

RESUMEN

Participación Comunitaria

Fase IV: Análisis de Alternativas –
Opciones de Carriles para el Sistema BRT en Van Buren Street



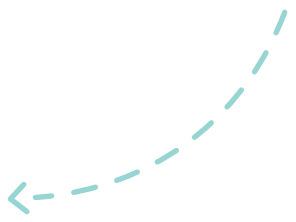
1 de octubre–8 de noviembre de 2025

Programa de Autobús de Transporte
Rápido de Phoenix
Corredor de la Van Buren Street



Contenido

Introducción	1
Notificaciones y métricas.....	2
Folletos en las facturas de agua	3
Correo directo.....	3
Colgadores para puerta.....	3
Distribución de cartelones	4
Redes sociales.....	5
Correos electrónicos masivos.....	6
Campañas de texto.....	6
Comunicados de prensa.....	7
Anuncios de radio en español.....	7
Anuncios digitales.....	8
Anuncios de Spotify	8
Métricas en línea	9
Reuniones y eventos comunitarios / de empresas	11
Taller comunitario	12
Taller empresarial	12
Eventos pop-up	12
Resultado de la encuesta sobre la opción del carril BRT	13
Quiénes participaron	14
Los resultados	18



Introducción

En otoño de 2025, el equipo del Programa de Autobús de Transporte Rápido de Phoenix (BRT) puso en marcha la cuarta fase de acercamiento comunitario para informar y hacer partícipe al público sobre el programa BRT. Este acercamiento fue dirigido hacia las comunidades vecinas, los residentes y los propietarios de empresas privadas a lo largo del corredor de la Van Buren Street. Esta fase se centró en proporcionar la información más reciente sobre el programa y recaudar las opiniones de la comunidad y de las partes interesadas sobre las opciones propuestas para el carril BRT en Van Buren Street (lateral o central), con el fin de orientar la siguiente fase del programa, centrada en el diseño.



Entre octubre y noviembre de 2025, el equipo del Programa BRT se puso en contacto con más de **5,500** personas, entre ellas líderes comunitarios, funcionarios electos, empresarios, residentes y usuarios del transporte público. Empleamos **14** métodos de comunicación para llegar a las partes interesadas a lo largo del corredor y a la comunidad en general y recibimos más de **250** respuestas a la encuesta. ¡Continúe leyendo para conocer nuestras estrategias de vinculación, métricas y resultados de la encuesta sobre opciones de carriles!



Notificaciones y métricas

Para llegar a múltiples audiencias, el equipo BRT utilizó una variedad de herramientas de comunicación y notificaciones para compartir información sobre el proyecto, invitar al público a asistir a los talleres y fomentar la participación en las encuestas y la aportación de opiniones. **Todas las notificaciones se crearon en inglés y en español.**





Folletos en las facturas de agua

En septiembre, utilizamos el boletín PHX at Your Service, que se distribuye mensualmente a **300,000** hogares y se comparte con otras **6,700** personas por correo electrónico, para notificar a todos los clientes de los servicios de la ciudad de Phoenix.

Correo directo

Se enviaron **2** correos directos a empresas y propietarios de inmuebles situados en un radio de ½ milla del corredor BRT.

Se envió **1** correo a las empresas y **1** correo a los propietarios de inmuebles fuera del recinto.

Colgadores para puerta

3,000 empresas y residentes a lo largo del corredor recibieron un colgador para puertas entregado en mano.

Distribución de cartelones



Autobuses

Se expusieron **24** cartelones en las marquesinas de autobús a lo largo del corredor de la Van Buren Street

- » Van Buren Street y 35th Avenue
- » Van Buren Street y 15th Avenue
- » Van Buren Street y 27th Avenue
- » Van Buren Street y 7th Avenue
- » Van Buren Street y 19th Avenue
- » Greg Stanton Central Station

517 autobuses exhibieron cartelones

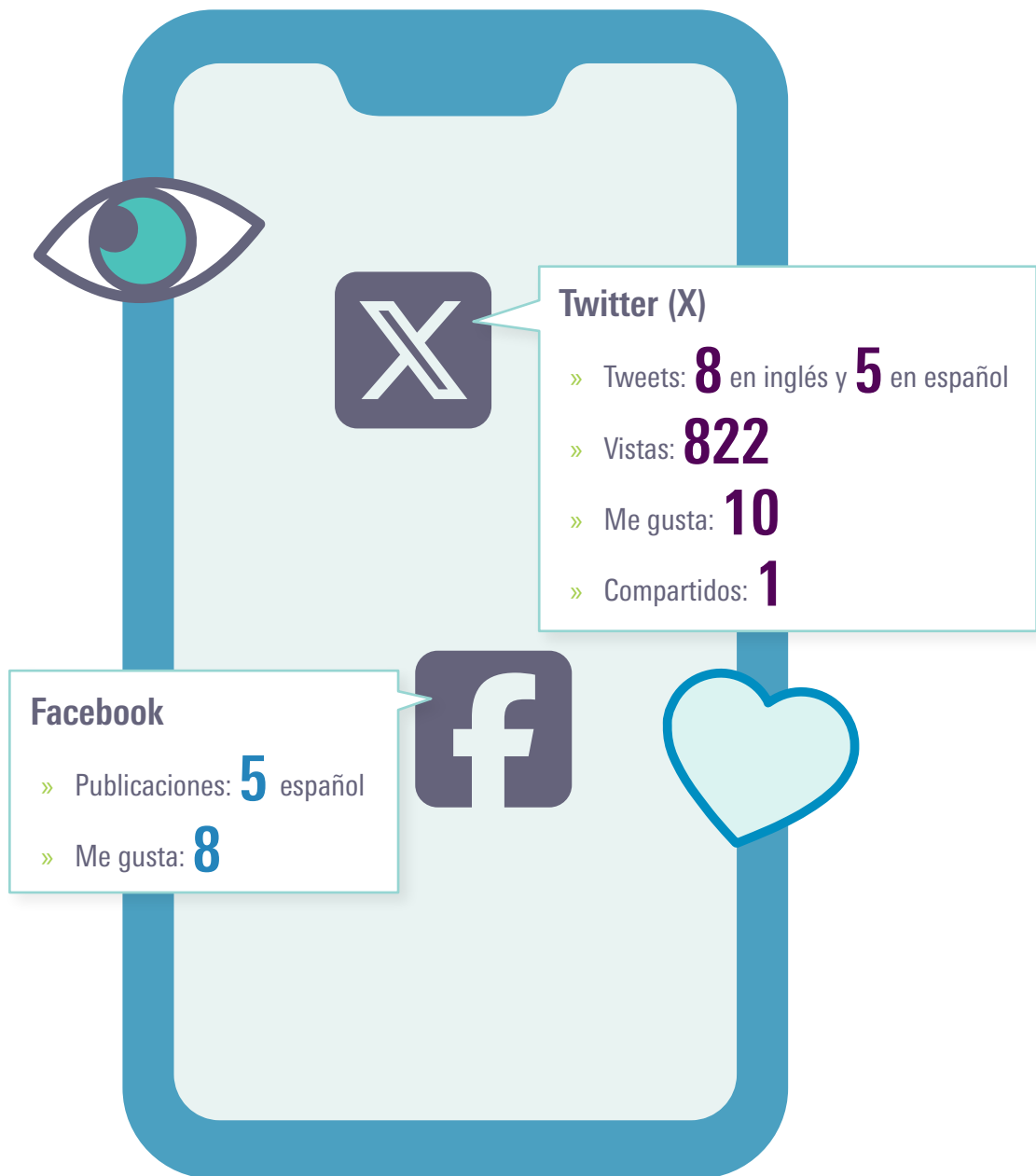
- » Instalaciones del sur – **218** cartelones
- » Instalaciones del norte – **129** cartelones
- » Instalaciones del oeste – **170** cartelones



8 quioscos publicitarios en estaciones de tren ligero

- » 19th Avenue/Montebello Avenue
- » Central Avenue/Camelback Road
- » McDowell Road/Central Avenue
- » Van Buren Street/Central Avenue
- » Van Buren Street/1st Avenue
- » 3rd Street /Washington Street
- » 12th Street /Washington Street
- » 38th Street/Washington Street

Redes sociales



Correos electrónicos masivos

Se enviaron correos electrónicos masivos a través del correo electrónico del proyecto a nuestra lista de partes interesadas.



¡Hola, Van Buren Street! ¡Reunámonos!

¡Asista al próximo taller empresarial, responda la encuesta y participe para ganar un premio!

📧 Enviada: 2 de octubre de 2025

📧 Aperturas: **25%**

👉 Clics: **1%**

¡Saludos, Van Buren Street!

¡Asista al próximo taller comunitario, participe en la encuesta y participe para ganar un premio!

📧 Enviada: 2 de octubre de 2025

📧 Aperturas: **27%**

👉 Clics: **2%**

¡Hola, Van Buren Street! ¡Veámonos!
¡Recordatorio! ¡Asista al próximo taller empresarial, responda la encuesta y participe para ganar un premio.

📧 Enviada: 20 de octubre de 2025

📧 Aperturas: **23%**

👉 Clics: **0.5%**

Greetings, Van Buren Street!
Reminder! Attend the upcoming community workshop, take the survey, and enter to win a prize!

📧 Enviada: 20 de octubre de 2025

📧 Aperturas: **31%**

👉 Clics: **2%**

Campañas de texto

Se enviaron campañas de texto a nuestra lista de partes interesadas.



Encuesta sobre Van Buren Street

📧 Enviada: 2 de octubre de 2025

✓ Entregadas: **60%**

👉 Clics: **0%**

Taller comunitario de Van Buren Street

📧 Enviada: 20 de octubre de 2025

✓ Entregadas: **61%**

👉 Clics: **12%**

Taller empresarial de Van Buren Street

📧 Enviada: 22 de octubre de 2025

✓ Entregadas: **59%**

👉 Clics: **11%**

Encuesta sobre Van Buren Street

📧 Enviada: 29 de octubre de 2025

✓ Entregadas: **59%**

👉 Clics: **0%**

Comunicados de prensa

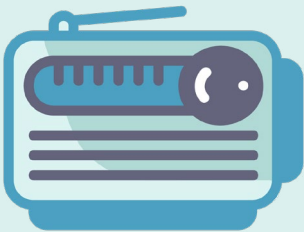


El 1 de octubre de 2025 distribuimos un comunicado de prensa a más de **320** medios de comunicación y contactos. El comunicado de prensa fue visto **175** veces.

Medios de comunicación clave

- » ABC 15
- » KTAR
- » Arizona Republic
- » Signals AZ
- » Telemundo
- » The Associated Press
- » City Sun Times
- » FOX 10
- » KJZZ
- » Arizona Informant
- » La Voz Arizona
- » Prensa Hispana
- » Axios
- » Phoenix Business Journal
- » AZ Family
- » 12 News
- » Cronkite News
- » Univision
- » Phoenix New Times
- » Arizona Mirror
- » Downtown Devil

Anuncios de radio en español



¡Los anuncios de radio fueron una excelente manera de llegar a la comunidad hispanohablante!

La Campesina 101.9 FM

1 de octubre – 22 de octubre de 2025

- » KNAI-AM
- » **70** spots
- » Cobertura: Phoenix y el área metropolitana de Phoenix, Tucson y Prescott
- » Oyentes: **334,000** al día

Contacto Total 1190 AM/99.5 FM y plataforma digital

1 de octubre - 22 de octubre de 2025

- » KNUV-AM/KRPH 99.5 FM
- » **100** anuncios (anuncios de radio) y **140** anuncios (anuncios de servicio público)
- » Cobertura: Phoenix y el área metropolitana de Phoenix
- » Oyentes: **340,000** horas de escucha

Anuncios digitales



Tuvimos un total de **327,561** impresiones y **309** clics. Los anuncios digitales se geolocalizaron y/o se dirigieron específicamente y llegaron tanto a angloparlantes como a hispanohablantes de la zona.

Anuncios digitales en inglés

- » Fechas de la campaña: 1 de octubre - 8 de noviembre de 2025
- » Impresiones: **196,655**
- » Clics: **166**

Anuncios digitales en español

- » Fechas de la campaña: 1 de octubre - 8 de noviembre de 2025
- » Impresiones: **84,051**
- » Clics: **46**

Anuncios de Spotify



Se lanzó una campaña publicitaria en Spotify del 1 de octubre al 8 de noviembre de 2025, limitada geográficamente al área de Phoenix.

- » Impresiones: **46,855**
- » Clics: **97**

Métricas en línea

El sitio web **MeetPhoenixBRT.com** está diseñado para crear una comunicación transparente, fomentar la colaboración de la comunidad y establecer conexiones. El sitio web ofrece información clave sobre el programa e información en tiempo real a través de blogs escritos por nuestro equipo del proyecto.

Acceso por dispositivo:



Sitio web:

Total de visitas:

4,920



Ordenador:

78.2%



Móvil:

21.2%



Tableta:

0.6%



Nuevos usuarios:

2,838

Total de usuarios:

2,899



Usuarios que regresan:

198



Tendencias
principales

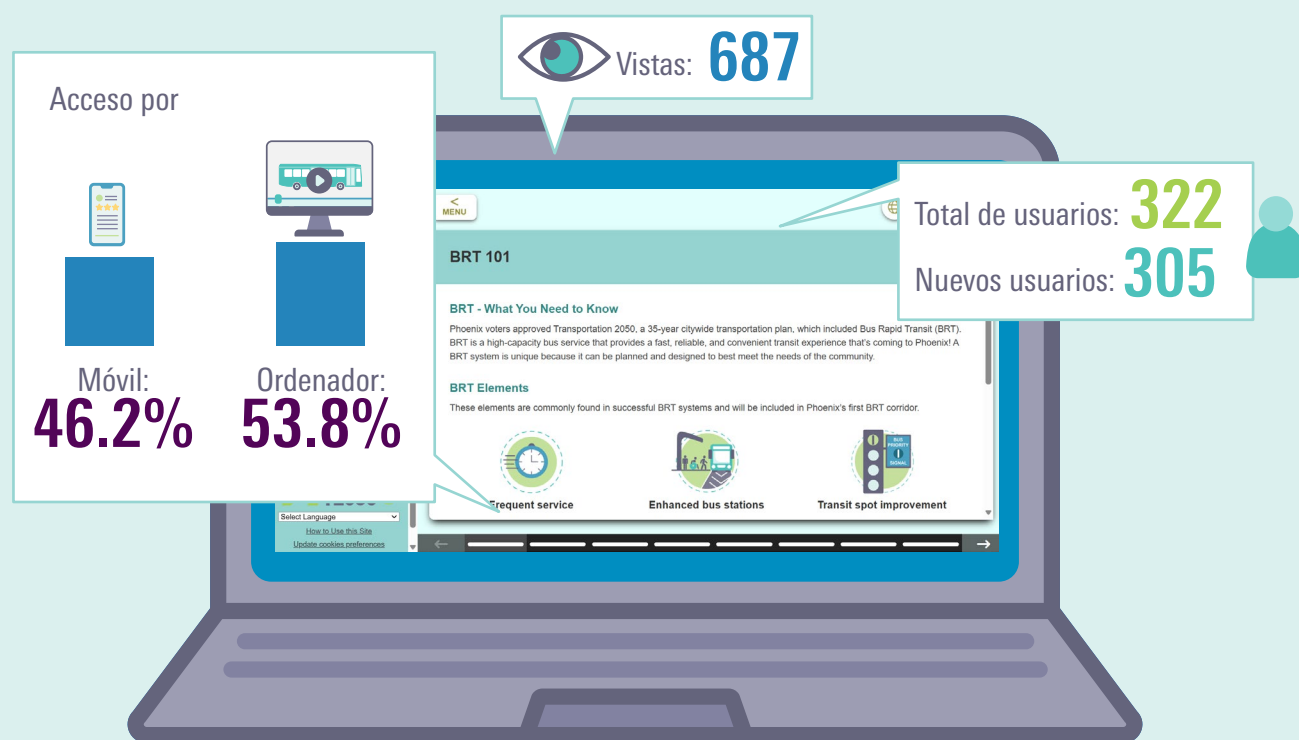
» El blog más visitado fue *“¡Los eventos públicos están planeados, solo te necesitamos a ti!”*.

» **1,156** usuarios se encontraban en Phoenix

» **72** usuarios utilizaron la herramienta de idioma español del sitio web

Casas abiertas en línea

Como parte del proceso de participación, el equipo del BRT de Phoenix desarrolló un sitio web de reuniones en línea para complementar los eventos comunitarios.



Reuniones y eventos comunitarios / de empresas

Ofrecer la oportunidad de interactuar en persona con el equipo del programa BRT fue un componente importante de nuestra labor de alcance.





Taller comunitario

- » #1 – Martes 21 de octubre de 2025, a las 6:00 p.m. – Capitol Elementary School – Asistieron **11** personas

Taller empresarial

- » #1 – Miércoles 22 de octubre de 2025, a las 6:00 p.m. – Moya Elementary School – Asistieron **8** personas

Eventos pop-up

Se organizaron cinco eventos pop-up informales en distintos lugares a lo largo del corredor. Los eventos pop-up son eventos temporales e inesperados que se celebran durante unas horas en zonas de gran actividad. Tuvimos un promedio de **25** interacciones en cada evento pop-up.

- | | |
|--|--|
| » Evento pop-up #1
Martes 7 de octubre de 2025, a las 11:00 a.m.
La Canasta Capitolio | » Evento pop-up #3
Martes 28 de octubre de 2025, a las 11 a.m.
Taqueria El Fundado |
| » Evento pop-up #2
Miércoles 15 de octubre de 2025, a las 11:00 a. m.
Greg Stanton Central Station | » Evento pop-up #4
Sábado 8 de noviembre de 2025, a las 10:00 a.m.
Grand Avenue Festival |
| | » Evento pop-up #5
Sábado 15 de noviembre de 2025, a las 9:00 a.m.
Plaza 19 |

Otras reuniones

- » Reunión de la junta directiva de la Asociación de Miembros de Grand Avenue: lunes 17 de noviembre de 2025

Resultado de la encuesta sobre la opción del carril BRT

Nosotros preguntamos, ustedes respondieron...

La encuesta estuvo disponible en el sitio web **MeetPhoenixBRT.com** y se imprimió en el libro de actividades utilizado en los talleres. En total, **261** miembros, residentes y propietarios de negocios participaron en la encuesta. ¡Esto es lo que escuchamos!



Quiénes participaron

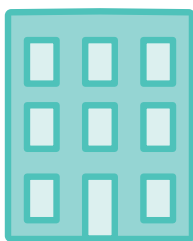
261 encuestados únicos

Conexión con el corredor:

Propietarios de viviendas (**21.2%**), inquilinos (**18.9%**), y usuarios del transporte público (**17.9%**) fueron los tres tipos de participantes que más encuestas enviaron.



Propietario de vivienda **21.2%**



Inquilino **18.9%**



Usuario del transporte público **17.9%**



Propietario/gerente de empresa en el corredor **16.2%**



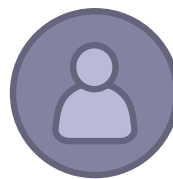
Conductor habitual en el corredor **11.4%**



Trabaja en el corredor **7.8%**

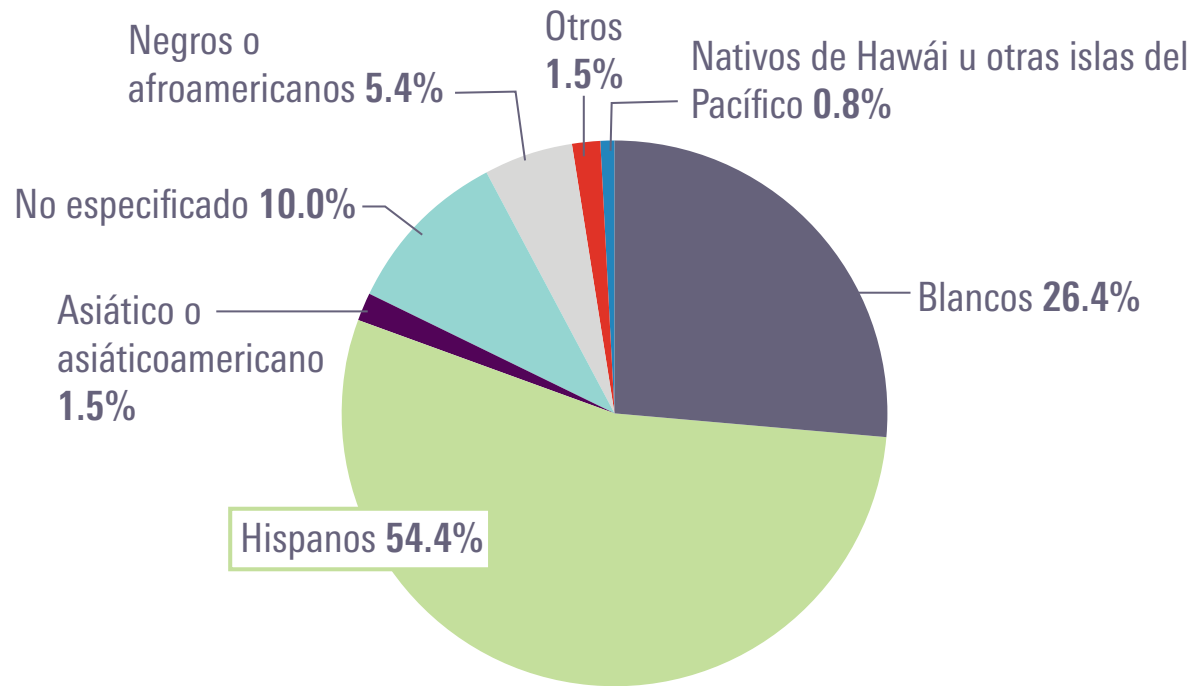


Estudiante **4.5%**

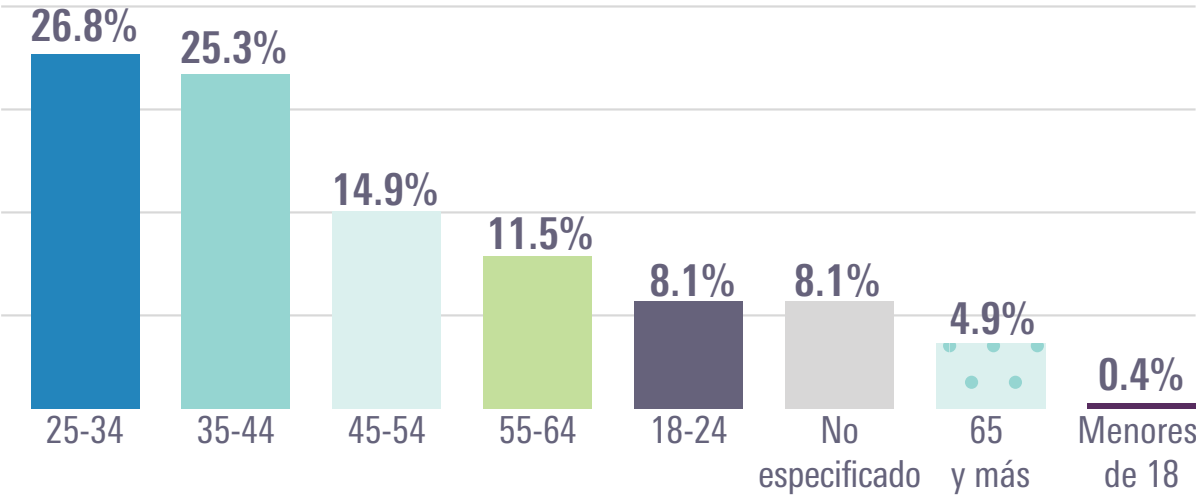


Otros **2.1%**

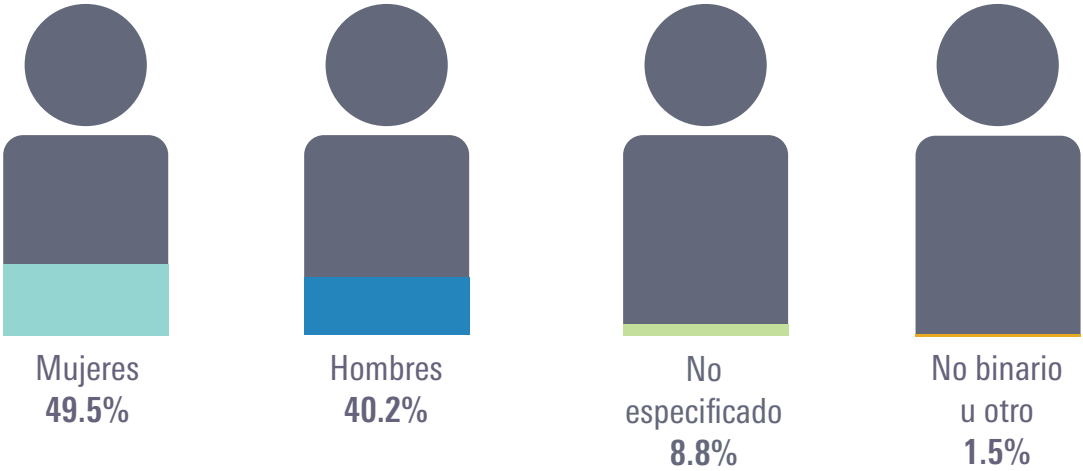
Origen étnico



Edad

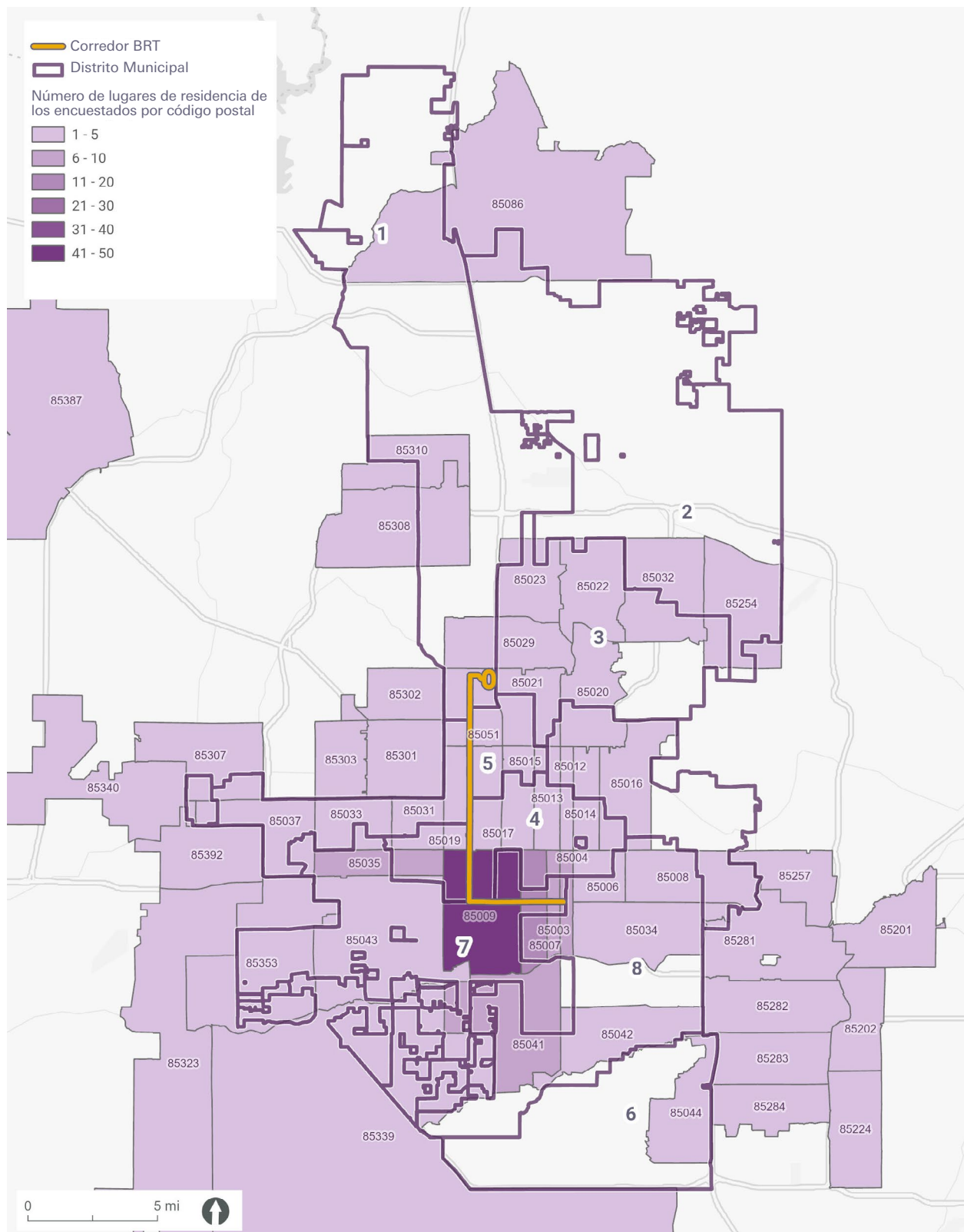


Género



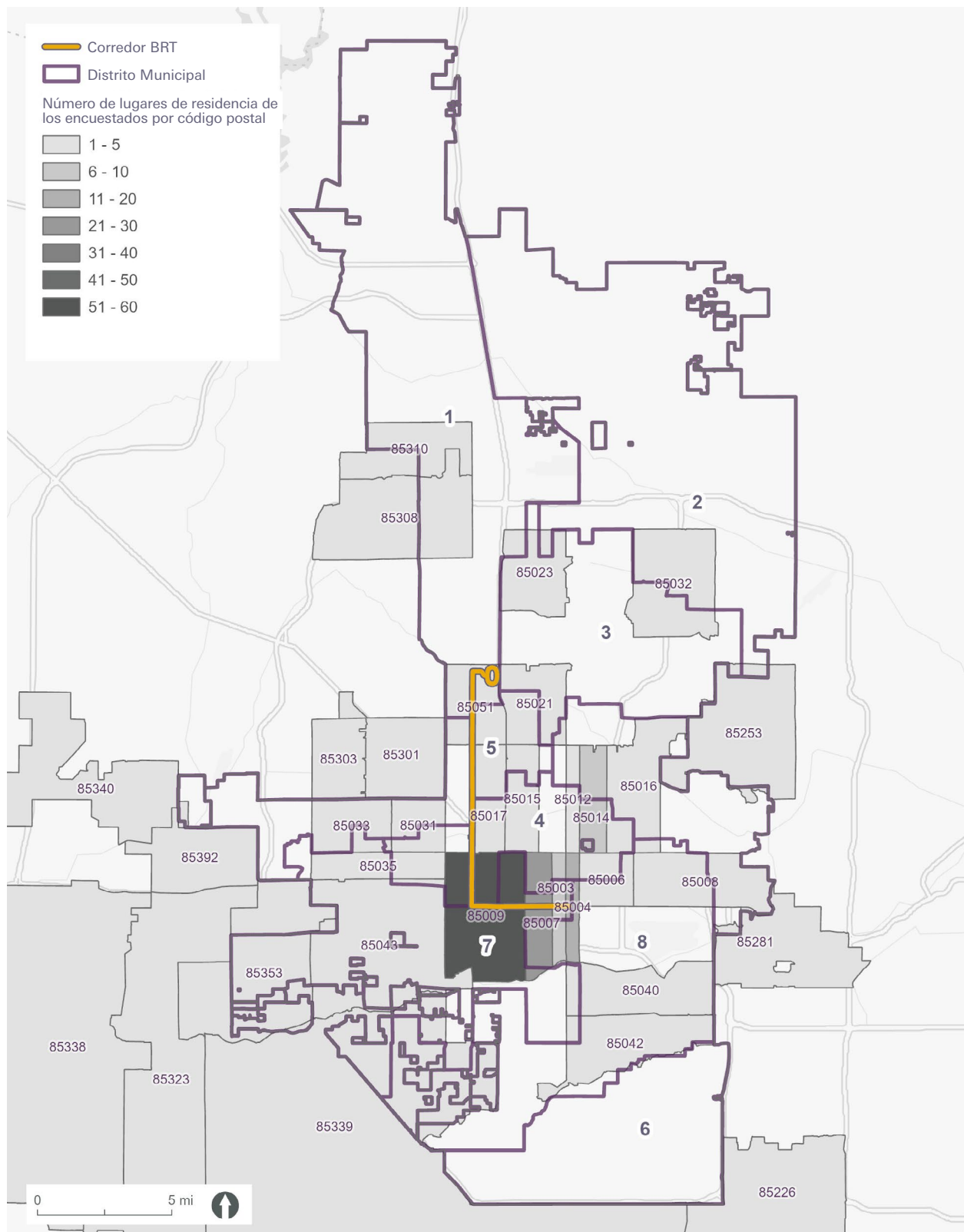
Dónde viven

Los tres códigos postales principales fueron **85009**, **85007**, **85003**.



Dónde trabajan

Los tres códigos postales principales fueron **85009**, **85007**, **85004**.

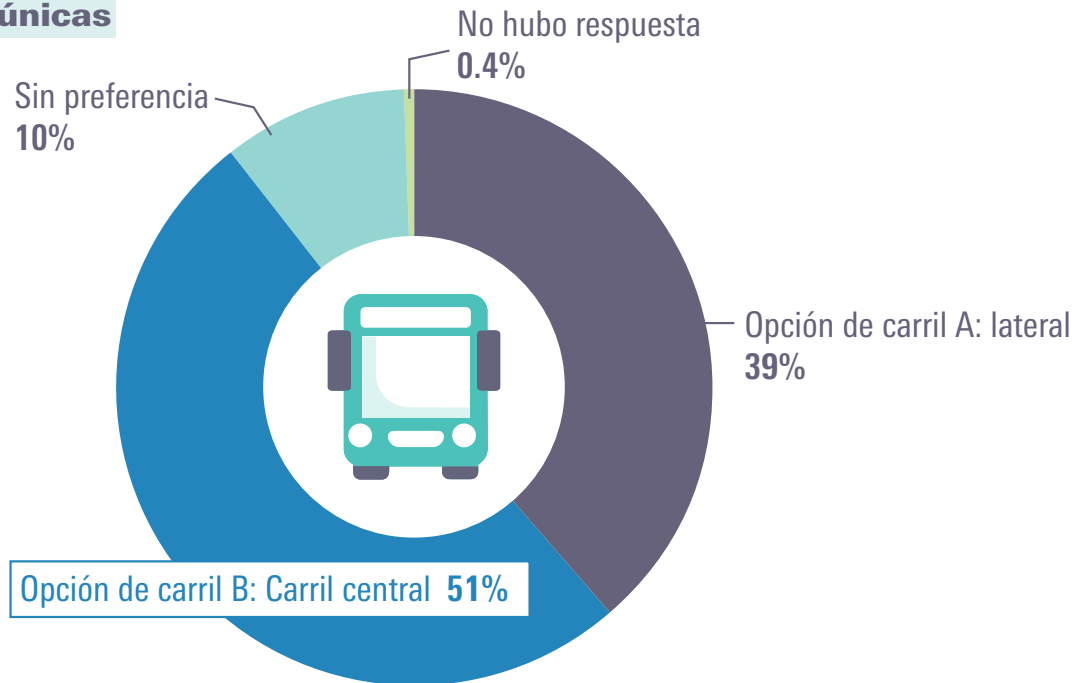


Los resultados

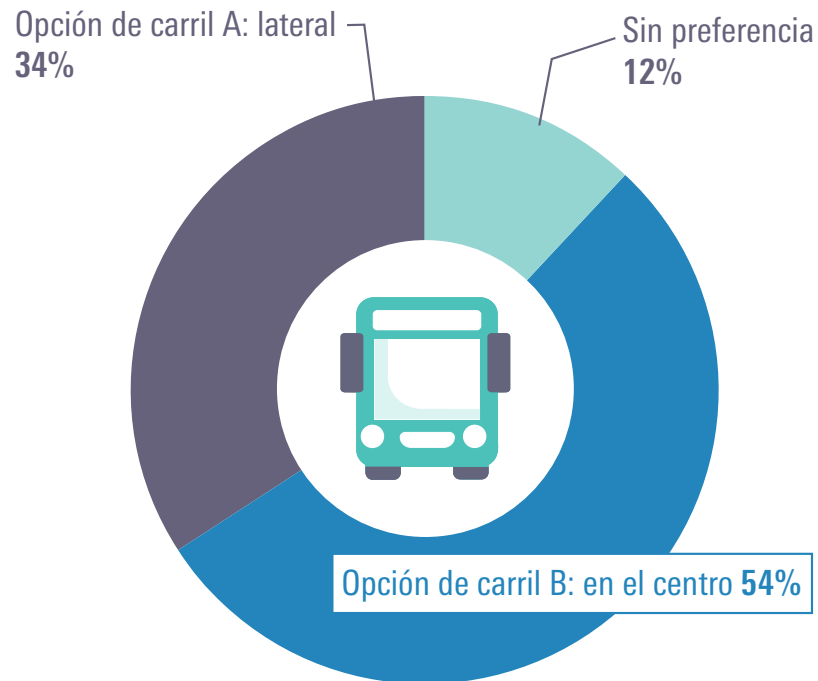
Opciones de carril preferidas

El BRT con carril central fue la opción más popular entre el conjunto de los encuestados únicos, con **51%** de las respuestas.

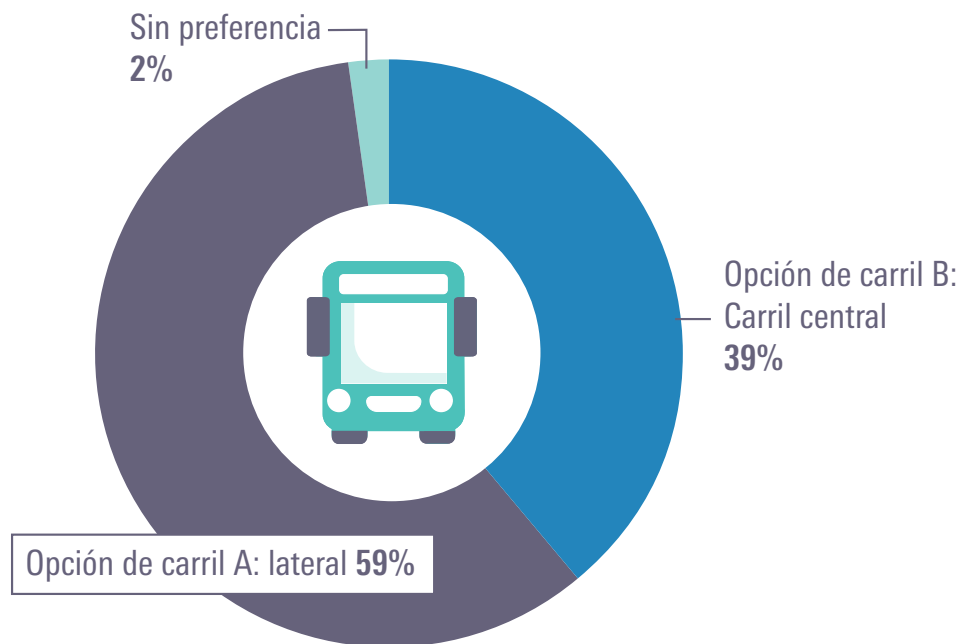
Respuestas únicas



Específico para la comunidad



Específico para empresas



¿Por qué prefiere esta opción?

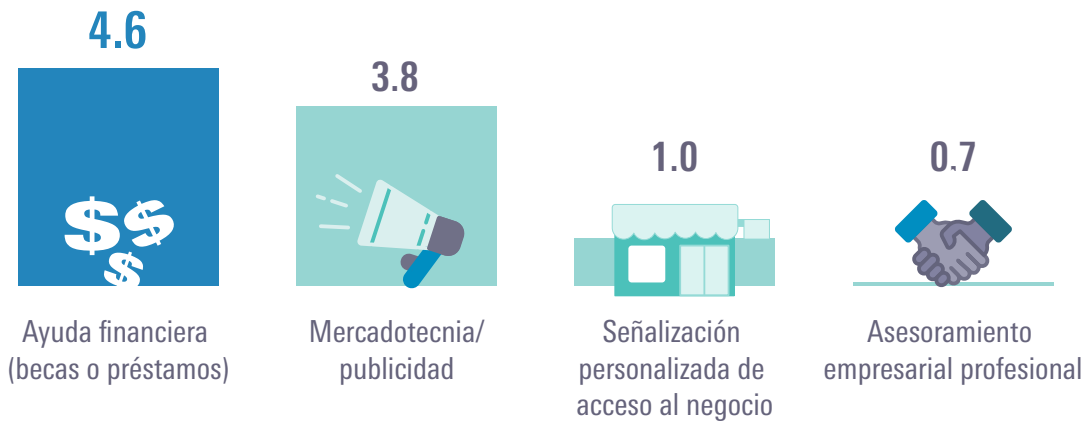


¿Qué es lo más importante?

La consideración de diseño más importante para la mayoría de los encuestados es la reducción de los tiempos de viaje.

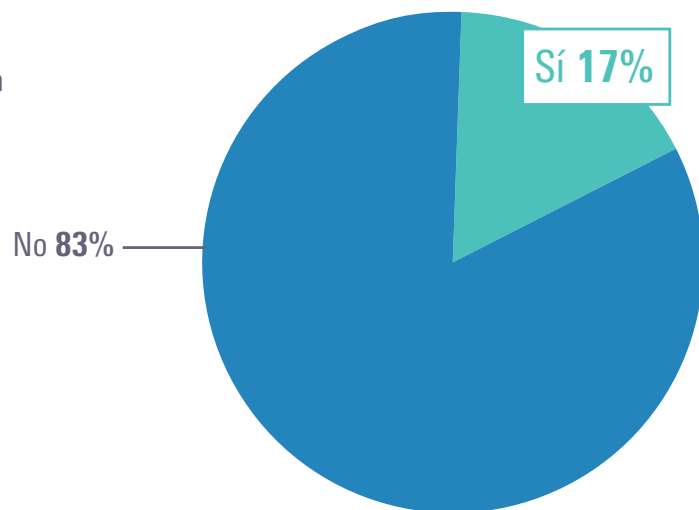


¿Cuál es su asistencia empresarial preferida?



Interés en un grupo de trabajo empresarial

¡Más del **17%** de los propietarios de empresas están interesados en participar en un grupo de trabajo!



Otros temas comentados

Se recibieron **15** comentarios abiertos a través del formulario de comentarios en línea, del mapa de comentarios en línea y del correo electrónico. A continuación, se enumeran los temas principales de estos comentarios adicionales.





MeetPhoenixBRT.com