

# Resumen de Participación Comunitaria

Análisis de Alternativas de Fase III – Opciones de Carril del  
BRT para la 35th Avenue



# 2025

febrero - abril

Programa de Autobús de Tránsito Rápido (BRT) de Phoenix  
Corredor de la 35th Avenue

# Índice

|                                                                     |           |
|---------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Introducción .....</b>                                           | <b>1</b>  |
| <b>Notificaciones y métricas.....</b>                               | <b>2</b>  |
| Material incluido con la factura de agua .....                      | 3         |
| Correos directos .....                                              | 3         |
| Colgadores para puertas de empresas.....                            | 3         |
| Distribución de carteles .....                                      | 4         |
| Métricas en línea .....                                             | 5         |
| Redes sociales .....                                                | 6         |
| Correos electrónicos masivos (eblast) .....                         | 7         |
| Comunicados de prensa .....                                         | 8         |
| Anuncios de radio en español .....                                  | 8         |
| Anuncios digitales e impresos .....                                 | 9         |
| <b>Reuniones y eventos comunitarios/empresariales .....</b>         | <b>10</b> |
| Talleres comunitarios.....                                          | 11        |
| Talleres empresariales.....                                         | 11        |
| Eventos temporales (Pop-Up).....                                    | 11        |
| <b>Resultados de la encuesta de opciones de carril del BRT.....</b> | <b>12</b> |



# Introducción

En la primavera de 2025, el equipo del Autobús de Tránsito Rápido (BRT) de Phoenix lanzó la tercera fase de trabajo comunitario para educar e involucrar al público en el Programa del BRT. El trabajo comunitario estuvo dirigida a las comunidades circundantes, los residentes y los propietarios de empresas privados a lo largo del Corredor de la 35th Avenue. El trabajo comunitario se centró en brindar la información más reciente del programa y en recopilar información de la comunidad y las partes interesadas sobre las opciones de carril del BRT propuestas, lateral o central, para ayudar a guiar la siguiente fase del programa, que es diseño. Entre febrero y abril de 2025, el equipo del programa BRT logró conectar con casi **9,000** personas, incluyendo líderes comunitarios, funcionarios electos, propietarios de empresas, residentes y pasajeros de transporte público. Utilizamos **12** métodos diferentes de comunicación para llegar a las partes interesadas a lo largo del corredor y a la comunidad en general. Más de **550** personas participaron en nuestra encuesta. Siga leyendo para conocer nuestras estrategias de alcance, métricas y los resultados de la Encuesta de Opciones de Carril.



# Notificaciones y métricas

Para llegar a múltiples audiencias, el equipo de BRT utilizó una variedad de herramientas de comunicación y notificaciones para compartir información del proyecto, invitar al público a asistir a los talleres y fomentar la participación en encuestas y aportes. **Todas las notificaciones se crearon en inglés y español.** Se puede encontrar un resumen de las notificaciones y métricas en las siguientes páginas.







## Material incluido con la factura de agua

En febrero, utilizamos el boletín PHX atYour Service, incluido con la factura del agua, para compartir notificaciones con todos los clientes de los servicios de la ciudad de Phoenix. El material incluido contenía un enlace al sitio web [MeetPhoenixBRT.com](https://MeetPhoenixBRT.com) dirigiendo los residentes a más información sobre los talleres, la casa abierta en línea, y la encuesta.

## Anuncios Directos

Se enviaron **4** correos directos a residentes, empresas, y propietarios dentro de una milla y media del corredor de BRT.

Se enviaron **2** anuncios por correo a residentes y empresas y se enviaron **2** anuncios por correo a propietarios externos.

## Colgadores para puertas de empresas

**5,500** empresas a lo largo del corredor recibieron un colgador para la puerta entregado en persona.

## Distribución de Carteles



### Autobuses

Se colocaron **44** carteles en las paradas de autobuses a lo largo del corredor de la 35th Avenue

Se colocaron **517** carteles en los autobuses:

- » Instalación Sur – **218** carteles
- » Instalación Norte – **129** carteles
- » Instalación Oeste – **170** carteles



### 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



### 4 Centros de Tránsito

- » Ed Pastor
- » Greg Stanton Central Station
- » Thelda Williams
- » Sunnyslope

## Métricas en línea

El sitio web MeetPhoenixBRT.com está diseñado para crear una comunicación transparente, fomentar la colaboración comunitaria y crear conexiones.

¡Actualizamos el sitio web el 5 de febrero de 2025 para incluir información del proyecto, publicaciones de blog, detalles del taller, la encuesta y más!

### Accesos por dispositivo:



#### Sitio web

Total de visitas:  
**10,965**



Móvil:  
**4,044**



Computadora:  
**2,492**



Tablet:  
**214**



Smart TV:  
**3**



Nuevos usuarios:  
**6,326**

Usuarios totales:  
**6,765**



Usuarios habituales:  
**439**

### Principales Tendencias:

» **4,300** usuarios accedieron al sitio a través de anuncios digitales y de correo electrónico de pago

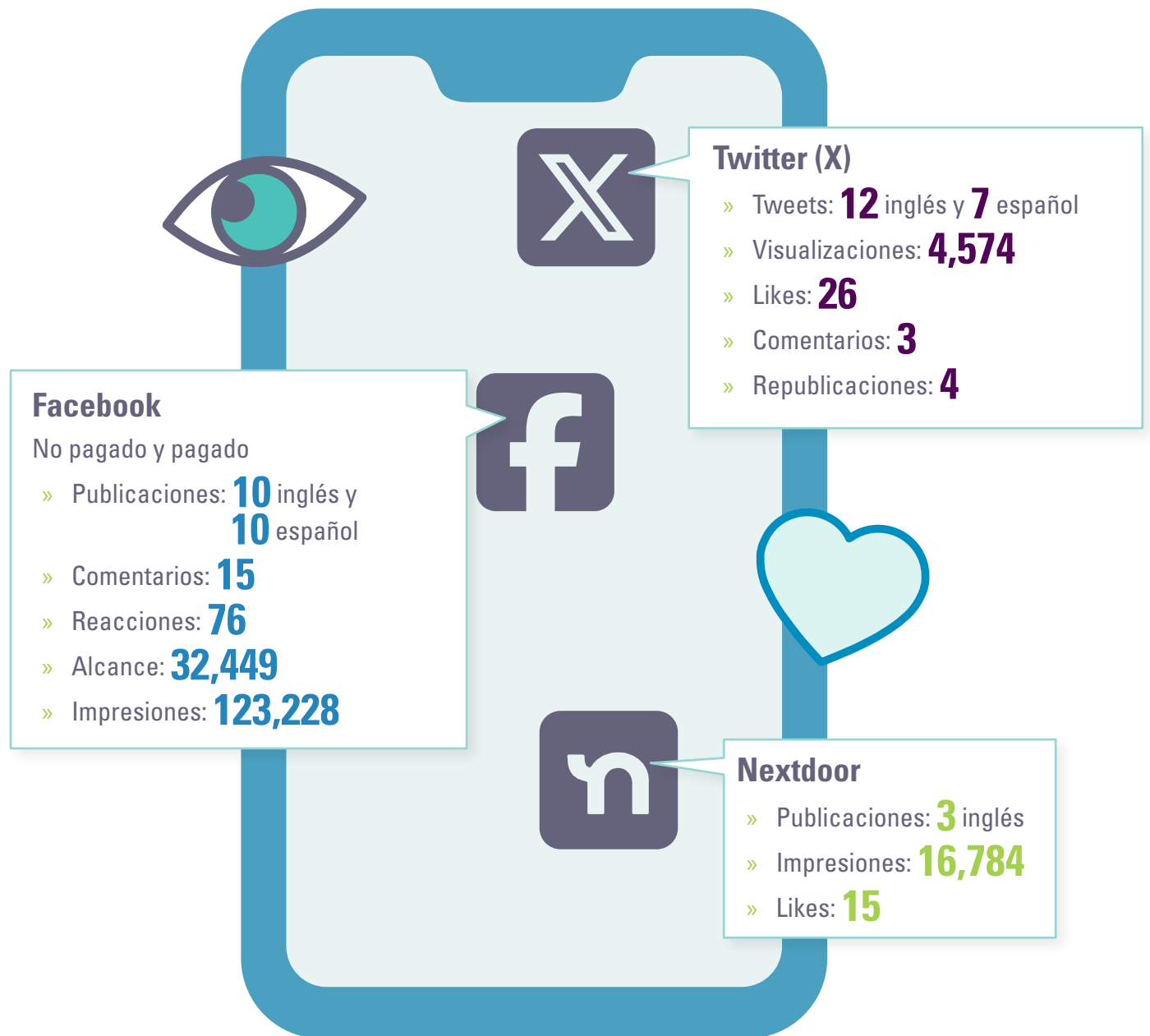
» El blog más visitado fue *“Próximos eventos comunitarios y empresariales”*



» **3,200** usuarios se ubicaron en Phoenix

» **390** usuarios utilizaron el idioma español en el sitio

## Redes sociales



## Correos electrónicos masivos

Los correos electrónicos masivos (Eblast) se enviaron a través del correo electrónico del proyecto a nuestra lista de partes interesadas y varios correos electrónicos masivos pagados se delimitaron geográficamente para obtener específicamente comentarios de los residentes y las empresas a lo largo del corredor.

### Correos masivos a las partes interesadas:

#### PHX BRT: Anuncio de talleres empresariales

📧 Enviado el 6 de febrero de 2025

✉ Aperturas: **112**

👉 Clics: **4**

↩ Respuestas: **0**

#### PHX BRT: Anuncio de talleres comunitarios

📧 Enviado el 6 de febrero de 2025

✉ Aperturas: **640**

👉 Clics: **38**

↩ Respuestas: **3**

#### RECORDATORIO: Phoenix BRT está buscando comentarios sobre las opciones propuestas para el carril del BRT

📧 Enviado el 26 de febrero de 2025

✉ Aperturas: **328**

👉 Clics: **1**

↩ Respuestas: **2**

#### RECORDATORIO: Phoenix BRT está buscando comentarios sobre las opciones propuestas para el carril del BRT

📧 Enviado el 6 de marzo de 2025

✉ Aperturas: **341**

👉 Clics: **122**

↩ Respuestas: **3**

#### Todavía hay tiempo: Responda a la encuesta PHX BRT 2025

📧 Enviado el 25 de marzo de 2025

✉ Aperturas: **428**

👉 Clics: **1**

↩ Respuestas: **3**

### Correos masivos pagados:

#### Eblast del BRT Primavera 2025 (Talleres) – Inglés ¡Hola! ¡Es Phoenix BRT!

📧 Enviado el 11 de febrero de 2025

👤 Audiencia: **57,000**

👁 Visualizaciones: **8,661**

👉 Clics: **1,584**

#### Eblast del BRT Primavera 2025 (Talleres) – Español ¡Hola! ¡Es Phoenix BRT!

📧 Enviado el 12 de febrero de 2025

👤 Audiencia: **22,000**

👁 Visualizaciones: **3,381**

👉 Clics: **644**

#### Recordatorio del Eblast del BRT Primavera 2025 - Inglés - ¡Hola! ¡Es Phoenix BRT!

📧 Enviado el 18 de febrero de 2025

👤 Audiencia: **57,000**

👁 Visualizaciones: **10,083**

👉 Clics: **1,184**

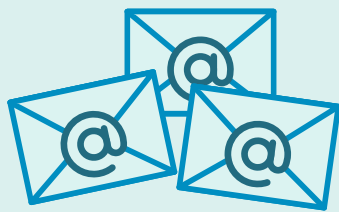
#### Recordatorio del Eblast del BRT Primavera 2025 – Español – ¡Hola! ¡Es Phoenix BRT!

📧 Enviado el 19 de febrero de 2025

👤 Audiencia: **22,000**

👁 Visualizaciones: **3,442**

👉 Clics: **626**



## Comunicados de prensa



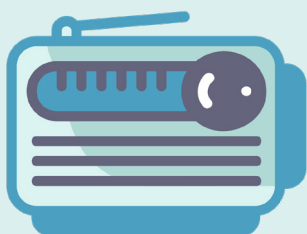
Distribuimos un comunicado de prensa a más de **320** medios de comunicación y contactos el 11 de febrero de 2025, informando al público sobre nuestros eventos y encuestas de trabajo comunitario.

El comunicado de prensa fue visto **39** veces al 13 de abril de 2025.

### Medios 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 las comunidades hispanohablantes.

### La Campesina 101.9 FM (10 de febrero – 23 de marzo de 2025)

- » KNAI-AM
- » **72** spots de radio o anuncios en radio
- » Cobertura: Phoenix y el área metropolitana de Phoenix, Tucson y Prescott
- » Oyentes: **500,000** diarios

### Contacto Total (5 de febrero – 21 de marzo de 2025)

- » KNUV-AM
- » **90** spots de radio o anuncios en radio
- » Cobertura: Phoenix y el área metropolitana de Phoenix



## Anuncios digitales e impresos



Se publicaron anuncios digitales e impresos para anunciar las actividades de participación comunitaria. La mayoría de los anuncios estaban geolocalizados y/o dirigidos específicamente al corredor y llegaban tanto a angloparlantes como a hispanohablantes de la zona.

### Anuncios digitales en inglés

- » Fechas de la campaña: 4 de febrero – 6 de marzo de 2025
- » Impresiones: **60,235**
- » Clics: **107**

### Anuncios digitales en español

- » Fechas de la campaña: 4 de febrero – 6 de marzo de 2025
- » Impresiones: **19,482**
- » Clics: **43**

### Anuncios impresos

Un anuncio impreso en español se publicó en la revista Contacto Total a partir del 5 de febrero de 2025. Esta revista distribuye más de **30,000** copias por mes a más de **300** ubicaciones en todo el valle.



# Reuniones y eventos comunitarios/ empresariales

Crear una oportunidad para interactuar en persona con el equipo del Programa del BRT fue un componente importante de nuestro trabajo comunitario.





## Talleres Comunitarios

- » #1 – Martes, 18 de febrero de 2025, a las 6 p.m. – Alta Vista Elementary School – **16** personas asistieron
- » #2 – Sábado, 8 de marzo de 2025, a las 11:00 a.m. – Carl Hayden High School – **19** personas asistieron

## Talleres empresariales

- » #1 – Miércoles, 19 de febrero de 2025, a las 6:00 p.m. – Alta Vista Elementary School – **5** personas asistieron
- » #2 – Sábado, 1 de marzo de 2025, a las 9:30 a.m. – Carl Hayden High School – **5** personas asistieron
- » #3 – Miércoles, 12 de marzo de 2025, a las 6:00 p.m. – Centro de Aprendizaje Bret Tarver – **7** personas asistieron

## Eventos Temporales (Pop-Ups)

Se organizaron siete eventos emergentes informales en varios lugares a lo largo del corredor. Los eventos Pop-Up son eventos temporales e inesperados organizados durante unas horas en áreas de alto tráfico/actividad.

- » #1 – Jueves, 20 de febrero – Thelda Williams Transit Center
- » #2 – Lunes, 24 de febrero – Helen Drake Senior Center
- » #3 – Viernes, 28 de febrero – DoubleTree by Hilton Phoenix North
- » #4 – Martes, 4 de marzo – Thelda Williams Transit Center
- » #5 – Martes, 25 de marzo – Grand Canyon University
- » #6 – Sábado, 29 de marzo – Grand Canalscape
- » #7 – Miércoles, 2 de abril – Taco Tote

## Analítica de la Casa Abierta (Open House) en línea

Como parte del proceso de participación, el equipo de Phoenix BRT desarrolló una casa abierta en línea y la lanzó el 17 de febrero de 2025. El sitio era fácil de navegar y proporcionaba información de BRT 101, información de opciones de carril, la encuesta y más.



# Resultados de la encuesta de opciones de carril del BRT

## Preguntamos, usted respondió...

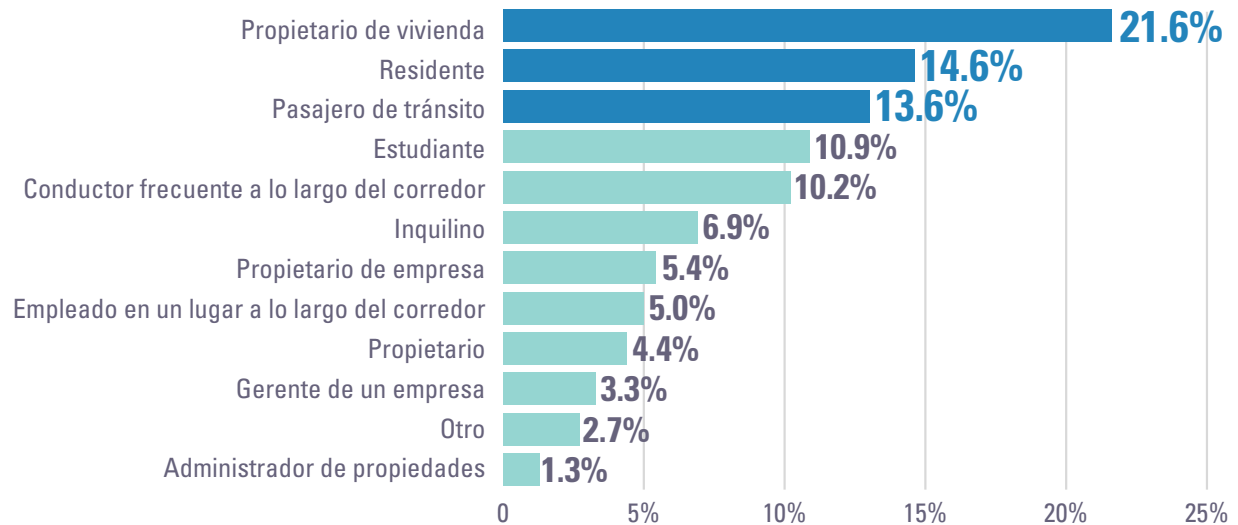
La encuesta estaba disponible en el sitio web [www.MeetPhoenixBRT.com](http://www.MeetPhoenixBRT.com) y fue impresa dentro del libro de actividades utilizado en los talleres. En total, **552** miembros de la comunidad, residentes y propietarios de empresas de Phoenix participaron en la encuesta. ¡Esto es lo que escuchamos!



## Resultados

### Usted es:

Propietario de vivienda (**21.6%**), residente (**14.6%**), y pasajero de tránsito (**13.6%**) fueron los tres tipos principales de participantes que enviaron encuestas.

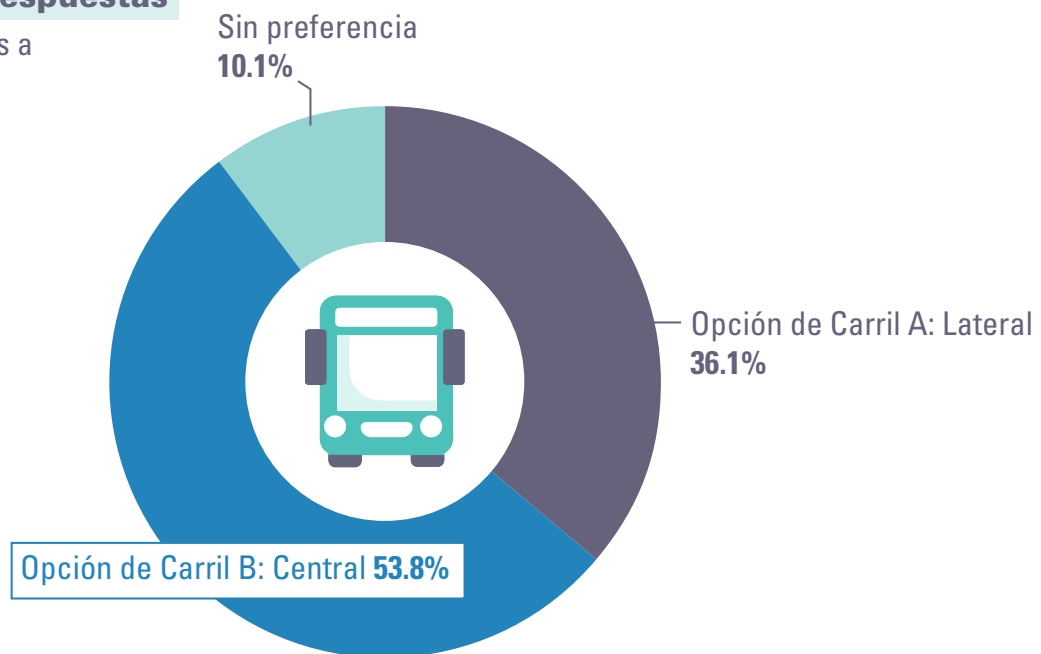


### ¿Después de conocer los impactos de las opciones de carril del BRT dedicado central en comparación con el lateral, ¿qué opción de carril prefiere?

El BRT central fue la opción más popular entre los encuestados en general, con el **54%** de las respuestas.

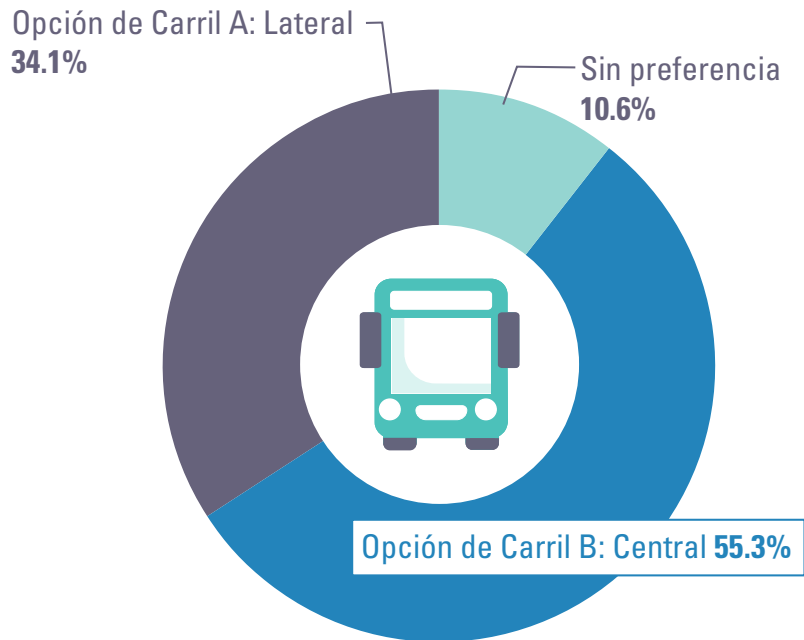
#### Todas las respuestas

545 respuestas a la encuesta



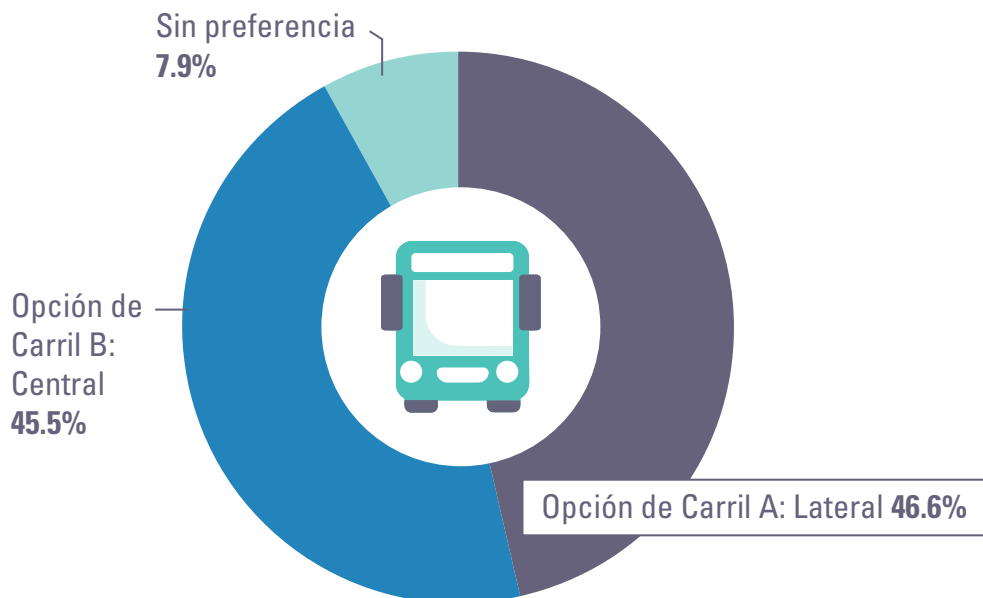
### Repuestas específicos de la comunidad

454 respuestas a la encuesta



### Repuestas específicos de empresas

88 respuestas a la encuesta



## ¿Porqué prefiere esta opción?

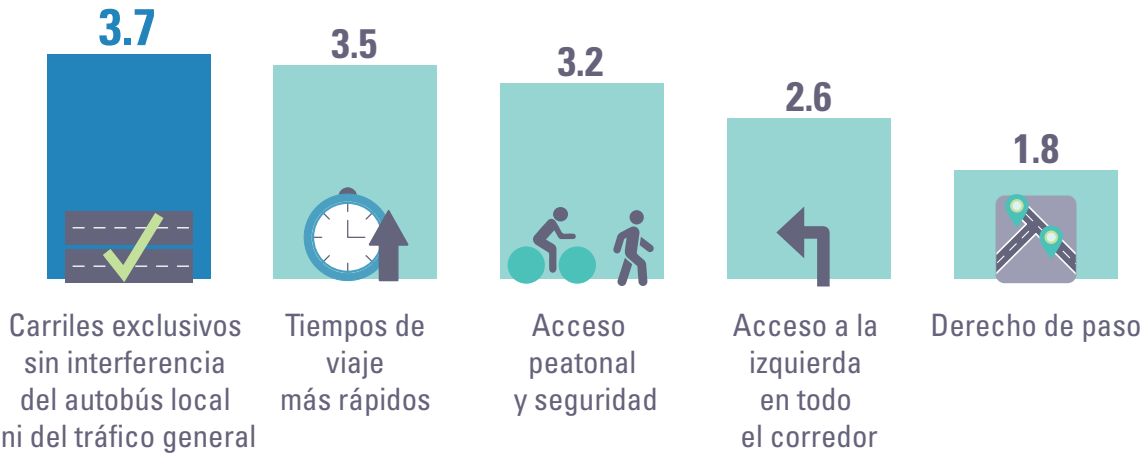




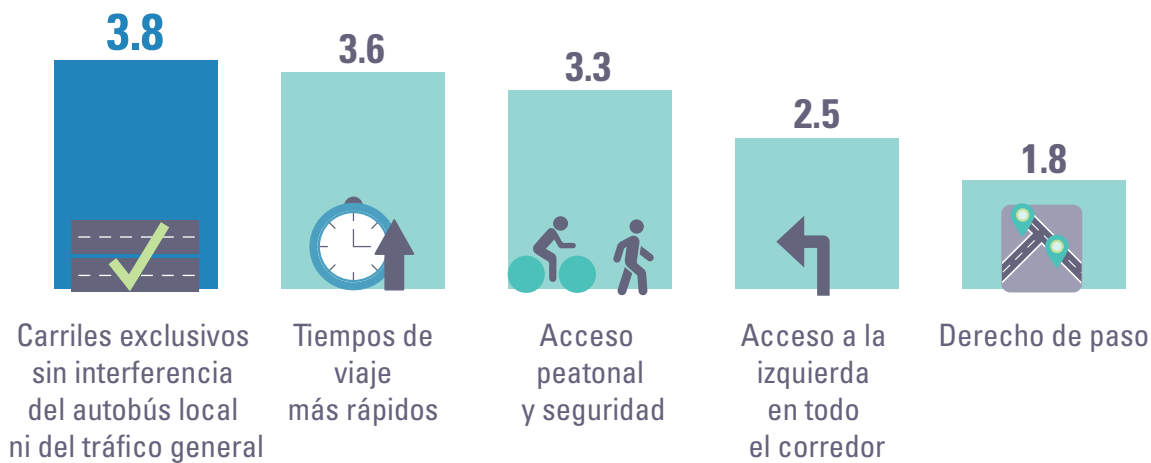
**Clasifique las siguientes consideraciones de diseño en orden de importancia, siendo 1 el factor más importante para usted y 5 el menos importante.**

Los siguientes índices de respuestas resaltan la puntuación de rango promedio por categoría.

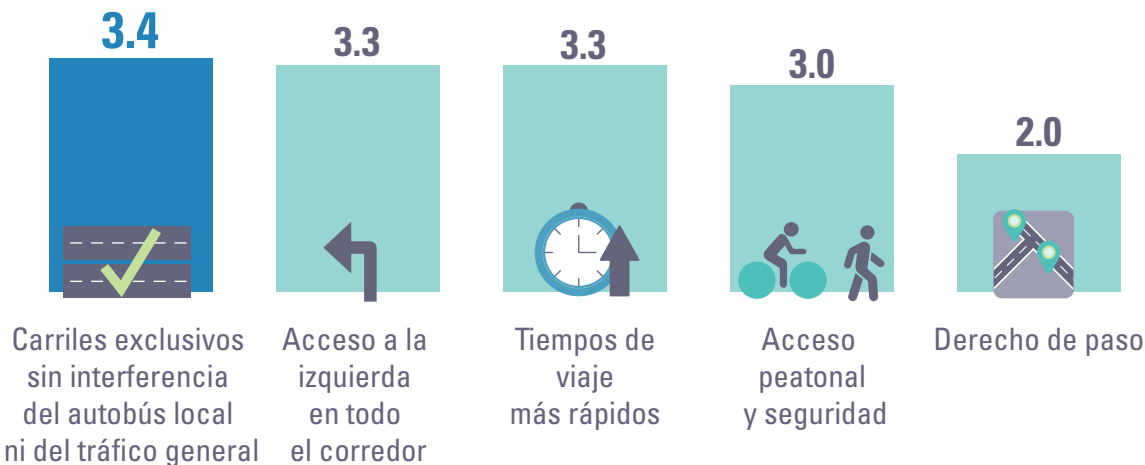
**Todas las respuestas**



**Repuestas específicos de la comunidad**



**Respuestas específicos para empresas**

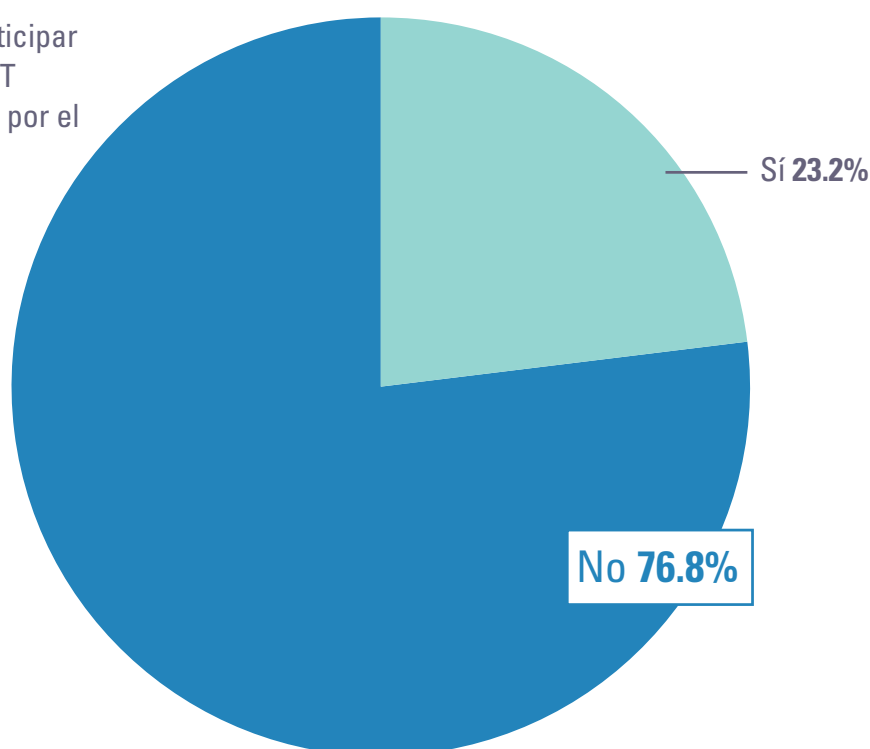


Si se ofrece un programa de asistencia empresarial como parte de este proyecto BRT, ¿qué tipo de asistencia sería más útil para su empresa?



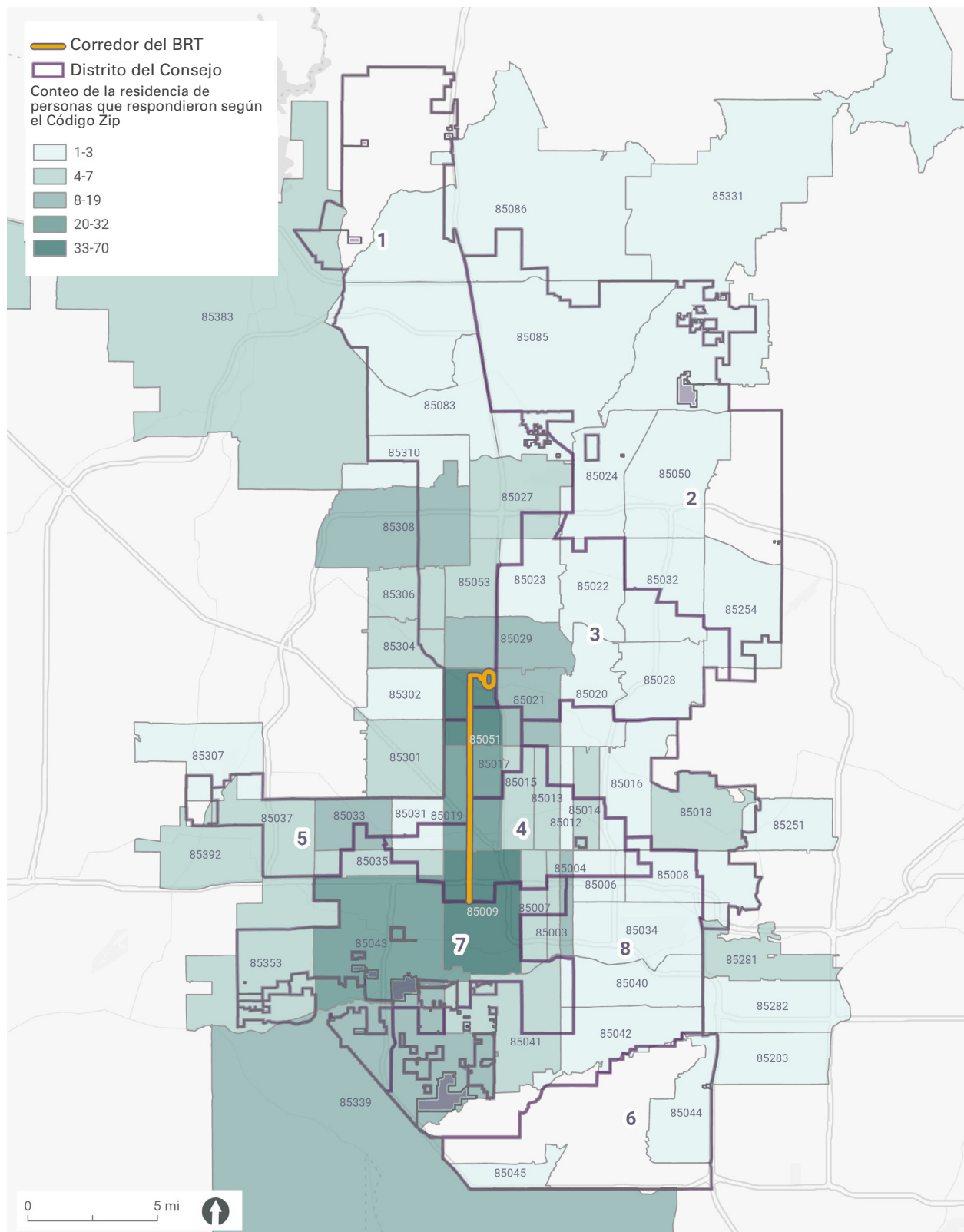
¿Está interesado en participar en un grupo o comité de BRT centrado en las empresas?

**76.8%** de los propietarios de empresas indicaron que no estaban interesados en participar en un grupo o comité de BRT centrado en las empresas y por el contrario un **23.2%** manifestó interés.



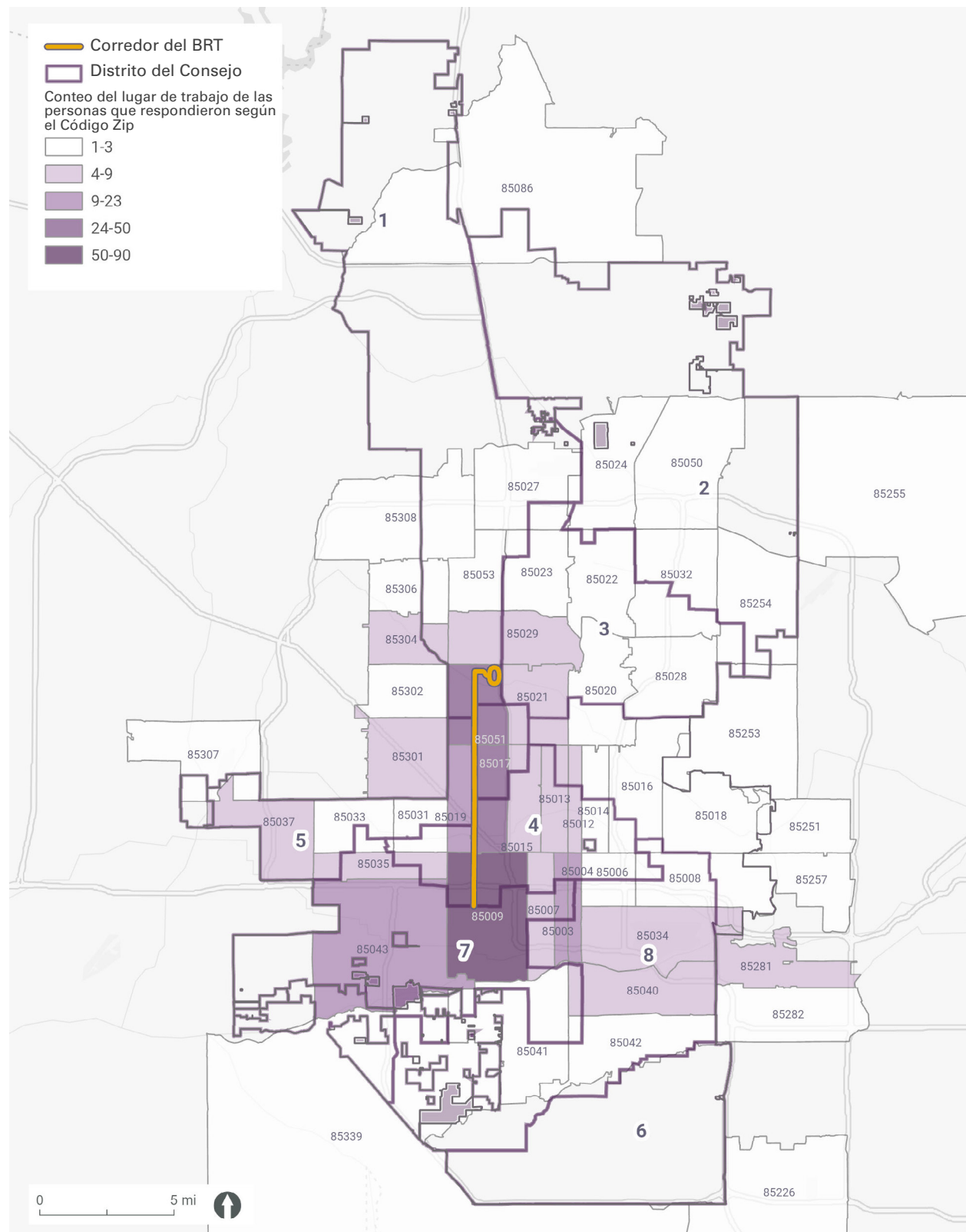
## ¿Dónde vive?

85009 (**13%**), 85051 (**12.6%**) y 85017 (**7%**) fueron los tres códigos postales principales donde viven los participantes de la encuesta.



## ¿Dónde trabaja?

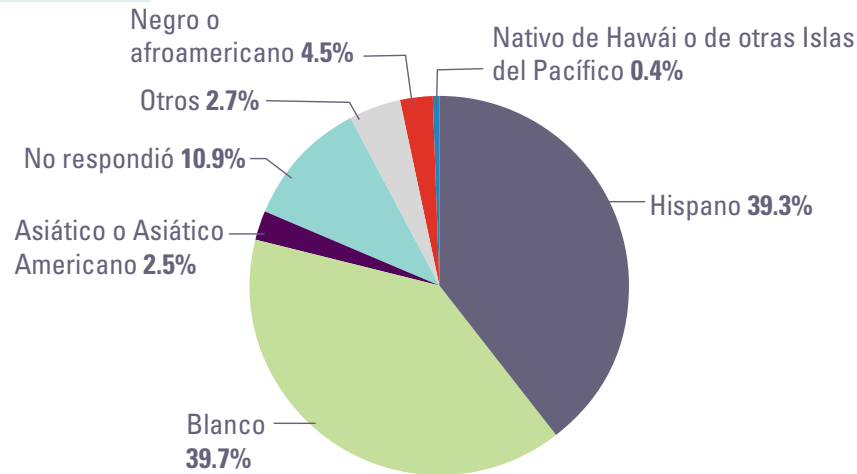
85009 (**22%**), 85051 (**13%**), y 85017 (**10%**) fueron los tres códigos postales principales donde trabajan los participantes de la encuesta.



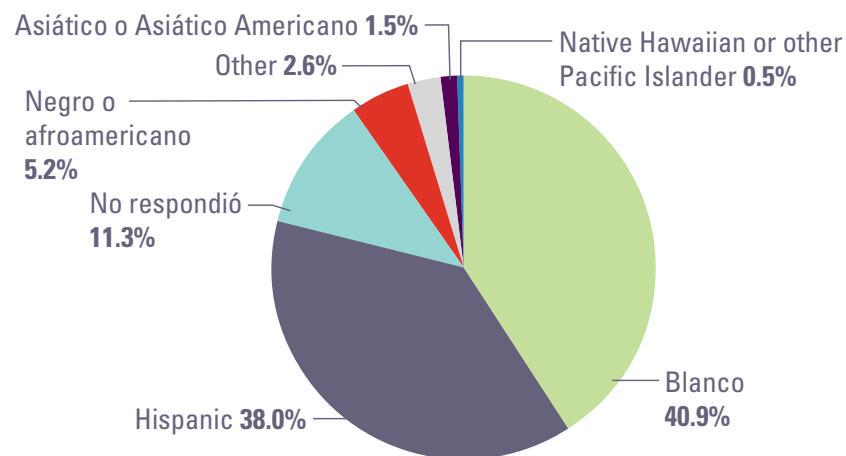
# Quiénes participaron

## ¿Cuál es su origen étnico?

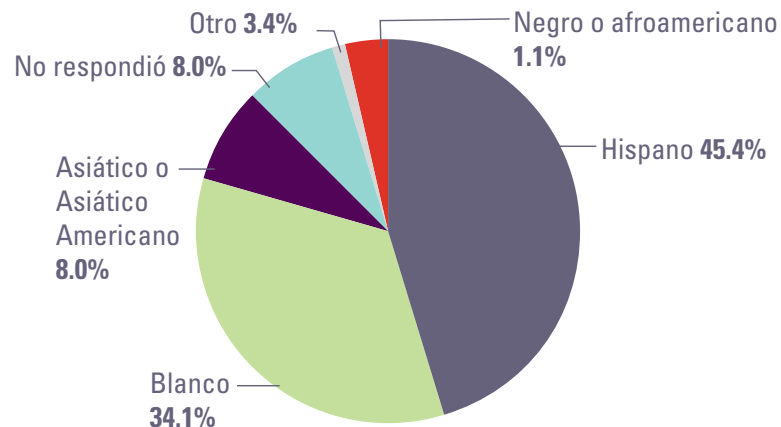
### Todas las respuestas



### Respuestas específicos de la comunidad

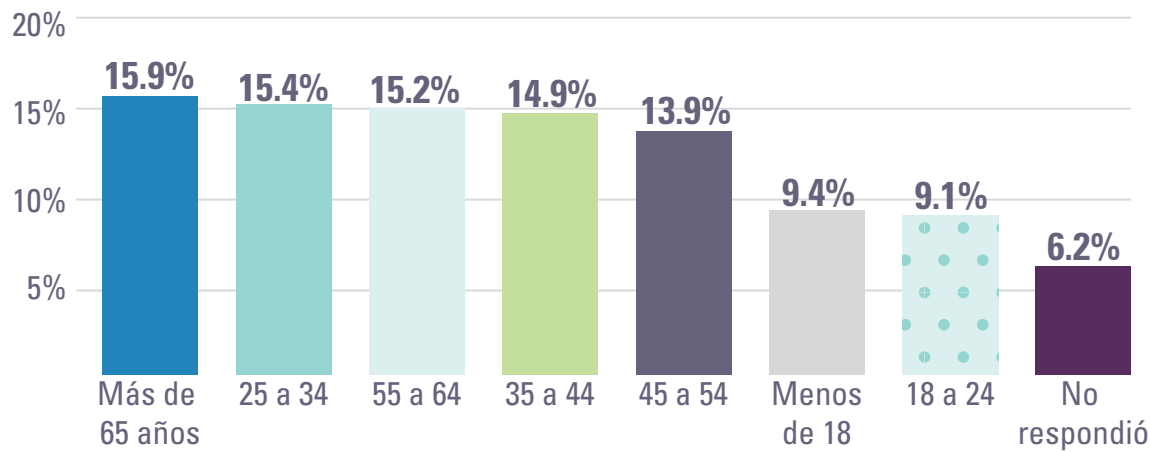


### Respuestas específicos de empresas

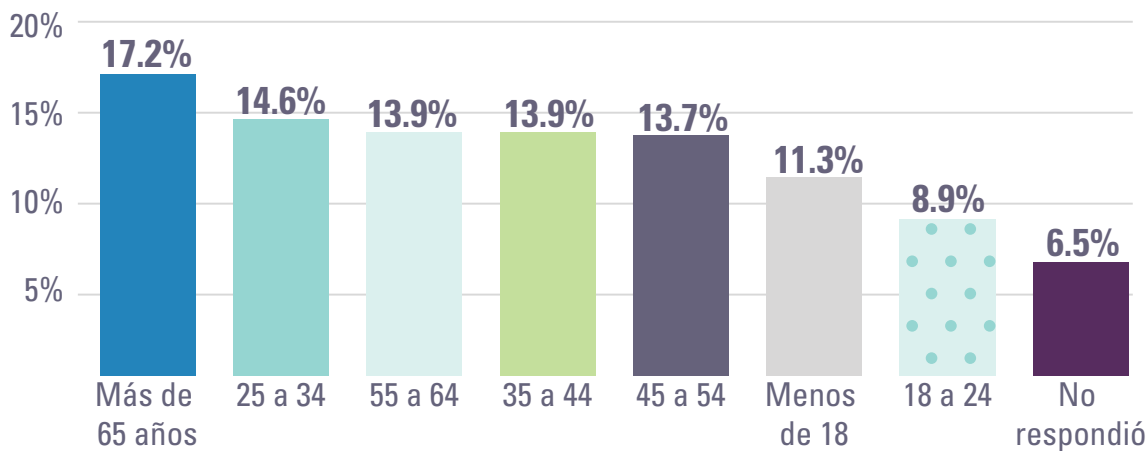


# ¿Qué edad tiene?

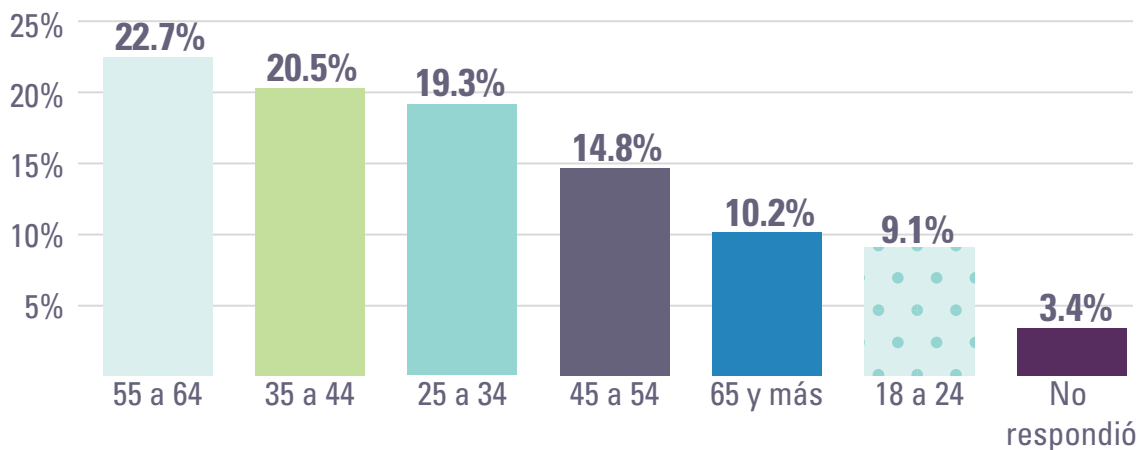
## Todas las respuestas



## Respuestas específicos de la comunidad



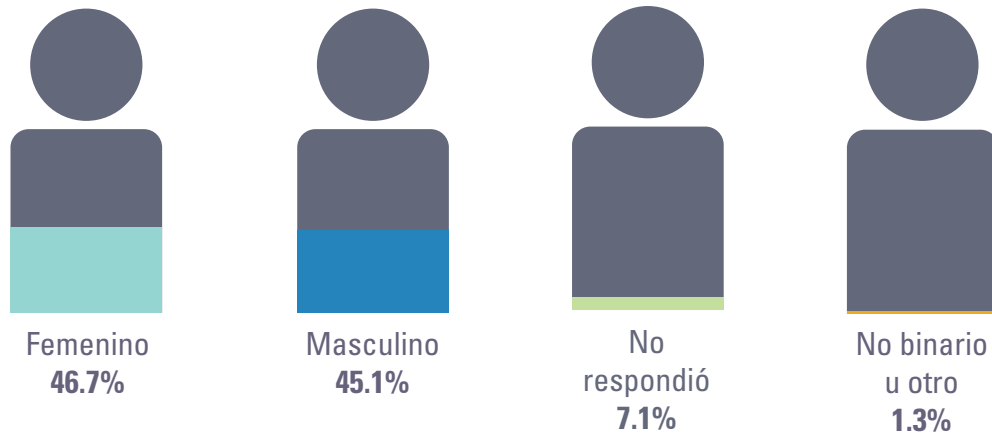
## Respuestas específicos de empresas



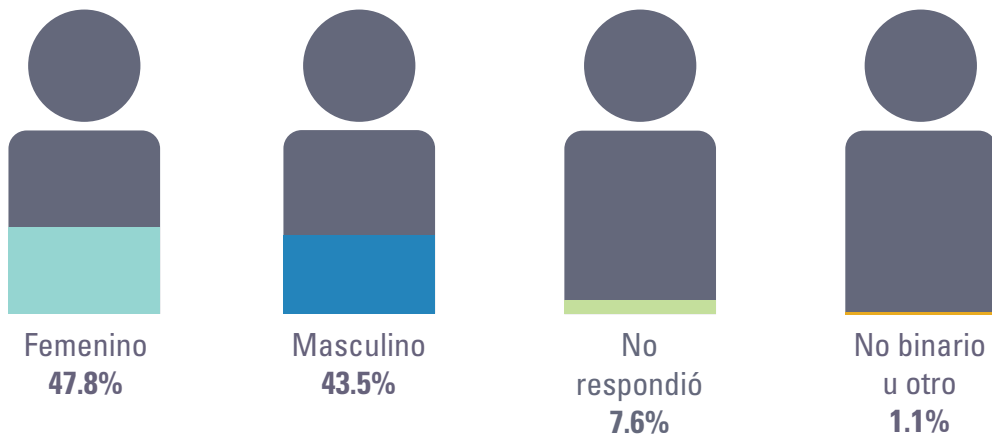


## ¿Cuál es su género?

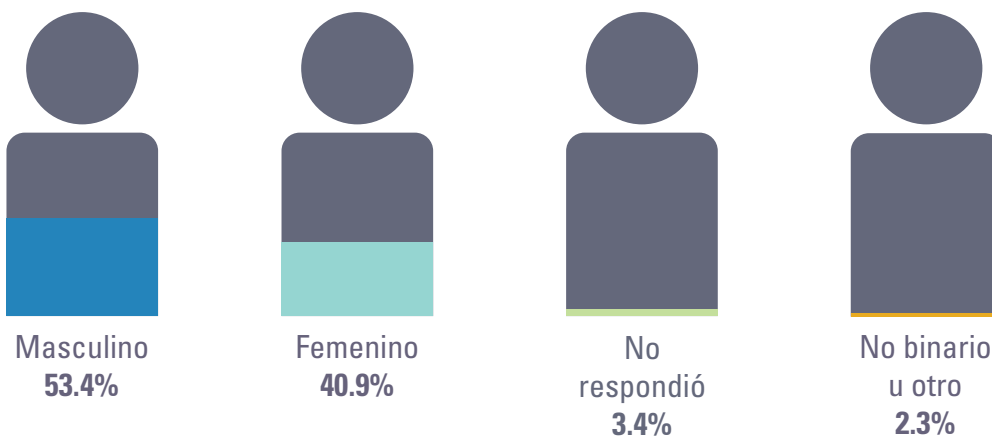
### Todas las respuestas



### Repuestas específicos de la comunidad



### Respuestas específicos de empresas





[MeetPhoenixBRT.com](http://MeetPhoenixBRT.com)