

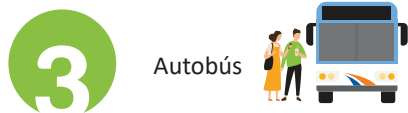
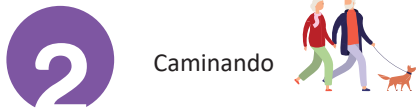
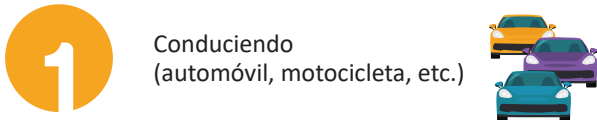


DIRECCIONES RUMBO AL 2045

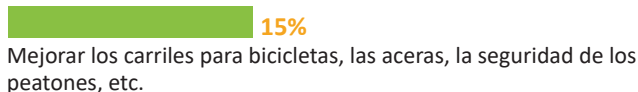
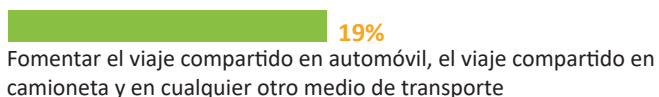
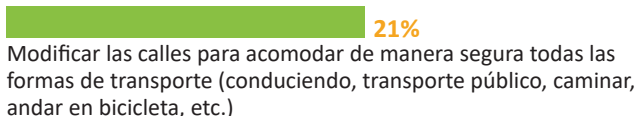
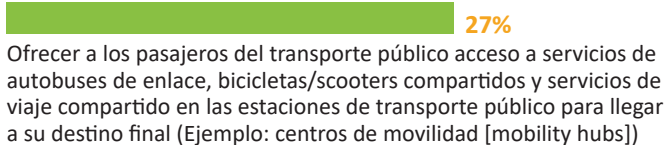
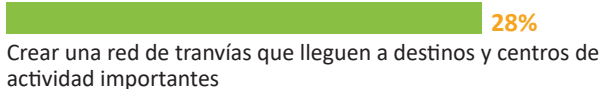
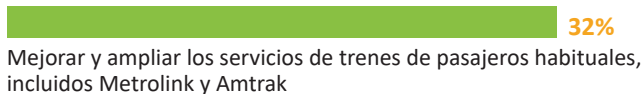
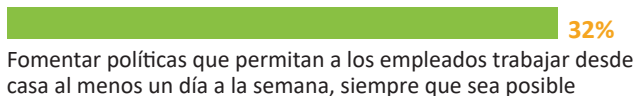
PLAN DE TRANSPORTE A LARGO PLAZO

Resultados de la Encuesta y Alcance Público

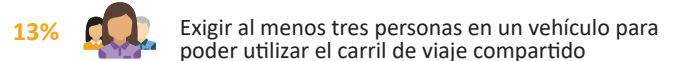
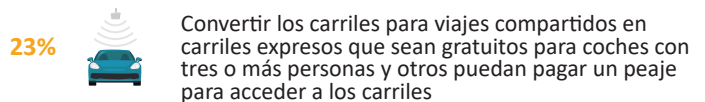
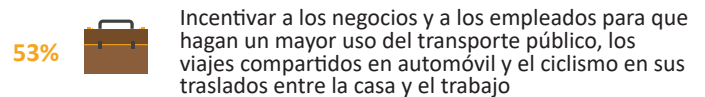
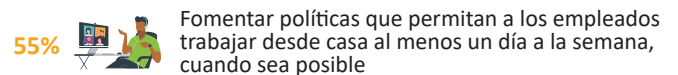
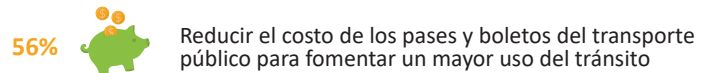
Cómo viajan las personas de un lugar a otro:



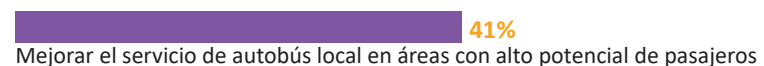
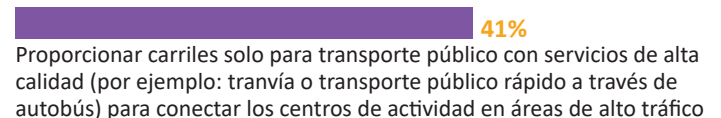
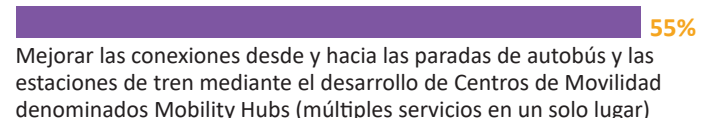
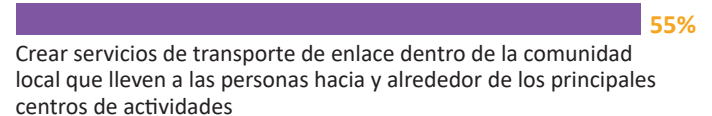
Estrategias para ayudar a disminuir la congestión del tráfico y reducir la cantidad de personas que deben conducir en el futuro (las dos preferidas):



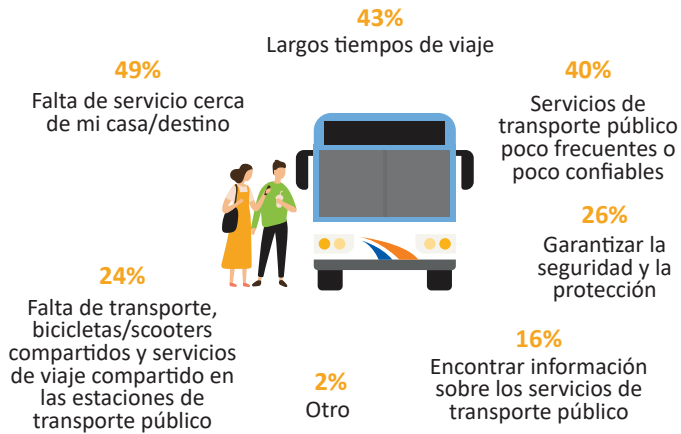
Estrategias para animar a las personas a conducir menos o a utilizar formas alternativas de transporte (las dos preferidas):



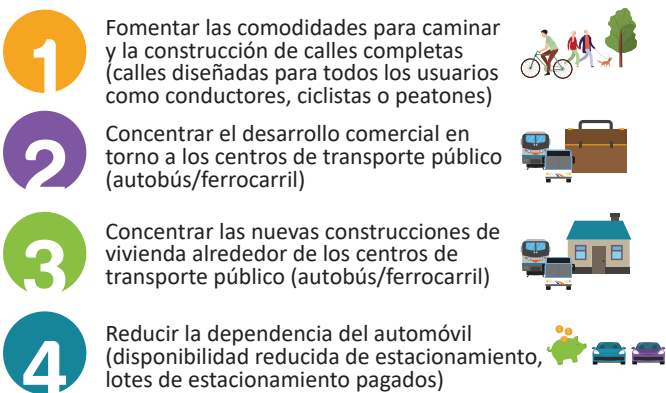
Mejoras en el transporte público para aliviar la congestión en Orange County (las tres preferidas):



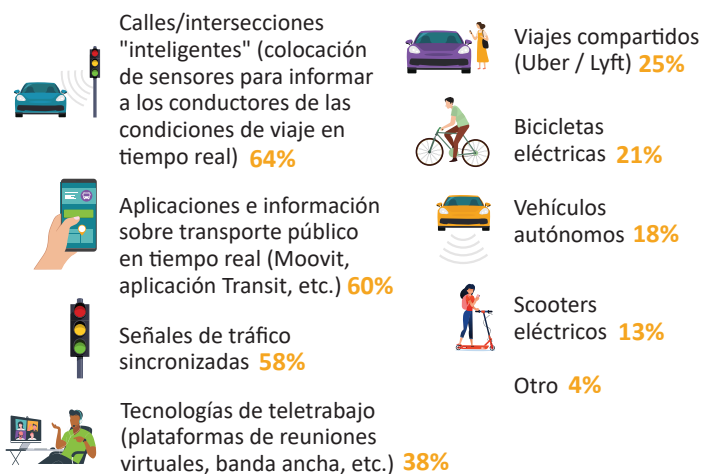
Principales retos para aumentar el transporte (los dos preferidos):



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



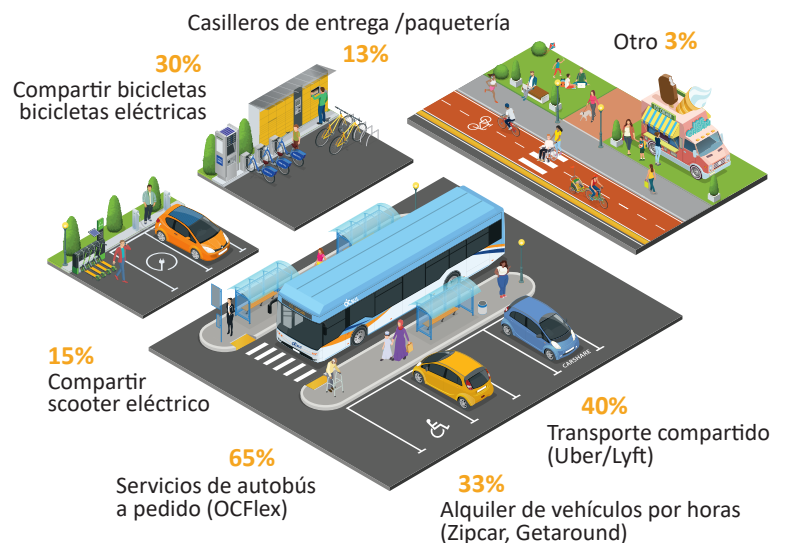
Preferencia de las soluciones tecnológicas para mejorar el transporte (las tres preferidas):



Clasificación de los tipos de mejoras en el transporte:










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



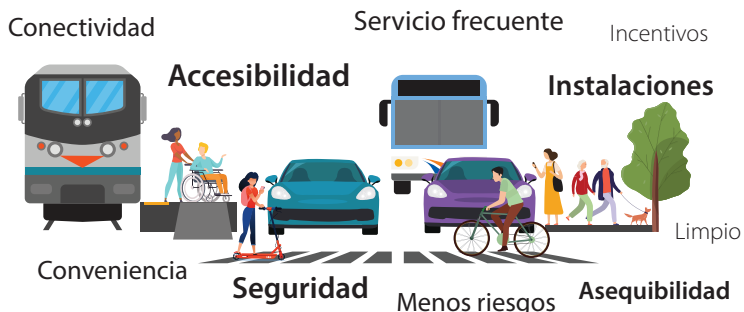
Clasificación de instalaciones/servicios en los Centros de Movilidad o Mobility Hubs:

- 1 Elementos de seguridad (cámaras, iluminación, etc.)
- 2 Baños 
- 3 Lugares para sentarse y espacios abiertos
- 4 Estacionamiento seguro para bicicletas
- 5 Disponibilidad de personal en la estación de transporte público
- 6 Estaciones de carga USB 
- 7 Opciones para comer (camiones/carritos de comida, máquinas expendedoras)
- 8 Puesto/estación de reparación de bicicletas 
- 9 Cajeros automáticos 
- 10 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 
- 29% Instalaciones educativas (universidades, colegios, etc.) 
- 27% En estaciones/paradas de autobuses 
- 25% En los centros comerciales del vecindario 
- 19% Cerca de los vecindarios residenciales 
- 16% En los centros de empleo 
- <1% Otro

Razones para usar los Centros de Movilidad o Mobility Hubs:



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 mayor
- 4% 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 **5** reuniones de comités de OCTA, **2** seminarios web con líderes comunitarios y **1** seminario web público que atrajo a **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 **5** avisos a las casi **300** 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 geoperimetrage con **233,000+** vistas
- 

Se compartieron materiales en **inglés, español y vietnamita**

Código postal del domicilio de los participantes:

