

Panel de Asistencia Técnica (TAP) del North Broadway Corridor

Jueves 2 y viernes 3 de agosto del 2018



La misión del Urban Land Institute (ULI) es proporcionar liderazgo en el uso responsable de terrenos, y en la creación y mantenimiento de comunidades prósperas por todo el mundo.

Servicios de asesorías del ULI

- Cada panel de asistencia técnica (TAP, por sus siglas en inglés) proporcionan a nuestros patrocinadores asesoramiento estratégico en asuntos complejos sobre el uso de terrenos y problemas en el desarrollo de bienes raíces.
- Pone a organismos públicos y organizaciones sin fines de lucro en contacto con el conocimiento y la experiencia de ULI y de sus miembros.
- Establecida en 1947.

Panelistas del TAP

- Los miembros del panel son voluntarios. No se les paga por su tiempo.
- Los miembros del panel son expertos en desarrollo inmobiliario, planeación y diseño del uso de terrenos, financiación inmobiliaria y el desarrollo económico.



4

Panelistas del TAP

Presidenta

- **Cecilia Estolano**: Estolano LeSar Advisors

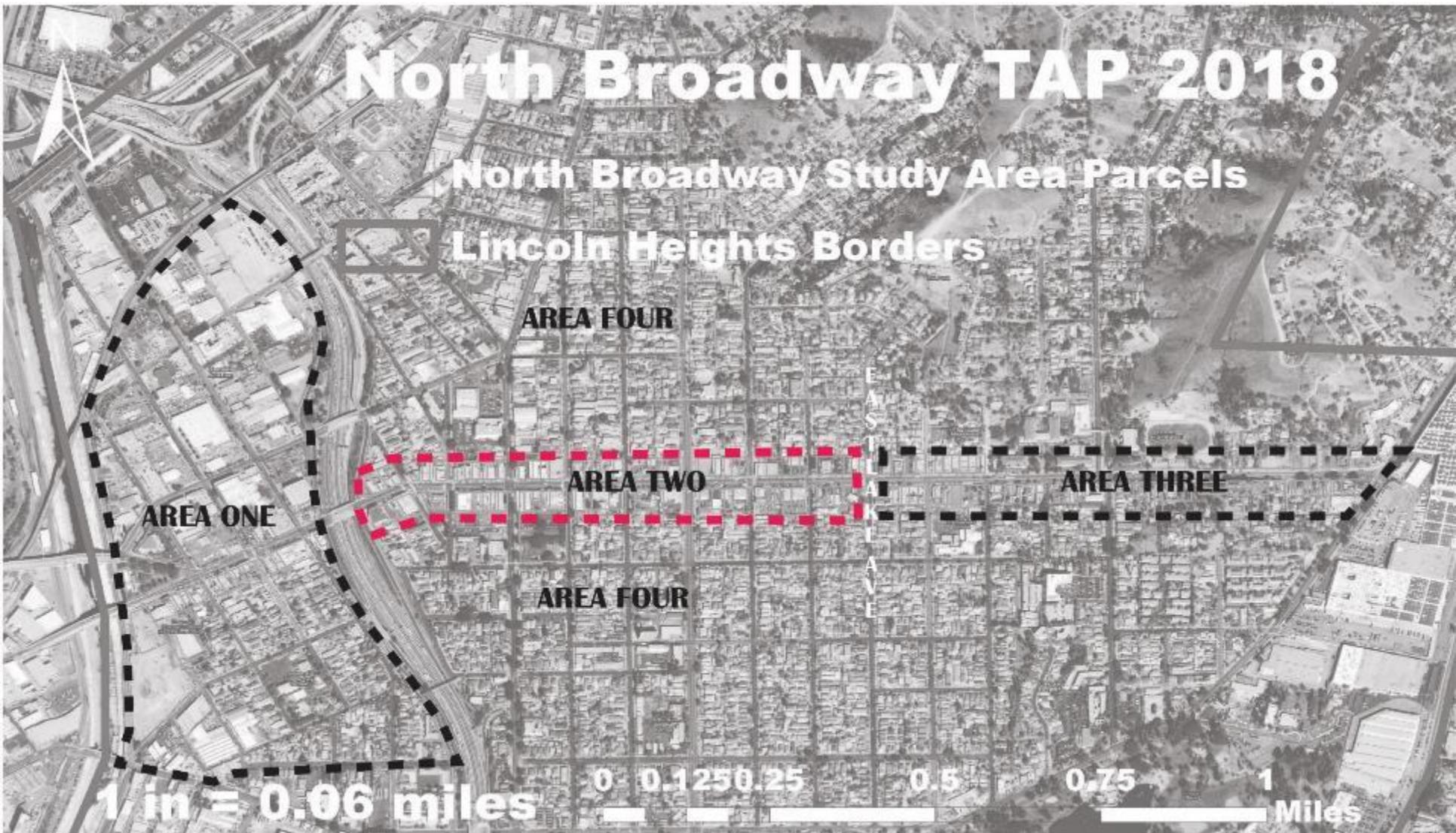
Panel

- **Jim Rabe**, Keyser Marston
- **Amber Hawkes**, Here LA
- **Jim Suhr**, Suhr and Associates
- **Peter Gibson**, Gibson Transportation
- **Shelly Levin**, Hirsch Bedner Associates
- **Andrew Fogg**, Cox, Castle and Nicholson
- **Megan Horn**, BrightView
- **James Brasuell**, Planetizen
- **Taylor Neiman**, Team Kalsman Partners

- Residentes de Lincoln Heights
- Lincoln Heights Benefits Association of LA
- Big Saver Foods
- Consejo Distrital 1, Ciudad de Los Ángeles
- Dep. de Desarrollo Económico, Ciudad de Los Ángeles
- GAW Capital USA
- Kasten Properties
- Colliers International
- Universidad del Sur de California
- Bank of America
- Dep. de Obras Públicas, Ciudad de Los Ángeles
- CVS Pharmacy
- Wells Fargo Bank
- State Farm Insurance
- Residentes del vecindario



La tarea



Contexto

Historia y contexto

- Vecindario más antiguo con tranvía de LA
- Empresas y familias multigeneracionales
- Comunidad muy unida
- Vecindario estable y de clase trabajadora
- Identidad cultural y geográfica propia
- Corredor comercial con fundamentos sólidos
- La venta al menudeo satisface las necesidades de la comunidad



Historia y contexto

Desafíos

- Aumento en el alquiler residencial
- Creciente temor al desplazamiento
- Deseo de tener restaurantes formales, entretenimiento nocturno y tiendas donde comprar alimentos más saludables
- Economía clandestina, informes incompletos de ingresos y gastos de la población
- Lotes comerciales pequeños, edificios pequeños previos a la Segunda Guerra Mundial



Historia y contexto

- Oportunidades
 - Cercanía a importantes empleadores locales en el creciente sector de la salud con trayectorias profesionales sólidas
 - Flujo de inversiones por proyectos de revitalización del río
 - Cercanía al Campus de Ciencias de la Salud (Condado de los Ángeles/USC)
 - Cercanía al naciente *Bio-Science Corridor*
 - Estacionamientos propiedad de la ciudad



La gran idea: diseñar el cambio

- Llevar al vecindario más antiguo con tranvía a nuevas alturas
- Involucrarse de verdad con residentes y empresas locales para diseñar el futuro
- Fortalecer el corredor comercial con viviendas, opciones de movilidad, árboles y señalización
- Crear espacios en los que los trabajadores vivan, trabajen y vayan de compras
- Construir viviendas multifamiliares a las que niños y niñas puedan llamar "hogar"

Creación de la marca

Creación de la marca: declaración de la misión

La apreciada comunidad de Lincoln Heights alberga a casi 30,000 habitantes en un radio de una milla. Situado estrechamente y muy unido, Lincoln Heights es el vecindario más antiguo de Los Ángeles; está anclado en sus diversas raíces multiculturales y en sus familias y empresas multigeneracionales que ayudaron a establecer la región. Lincoln Heights prosperó económicamente durante el auge económico de los Estados Unidos en la década de 1920 y ahora, casi 100 años después, el vecindario está listo para una revitalización digna de sus raíces. En su centenario, la ciudad celebrará su pasado mientras mira hacia el futuro. Fusionando lo viejo y lo nuevo, la campaña "New Heights" hará que todo lo viejo sea nuevo otra vez.



Creación de la marca: declaración de la misión

El North Broadway Corridor será como una cuerda salvavidas para la comunidad, como el concentrador de un vibrante tráfico anclado en tiendas de franquicias nacionales colocadas junto a fachadas históricas. Negocios dinámicos de alimentos y bebidas ofrecerán un 'tercer espacio' en el que los residentes puedan congregarse y disfrutar el futuro del vecindario. Hogares construidos o renovados recientemente ofrecerán a los residentes opciones de vivienda elevadas y accesibles, garantizando el alojamiento, no el desplazamiento. Para apoyar la visión de salud y riqueza, mercados accesibles ofrecerán opciones de alimentos frescos y saludables.



Creación de la marca: eslóganes

Lleva tu CARRERA a nuevas alturas



Creación de la marca: eslóganes

Lleva tu FIN DE SEMANA a nuevas alturas



Creación de la marca: eslóganes

Lleva tu NEGOCIO a nuevas alturas



Creación de la marca: eslóganes

Lleva tu FUTURO a nuevas alturas



Valores fundamentales de mercadotecnia y creación de marca. Nosotros:

Somos auténticos. Permanecemos fieles a las diversas ofertas de la comunidad, promocionando empresas locales y reviviendo tiendas viejas y preciadas.



Valores fundamentales de mercadotecnia y creación de marca. Nosotros:

Somos inclusivos. Mantenemos el vecindario como lo que es, un vecindario que conserva su valioso patrimonio



Valores fundamentales de mercadotecnia y creación de marca. Nosotros:

Colocamos los cimientos. Si la comunidad invierte en la comunidad, la reputación del vecindario en el escenario estatal se elevará.



Valores fundamentales de mercadotecnia y creación de marca. Nosotros:

Tenemos el vigor. Una infusión de apoyo financiero nos da la oportunidad de revivir y marcar el comienzo del renacimiento de Lincoln Heights.



Valores fundamentales de mercadotecnia y creación de marca. Nosotros:

Somos el alma de la ciudad. El North Broadway Corridor será como una cuerda salvavidas para el vecindario; atraerá a clientes de zonas residenciales, de la USC y de centros médicos.



Valores fundamentales de mercadotecnia y creación de marca. Nosotros:

Vemos hacia el futuro. Aprendiendo del pasado histórico del vecindario, Lincoln Park busca ser un vecindario floreciente y un orgullo para sus habitantes y empresas que atraiga a otros socios que compartan esa visión.



Valores fundamentales de mercadotecnia y creación de marca. Nosotros:

Somos empresarios. Siendo una ciudad construida por residentes motivados e involucrados, Lincoln Heights es una plataforma del espíritu emprendedor que nace del vecindario.



Uso del suelo y zonificación

Uso del suelo y zonificación

- Las actuales leyes de zonificación limitan las oportunidades futuras
 - Densidad residencial / Condición Q
 - HPOZ
 - CASP (zona 1)

Uso del suelo y zonificación

- Historial de cambios a la densidad residencial aprobada de la zona
 - Zonificación histórica: mayor densidad residencial cerca a la Broadway, zonas R4 y R3
 - Reducción de 1990 a la densidad residencial de la zona (aplicación de la AB 283), se eliminaron las zonas de densidad R4
 - Reducción del 2000 a la densidad residencial de la zona
 - se eliminaron las zonas de densidad R3
 - se implementaron las densidades RD 1.5 y RD 2
 - se añadió la condición Q al corredor comercial, densidades RD 1.5
 - Efecto neto: 75-80 % de reducción en las densidades del área

Uso del suelo y zonificación

- Oportunidades de zonificación
 - Condición Q. Considerar eliminar el límite de densidad RD 1.5 en las zonas comerciales
 - Considerar normas apropiadas de reemplazo, particularmente en el contexto de las oportunidades bajo las directrices del TOC
 - Reconsiderar las densidades residenciales de la Zona 4 según corresponda



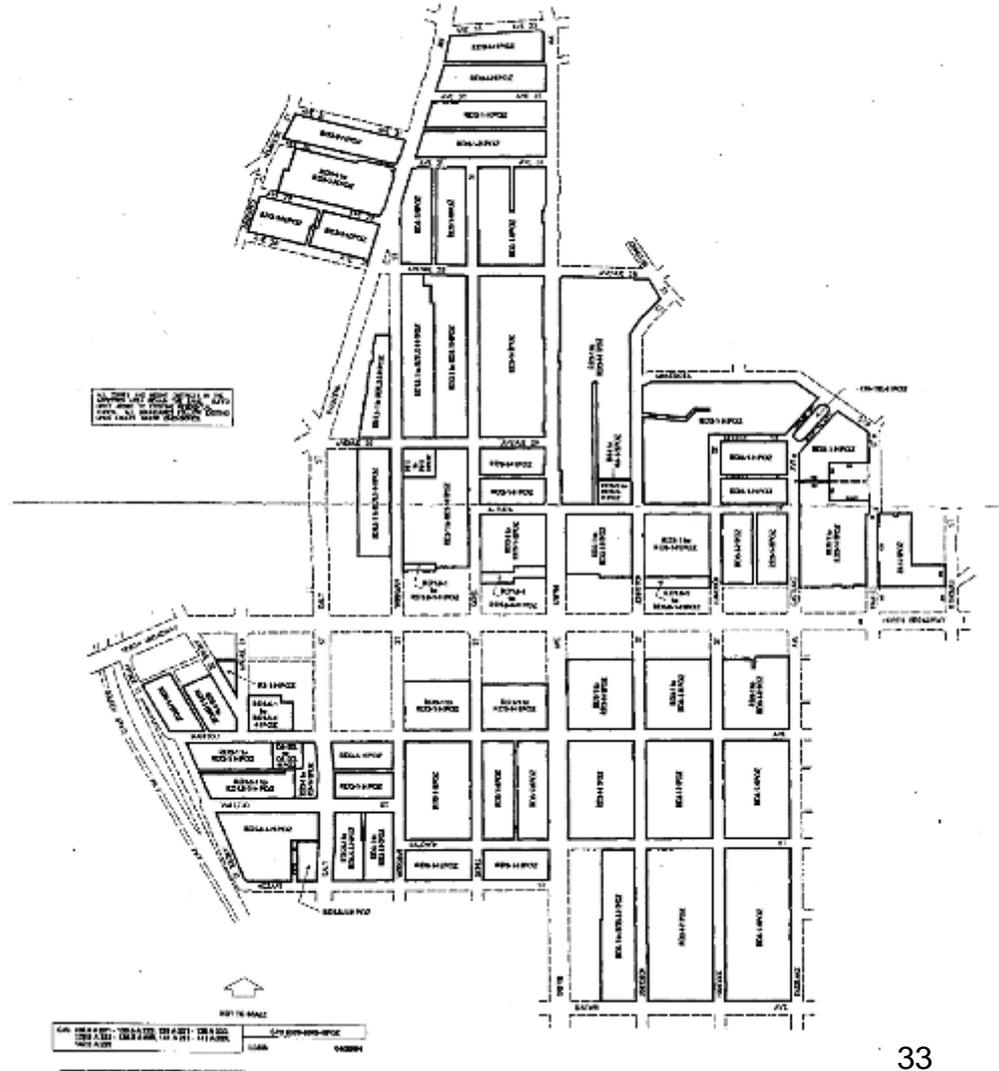
Uso del suelo y zonificación

Zona de traslape para la preservación histórica (HPOZ, por sus siglas en inglés)

- Adoptada en el 2004
- Existen muchos recursos históricos en la zona HPOZ
- Incluye todas las propiedades residenciales al norte y al sur de la Broadway, desde la autopista 5 hasta Eastlake y más allá



Uso del suelo y zonificación: mapa de la zona HPOZ



Uso del suelo y zonificación

- Zona HPOZ (continuación)
 - Incluye muchas estructuras que a simple vista no parecen tener valor histórico
 - Crea una capa adicional de procesos e incertidumbre para la potencial reconstrucción de estructuras existentes, incluso si no son contribuyentes



Uso del suelo y zonificación

- CASP (zona 1)
 - Adoptada en el 2013
- En la zona CASP no se han construido unidades residenciales
- El río y la autopista separan la zona 1 del resto de la zona CASP
- Oportunidad: considerar modificar el CASP o usar un plan específico nuevo para aprovechar la inversión en el Albian Park y mejorar la conectividad hacia el Broadway Corridor y más allá

Uso del suelo y zonificación

- Oportunidades para construir viviendas multifamiliares
 - Históricamente, no se han construido suficientes viviendas para los trabajadores locales
 - No hay incentivos para la construcción de viviendas para el 80-110 % de hogares AMI
- Se consideran opciones de zonificación de beneficio público para incentivar a los hogares de ingreso mixto (destacando oportunidades de vivienda para la fuerza laboral)
 - Crear una nueva ordenanza de bono por densidad para incentivar la vivienda de la fuerza laboral)
 - Crear un programa de beneficio comunitario para mejorar la conectividad y el ámbito público

Análisis de mercado

Análisis de mercado: economía, datos demográficos e inventario existente

Métrica	1 milla	3 millas	5 millas
Población	34,553	338,212	1,011,933
Hogares	9,401	103,356	334,057
Personas por hogar (promedio)	3.60	3.10	2.94
Personas que rentan (%)	74.8 %	70.6 %	73.4 %
Edad (promedio)	33.1	34.1	34.8
Ingresos (promedio)	\$38,930	\$41,429	\$44,488

Tipo de producto	Inventario de SF (unidades)	Núm. de edificios	Ocupación	Prom. Alquiler \$/SF (/ unidad)	Prom. Área del edificio	Prom. Área del lote	Prom. Año de construcción	Prom. Edad del edificio
Industrial	5,293,931	146	97.8 %	\$0.79	6,154	14,605	1967	51
Ventas al menudeo	1,380,143	214	99.2 %	\$3.15	7,000	12,746	1952	66
Oficinas	890,730	46	96.8 %	\$2.56	6,328	7,552	1925	93
Multifamiliar	3,471	258	97.5 %	\$1,263.25	3,503	6,511	1913	105

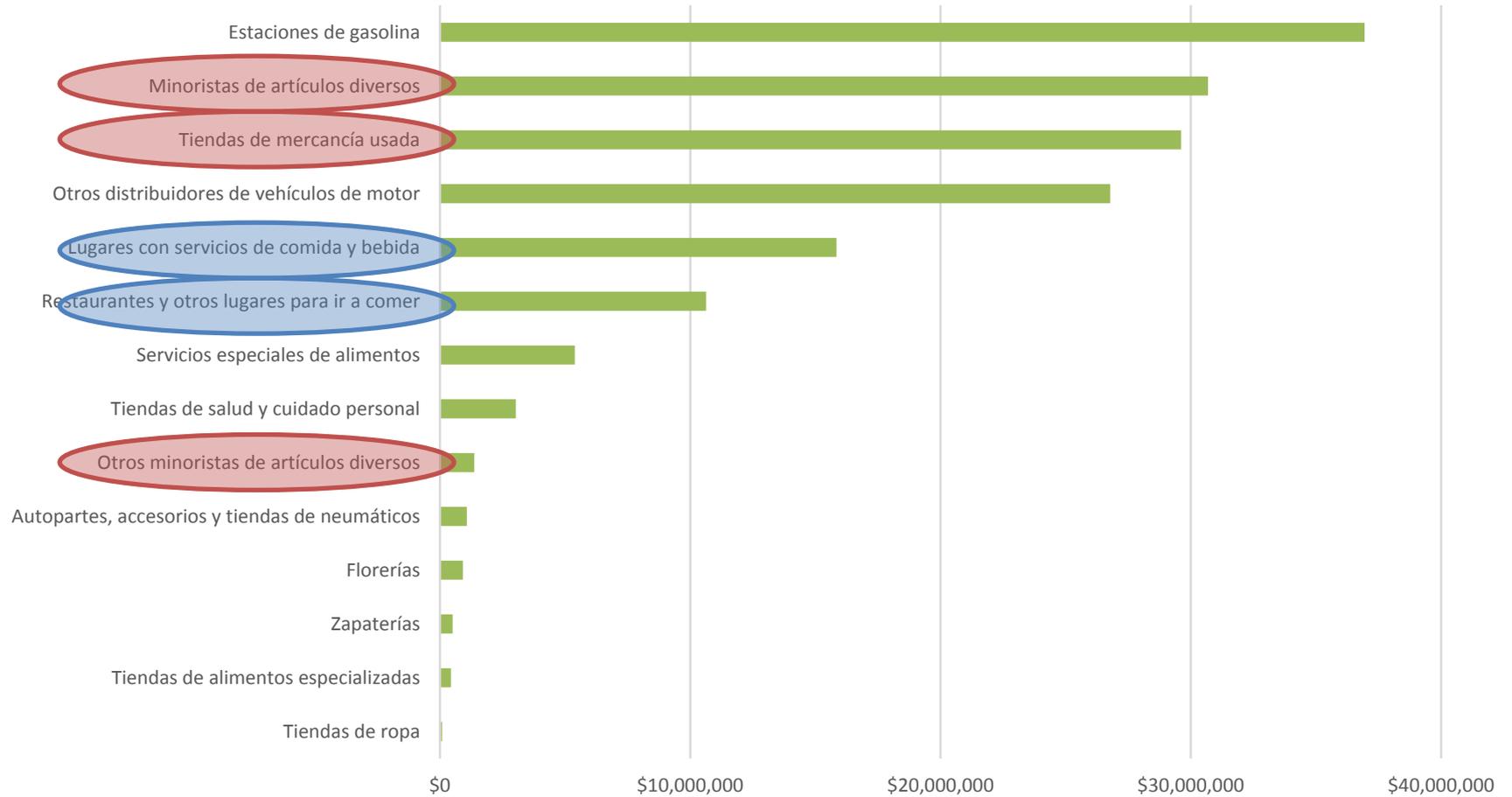


Nota: A menos que se indique lo contrario, estos valores se basan en un radio de 1 milla desde la intersección de la N. Broadway y la Johnston St.

Fuente: Esri, RCA, CoStar, Zimas

Análisis de mercado: vendedores al menudeo

Excedente de demanda por ventas al menudeo

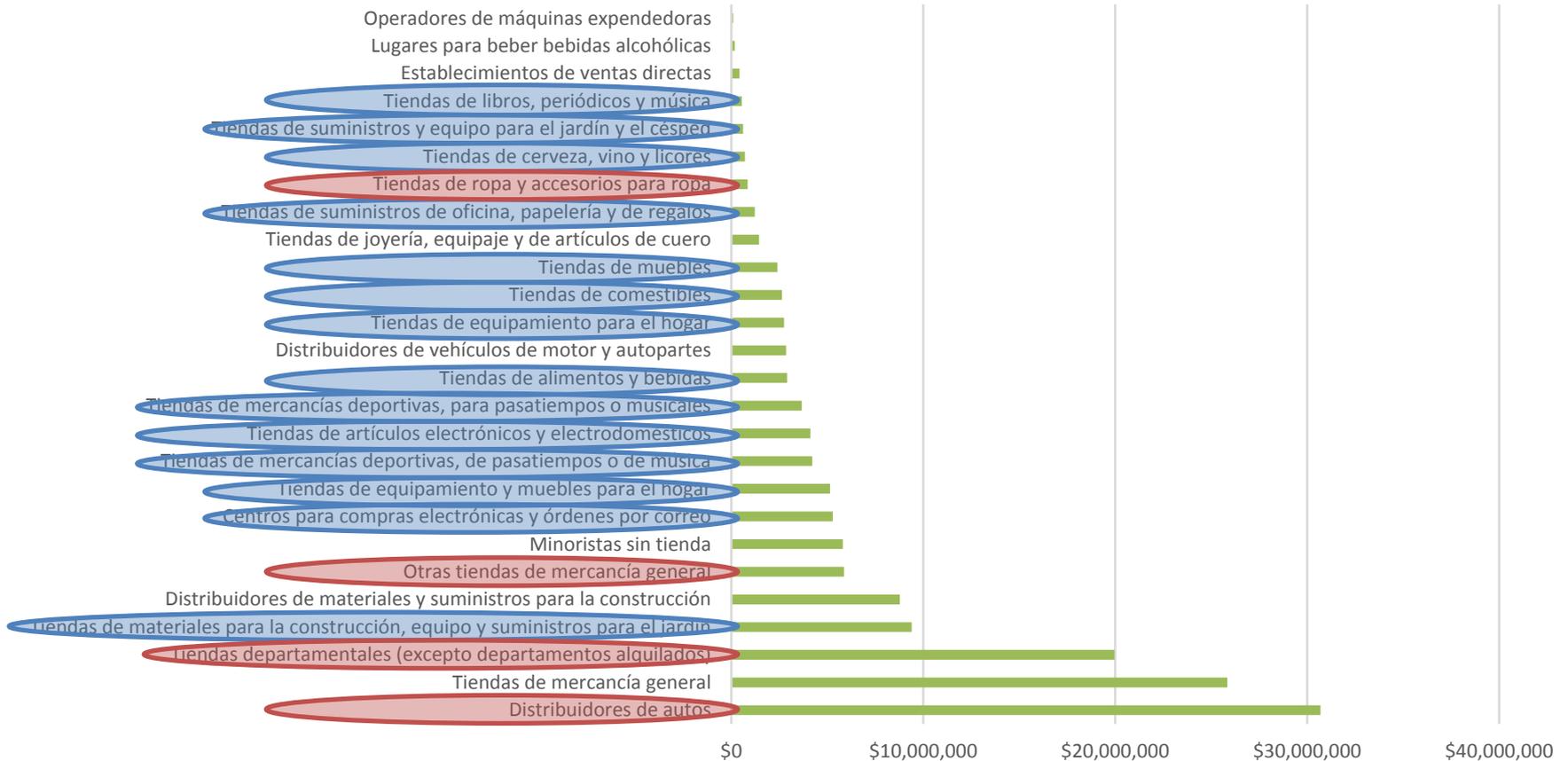


Nota: A menos que se indique lo contrario, el radio mide 1 milla y se toma desde la intersección de la N. Broadway y la Johnston St.

Fuente: Esri

Análisis de mercado: demanda no satisfecha

Vacío en la demanda de venta al menudeo

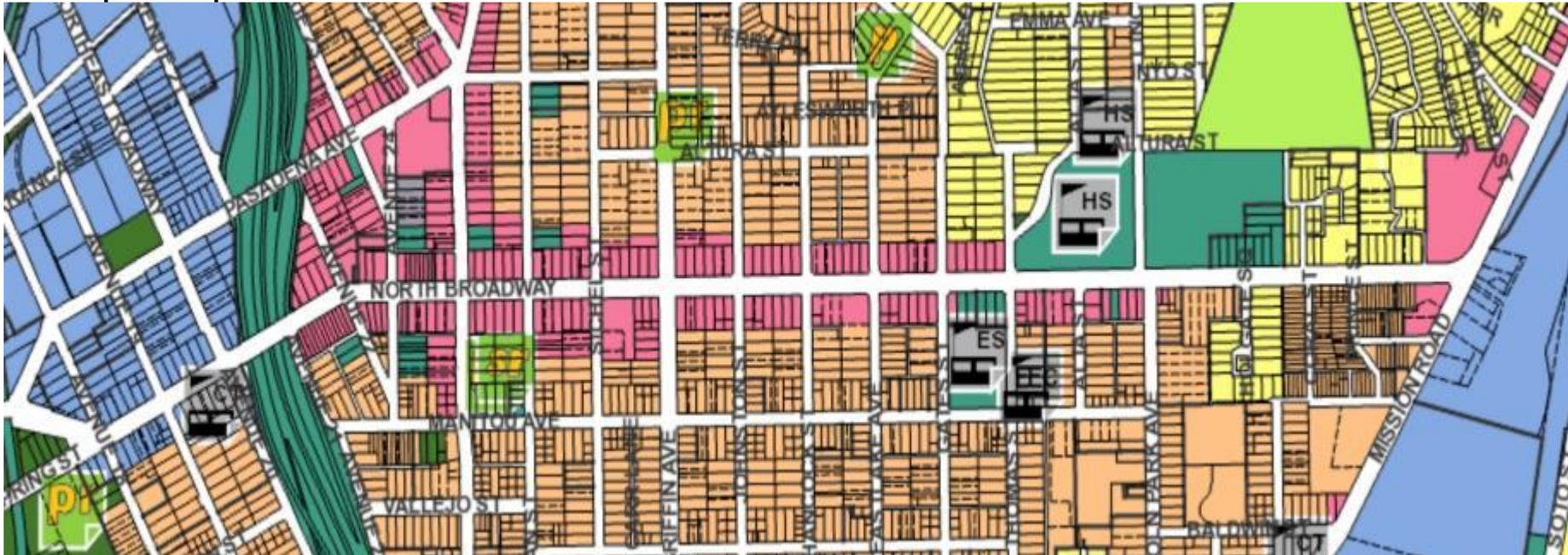


Nota: A menos que se indique lo contrario, el radio mide 1 milla y se toma desde la intersección de la N. Broadway y la Johnston St.

Fuente: Esri

DESAFÍOS

- Problemas de concurrencia
- Propiedad fragmentada, no institucional
- Bajo volumen de transacciones
- Edad de los edificios
- La demografía, cultura e historia de la comunidad limita a los posibles nuevos participantes



Acceso

Acceso

- Estacionamiento público: Activos
 - Lotes de la ciudad
 - Espacios: 290
 - Llenos: 169
 - ocupado al 58 %
 - No es un problema de suministro... todavía.



43

- **Alternativas de estacionamiento**
 - Fuera de las calles
 - Cocheras
 - Desarrollar el uso mixto
 - Consolidar la superficie de estacionamiento
 - Apilar
 - Valet
 - Compartir
 - En las calles
 - Ángulo lateral de la calle (50 ft)

Acceso

- Recomendaciones sobre estacionamientos
 - Sustitución selectiva
 - Desarrollar el uso mixto: Parking Plus
 - Consolidación de lotes



Fortalecer las conexiones en la primera y última millas

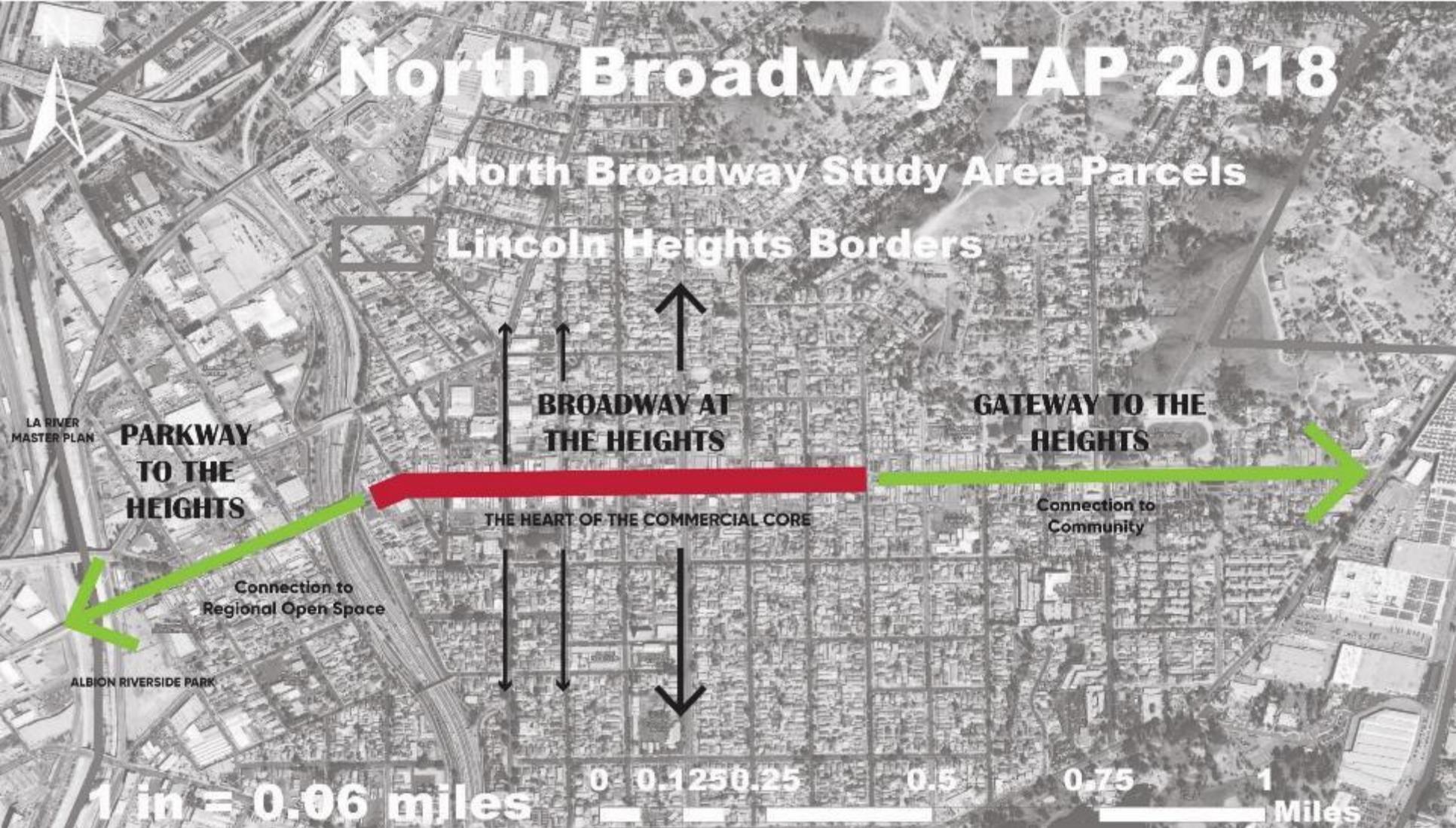
- Hacer que el sistema de transporte de la USC hacia el N. Broadway Corridor conecte el Campus de Ciencias de la Salud y la Gold Line.
- Extender el Dash hasta la estación Gold Line en Lincoln Heights.
- Aumentar las frecuencias del autobús 751 y 251 que conectan el Broadway Corridor con la estación Gold Line.
- Mejorar las conexiones peatonales y ciclistas entre la Gold Line y el corredor.
- Trabajar con el Metro para preparar un estudio sobre la primer/última milla para identificar vías para el Metro.

Acceso

- Fortalecer las conexiones en la primera y última millas (continuación)
 - Bicicletas y motonetas compartidas sin estaciones de entrega
 - Vehículos Eléctricos compartidos para personas de bajos ingresos
 - Pilotar vehículos Metro de micro-tránsito (basado en aplicación, mini-bus a demanda)



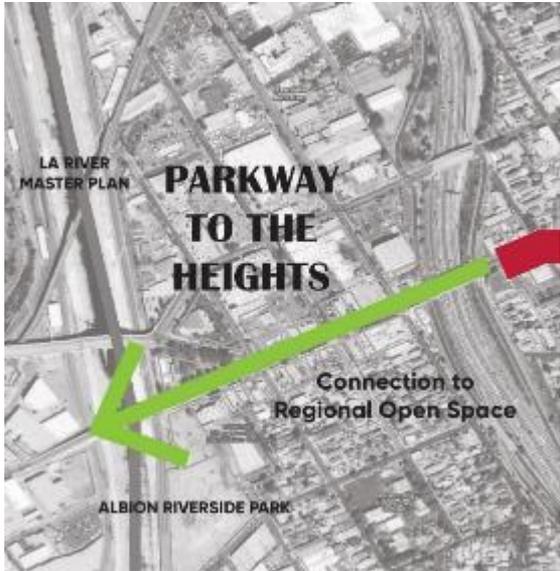
Ámbito público



FUNDAMENTOS SÓLIDOS

MEJORAR MEDIANTE INTERVENCIONES
ESTRATÉGICAS

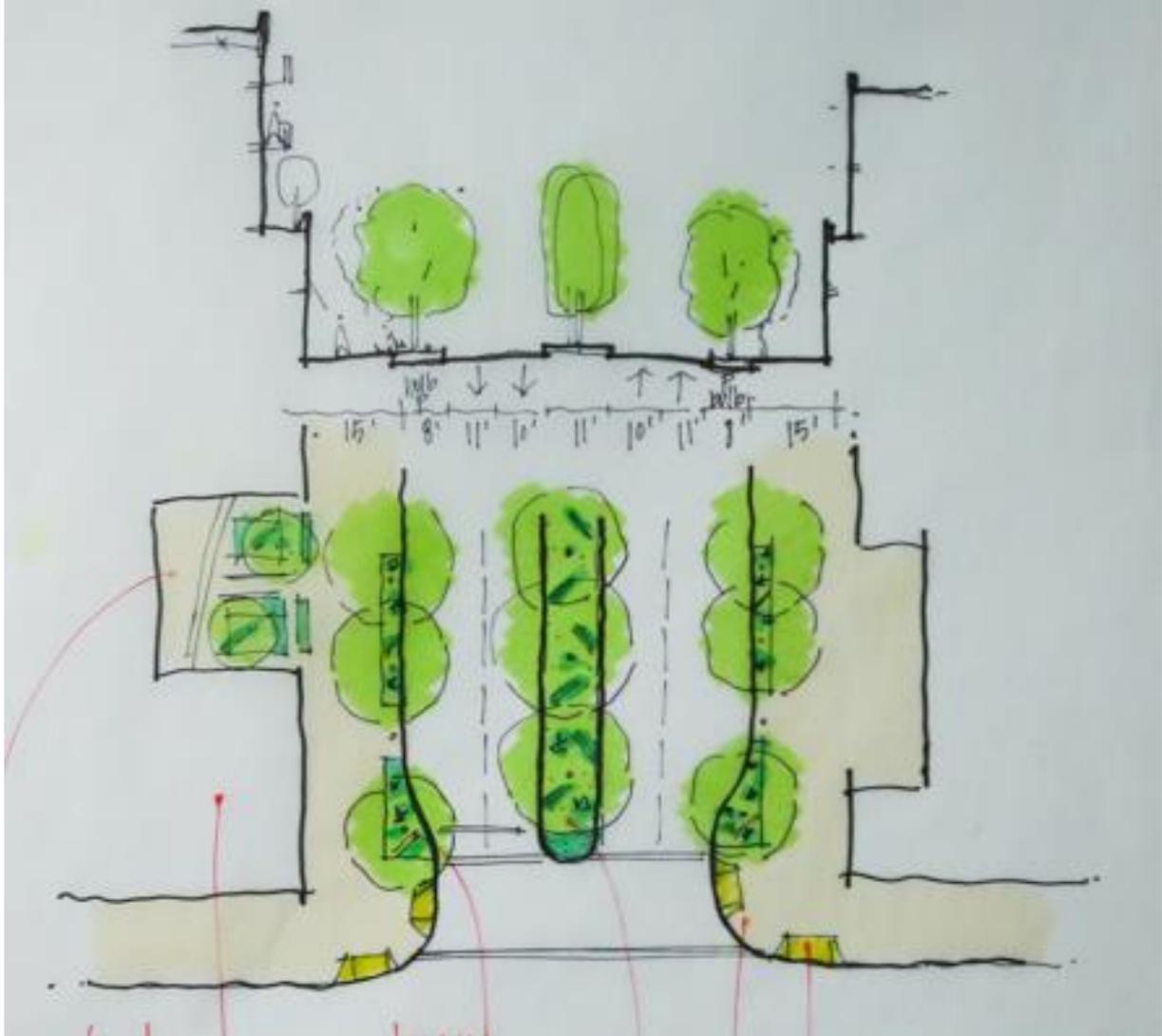
Zona uno: del Parkway hasta Heights



- Sensación de ser un Boulevard
- Jardines y drenajes pluviales
- Iluminación mejorada
- Llevar un poco del diseño del parque hacia la calle
- Hacer que la gente sepa que está entrando a Lincoln Heights
- Señalización de orientación para peatones
- Enlazada al río mediante el diseño
- Señalización educativa sobre la cuenca de Albion

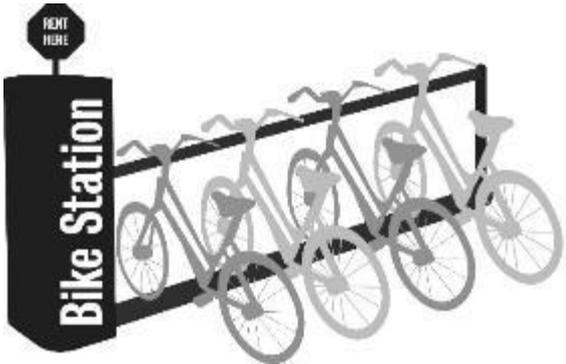


Zona uno: del Parkway hasta Heights

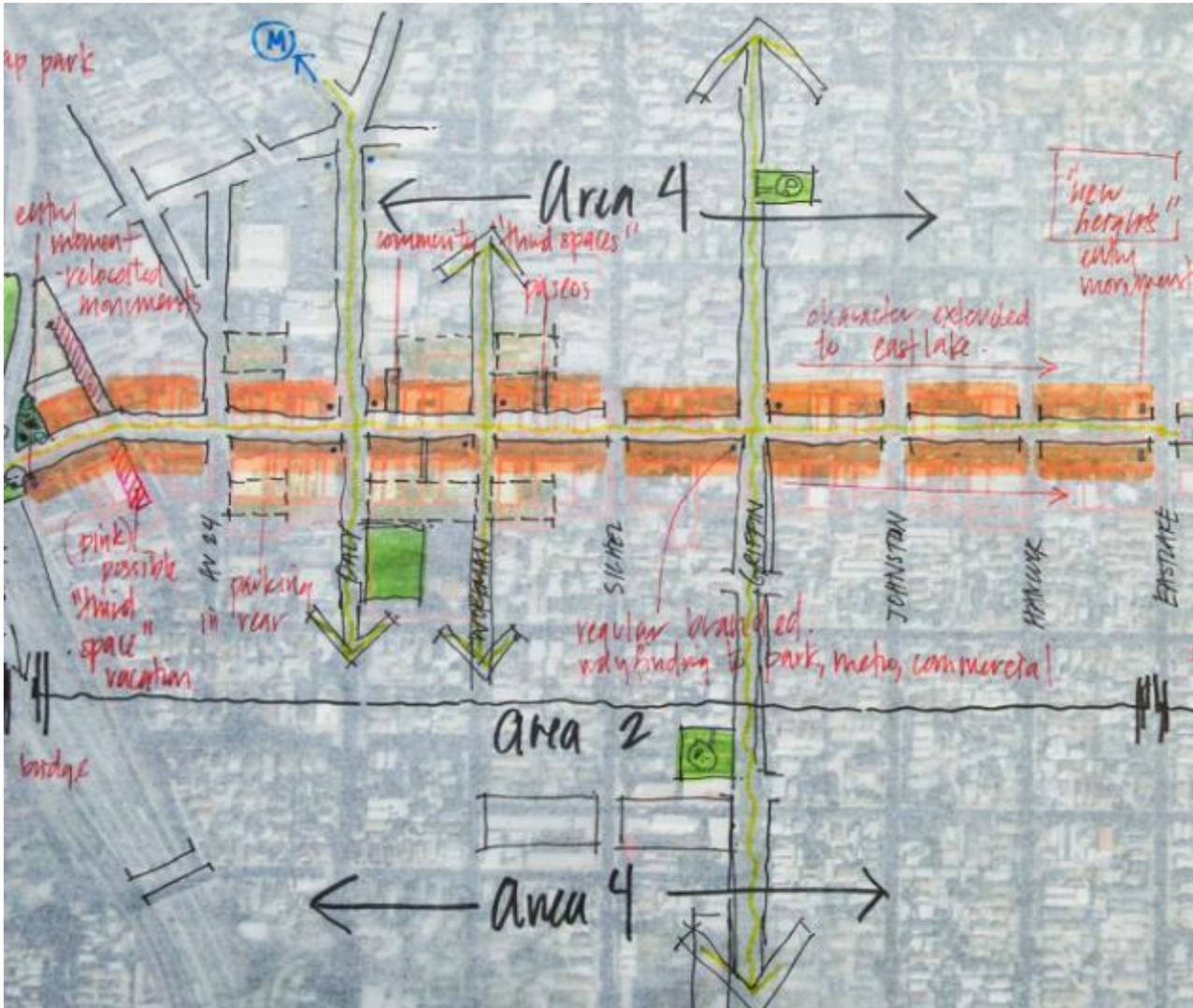
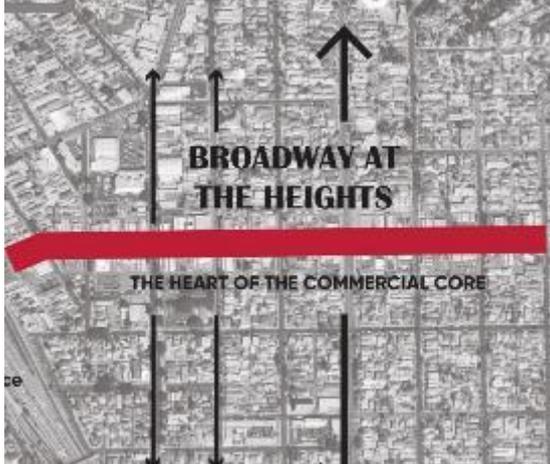


Vista típica de plano

Zona uno: del Parkway hasta Heights

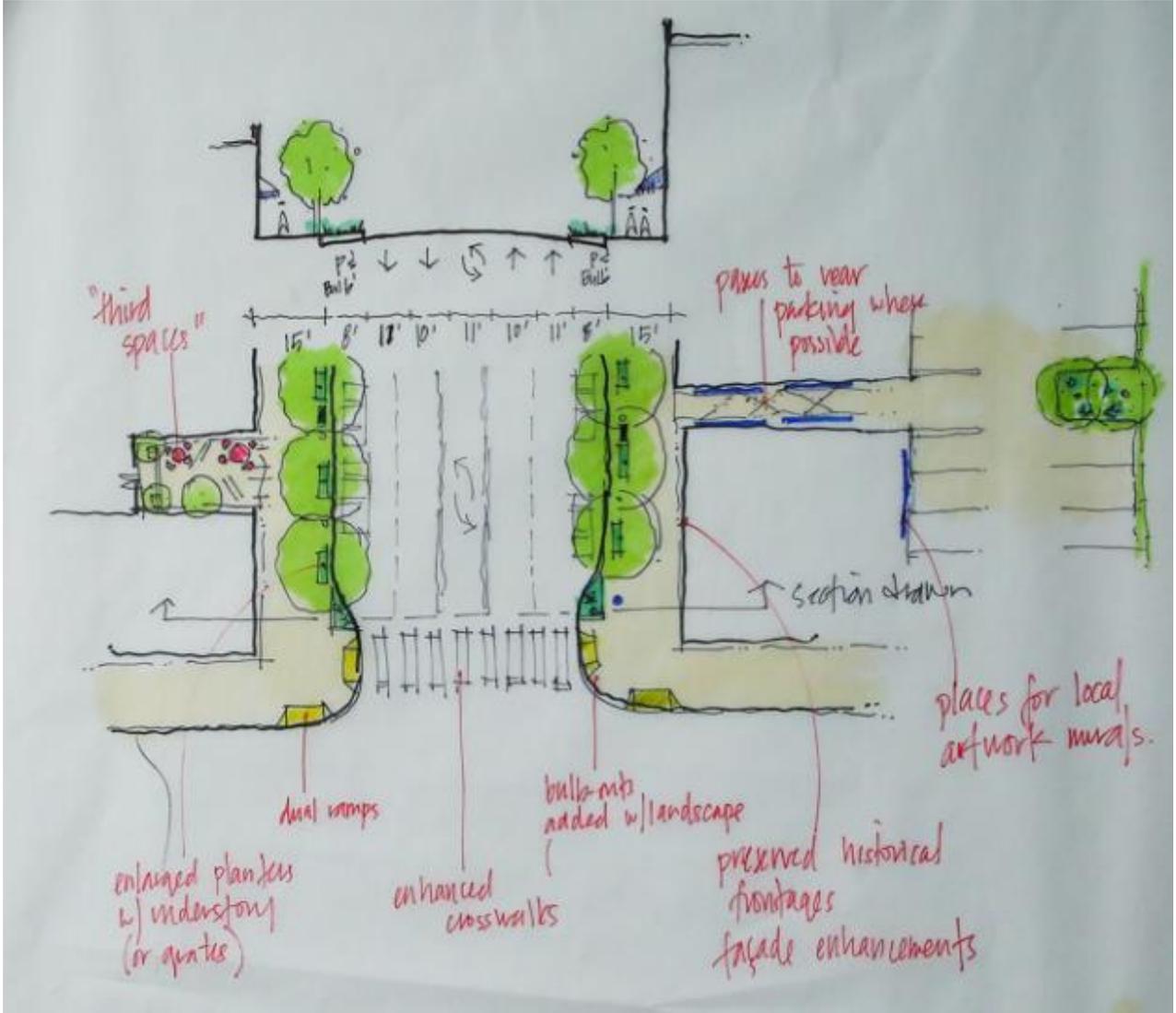


Zona dos: el Broadway en Heights



- Salientes peatonales
- Puntos de cruce mejorados
- Áreas para el "tercer espacio"
- Acceso a estacionamientos traseros mediante paseos
- Rampas de doble acera
- Señalización de orientación para peatones
- Señalización de entrada a Lincoln Heights en cada extremo
- Arte comunitario
- Señalización educativa sobre la cuenca de Albion

Zona dos: el Broadway en Heights

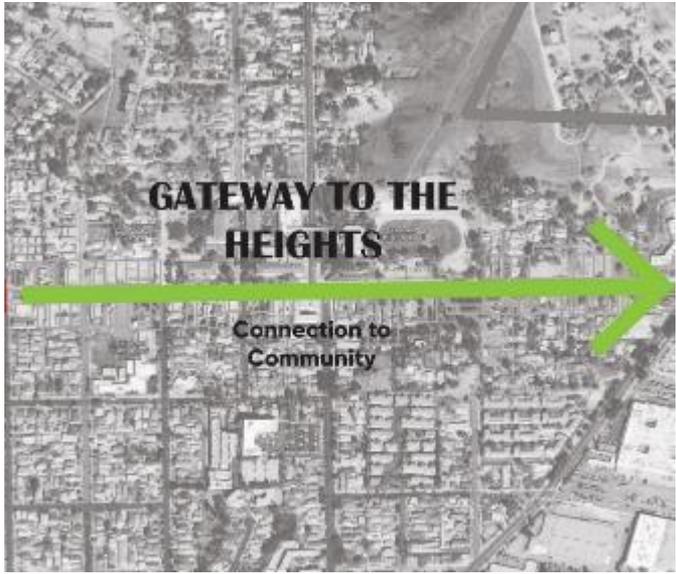


Vista típica de plano

Zona dos: el Broadway en Heights

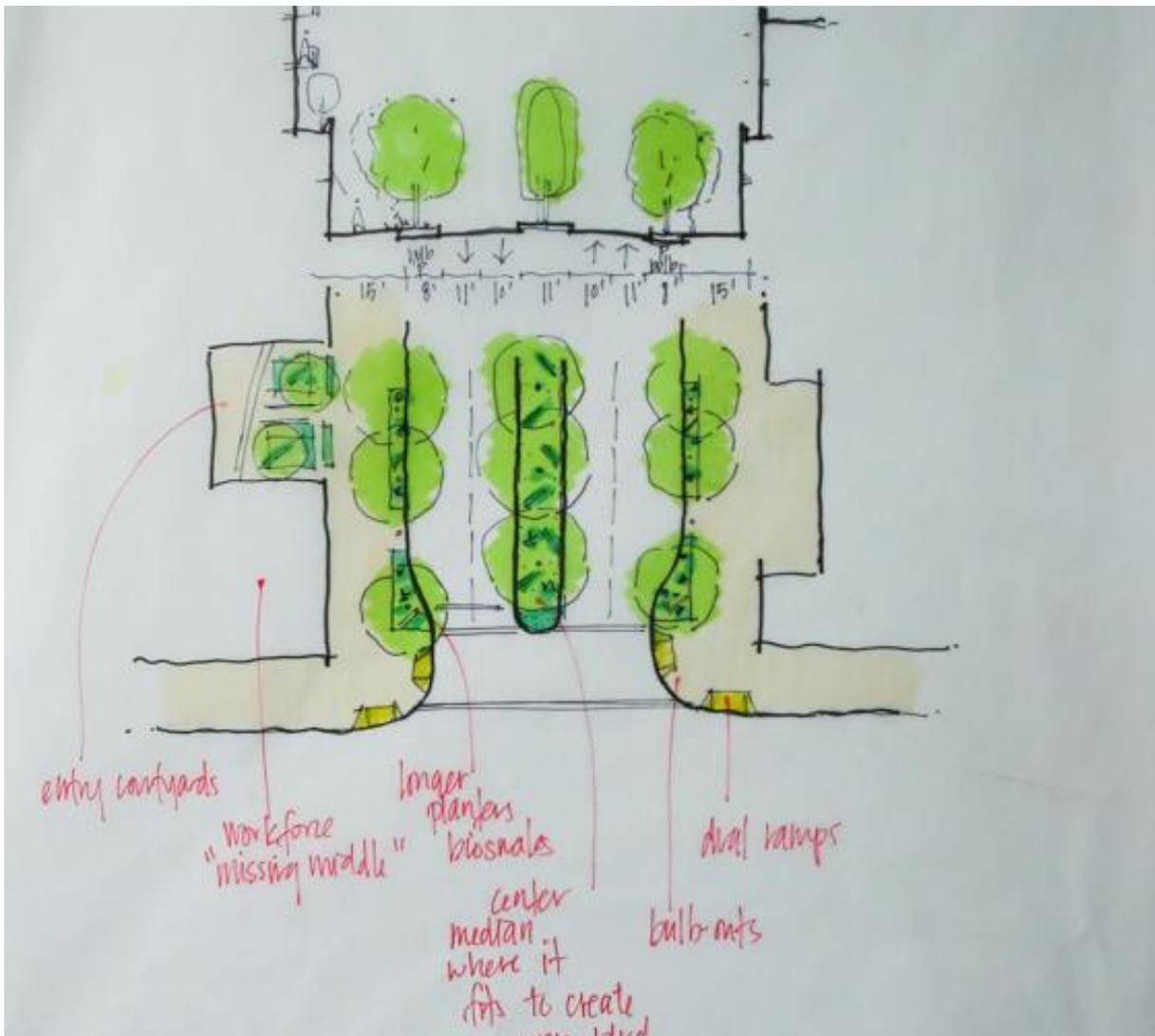


Zona tres: entrada a Heights



- Carácter de vecindario
- Sensación de ser un Boulevard
- Jardines y drenajes pluviales
- Hacer que la gente sepa que está entrando a Lincoln Heights
- Plantación comunitaria de árboles
- Señalización de orientación para peatones
- Biblioteca pequeña
- Acera/Sendero con acabado de goma, para animar a caminar

Zona uno: del Parkway hasta Heights



Vista típica de plano

Zona tres: entrada a Heights



Financiamiento

Oportunidades de financiamiento

- Opciones de tránsito
 - Para el tránsito local: programas Metro y LA City
 - USC modificará rutas
 - Enfoque en el tránsito de la "última milla"
- Programas para desarrollar el corredor
 - Crear un Fondo para oportunidades en la zona
 - Pagos de beneficios a la comunidad
 - Porción del incremento de impuestos a la propiedad

Oportunidades de financiamiento

- Proyectos para desarrollar el corredor (continuación)
 - Transferir los derechos de desarrollo, de la densidad en el corredor y de la Zona de traslape para la preservación histórica (HPOZ)
 - Acelerar el proceso de derecho a subsidio para la obtención de viviendas para trabajadores
 - Que los empleadores claves ayuden a financiar las viviendas para trabajadores

Interacción con la comunidad

Sistema de comunicación comunitario para mercadotecnia y creación de marca

Debates creativos y divertidos sobre:

- Identidad y carácter
- Zonificación
- Diseño del cambio

Talleres emergentes

Eventos comunitarios

Puestos en el mercado de agricultores

Auditorías a pie



Embajadores comunitarios.

Congraciarse con la comunidad local mediante sus líderes e influenciadores principales. Alistar, abordar y educar a la comunidad local mediante embajadores bien informados que se conecten con el núcleo del vecindario. Emplear embajadores que hablen varios idiomas y que pueden interactuar con la comunidad para conocer sus necesidades y preocupaciones mientras proporcionan un plan claro y transparente para el futuro.



Relaciones públicas. Involucrarse con una firma de relaciones públicas (RP) comunitaria para dirigirse directamente a la comunidad inmediata y proporcionar un plan de estrategias transparente que se enfoque en beneficiar directamente al vecindario. Contratar a una empresa de RP con sede en California para manejar los temas e iniciativas dominantes de los medios de comunicación, mientras elabora mensajes y puntos clave.



Sistema de comunicación comunitario para mercadotecnia y creación de marca

Construir la infraestructura sólida de un centro de información en línea para que la comunidad reciba noticias congruentes e interactúe para evitar confusiones o información inexacta.



Implementación

Implementación (primer año)

- El grupo de liderazgo hará suyo el plan de trabajo
- El Consejo Distrital 1 iniciará el cambio de la zona para modificar la condición "Q" por todo el corredor
- BID de Lincoln Heights para fomentar la campaña de creación de marca o mercadotecnia
- Crear un sitio web dedicado para Lincoln Heights, con detalles de planos claros que puedan captar la participación de la comunidad
- Grupo de liderazgo iniciará la interacción con la comunidad

Implementación (primer año, continuación)

- Crear un diseño de captación de agua pluvial y mantenimiento de árboles para solicitar fondos del programa "County Safe, Clean Water"
- Instalar señalización hacia el Albion Park y la estación de la línea Metro Gold
- Reconsiderar la CASP en la Zona 1 para aprovechar la inversión en el Albion Park y conectarse al Broadway Corridor
- Vigilar el estudio NextGen en Metro para promover que los autobuses tarden menos en llegar.

Implementación (a mediano plazo, 2-4 años)

- Implementar cambios CASP en la Zona 1
- Consolidar los estacionamientos públicos y privados
- Completar el trato para construir viviendas en lotes de estacionamientos de la ciudad sustituyéndolos con estacionamientos selectivos
- Volver a evaluar los estándares de significación del HPOZ y evaluar los límites de zona según corresponda
- Cambiar la condición Q de la zona para incluir incentivos de vivienda para trabajadores
- Trabajar con grandes empresas locales para desarrollar programas de vivienda para trabajadores
- Buscar opciones como bicicletas, motonetas eléctricas, vehículos eléctricos

Implementación (a mediano plazo, 2-4 años; continuación)

- Buscar fondos de la ciudad y del Metro para mejorar el tránsito y la movilidad
- Identificar oportunidad de adquirir fondos, desarrollar el programa complementario de la ciudad
- Mejorar el cruce peatonal sobre la autopista 5 en la Zona 1
- Crear zonas verdes en las calles en las Zonas 1 y 3
- Avanzar y mejorar la señalización existente en los bordes de la entrada a la Zona 1
- Contratar a una firma de relaciones públicas y de creación de marca

Implementación (a largo plazo, 5 o más años)

- Identificar espacios públicos para el "tercer espacio" (paseos, plazas y mini parques)
- Evaluar el desarrollo potencial de lotes baldíos en la Zona 3
- Iniciar la primera construcción de viviendas para trabajadores
- Conectar el LAC, el Centro Médico y el Campus de Ciencias de la Salud de la USC a la estación Gold Line por la Griffin y por el North Broadway Corridor
- Instalar señalización de orientación con la marca
- Emplear al embajador comunitario para mantener y hacer cumplir la marca

¡Muchas gracias! ¿Tiene alguna pregunta?

