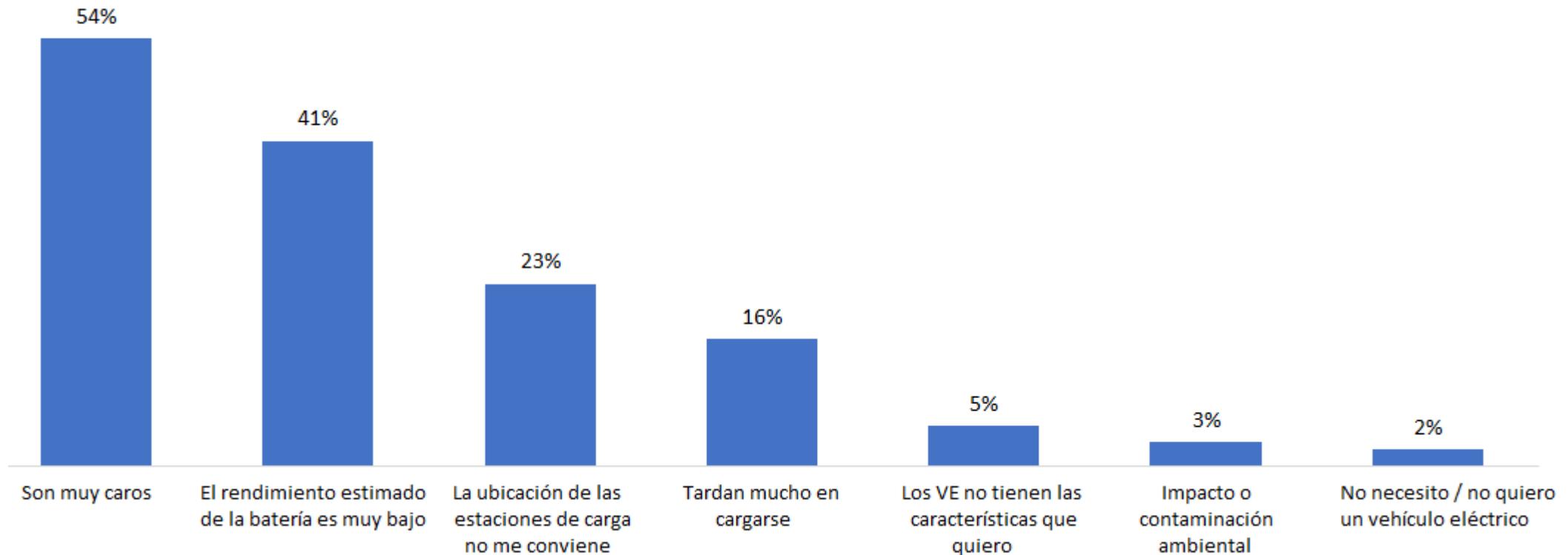
- La electricidad es la fuente de combustible más común (48%) que usan los clientes para calentar su hogar, seguida de cerca por el gas natural (40%).
- Es más común que los clientes ya tengan o quieran tener paneles de energía solar (42%), y en segundo lugar, un vehículo eléctrico (28%).
- Los clientes de 18 a 34 años de edad tienen una probabilidad significativamente más alta que las personas de otros grupos de edad de querer tener una bicicleta o monopatín eléctrico o paneles de energía solar en su casa.
- Es mucho más probable que los propietarios de viviendas tengan paneles de energía solar, una bicicleta o monopatín eléctrico, un vehículo eléctrico o un cargador de vehículos eléctricos que quienes residen en viviendas de alquiler.



Obstáculos de los vehículos eléctricos

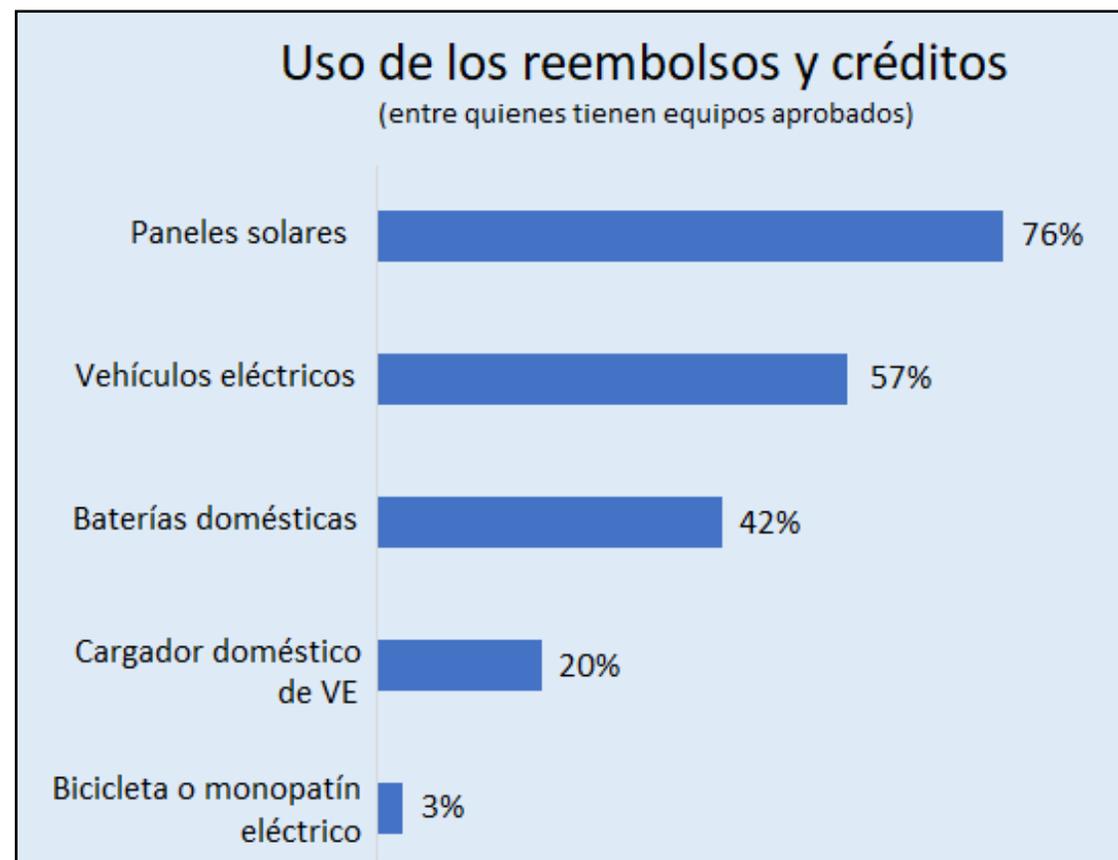
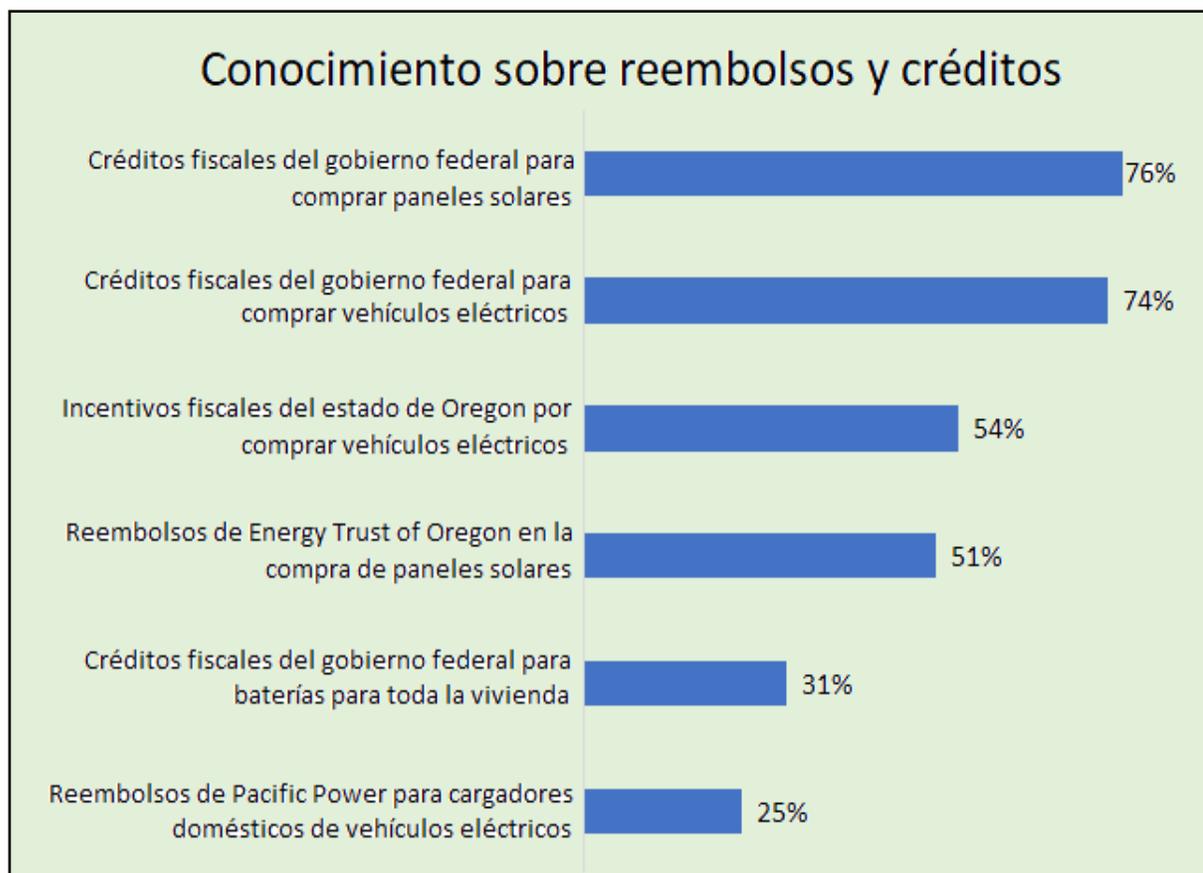
- Para quienes respondieron que “tal vez quiera tener” o “no quiero tener” un vehículo eléctrico, el gasto que implicaría comprarlo es el principal obstáculo (54%), seguido de la percepción de que el rendimiento de la batería es muy bajo (41%).
- Los clientes de 18 a 34 años de edad tienen una probabilidad significativamente más alta que las personas de otros grupos de edad de indicar que el costo de un vehículo eléctrico es su principal obstáculo, mientras que los clientes de 65 años de edad o más suelen ser quienes más señalan un rendimiento bajo de la batería como el mayor impedimento.

Desafíos de tener un vehículo eléctrico



Reembolsos y créditos por energía solar/almacenamiento/VE

- Los clientes están más familiarizados con los créditos fiscales federales para paneles solares y para vehículos eléctricos.
- Entre los clientes que poseen equipo de energía eficiente, los paneles solares son el equipo por el que fue más común recibir un reembolso.
- Los clientes de Portland tienen una probabilidad significativamente más alta que el promedio de todas las regiones, de estar informados sobre los créditos fiscales federales y de los incentivos fiscales de Oregon para vehículos eléctricos.



Reembolsos y créditos por eficiencia energética

- Los clientes del Centro de Oregon tienen una probabilidad significativamente más alta de estar informados de los reembolsos de Energy Trust de Oregon por equipo de uso eficiente de la energía para Pacific Power por equipos (47%), mientras que los clientes de Portland tienen una probabilidad más alta de usar los reembolsos para comprar equipo de uso eficiente de la energía para su hogar (25%).
- El 71% de los clientes de 18-34 años de edad desconocen los programas de reembolso que Energy Trust de Oregon ofrece a los clientes de Pacific Power. De los clientes mayores a 65 años, el 55% no está enterado de estos programas.
- Los incentivos fiscales federales para las mejoras de eficiencia energética en el hogar son más comúnmente conocidos en el Centro de Oregon y en la Costa norte.
- Los clientes que ganan menos de 40,000 dólares al año tienen menos probabilidad de saber sobre el incentivo fiscal federal (37% contra 54%) o de aprovechar uno (9% contra 69%).

Informado del descuento de ETO	Total (n=4,318)	Propietarios (n=3,315)	Inquilinos (n=852)
Sí	42%	46%	28%

Uso del descuento de ETO	Total (n=4,282)	Propietarios (n=3,291)	Inquilinos (n=841)
Sí	22%	26%	3%

Informado del incentivo fiscal	Total (n=4,293)	Propietarios (n=3,295)	Inquilinos (n=823)
Sí	52%	56%	36%

Crédito del impuesto recibido	Total (n=4,232)	Propietarios (n=3,252)	Inquilinos (n=834)
Sí	19%	23%	3%

QD1 ¿Sabía que Energy Trust de Oregon ofrece reembolsos por la compra de equipo de eficiencia energética para clientes de Pacific Power? (n=4,318)

QD2 ¿Alguna vez ha usado un reembolso de Energy Trust de Oregon para comprar equipo de eficiencia energética o hacer mejoras en su hogar? (n=4,282)

QD3 ¿Sabía que el gobierno federal ofrece incentivos fiscales para algunas mejoras en la eficiencia energética del hogar, como bombas de calor, calentadores de agua de bomba de calor y aislamiento? (n=4,293)

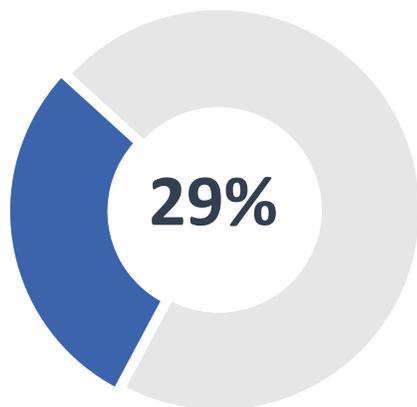
QD4 ¿Alguna vez ha recibido un crédito fiscal federal para mejoras de eficiencia energética en su hogar? (n=4,232)

■ Superior a otras audiencias

Inquietudes y retos ante un apagón prolongado

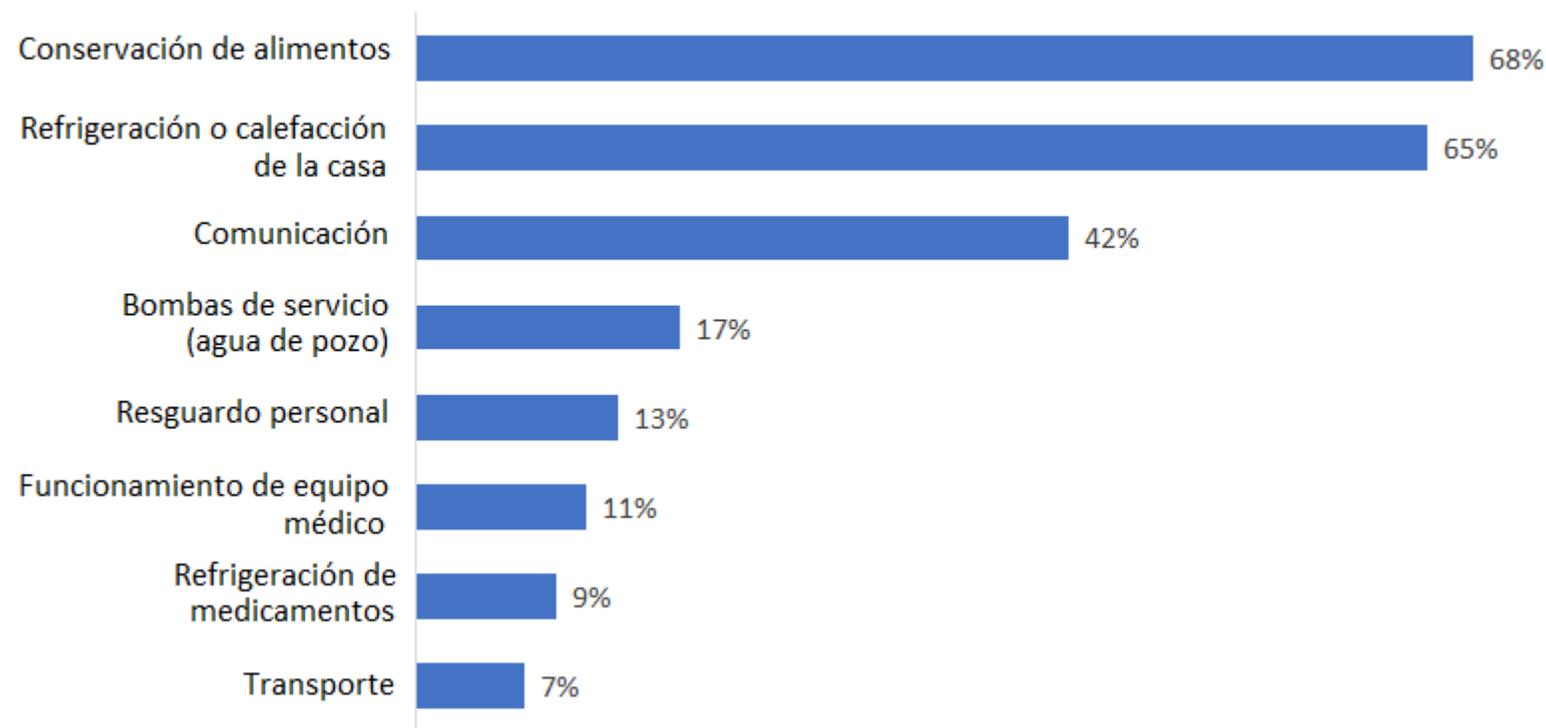
- El 29% de los clientes indican que poseen un generador; los propietarios de su vivienda tienen una probabilidad significativamente más alta que los inquilinos de poseer un generador (34% contra 11%, respectivamente).
- En caso de un apagón prolongado, la conservación de los alimentos es la preocupación principal de los encuestados (68%), seguido por la refrigeración o calefacción de su hogar (65%).

Generador propio



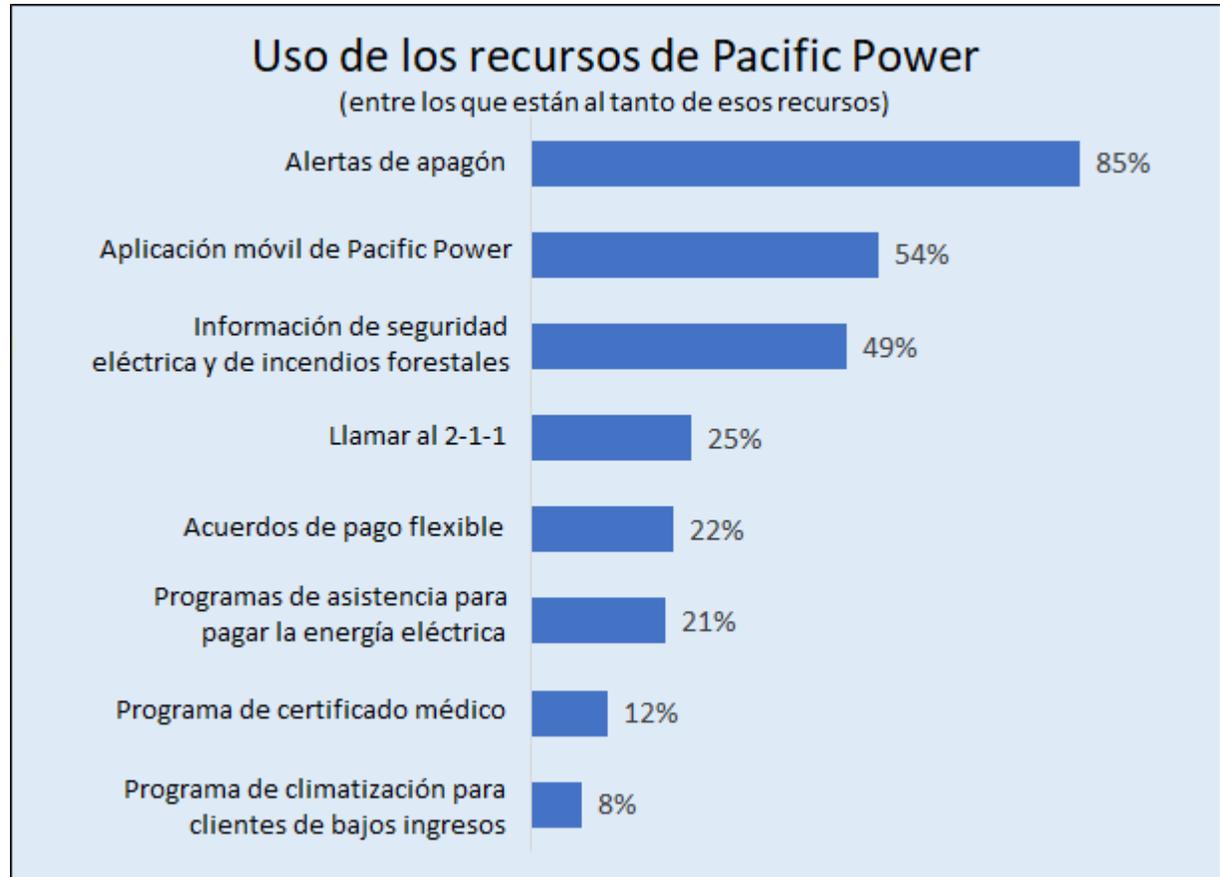
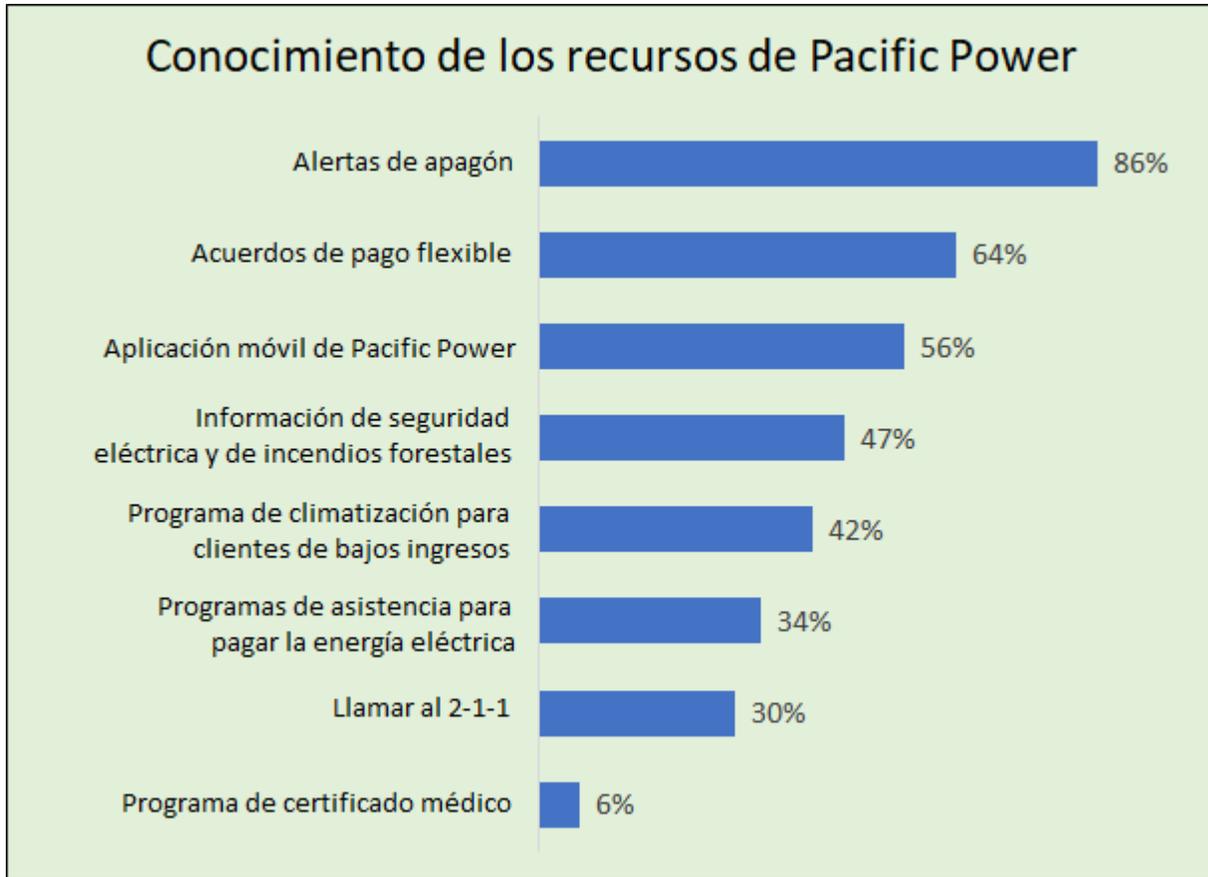
(n=4,321)

Inquietudes y retos ante un apagón prolongado



Conocimiento y uso de los recursos

- Los clientes conocen los recursos de las alertas de apagones y de los acuerdos para el pago flexible.
- De los que están enterados, 8 de cada 10 clientes han usado el recurso de la alerta de apagón, mientras que solo la mitad ha usado la aplicación de Pacific Power.



Necesidades esenciales de electricidad

- En el noreste (33%) y sur (39%) de Oregon es mucho más probable que los clientes usen una bomba eléctrica para obtener agua potable.
- Uno de cada 6 (18%) de los hogares necesitan refrigerar medicamentos y el 19% requiere electricidad para equipo médico como un CPAP o una máquina de hemodiálisis.
 - Los clientes que ganan más de 60,000 dólares al año tienen más probabilidad de necesitar refrigerar medicamentos. (85% contra 77% < \$60,000).

Bomba de agua para agua potable	Total (n=4,318)	Centro de Oregon (n=590)	Hood River (n=60)	Costa norte (n=170)	Noreste de Oregon (n=165)	Portland (n=692)	Sur de Oregon (n=1,129)	Norte del valle de Willamette (n=1,026)	Sur del valle de Willamette (n=486)
Sí	23%	15%	10%	9%	33%	5%	39%	24%	21%
Refrigeración de medicamentos	Total (n=4,316)	Centro de Oregon (n=589)	Hood River (n=60)	Costa norte (n=169)	Noreste de Oregon (n=164)	Portland (n=693)	Sur de Oregon (n=1,130)	Norte del valle de Willamette (n=1,025)	Sur del valle de Willamette (n=486)
Sí	18%	16%	7%	20%	23%	12%	19%	19%	21%
Equipo médico	Total (n=4,294)	Centro de Oregon (n=588)	Hood River (n=59)	Costa norte (n=169)	Noreste de Oregon (n=164)	Portland (n=687)	Sur de Oregon (n=1,121)	Norte del valle de Willamette (n=1,019)	Sur del valle de Willamette (n=487)
Cargador de silla de ruedas eléctrica	2%	2%	2%	--	2%	1%	2%	2%	2%
Equipo médico	19%	19%	7%	18%	23%	11%	22%	20%	20%
Otros equipos	2%	2%	3%	1%	--	1%	4%	2%	3%
Ninguno de estos	79%	80%	88%	81%	77%	88%	75%	77%	77%

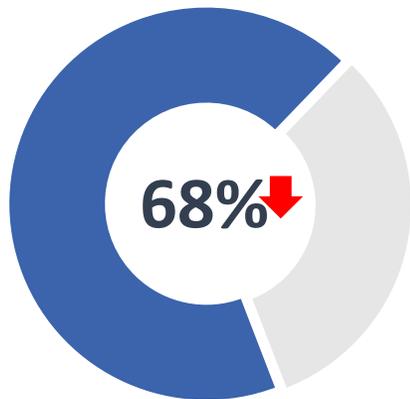
Comunicaciones de Pacific Power



Conocimiento de la información

- Dos tercios de los clientes han visto o escuchado información de Pacific Power en el año pasado. Bajó del 71% en 2022.
- El correo electrónico sigue siendo el canal de comunicación más recordado y lo mencionaron más de dos tercios de los clientes encuestados. Los clientes de 18-54 años de edad tienen una probabilidad más alta de recordar mensajes de correo electrónico que los clientes de mayor edad.
- La recepción de mensajes de texto fue considerablemente más recordada en comparación con 2022 (40% contra 19%)

Recuerdan haber recibido información



2022 (n=4,627) 71%

Canales de comunicación

(entre quienes recuerdan haber recibido información)

% de 2022

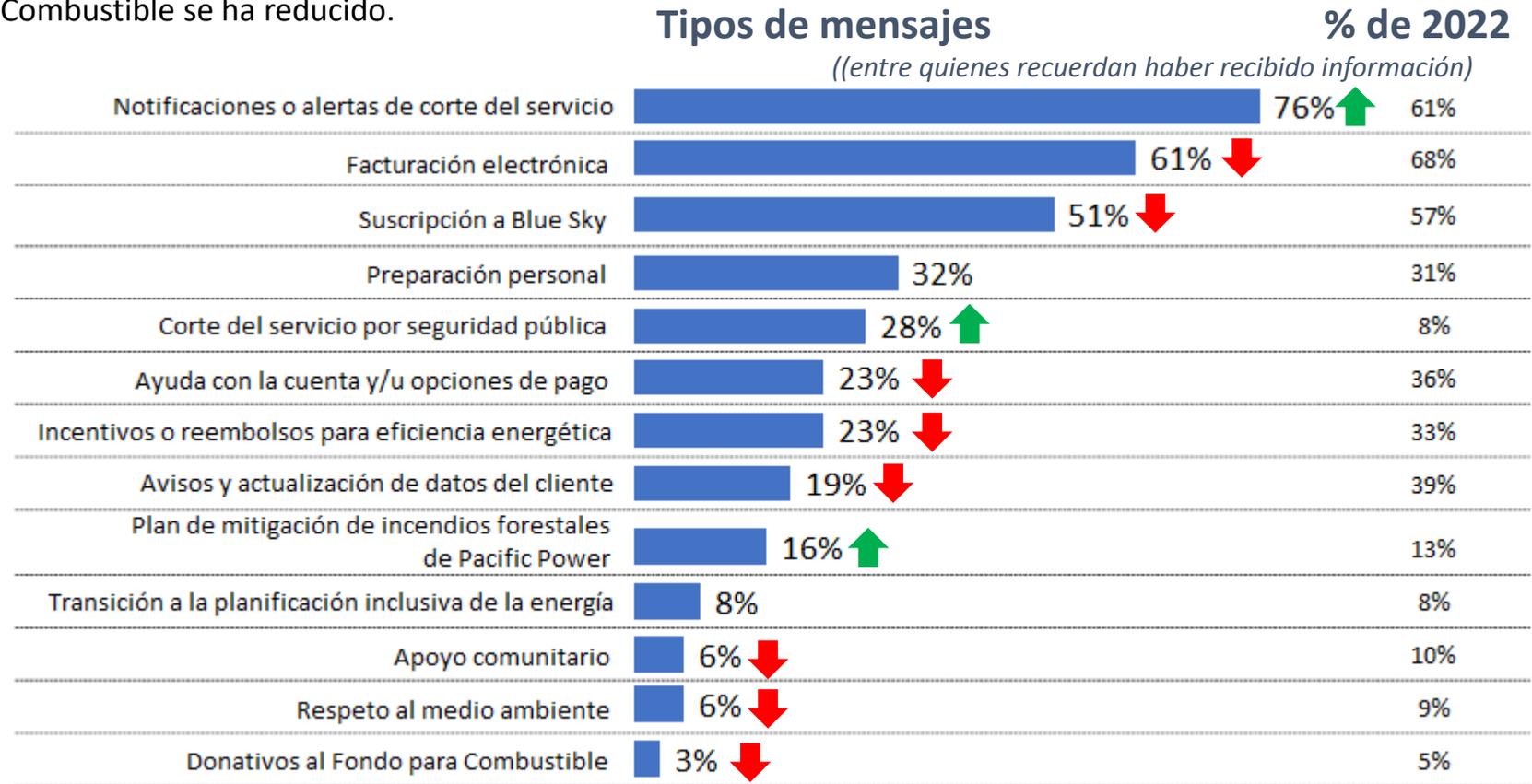
Canal de comunicación	% Actual	% de 2022
Correo electrónico	68%	66%
Mensaje de texto	40% ↑	19%
Mensaje en la factura*	38% ↑	33%
Sitio web de Pacific Power	28% ↓	31%
Boletín o volante en la factura	21% ↓	24%
Correo postal directo	20% ↓	24%
Llamada telefónica	15% ↑	11%
Noticias por TV	10% ↑	6%
Comentarios de familiares, amigos o compañeros de trabajo	5% ↑	3%
Facebook *	4%	5%
Sitio web distinto al de Pacific Power	4%	5%
Radio	4% ↑	2%
Revistas o periódicos *	3% ↓	5%
Organización o centro comunitario local	1% ↓	2%



- 3 de cada 4 (76%) mensajes son sobre notificaciones o alertas de apagones. Otros mensajes comunes incluyen la facturación digital (61%) y suscripción a Blue Sky (51%).
- Las notificaciones de apagones, cortes de energía por seguridad pública y del Plan de Mitigación de Incendios Forestales de Pacific Power son más recordadas que en 2022.
- En comparación con los resultados de 2022, la mención de la facturación digital, suscripción a Blue Sky, ayuda con la cuenta u opciones de pago, incentivos o descuentos por eficiencia energética, notificaciones sobre la actualización de la información del cliente, apoyo comunitario, respeto ambiental y la donación al Fondo para Combustible se ha reducido.

Idioma de los mensajes	Total (n=2,920)	Hablantes del inglés (n=2,607)	Hablantes del español (n=125)
Inglés	100%	100%	97%
Español	8%	7%	22%

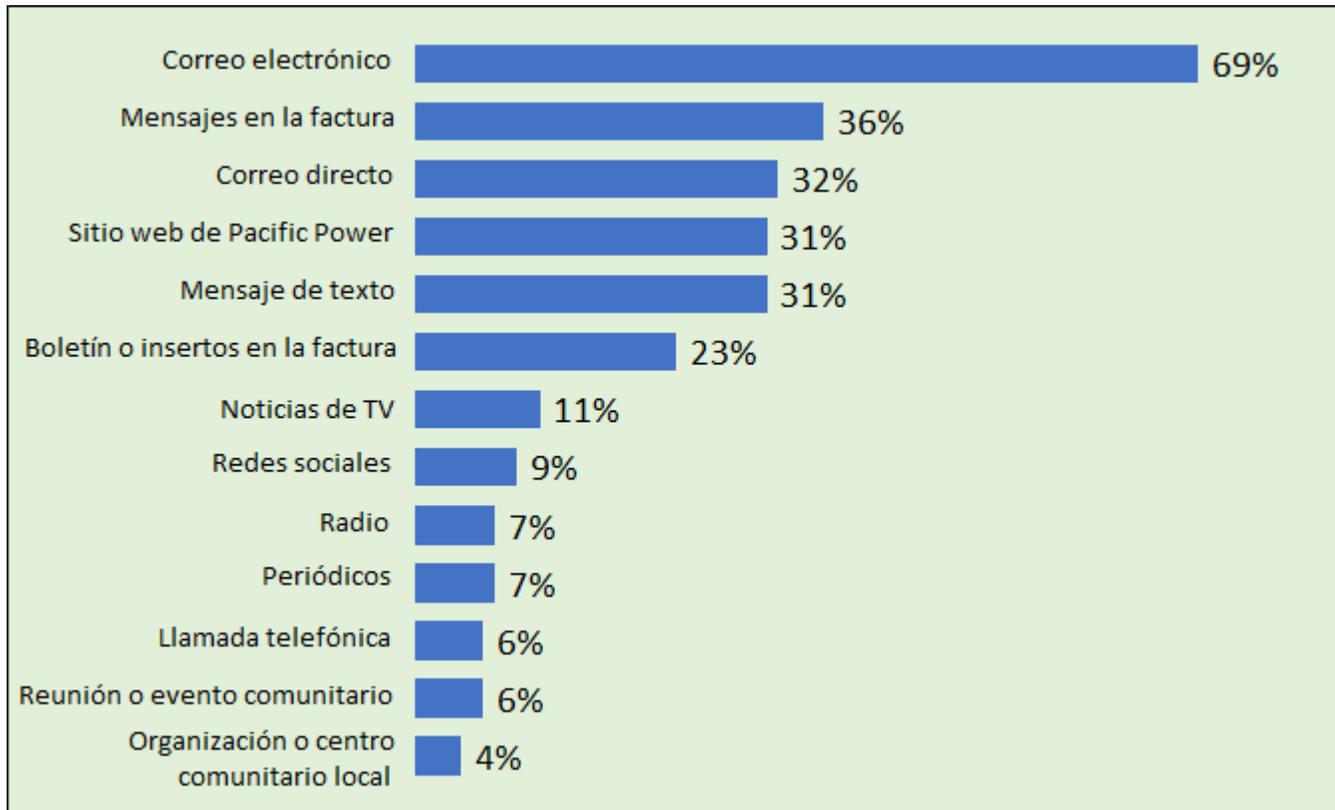
■ Superior a otras audiencias



Preferencias de comunicación

- Mas de 6 de cada 10 (69%) clientes prefieren recibir información de Pacific Power por correo electrónico.
- Los mensajes adjuntos a la factura (36%), los mensajes directos por correo postal (32%), el sitio web de Pacific Power (31%) y los mensajes de texto (31%) son las opciones preferidas siguientes.
- Sólo el 4% de los encuestados consideran útil recibir mensajes en un idioma adicional al inglés, y entre quienes preferirían recibir información en otro idioma, el idioma favorito es el español.

Preferencias de comunicación



Preferencia de comunicación en otro idioma	Total (n=4,329)
Sí	4%
<hr/>	
Lenguaje preferido (si contesta: "Sí")	Total (n=163)
Español	42%
Mandarín, cantonés, o similar	4%
Otro	10%

Satisfacción con la vinculación y la participación

- Los clientes están más satisfechos con la vinculación y la participación en las formas de gestión del uso de su energía para ahorrar energía y dinero de Pacific Power (33%).



* Indica que la declaración fue ligeramente modificada para la fase actual.

** La escala fue de 0-10 en 2022.

A woman with dark curly hair, wearing a purple short-sleeved top and a black belt, is smiling as she hangs a glass bell-shaped light fixture with a white globe inside. She is in a kitchen with wooden cabinets and a stainless steel refrigerator. In the foreground, a bouquet of yellow and pink flowers sits on a countertop. The text "Satisfacción de la Compañía" is overlaid on the left side of the image.

Satisfacción de la Compañía

Beneficios y preocupaciones de los CEB

- Las respuestas indicaron que los beneficios más importantes para un futuro con energía más limpia son reducir el pago de la energía eléctrica, prepararse para enfrentar desastres naturales y mejorar la calidad del aire.
 - La importancia percibida varía ampliamente por región
- Los costos y los posibles aumentos de tarifas son las principales preocupaciones con respecto a la transición a energías más limpias, mientras que la dependencia de las fuentes renovables y el posible impacto ambiental también causan una preocupación alta.

Generación, equipo y uso

- Tres de cada diez (29%) clientes clasifican un proyecto de energía renovable comunitaria como “de alta importancia”, con el mayor apoyo en el área de Portland.
- Casi la mitad (46%) de los clientes clasifican un centro de resiliencia comunitario* como “de alta importancia” y dos tercios indicaron una disposición para pagar alguna cantidad extra al mes para conseguirlo.
- La conservación de los alimentos y la calefacción/refrigeración de sus hogares son las principales preocupaciones en caso de un apagón prolongado; la preocupación por la conservación de los alimentos es más prevalente entre los clientes menores de 35 años y entre los que ganan menos de 40 mil USD al año.
- Los paneles solares son el equipo eléctrico que más clientes tienen y el que genera más interés. El interés en los vehículos eléctricos es moderado, pero más de la mitad mencionan el costo como un obstáculo y el 41% mencionaron preocupación por el rendimiento de la batería.

Conocimiento de programas de reembolso e incentivos fiscales

- En general, cuatro de cada 10 (42%) señalaron estar informados de los descuentos de ETO. El conocimiento y uso de los descuentos de ETO aparece altamente consistente en todo el estado.
- La mitad (52%) de los encuestados indicaron saber de los incentivos fiscales federales para mejorar la eficiencia energética en el hogar; estos conocimientos aparecen altamente consistentes en todo el estado.

Comunicaciones Dos tercios (68%) de los encuestados recuerdan haber recibido información de Pacific Power el año pasado, un poco menos que el 71% de 2022.

- El correo electrónico sigue siendo el medio de comunicación preferido para recibir información de Pacific Power.
- Los clientes de 18 a 34 años de edad prefieren el correo electrónico para pedir información en mayor proporción que los clientes de más edad.
- Casi todos recuerdan haber visto información en inglés y el 8% recuerda haberla visto también en español.
- Los mensajes más recordados están relacionados con notificaciones o alertas de apagones o cortes de servicio, recibos electrónicos y suscripciones a Blue Sky.
 - El conocimiento de los mensajes de las notificaciones o alertas de apagones, los cortes de energía por seguridad pública y del Plan de mitigación de incendios forestales de Pacific Power aumentó en comparación con 2022.
 - La cantidad de encuestados que recuerdan haber recibido información por medio de mensajes de texto, facturas de servicios públicos, llamadas telefónicas, noticieros, de boca a boca y por radio aumentó con respecto a 2022.

Novedades sobre las entrevistas detalladas





Apéndice: Perfiles de la audiencia

Perfiles residenciales

Genero	Total (n=4,305)	Centro de Oregon (n=585)	Hood River (n=60)	Costa norte (n=170)	Noreste de Oregon (n=163)	Portland (n=692)	Sur de Oregon (n=1,126)	Norte del valle de Willamette (n=1,024)	Sur del valle de Willamette (n=485)
Mujer	53%	51%	57%	49%	53%	53%	52%	53%	55%
Hombre	41%	45%	37%	48%	40%	40%	42%	40%	39%
Edad	Total (n=4,313)	Centro de Oregon (n=589)	Hood River (n=60)	Costa norte (n=169)	Noreste de Oregon (n=165)	Portland (n=692)	Sur de Oregon (n=1,131)	Norte del valle de Willamette (n=1,020)	Sur del valle de Willamette (n=487)
18 a 24	1%	<1%	2%	--	1%	1%	1%	2%	1%
25 a 34	8%	7%	5%	4%	7%	13%	7%	9%	6%
35 a 44	15%	15%	12%	13%	13%	22%	11%	15%	13%
45 a 54	14%	12%	20%	14%	11%	18%	14%	15%	11%
55 a 64	18%	17%	18%	11%	20%	15%	18%	18%	21%
65 o más	41%	46%	38%	57%	45%	28%	44%	38%	44%
Comunidad LGBTQ+	Total (n=4,285)	Centro de Oregon (n=583)	Hood River (n=60)	Costa norte (n=168)	Noreste de Oregon (n=164)	Portland (n=690)	Sur de Oregon (n=1,121)	Norte del valle de Willamette (n=1,019)	Sur del valle de Willamette (n=480)
Si	7%	4%	3%	5%	4%	20%	5%	7%	3%
No	84%	89%	85%	86%	88%	74%	86%	85%	88%

Perfiles residenciales

Educación	Total (n=4,314)	Centro de Oregon			Noreste de Oregon			Norte del valle de Willamette		Sur del valle de Willamette
		(n=586)	Hood River (n=60)	Costa norte (n=170)	(n=164)	Portland (n=692)	Sur de Oregon (n=1,131)	(n=1,024)	(n=487)	
Educación básica	<1%	<1%	--	--	1%	<1%	<1%	<1%	<1%	<1%
Bachillerato (High School) sin terminar	1%	1%	2%	--	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Bachillerato (High School)	7%	6%	7%	6%	10%	5%	8%	6%	10%	
Estudios universitarios no terminados	29%	25%	20%	25%	37%	15%	33%	32%	38%	
Graduado universitario	33%	35%	30%	39%	28%	39%	31%	33%	29%	

Ingresos	Total (n=4,300)	Centro de Oregon			Noreste de Oregon			Norte del valle de Willamette		Sur del valle de Willamette
		(n=588)	Hood River (n=59)	Costa norte (n=168)	(n=165)	Portland (n=690)	Sur de Oregon (n=1,125)	(n=1,019)	(n=486)	
Menos de \$40,000	20%	14%	12%	18%	20%	16%	23%	20%	24%	
\$40,000 a \$60,000	12%	9%	12%	8%	14%	8%	14%	15%	13%	
\$60,000 a \$100,000	21%	23%	24%	18%	26%	21%	20%	21%	22%	
Más de \$100,000	27%	32%	36%	31%	22%	41%	20%	26%	18%	

Perfiles residenciales

Propietario/Inquilino	Total (n=4,302)	Centro de Oregon (n=588)	Hood River (n=59)	Costa norte (n=170)	Noreste de Oregon (n=164)	Portland (n=691)	Sur de Oregon (n=1,124)	Norte del valle de Willamette (n=1,022)	Sur del valle de Willamette (n=484)
Propietario	77%	83%	75%	81%	79%	69%	80%	74%	80%
Inquilino	20%	15%	19%	18%	18%	29%	16%	23%	17%
Tipo de residencia	Total (n=4311)	Centro de Oregon (n=588)	Hood River (n=59)	Costa norte (n=169)	Noreste de Oregon (n=165)	Portland (n=692)	Sur de Oregon (n=1,129)	Norte del valle de Willamette (n=1,022)	Sur del valle de Willamette (n=487)
Familia única	70%	76%	76%	72%	73%	65%	71%	69%	67%
Móvil o prefabricada	10%	8%	5%	7%	13%	<1%	13%	10%	19%
Multifamiliar	9%	8%	7%	10%	6%	17%	7%	9%	5%
Otro arreglo de vivienda	7%	6%	10%	8%	6%	13%	5%	8%	5%
Vivienda no permanente	<1%	<1%	--	--	--	1%	<1%	<1%	--
Bote, casa rodante	<1%	1%	--	1%	--	<1%	<1%	<1%	1%

Perfiles residenciales

Raza: Cabeza #1 de la familia	Total (n=4,257)	Centro de Oregon	Hood River	Costa norte	Noreste de Oregon	Portland	Sur de Oregon	Norte del valle de Willamette	Sur del valle de Willamette
		(n=580)	(n=58)	(n=167)	(n=164)	(n=687)	(n=1,110)	(n=1,008)	(n=483)
Blanco	83%	85%	81%	82%	81%	83%	82%	84%	83%
Indígena americano o nativo de Alaska	3%	3%	5%	1%	7%	2%	3%	4%	3%
Asiático	2%	2%	2%	2%	--	4%	2%	2%	1%
Negro o afroamericano	2%	1%	--	1%	--	5%	1%	1%	1%
Nativo de Hawái u otras islas del pacifico	1%	<1%	--	--	1%	<1%	1%	1%	1%
Otra	3%	2%	5%	3%	2%	3%	4%	2%	3%

Raza: Cabeza #2 de la familia	Total (n=1,406)	Centro de Oregon	Hood River	Costa norte	Noreste de Oregon	Portland	Sur de Oregon	Norte del valle de Willamette	Sur del valle de Willamette
		(n=216)	(n=21)	(n=59)	(n=54)	(n=228)	(n=355)	(n=345)	(n=128)
Blanco	83%	86%	81%	85%	87%	82%	80%	83%	82%
Indígena americano o nativo de Alaska	2%	3%	--	--	2%	1%	3%	2%	1%
Asiático	3%	2%	5%	2%	--	6%	2%	2%	2%
Negro o afroamericano	1%	1%	--	2%	--	1%	1%	2%	--
Nativo de Hawái u otras islas del pacifico	1%	<1%	--	2%	--	1%	1%	1%	--
Otra	3%	10%	10%	10%	11%	7%	14%	10%	10%

*CF2 solo se aplica a familias donde hay varios responsables del hogar

Perfiles residenciales

Hispano: Cabeza #1 de la familia	Total (n=4,165)	Centro de Oregon	Hood River	Costa norte	Noreste de Oregon	Portland	Sur de Oregon	Norte del valle de Willamette	Sur del valle de Willamette
		(n=567)	(n=55)	(n=165)	(n=159)	(n=671)	(n=1,078)	(n=1,000)	(n=470)
Mexicano, méxico-americano o chicano	3%	3%	5%	3%	2%	4%	4%	2%	3%
Puertorriqueño	<1%	--	2%	--	--	1%	<1%	<1%	<1%
Cubano	<1%	<1%	--	--	--	--	<1%	--	--
Otro	1%	1%	--	1%	1%	2%	2%	1%	2%

Hispano: Cabeza #2 de la familia	Total (n=1,316)	Centro de Oregon	Hood River	Costa norte	Noreste de Oregon	Portland	Sur de Oregon	Norte del valle de Willamette	Sur del valle de Willamette
		(n=200)	(n=21)	(n=56)	(n=52)	(n=219)	(n=323)	(n=326)	(n=119)
Mexicano, méxico-americano o chicano	2%	2%	--	--	2%	3%	2%	3%	2%
Puertorriqueño	<1%	--	--	--	--	1%	1%	<1%	--
Otro	1%	1%	--	--	--	2%	1%	<1%	3%

*CF2 solo se aplica a familias donde hay varios responsables del hogar

Perfiles residenciales

Desglose de las edades de los miembros de la familia (% con al menos un miembro que sea cabeza de la familia)									
	Total (n=4,329)	Centro de Oregon (n=591)	Hood River (n=60)	Costa norte (n=170)	Noreste de Oregon (n=165)	Portland (n=695)	Sur de Oregon (n=1,133)	Norte del valle de Willamette (n=1,028)	Sur del valle de Willamette (n=487)
5 años o menos	8%	8%	10%	8%	5%	7%	9%	9%	7%
6-17 años	15%	13%	23%	13%	15%	15%	16%	14%	17%
18-24 años	8%	6%	12%	3%	5%	7%	8%	11%	6%
25-34 años	14%	11%	3%	6%	12%	17%	13%	16%	11%
35-44 años	18%	16%	13%	16%	15%	27%	16%	18%	17%
45-54 años	17%	16%	22%	17%	14%	22%	17%	18%	13%
55-64 años	21%	21%	27%	15%	24%	18%	23%	20%	25%
65 años o más	43%	46%	42%	57%	47%	30%	46%	40%	48%

Perfiles residenciales

Empleo (% con al menos un miembro que sea cabeza de la familia)	Perfiles residenciales								
	Total (n=4,329)	Centro de Oregon (n=591)	Hood River (n=60)	Costa norte (n=170)	Noreste de Oregon (n=165)	Portland (n=695)	Sur de Oregon (n=1,133)	Norte del valle de Willamette (n=1,028)	Sur del valle de Willamette (n=487)
Empleado de tiempo completo	44%	41%	43%	33%	41%	60%	38%	48%	37%
Empleado de medio tiempo	12%	13%	15%	11%	10%	14%	12%	11%	11%
Estudiante de tiempo completo	4%	3%	12%	2%	2%	4%	4%	7%	2%
Desempleado	5%	3%	7%	4%	2%	7%	6%	5%	5%
Retirado	43%	47%	37%	54%	48%	29%	47%	41%	48%
Ama de casa	6%	5%	3%	7%	4%	4%	6%	8%	7%
Otro	4%	3%	2%	2%	5%	3%	5%	5%	4%

Perfiles residenciales

Identificadores del hogar	Total (n=4,227)	Centro de Oregon (n=578)	Hood River (n=55)	Costa norte (n=165)	Noreste de Oregon (n=163)	Portland (n=677)	Sur de Oregon (n=1,109)	Norte del valle de Willamette (n=1,002)	Sur del valle de Willamette (n=478)
Vive con una discapacidad	19%	13%	9%	19%	12%	14%	23%	20%	23%
Discapacidad auditiva	13%	13%	22%	15%	12%	7%	16%	14%	16%
Padre soltero	6%	5%	11%	4%	4%	8%	7%	6%	6%
Nacido fuera de EE.UU.	6%	5%	20%	5%	1%	9%	6%	6%	3%
Dueño de negocios MWBE	4%	4%	7%	5%	6%	6%	2%	3%	2%
Vive con personas sin relación familiar	4%	3%	2%	1%	1%	7%	3%	3%	3%
Granjero o agricultor	3%	2%	9%	1%	9%	1%	3%	3%	3%
Ninguno de ellos	52%	58%	29%	56%	56%	56%	45%	53%	50%

Preferencias de idioma

Idiomas que se hablan en casa	Total (n=4,308)	Centro de	Hood	Costa	Noreste de	Portland (n=692)	Norte del valle		Sur del valle
		Oregon (n=588)	River (n=59)	norte (n=169)	Oregon (n=164)		Sur de Oregon (n=1,127)	de Willamette (n=1,023)	de Willamette (n=486)
Inglés	97%	97%	95%	98%	98%	97%	97%	97%	98%
Español	5%	6%	10%	8%	2%	8%	5%	4%	2%
Alemán	1%	2%	3%	2%	1%	2%	2%	1%	<1%
Francés	1%	2%	--	4%	1%	2%	2%	1%	<1%
Japonés	1%	<1%	--	--	--	1%	1%	<1%	<1%
Ruso	<1%	<1%	2%	--	1%	<1%	1%	<1%	--
Mandarín, cantonés o similar	<1%	<1%	2%	1%	1%	<1%	1%	<1%	--
Tagalo	<1%	--	--	1%	1%	<1%	<1%	<1%	<1%
Coreano	<1%	--	--	1%	--	<1%	<1%	<1%	--
Swahili o similar	<1%	<1%	--	--	--	<1%	<1%	<1%	--
Hindi, bengalí o similar	<1%	--	--	--	--	<1%	<1%	<1%	--
Vietnamita	<1%	--	--	--	--	<1%	<1%	<1%	--
Somalí	<1%	--	--	--	--	<1%	<1%	--	--
Isleño del Pacífico	<1%	--	--	--	--	<1%	<1%	<1%	<1%
Lengua tribal	<1%	<1%	--	--	1%	<1%	1%	<1%	--
Otro	2%	1%	5%	1%	2%	2%	2%	2%	1%

Necesidades idiomáticas

Comunicación en otro idioma	Total (n=4,329)
Sí	4%
No	96%
Idioma preferido	Total (n=163)
Español	42%
Mandarín, cantonés o similar	4%
Otro	10%

*tamaño de muestra demasiado pequeño para reportar

Comparación de audiencia de 2023 y 2022

Genero	2023 (n=4,305)	2022 (n=4,507)
Femenino	53%	54%
Masculino	41%	42%

Edad	2023 (n=4,305)	2022 (n=4,523)
18 a 24	1%	1%
25 a 34	8%	9%
35 a 44	15%	15%
45 a 54	14%	14%
55 a 64	18%	19%
65 o más	41%	39%

Ingresos	2023 (n=4,300)	2022 (n=4,513)
Menos de \$40,000	20%	23%
\$40,000 a \$60,000	12%	14%
\$60,000 a \$100,000	21%	22%
Más de \$100,000	27%	24%

LGBTQ+	2023 (n=4,285)	2022 (n=4,365)
Miembro de la comunidad	7%	7%

Propiedad de la vivienda	2023 (n=4,302)	2022 (n=4,522)
Propietario	77%	76%
Inquilino	20%	21%

Comunicación en otro idioma	2023 (n=4,329)	2022 (n=4,627)
Si	4%	1%
No	96%	99%

Idioma preferido	2023 (n=163)	2022 (n=40)
Español	42%	68%
Otro	15%	30%

Receso

Recursos renovables a pequeña escala

Recordatorio: ¿Que son los recursos renovables a pequeña escala?



Techo
.005 MW



Recursos renovables
comunitarios
0.005 - 3 MW



Recursos renovables a
pequeña escala
3 - 20 MW



Recursos renovables a
escala de servicios
públicos
20+ MW

SDP para recursos renovables a pequeña escala

Próximos talleres para ofertantes (propuestos):

Taller para ofertantes antes de la emisión	24 de enero de 2024
Taller para ofertantes	27 de junio de 2024
Taller para ofertantes	Día pendiente (septiembre 2024)



Agenda de los talleres para ofertantes antes de la emisión

Tipos de propósitos/recursos

Requisitos de elegibilidad

Consideraciones del contrato

Requisitos de interconexión y transmisión

Programa de SDP propuesto

Metodología de evaluación y selección

Rol del Evaluador Independiente (EI)

Siguientes pasos, preguntas y comentarios

Fechas clave (propuestas):

Taller de ofertantes antes de la emisión	24 de enero de 2024
SDP emitida al mercado y publicada	29 de marzo de 2024
Cierre de oportunidad para el estudio OATT de PacifiCorp	16 de mayo de 2024
Taller de ofertantes	27 de junio de 2024
Terminación de las evaluaciones de la oferta de mercado	20 de diciembre de 2024
Contratos finalizados y formalizados	Junio de 2025
Fecha de operación comercial garantizada	31 de diciembre de 2028

Manténgase informado

Volveremos después de cada conferencia de ofertantes para compartir novedades y puntos destacados

Se publicarán más información y anuncios en la página web de la SDP de recursos renovables a pequeña escala 2024 de PacifiCorp:

www.pacificorp.com/suppliers/rfps/2024-small-scale-renewable-rfp.html

Las preguntas pueden ser entregadas en la bandeja de entrada del correo electrónico de la SDP para recursos renovables a pequeña escala 2024 de PacifiCorp.

2024SSR_RFP@pacificorp.com

SDP de recursos renovables a pequeña escala

Programa detallado de SDP propuesto:

Evento	Fecha
Taller para ofertantes antes de la emisión	24/1/2024
Contratación del Evaluador Independiente (EI)	16/2/2024
SDP emitida al mercado y publicada	29/3/2024
Apertura de oportunidad para el estudio grupal OATT de PacifiCorp	1/4/2024
Cierre de oportunidad para el estudio grupal OATT de PacifiCorp	16/5/2024
Fecha límite para notificar intención de una oferta	17/6/2024
Taller para ofertantes	27/6/2024
Taller para ofertantes	Fecha pendiente (septiembre 2024)
Último día para preguntas de los ofertantes a PacifiCorp y el EI	1/11/2024
Publicación de los resultados del estudio grupal en OASIS de PacifiCorp	12/11/2024
Fecha límite para la entrega de la oferta de punto de referencia	15/11/2024
Entrega del análisis financiero de la oferta final de punto de referencia al EI	20/12/2024
Fecha límite para la entrega de la oferta de mercado	23/12/2024
Terminación de la revisión de la elegibilidad de la oferta	17/1/2025
Terminación de las evaluaciones de la oferta del mercado	14/2/2025
Informe final del EI	17/3/2025
Posible SDP de SSR en 2025	28/3/2025
Contratos finalizados y formalizados	Fecha pendiente (junio 2025)
Fecha garantizada de operaciones comerciales (COD)	31/12/2028

Borrador de perspectivas para 2024

Fecha / Hora / Formato de la reunión	Fecha / Hora / Formato de la reunión
19 de enero de 2024 (1 pm-4 pm) En línea	18 de julio de 2024 (1 pm-4 pm) En línea
15 de febrero de 2024 (1 pm-4 pm) Híbrida	15 de agosto de 2024 (1 pm-4 pm) Híbrida
21 de marzo de 2024 (1 pm-4 pm) En línea	19 de septiembre de 2024 (1 pm-4 pm) En línea
18 de abril de 2024 (1 pm-4 pm) Híbrida	17 de octubre de 2024 (1 pm-4 pm) Híbrida
16 de mayo de 2024 (1 pm-4 pm) En línea	Noviembre- No hay reunión
20 de junio de 2024 (1 pm-4 pm) Híbrida	19 de diciembre de 2024 (1 pm-4 pm) En línea

Recordatorio: Conceptos básicos del Plan de Energías Limpias

En 2021, el gobernador Brown, de Oregon, firmó la Iniciativa de la cámara (HB) 2021 y se convirtió en ley. Esta señala un marco de trabajo sobre energías limpias con base en las emisiones para que los proveedores de energía eléctrica desarrollen Planes de Energías Limpias (CEP) y para unificar al CBIAG. El plan requiere proveedores de electricidad al por menor para reducir la emisión de gases tipo invernadero (GHG) asociados a la electricidad vendida a los consumidores de Oregon por:

Resultados:

80% por debajo de los niveles de emisiones base para 2023

90% por debajo de los niveles de emisiones base para 2035

100% por debajo de los niveles de emisiones base para 2040

(La base es la emisión anual promedio de gases invernadero en los años 2010, 2011 y 2012 en relación con la electricidad vendida a los clientes).

Presentación del CBIAG: para noviembre

La Sección 6 de la HB 2021 requiere la elaboración de un informe bienal que, en consulta con el CBIAG, debe incluir la evaluación y descripción de lo siguiente:

- Carga de energía para los clientes residenciales
- Desconexiones de clientes residenciales
- Oportunidades de contratación de negocios dirigidos por mujeres, veteranos o personas negras, indígenas o de color
- Acciones de justicia ambiental para mejorar la resiliencia dentro de las comunidades
- Inversiones en la red en comunidades de justicia ambiental que facilitan el cumplimiento con los objetivos de energías limpias
- Beneficios sociales, económicos o de justicia ambiental en conjunto
- Revisión de las encuestas anuales de satisfacción de los clientes
- Acciones para impulsar la participación de los clientes
- Otros elementos que los servicios públicos y el CBIAG consideren pertinentes

Encuesta posterior a la reunión

- En 2024, estaremos aplicando una encuesta rápida al terminar la reunión para aportar otra vía de retroalimentación de nuestros miembros y el público.
- El acceso a la encuesta será por medio de un código QR y una URL y estará disponible por 7 días después de cada reunión del Grupo Asesor Impactos y Beneficios Comunitarios.



Comentarios del público

¿Cuál fue su mayor enseñanza de la conversación de hoy?

Calendario del CBIAG

19 de enero de 2024

[En línea](#)

15 febrero de 2024

[Hibrida](#)

Para más información:

[Estrategia de participación actualizada del plan de energías limpias de Oregon](#)

Participación de las partes interesadas de PacifiCorp

Taller para ofertantes de recursos renovables a pequeña escala
24 de enero de 2024

Envíe sus comentarios al correo:

ORCBIAG@pacificorp.com