









# **DIRECCIONES RUMBO AL 2045**

## PLAN DE TRANSPORTE A LARGO PLAZO

## Resultados de la Encuesta y Alcance Público

## Cómo viajan las personas de un lugar a otro:



Conduciendo (automóvil, motocicleta, etc.)



Caminando





Autobús



Estrategias para ayudar a disminuir la congestión del tráfico y reducir la cantidad de personas que deben conducir en el futuro (las dos preferidas):



Fomentar políticas que permitan a los empleados trabajar desde casa al menos un día a la semana, siempre que sea posible

Mejorar y ampliar los servicios de trenes de pasajeros habituales, incluidos Metrolink y Amtrak

Crear una red de tranvías que lleguen a destinos y centros de actividad importantes

Mejorar y ampliar los servicios de autobús

Ofrecer a los pasajeros del transporte público acceso a servicios de autobuses de enlace, bicicletas/scooters compartidos y servicios de viaje compartido en las estaciones de transporte público para llegar a su destino final (Ejemplo: centros de movilidad [mobility hubs])

Modificar las calles para acomodar de manera segura todas las formas de transporte (conduciendo, transporte público, caminar, andar en bicicleta, etc.)

Fomentar el viaje compartido en automóvil, el viaje compartido en camioneta y en cualquier otro medio de transporte

Mejorar los carriles para bicicletas, las aceras, la seguridad de los peatones, etc.

Estrategias para animar a las personas a conducir menos o a utilizar formas alternativas de transporte (las dos preferidas):



Reducir el costo de los pases y boletos del transporte público para fomentar un mayor uso del tránsito



Fomentar políticas que permitan a los empleados trabajar desde casa al menos un día a la semana, cuando sea posible





Incentivar a los negocios y a los empleados para que hagan un mayor uso del transporte público, los viajes compartidos en automóvil y el ciclismo en sus traslados entre la casa y el trabajo





Convertir los carriles para viajes compartidos en carriles expresos que sean gratuitos para coches con tres o más personas y otros puedan pagar un peaje para acceder a los carriles





Exigir al menos tres personas en un vehículo para poder utilizar el carril de viaje compartido

Mejoras en el transporte público para aliviar la congestión en Orange County (las tres preferidas):



Crear servicios de transporte de enlace dentro de la comunidad local que lleven a las personas hacia y alrededor de los principales centros de actividades

Mejorar las conexiones desde y hacia las paradas de autobús y las estaciones de tren mediante el desarrollo de Centros de Movilidad denominados Mobility Hubs (múltiples servicios en un solo lugar)

46%

Mejorar los servicios de trenes de pasajeros habituales (Metrolink/Amtrak)

Proporcionar carriles solo para transporte público con servicios de alta calidad (por ejemplo: tranvía o transporte público rápido a través de autobús) para conectar los centros de actividad en áreas de alto tráfico

41%

Mejorar el servicio de autobús local en áreas con alto potencial de pasajeros

Agregar servicios de tranvía en áreas con alto potencial de pasajeros

Crear servicios de transporte compartido a pedido (Uber/Lyft/Microtransit)



## Principales retos para aumentar el transporte (los dos preferidos):

43% Largos tiempos de viaje

49% Falta de servicio cerca de mi casa/destino

Servicios de transporte público poco frecuentes o poco confiables

40%

26%

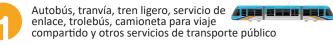
Garantizar la seguridad y la protección

24%

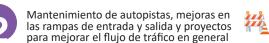
Falta de transporte, bicicletas/scooters compartidos y servicios de viaje compartido en las estaciones de transporte público

Encontrar información sobre los servicios de transporte público

## Clasificación de los tipos de mejoras en el transporte:



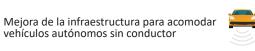
enlace, trolebús, camioneta para viaje compartido y otros servicios de transporte público



Reparación de baches, sincronización de la señalización y vías peatonales



Terrenos para bicicletas, redes de ciclovías y aceras, además de vías peatonales



## Clasificación de las estrategias de uso de la tierra para aliviar la congestión del tráfico:

2%

Otro



Fomentar las comodidades para caminar y la construcción de calles completas (calles diseñadas para todos los usuarios como conductores, ciclistas o peatones)



Concentrar el desarrollo comercial en torno a los centros de transporte público (autobús/ferrocarril)



Concentrar las nuevas construcciones de vivienda alrededor de los centros de transporte público (autobús/ferrocarril)





Reducir la dependencia del automóvil (disponibilidad reducida de estacionamiento, lotes de estacionamiento pagados)



## Preferencia de las soluciones tecnológicas para mejorar el transporte (las tres preferidas):



Calles/intersecciones "inteligentes" (colocación de sensores para informar a los conductores de las condiciones de viaje en tiempo real) 64%

Aplicaciones e información

sobre transporte público

en tiempo real (Moovit, aplicación Transit, etc.) 60%

Señales de tráfico sincronizadas 58%



Viajes compartidos (Uber / Lyft) 25%



Bicicletas eléctricas 21%



Vehículos autónomos 18%



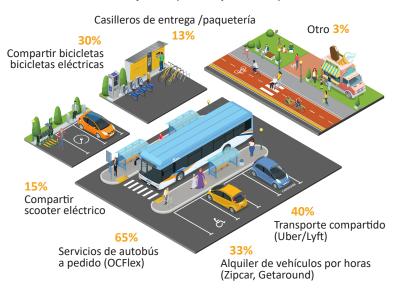
Scooters eléctricos 13%

Otro 4%



Tecnologías de teletrabajo (plataformas de reuniones virtuales, banda ancha, etc.) 38%

## Preferencia de los posibles servicios en los Centros de Movilidad o Mobility Hubs (los dos preferidos):



# Clasificación de instalaciones/servicios en los Centros de Movilidad o Mobility Hubs:

Elementos de seguridad (cámaras, iluminación, etc.)

Baños PISTRODAS

Lugares para sentarse y espacios abiertos

4 Estacionamiento seguro para bicicletas

Disponibilidad de personal en la estación de transporte público

6 Estaciones de carga USB
Opciones para comer (camiones/carritos de comida,

máquinas expendedoras)

Puesto/estación de reparación de bicicletas

Casilleros de almacenamiento para equipaje o entrega de paquetes



# Posibles ubicaciones de los Centros de Movilidad o Mobility Hubs en Orange County (las dos preferidas):

48% En los principales destinos de los visitantes (parques de atracciones, centros comerciales, playas, etc.)

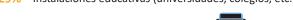


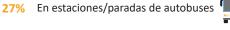
37% En estaciones/paradas de tren

Cajeros automáticos



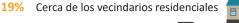
29% Instalaciones educativas (universidades, colegios, etc.)







25% En los centros comerciales del vecindario







## Razones para usar los Centros de Movilidad o Mobility Hubs:

# Conectividad Servicio frecuente Incentivos Accesibilidad Instalaciones Conveniencia Seguridad Menos riesgos Asequibilidad

## **Factores demográficos**

#### El rango de edad:

5% 16-24 14% 25-34 16% 35-44 18% 45-54 24% 55-64 15% 65-74

4% 75 o mayor4% Prefiero no responder

### Ingresos anuales del grupo familiar:

17% Menos de \$30,000

**13%** \$30,000 - \$49,999

**14%** \$50,000 - \$79,999

**13%** \$80,000 - \$109,000

**15%** \$110,000 - \$169,000

10% \$170,000 o más

18% Prefiero no responder



#### Origen étnico:

46% Caucásico/Blanco

21% Latino/Hispano

3% Afroamericano/Negro

1% Indígena Americano o Nativo de Alaska

**13%** Asiático: Coreano, Japonés, Chino, Vietnamita, Filipino o de otro país asiático

1% Isleño del Pacífico

1% Oriente Medio

3% Origen mixto

1% Otro

10% Prefiero no contestar



## Participación de la comunidad



Se han recopilado 1,825 encuestas completas desde septiembre 28 hasta octubre 31, 2021



Se enviaron 22 avisos del proyecto por correo electrónico a hasta 67,000 pasajeros de autobús y trenes, usuarios de viajes compartidos y partes interesadas en el proyecto



Publicidad en periódicos en español y vietnamita



Difusión de 20 anuncios de radio en vietnamita



Se realizaron  $\bf 5$  reuniones de comités de OCTA,  $\bf 2$  seminarios web con líderes comunitarios y  $\bf 1$  seminario web público que atrajo a  $\bf 46$  participantes, y también se subieron la presentación pública y el video en línea para aquellos que no pudieron asistir



Se reunieron más de 900+ comentarios públicos de los encuestados y de las partes interesadas durante las reuniones y los eventos



Se puso a disposición de los interesados una línea de ayuda multilingüe para realizar la encuesta y comentar el estudio



Se realizó una campaña de mensajes de texto y se enviaron avisos a las casi ano partes interesadas



Se compartió un conjunto de herramientas de comunicación electrónica con  $34\,$  ciudades locales,  $124\,$  líderes comunitarios y  $12\,$  organizaciones de comités/partes interesadas de OCTA



Se anunció el proyecto a través del blog de **OCTA On-the Move**, el boletín informativo y la prensa



Se promocionó el proyecto y la encuesta con 4 publicaciones en Twitter, 1 historia de Instagram, 6 publicaciones de OCTA en Facebook y 6 anuncios en Facebook y 1 anuncio de geoperimetraje con 233,000+ vistas



Se compartieron materiales en inglés, español y vietnamita

