#### **Información para Añadir al Archivo de Word**

##### **Resumen de la Situación**

Wonder City está enfrentando problemas de congestión y calidad de vida debido al crecimiento poblacional y del empleo. Para abordar estos problemas, la Autoridad de Transporte de Wonder City (WCTA) ha lanzado el Proyecto Move It, que consiste en introducir cinco nuevas líneas de autobuses para mejorar la movilidad. El proyecto debe completarse en dos años y debe cumplir con las regulaciones gubernamentales, así como conectar suburbios con el centro y las instalaciones públicas.

##### **Paso 1: Definir los OKR**

**Objetivo 1**: Mejorar la movilidad y reducir la congestión del tráfico en Wonder City mediante la introducción de cinco nuevas líneas de autobuses.

* **KR1**: Implementar cinco nuevas líneas de autobuses que conecten los suburbios con el centro y las instalaciones de recursos públicos antes de la fecha límite de dos años.
* **KR2**: Asegurar que al menos el 50% de las áreas más pobladas de Wonder City estén cubiertas por las nuevas líneas de autobuses dentro de los primeros seis meses después del lanzamiento.
* **KR3**: Aumentar el número de pasajeros en las nuevas líneas de autobuses en un 20% dentro del primer año de operación.
* **KR4**: Obtener un apoyo de la comunidad del 75% para las ubicaciones de las nuevas paradas de autobús, basado en encuestas y feedback dentro de los primeros nueve meses del proyecto.
* **KR5**: Realizar una campaña de marketing efectiva para promover las nuevas líneas de autobuses, generando un aumento del 15% en la conciencia pública sobre el proyecto antes de su lanzamiento.

**Objetivo 2**: Brindar un servicio de transporte público confiable y consistente.

* **KR1**: Asegurar que el 90% de las nuevas líneas de autobuses cumplan con los horarios programados sin retrasos significativos durante el primer año de operación.
* **KR2**: Obtener una calificación de satisfacción del cliente de al menos 4.5 sobre 5 en encuestas realizadas a los usuarios de las nuevas líneas de autobuses, dentro de los primeros seis meses después del lanzamiento.
* **KR3**: Reducir el tiempo de espera promedio en las nuevas líneas de autobuses a menos de 10 minutos para el final del primer año de operación.

**Objetivo 3**: Involucrar al público de manera activa y significativa para generar aceptación y apoyo al proyecto.

* **KR1**: Realizar al menos 10 reuniones comunitarias en diferentes barrios de Wonder City para presentar el proyecto y obtener feedback, con una participación mínima del 30% de los residentes de cada área, dentro de los primeros seis meses.
* **KR2**: Implementar una campaña de redes sociales y medios locales que alcance al menos al 60% de los habitantes de Wonder City, generando al menos un 40% de interacciones positivas sobre el proyecto antes del lanzamiento de las nuevas líneas.
* **KR3**: Obtener un aumento del 50% en el apoyo comunitario hacia el proyecto, medido a través de encuestas antes y después de las reuniones comunitarias y la campaña de marketing, dentro del primer año del proyecto.

**Objetivo 4**: Facilitar el desplazamiento por el área metropolitana de Wonder City en transporte público.

* **KR1**: Completar la instalación de señalización y mapas en todas las nuevas paradas de autobús antes del lanzamiento, con una cobertura del 100% de las ubicaciones.
* **KR2**: Asegurar que el 80% de los pasajeros de las nuevas líneas de autobuses reporten una mejora en la facilidad de desplazamiento en encuestas realizadas dentro de los primeros seis meses.
* **KR3**: Reducir el tiempo total de viaje promedio entre los suburbios y el centro de la ciudad en un 15% en comparación con el tiempo promedio de viaje antes del proyecto, dentro del primer año de operación.

**Objetivo 5**: Promocionar el transporte público como una alternativa conveniente a la conducción.

* **KR1**: Desarrollar y lanzar una campaña publicitaria que destaque las ventajas del transporte público en comparación con la conducción privada, con al menos 5 anuncios en medios locales y plataformas digitales dentro de los primeros tres meses.
* **KR2**: Aumentar el número de pasajeros en las nuevas líneas de autobuses en un 25% en comparación con los números de pasajeros antes del inicio del proyecto, dentro del primer año.
* **KR3**: Obtener un 20% de reducción en el número de autos en las principales áreas congestionadas de la ciudad, medido a través de informes de tráfico y encuestas de movilidad dentro del primer año.

##### **Conclusión y Recomendaciones**

Los OKR definidos para el Proyecto Move It proporcionan una guía clara para abordar los desafíos de movilidad en Wonder City. Al establecer objetivos específicos y resultados clave medibles, el proyecto está en una posición sólida para lograr mejoras significativas en el transporte público y en la calidad de vida urbana.

**Recomendaciones**:

1. **Monitorear el Progreso Regularmente**: Revisar y ajustar los OKR según sea necesario para mantenerse en camino hacia el éxito.
2. **Fomentar la Participación Comunitaria**: Mantener una comunicación abierta con la comunidad para asegurar la aceptación y el apoyo continuo.
3. **Optimizar las Operaciones de Transporte**: Evaluar y mejorar continuamente la eficiencia del servicio de autobuses para cumplir con los objetivos de confiabilidad y consistencia.

Estos pasos garantizarán que el Proyecto Move It no solo cumpla con sus objetivos, sino que también tenga un impacto positivo en la movilidad y la calidad de vida en Wonder City.