



Resultados de la Jornada Abierta en Línea (OOH) del mes de junio

Introducción

Del 28 de mayo al 24 de junio, *Housing Lynn* realizó una Jornada Abierta en Línea (OOH, por sus siglas en inglés) acerca del borrador de la declaración de visión del plan, la delineación de las metas preliminares y las posibles estrategias. La OOH sirvió esencialmente como una encuesta de larga duración, dividida en áreas temáticas, y con una cantidad bastante significativa de información contextual. *Housing Lynn* realizó esta actividad utilizando el software de Qualtrics, y promovió la actividad a través de un boletín enviado por correo electrónico, mediante las redes sociales y pasando la voz (específicamente a través de los miembros del Comité Directivo del plan y la Coalición de *Housing Lynn* convocada por la Asociación Civil de Vivienda y Planificación, más conocida como CHAPA, por sus siglas en inglés). La Ciudad de Lynn y la Autoridad de Vivienda y Desarrollo de Vecindarios de Lynn (LHAND, por sus siglas en inglés) también promovieron la encuesta a través de varias vías. Todo el contenido de la OOH se ofreció tanto en inglés como en español, y los participantes tuvieron la posibilidad de seleccionar o cambiar su idioma preferido en cualquier punto de la OOH. En este memorándum se resume cuál fue la distribución demográfica de las personas que participaron en la OOH y sus respuestas a las preguntas de la Jornada, y además se ofrece información para los próximos pasos del proceso de *Housing Lynn*, con un enfoque en cuanto a la transición a las recomendaciones del plan para satisfacer nuestras necesidades de vivienda.

Es importante destacar que esta OOH no fue una encuesta como tal, y que la información de este memorándum no debería tomarse como una reflexión fidedigna de las opiniones de la población de Lynn ni de sus subgrupos. Sin embargo, el contenido de estas respuestas sí proporciona información que consideramos muy valiosa para el proceso de *Housing Lynn*.

Perfil de los participantes

En esta sección se resume cuál fue la distribución demográfica de los participantes. En términos generales, la participación en la OOH fue sólida. Cerca de 300 personas participaron significativamente. Aproximadamente 260 personas proporcionaron información sobre al menos

una pregunta, y aproximadamente 160 personas completaron toda la OOH. Estas altas cifras superan lo que se considera como típico para un evento de participación en la planificación, ya sea en persona o en línea. Los desgloses demográficos también son alentadores. Las personas blancas, los hogares de ingresos medios altos, los propietarios de viviendas y los residentes de ciertos vecindarios están sobrerrepresentados entre los encuestados, pero menos que en procesos comparables de planificación. Si bien los datos demográficos de los encuestados no son idénticos a la población de Lynn, son lo suficientemente similares como para considerar los resultados de la OOH como significativos.

Antecedentes y advertencias

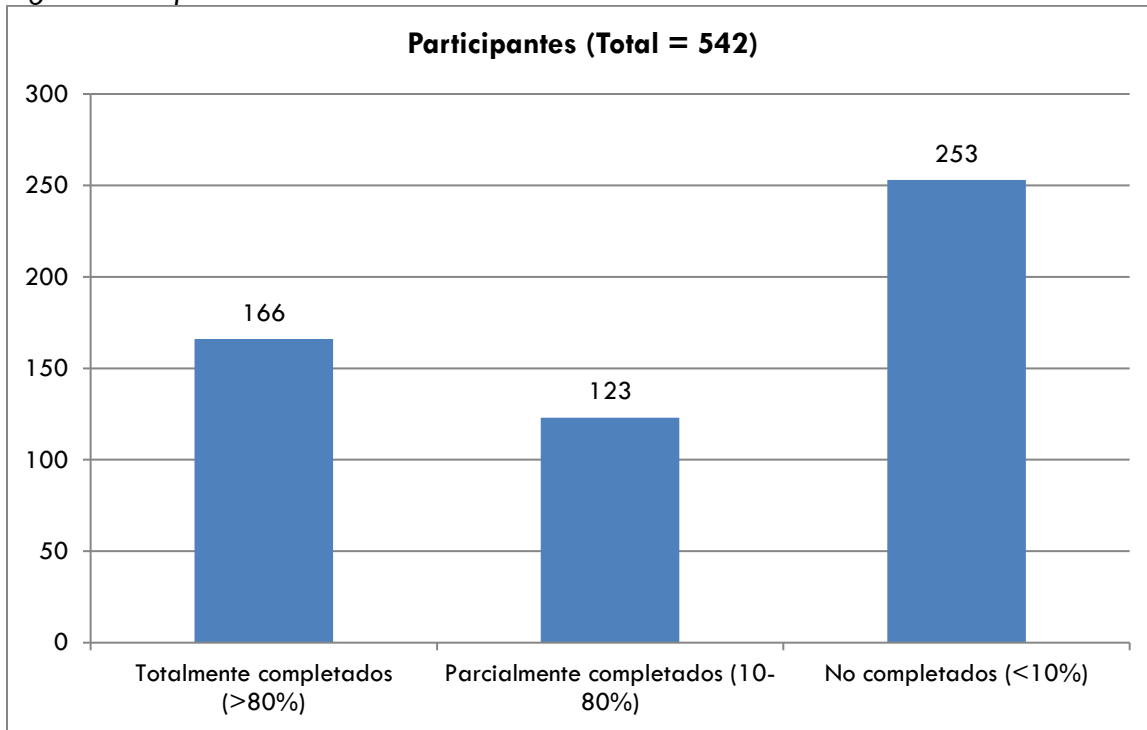
Todos los usuarios que abrieron la OOH se registraron como participantes, y se registró la siguiente información para todos los participantes, independientemente de si completaron o no toda la OOH: cuándo comenzaron y cuándo terminaron la OOH, hasta qué punto avanzaron en la OOH, y qué idioma utilizaron.

La OOH también incluyó una sección llamada “Acerca de usted”, en la cual se formularon preguntas demográficas más detalladas. Algunas de esas preguntas fueron opcionales, por lo que, a excepción de la información de más alto nivel, todos los datos demográficos se limitan a aquellos participantes que respondieron algunas o todas estas preguntas. Las respuestas a estas preguntas no necesariamente reflejan la demografía de todos los encuestados, y no sabemos de qué manera la población que responde las preguntas demográficas difiere de la población más amplia de los participantes. Por conveniencia, este memorándum se referirá al grupo de personas que respondieron a las preguntas demográficas como los “encuestados”, sin hacer referencia reiterada a la advertencia de que es posible que sus respuestas no reflejen a todos los encuestados.

Participación general

Un total de 542 personas participaron de alguna manera en la OOH, incluso simplemente abriendo la página web de la OOH pero sin avanzar más allá de la introducción. Excluyendo a los participantes que progresaron menos del 10% a través de la OOH (es decir, que no pasaron de los comentarios introductorios), 289 personas participaron significativamente en la OOH. De ellos, 166 participantes progresaron a través de al menos 80% de la OOH (es decir, al menos a través de las preguntas relacionadas con el contenido del plan, pero no necesariamente a través de las preguntas demográficas). Otros 123 participantes progresaron a través de al menos 10% pero menos de 80% de la OOH. La participación disminuyó en el transcurso de la OOH, con 262 participantes respondiendo al borrador de la declaración de la visión, 188 participantes respondiendo a la delineación de las metas preliminares, 173 participantes respondiendo al menos a una estrategia, y 157 personas respondiendo las preguntas demográficas. Sin embargo, debido a las altas tasas de participación en general, incluso los relativamente pocos encuestados que completaron la OOH en su totalidad constituyen un número considerable.

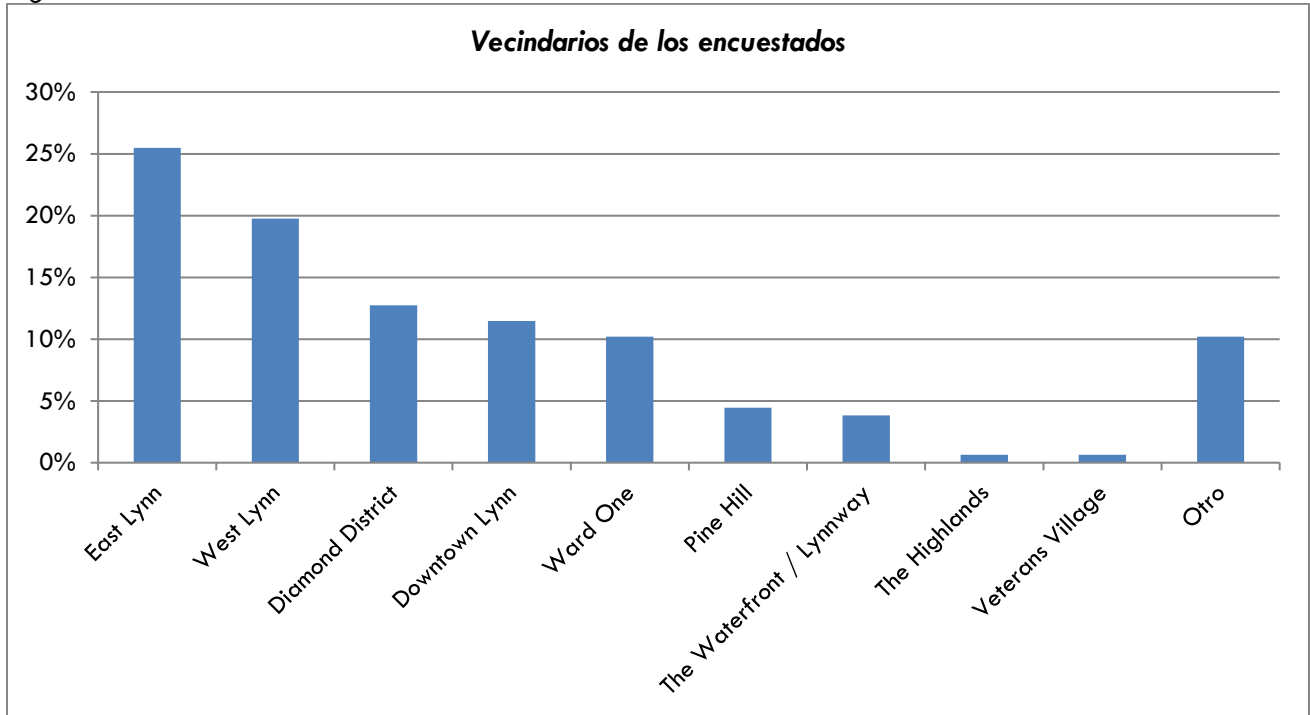
Fig. 1: Participantes



Vecindario

Los encuestados fueron residentes de vecindarios de todo Lynn, con 25% y 20% de East Lynn y West Lynn, respectivamente. Otros vecindarios con encuestados sustanciales incluyen Diamond District (13%), Downtown (11%) y Ward One (10%). Hubo unos pocos encuestados de Pine Hill (4%) y del área de Waterfront/Lynnway (4%), y solamente un encuestado de Highlands o Veterans Village. El diez por ciento de los encuestados seleccionaron "Otro" como su vecindario y proporcionaron comentarios por escrito. Estas respuestas fueron típicamente otras designaciones de vecindario o barrio (por ejemplo, Sagamore Hill, Goldfish Pond, Ward Two, etc.). Uno de los encuestados no fue residente de Lynn.

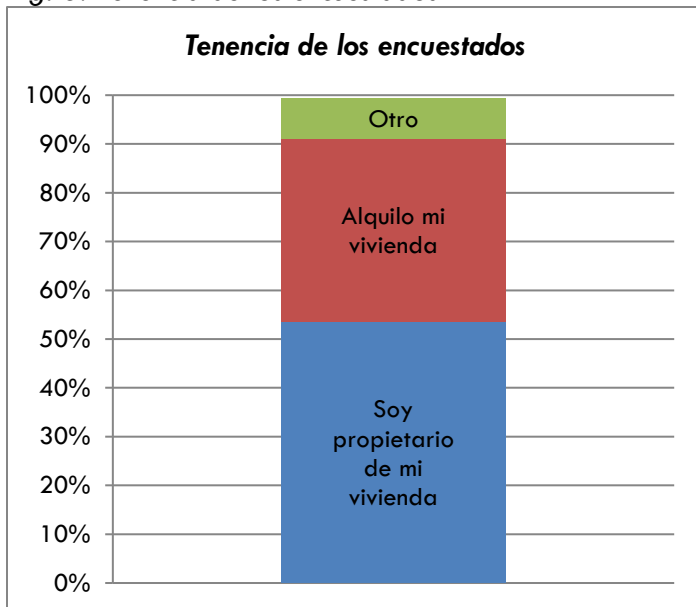
Fig. 2: Vecindarios de los encuestados



Tenencia de vivienda

El 54% de los encuestados son propietarios de sus viviendas y el 38% pagan alquiler. El 8% final de los encuestados seleccionaron "Otro" y proporcionaron comentarios por escrito. Estos encuestados viven con la familia, en un refugio o en una vivienda de apoyo. Según la información del Censo, más encuestados fueron propietarios de viviendas que la población general de Lynn, en la cual el 45% de las unidades de vivienda ocupadas son propiedad de los ocupantes.

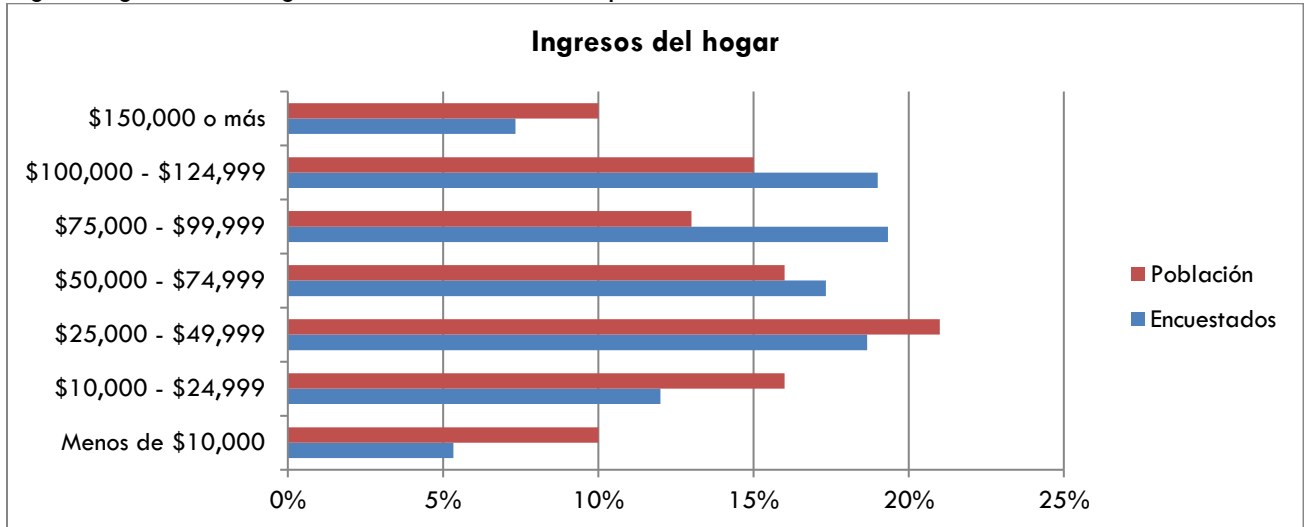
Fig. 3: Tenencia de los encuestados



Ingresos

Los niveles de ingresos familiares informados por los propios encuestados siguieron una distribución relativamente normal entre las opciones ofrecidas. Si bien las respuestas en el extremo inferior del espectro de ingresos fueron relativamente altas para una actividad de participación pública (de acuerdo a las experiencias de MAPC en el pasado), los hogares de los encuestados tuvieron más probabilidades de estar en el rango medio-alto de ingresos que la población general de Lynn. Hubo menos encuestados con ingresos familiares de menos de \$50,000 o de más de \$150,000 que la población general.

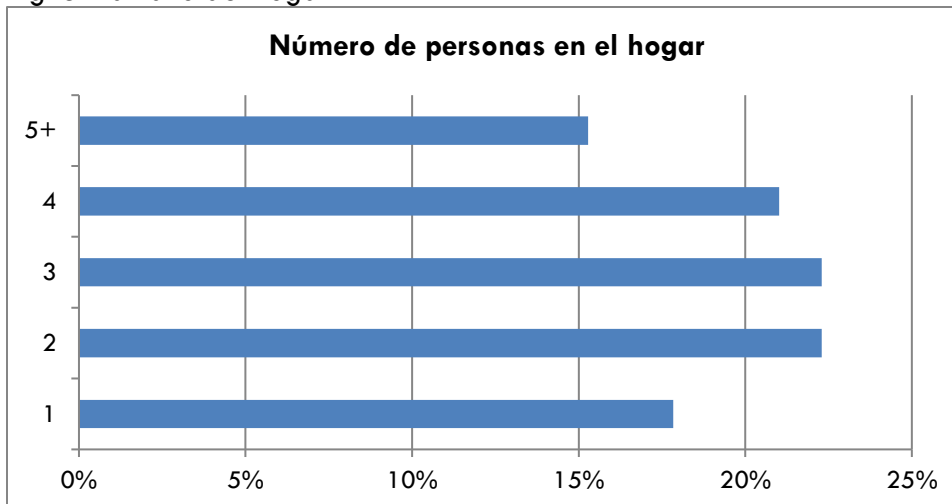
Fig. 4: Ingresos de hogares encuestados versus población



Tamaño del hogar

El número de personas que viven en los hogares encuestados se distribuyó de manera bastante equitativa entre las opciones ofrecidas, yendo desde hogares conformados por una sola persona hasta hogares de cinco personas o más. Entre 15% y 22% de los encuestados seleccionaron cada opción.

Fig. 5: Tamaño del hogar



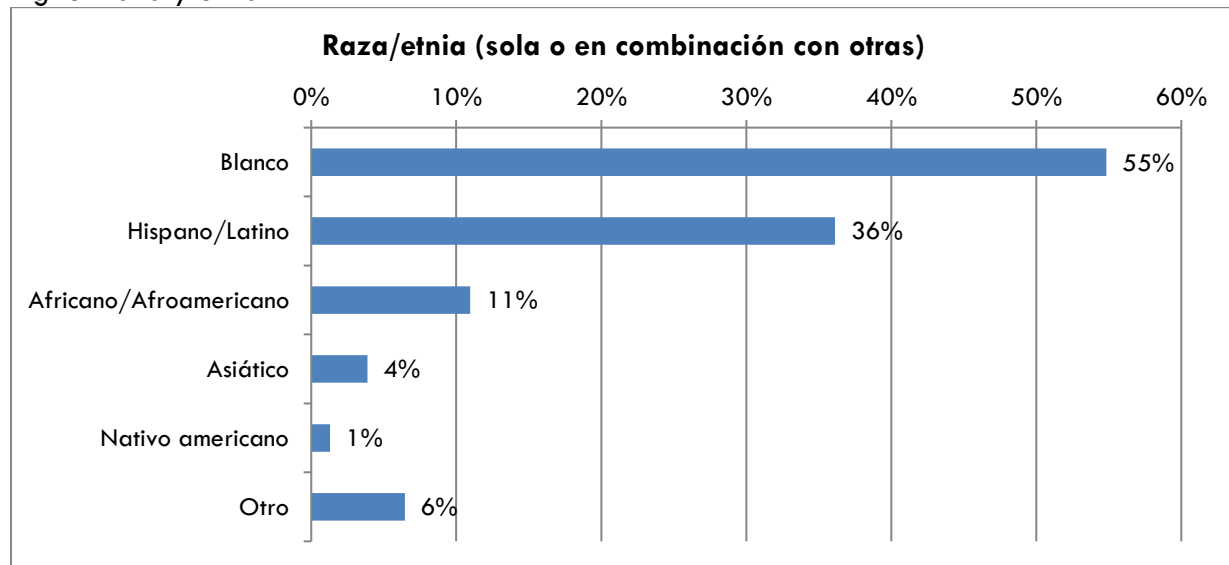
Raza y etnia

A los encuestados se les ofreció la opción de identificarse con una o más de las siguientes razas/etnias: blanca; negra o afroamericano; latina, latino, latinx o hispana; asiática; nativa americana; u otra. Esta pregunta fue enmarcada con la intención de reflejar los enfoques típicos de la identidad racial y/o étnica que se encuentran en la población en general, así como permitir flexibilidad (reconociendo que las personas tienen enfoques diferentes en cuanto a esta cuestión de identidad). Esta pregunta no fue enmarcada para ser directamente comparable con los datos de la Oficina del Censo de los Estados Unidos. La diferencia más importante se relaciona con que la Oficina del Censo trata la identidad “hispana o latina” como una categoría étnica aparte de la raza. Las personas con etnia “hispana o latina” comúnmente seleccionan su categoría racial como blanca, negra, nativa americana u otra. Sin querer imponer el marco atípico de la Oficina del Censo, optamos por permitir a los encuestados seleccionar categorías raciales/étnicas según lo deseado. A pesar de esta diferencia, y dentro de lo posible, en el presente memorándum se harán comparaciones flexibles con los datos de la Oficina del Censo.

Es útil evaluar los datos raciales y étnicos de dos maneras: observando la identificación racial, si la identidad racial se seleccionó sola o no o en combinación con otras, y observando la identificación racial de los encuestados que seleccionaron sólo una categoría racial o étnica.

Primero evaluamos las categorías raciales/étnicas seleccionadas solas o en combinación con otras. Debido a los encuestados con más de una selección, estas cifras no sumarán el 100%. De los encuestados, el 55% de las personas identificaron su raza/etnia como blanca; 36% como latina, latino, latinx o hispana; 11% como negra o afroamericana; 4% como asiática; 1% como nativa americana; y 6% como otra. De acuerdo a esto, es probable que las personas blancas estén sobrerrepresentadas en la OOH, en comparación con la población general, mientras que las personas de color (colectivamente y para cada categoría racial/étnica individual) podrían estar subrepresentadas. Cabe señalar que estas diferencias de representación no son tan dramáticas como los procesos históricos de planificación urbana en general.

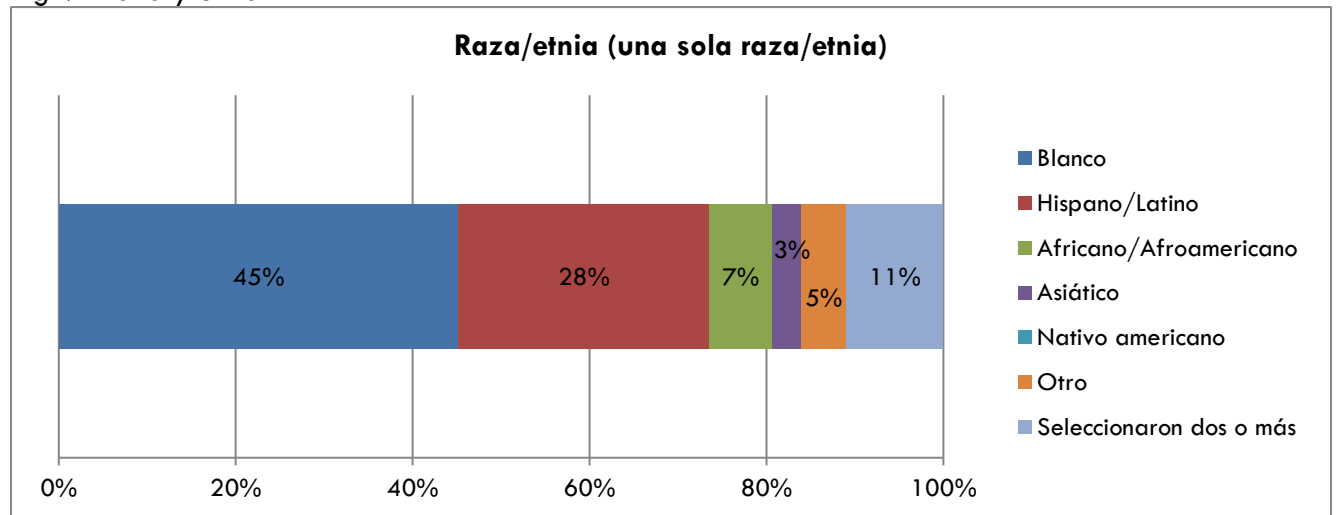
Fig. 6: Raza y etnia A



Los datos también pueden evaluarse revisando los encuestados que seleccionaron solamente una categoría racial/étnica. Cuarenta y cinco por ciento de los encuestados seleccionaron solamente

blanca; el 28% seleccionaron solamente latinx; el 7% seleccionaron solamente negra; el 3% seleccionaron solamente asiática; y el 5% seleccionaron solamente otra. El once por ciento de las personas seleccionaron dos o más categorías raciales/étnicas. Los encuestados que seleccionaron más de una categoría con mayor frecuencia seleccionaron blanca y latinx, o blanca y negra.

Fig. 7: Raza y etnia B



Idioma

Los participantes podían elegir en qué idioma querían interactuar con la OOH a través de un menú de selección que se encontraba en cada página de la OOH. Durante la primera ola de la promoción, el idioma predeterminado de la actividad fue el inglés, y la dirección personalizada de la página web (URL) apuntaba a la versión predeterminada en inglés. Durante la segunda ola, los materiales promocionales apuntaron a la OOH en el idioma de esos materiales, con una segunda URL personalizada para la versión en español. Finalmente, el 11% de todos los encuestados participaron en español, mientras que el resto de las personas optaron por utilizar el idioma inglés. No parece haber diferencias significativas en la elección del idioma entre el universo de todos los participantes, los participantes significativos (aquellos que completaron al menos 10% de la OOH), y los que completaron la OOH en su totalidad.

Fig. 8: Elección del idioma del participante

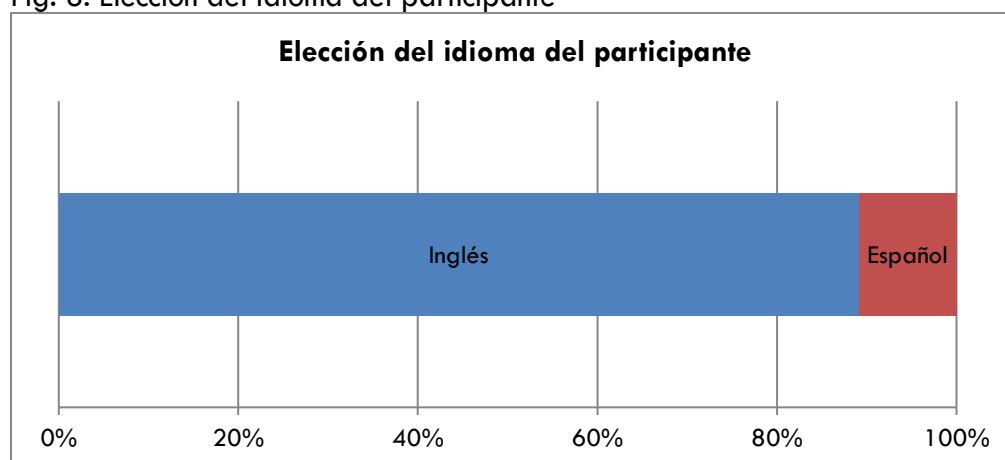


Tabla 1: Elección del idioma por nivel de participación

	Inglés	Español
Todos los participantes (>0%)	89%	11%
Participantes significativos (>=10%)	90%	10%
Contestaron completamente (>=80%)	90%	10%
Contestaron parcialmente (10-79%)	89%	11%

Respuestas de contenido

En esta sección se detallan las respuestas de los participantes al contenido de la OOH: borrador de la visión, delineación de las metas preliminares y estrategias potenciales. Los encuestados apoyaron abrumadoramente la visión, las metas y las estrategias. Una gran mayoría de los encuestados aprobaron la visión y todas las metas, y una mayoría calificó cada estrategia como una prioridad. Hubo algunos matices en cuanto al nivel de apoyo para las diversas metas y estrategias, lo cual se describe a continuación.

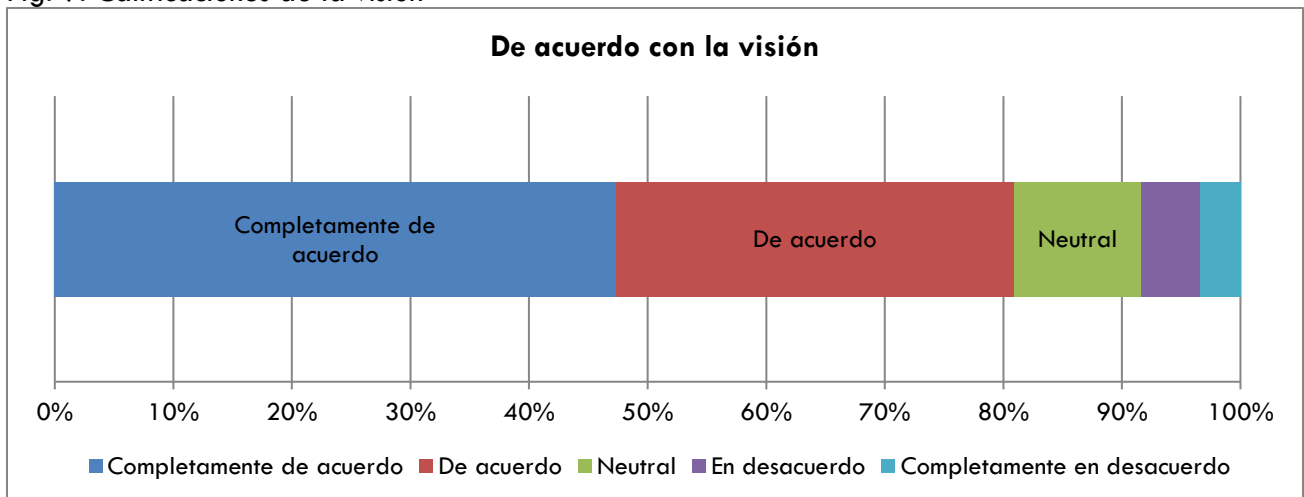
Visión

A los participantes se les presentó el siguiente borrador de la Declaración de la Visión para el futuro de la vivienda en Lynn:

“La vivienda de Lynn será segura, asequible y accesible. Las nuevas viviendas satisfarán las necesidades de los residentes de Lynn, y aumentarán la fortaleza y la vitalidad de los vecindarios. Las viviendas permitirán a todas las personas prosperar en una comunidad que sea inclusiva para todos”.

Luego se les preguntó a los participantes si estaban de acuerdo con esta Declaración de la Visión. El ochenta y dos por ciento de los encuestados estuvo de acuerdo o muy de acuerdo con esta declaración. Un 11% adicional informó que eran neutrales a la declaración. Solamente el 8% de los encuestados no estuvieron de acuerdo o estuvieron muy en desacuerdo con la declaración.

Fig. 9: Calificaciones de la visión



Los encuestados tuvieron la opción de sugerir cambios en la visión, y 68 de los encuestados proporcionaron una respuesta por escrito. Estas respuestas se clasificaron en función de su sentimiento hacia el desarrollo y la asequibilidad, expresadas en las ediciones sugeridas:

- a) A favor de la asequibilidad/el anti desplazamiento/la anti gentrificación/el enfoque en las comunidades minoritarias
- b) A favor de desarrollos a la tasa del mercado/del crecimiento
- c) En contra del desarrollo (Viviendas Asequibles o a la tasa del mercado)
- d) Otra (brindando comentarios sobre algún otro aspecto de una visión de vivienda potencial, tal como el diseño)

Tabla 2: Respuestas por escrito en cuanto a la visión, por categoría

Categoría de la respuesta	Conteo
(a) A favor de la asequibilidad, etc.	36
(b) A favor de desarrollos a la tasa del mercado, etc.	9
(c) En contra del desarrollo	2
(d) Otra	22

Metas

La OOH presentó a los encuestados un borrador de las declaraciones de las metas preliminares del plan, pidiendo a los encuestados que calificaran cada declaración como importante, neutral o no importante. Para cada una de las metas, también calculamos la importancia neta (restando “importante” menos “no importante”), a fin de equilibrar los sentimientos positivos y negativos.

Cabe destacar que todas las metas fueron identificadas como importantes por una gran mayoría de los encuestados. Existen diferencias menores entre los niveles de apoyo para cada meta, como se ilustra a continuación, pero el fuerte apoyo para estas metas de vivienda en todos los ámbitos es de mayor importancia.

Fig. 10: Calificaciones de las metas

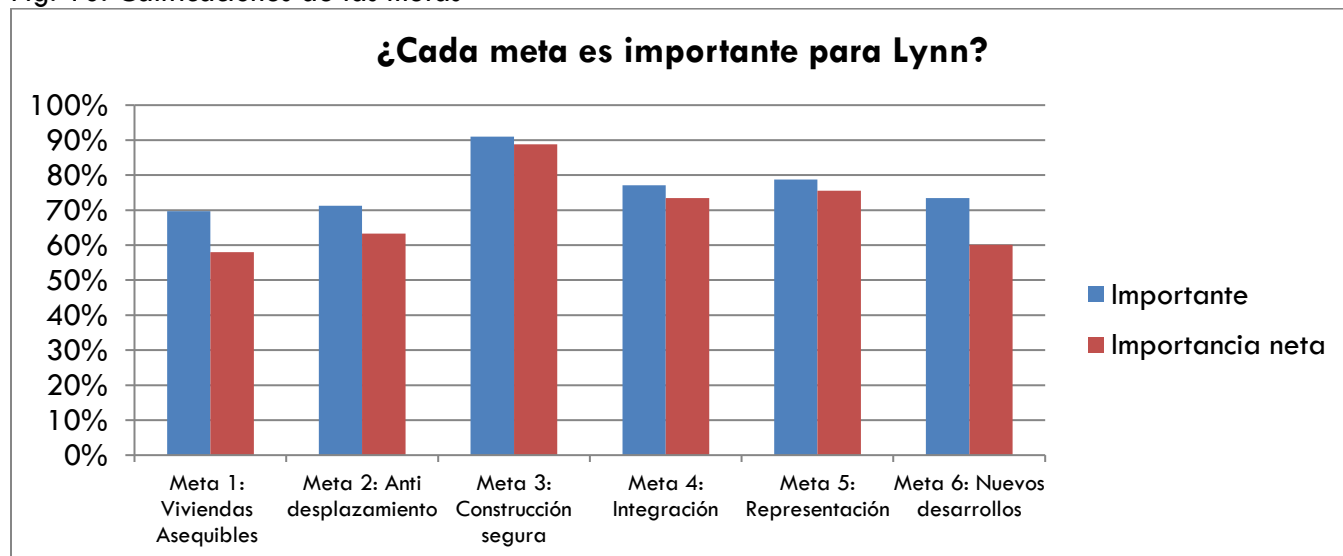


Tabla 3: Respuestas de las metas

Meta	Importante	Neutral	No importante	Importancia neta
Meta 1: Viviendas Asequibles (“Affordable Housing”)	70%	18%	12%	58%
Meta 2: Anti desplazamiento	71%	20%	8%	63%
Meta 3: Construcción segura	91%	6%	2%	89%
Meta 4: Integración	77%	19%	4%	73%
Meta 5: Representación	79%	18%	3%	76%
Meta 6: Nuevos desarrollos	73%	13%	13%	60%

(Se debe tener en cuenta que a los encuestados se les brindó una declaración completa de cada una de las metas, no simplemente el título corto que se indica aquí.)

La *Meta 3: Construcción segura* recibió el mayor apoyo con una amplia ventaja sobre las demás, con una puntuación de importancia neta del 89%. Su alto puntaje “importante”, bajo puntaje “neutral” y muy bajo puntaje “no importante” contribuyeron a estos resultados. La *Meta 4: Integración* y la *Meta 5: Representación* conformaron el siguiente nivel de apoyo, cada una con un puntaje de importancia neta en los medianos setenta. El tercer nivel de apoyo comprendió la *Meta 1: Viviendas Asequibles*, la *Meta 2: Anti desplazamiento*, y la *Meta 3: Construcción segura*, cada una con un puntaje de importancia neta entre los altos cincuenta y los bajos sesenta.

Para casi todas las metas, más encuestados calificaron sus sentimientos como “importantes” o “neutrales” en lugar de “no importantes”. En general, relativamente pocos encuestados calificaron las metas como “no importantes”. Para la *Meta 6: Nuevos desarrollos*, las calificaciones de “neutral” y “no importante” tuvieron el mismo nivel de apoyo. La *Meta 1: Viviendas Asequibles* y la *Meta 6: Nuevos desarrollos* recibieron el mayor número de calificaciones “no importantes”, con 12% y 13%, respectivamente.

De manera similar al borrador de la declaración de la visión, los encuestados podían hacer comentarios o sugerir ediciones o adiciones a las metas, ingresando sus mensajes por escrito al final de la sección de las metas. Recibimos un total de 59 comentarios, los cuales se clasificaron de acuerdo a su sentimiento o tema general. Algunos comentarios fueron ingresados en más de una categoría. Poco menos de la mitad (49%) de los comentarios contenían sentimientos favorables a Viviendas Asequibles, anti desplazamiento, anti gentrificación, etc. Aproximadamente 14% de los comentarios expresaron sentimientos a favor del desarrollo a la tasa del mercado. Solamente un comentario expresó sentimientos en contra del desarrollo de cualquier tipo. Casi uno de cada cuatro comentarios (24%) incluyó sentimientos no directamente sobre la vivienda, pero que impactan o son impactados por la vivienda, tales como las escuelas, la delincuencia, el transporte, la infraestructura, los espacios abiertos, el diseño de los vecindarios y/o la planificación maestra. Otro 19% de los comentarios se refirieron a otros temas, tales como los refugios y viviendas de apoyo, ofreciendo apoyo a los propietarios o declarando que no tenían más comentarios.

Tabla 4: Categorización de los comentarios de las metas

Categoría	Conteo	Porcentaje
A favor de Viviendas Asequibles/Anti desplazamiento	29	49%
A favor del desarrollo a la tasa del mercado	8	14%
Anti desarrollo	1	2%
No vivienda (escuelas, delincuencia, transporte, etc.)	14	24%
Otra	11	19%

Estrategias

A continuación, la OOH presentó a los participantes siete estrategias potenciales para alcanzar las metas preliminares. Cada estrategia incluyó una lista de las metas que se verían afectadas por esa estrategia, los posibles pros y contras de seguir esa estrategia, y ejemplos de las acciones específicas que serían parte de esa estrategia. Luego se pidió a los participantes que respondieran a la siguiente pregunta: “¿Usted cree que esta estrategia debería ser una prioridad para la ciudad?”.

La mayoría de los encuestados calificaron todas las estrategias como prioritarias o de alta prioridad (calificaciones de cuatro y cinco). Más del 60% de los encuestados calificaron todas las estrategias, menos una, como prioridad o alta prioridad (la excepción fue la *Estrategia 4: Incentivos*, con un apoyo del 56%). Avanzando con este proceso de planificación, el apoyo general para las estrategias debería ser uno de los puntos clave de esta OOH.

Las calificaciones de las estrategias estuvieron más polarizadas que las calificaciones de las metas. De acuerdo a nuestra experiencia de planificación, esto no es infrecuente; las personas a menudo se unen en torno a las metas más fácilmente que en torno a las estrategias necesarias para avanzar hacia ellas. Para cuatro de las siete estrategias, más encuestados calificaron la estrategia como de baja prioridad (calificaciones de uno y dos) que aquellos que calificaron la estrategia como neutral. Para explicar mejor los sentimientos negativos, calculamos los puntajes de prioridad neta (restando los puntajes de cuatro y cinco menos los puntajes de uno y dos). A pesar de la polarización, seis de las siete estrategias tuvieron una calificación de prioridad neta superior al 50% (la excepción fue la *Estrategia 4: Incentivos*, con un apoyo neto del 31%). La *Estrategia 3: Cultura municipal diversa*, la *Estrategia 5: Creación de capacidad* y la *Estrategia 7: Protecciones para los inquilinos* conforman el nivel más alto de apoyo neto, con puntajes de prioridad neta entre los altos cincuenta y los medianos sesenta.

Para llegar a clasificaciones de prioridad más puntuales, la OOH también pidió a los participantes que eligieran las tres estrategias más importantes para la ciudad. Ninguna de las estrategias recibió más del 50%. En el caso hipotético de que todo el apoyo para cada estrategia hubiera estado dividido equitativamente entre los encuestados, esperaríamos que cada estrategia hubiera sido elegida por 43% de los encuestados. Solo dos de las estrategias lograron puntajes de 43% o más, lo cual significa que superaron las expectativas genéricas: la *Estrategia 2: Utilizar los recursos de la ciudad/tierra* y la *Estrategia 7: Protecciones para los inquilinos*, ubicándose ambas en 47%. Todas las demás estrategias superaron las expectativas genéricas.

Estas diferentes métricas brindan diversos puntos de vista sobre el apoyo de los encuestados a las estrategias (favor consultar la Tabla 5 a continuación). Cuando a los encuestados se les preguntó si cada estrategia individual era una prioridad, algunas de las estrategias que podrían

considerarse más como “mejores prácticas” anodinas, tales como el desarrollo de la capacidad del gobierno local y el fomento de una cultura municipal diversa, alcanzaron la cima de la clasificación de las estrategias. Las estrategias más polarizadoras, tal como el uso de los recursos de la Ciudad o la re zonificación para facilitar el desarrollo, tuvieron tendencia a clasificarse más bajo. Los sentimientos negativos sobre las estrategias más polarizadoras empujaron esas estrategias al final de las clasificaciones de los encuestados. Sin embargo, cuando se les pidió que clasificaran las estrategias entre sí y que eligieran sólo un subconjunto para apoyar, los encuestados tuvieron tendencia a elegir opciones más pesadas y, en consecuencia, más polarizadoras. Esto tiene sentido intuitivamente: dados los recursos limitados, los encuestados desearon seguir lo que evaluaron como las estrategias más impactantes, aunque difirieron en cuanto a cuáles serían las estrategias.

Fig. 11: Calificaciones de las estrategias

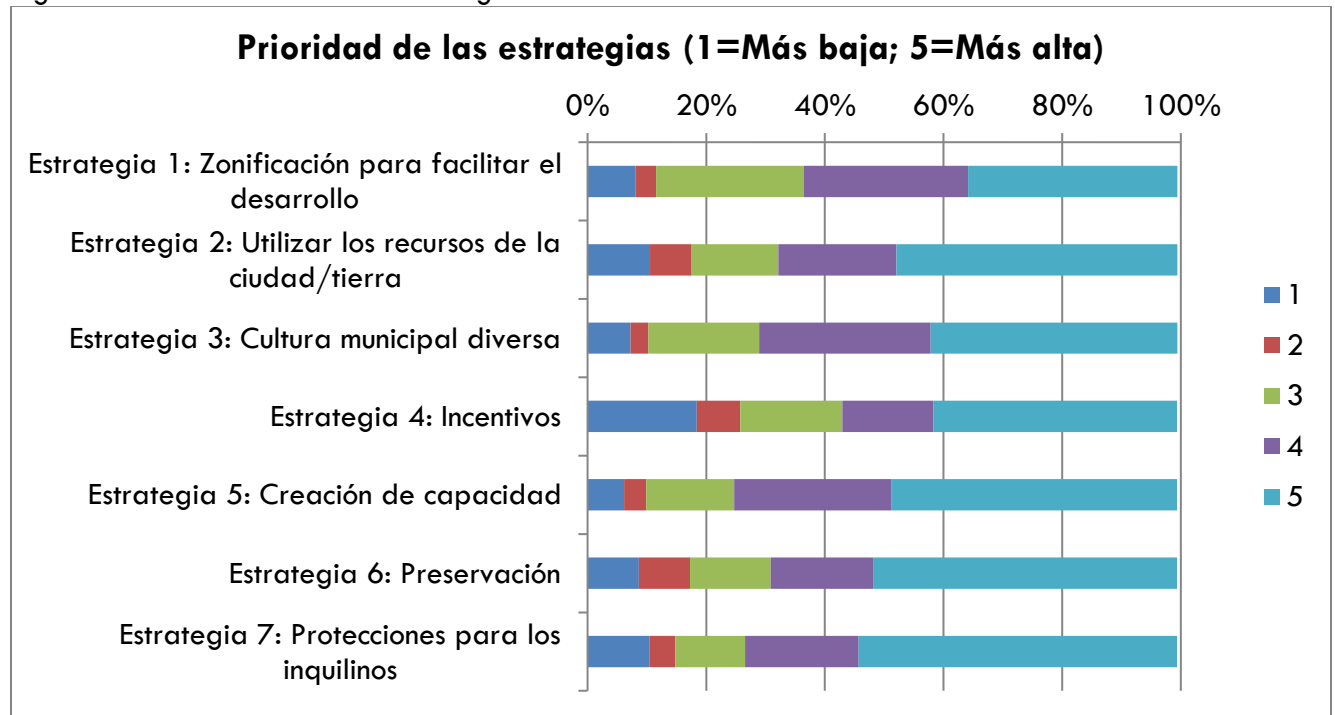


Fig. 12: Métrica clave de las estrategias

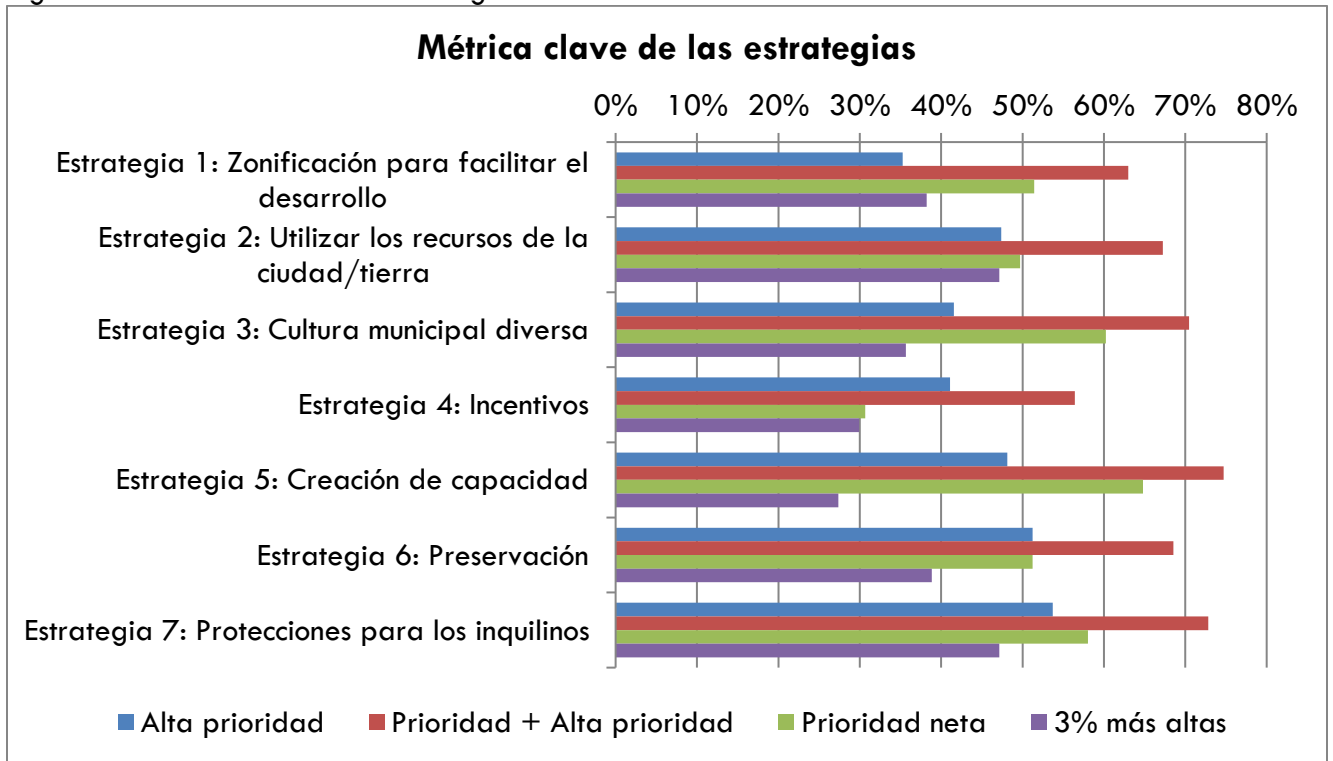


Tabla 5: Clasificaciones de las estrategias

Alta prioridad	Prioridad + Alta prioridad	Prioridad neta	Las 3 más altas - % elegido	Sentimiento negativo
Estrategia 7: Protecciones para los inquilinos	Estrategia 5: Creación de capacidad	Estrategia 5: Creación de capacidad	Estrategia 7: Protecciones para los inquilinos	Estrategia 4: Incentivos
Estrategia 6: Preservación	Estrategia 7: Protecciones para los inquilinos	Estrategia 3: Cultura municipal diversa	Estrategia 2: Utilizar los recursos de la ciudad/tierra	Estrategia 2: Utilizar los recursos de la ciudad/tierra
Estrategia 5: Creación de capacidad	Estrategia 3: Cultura municipal diversa	Estrategia 7: Protecciones para los inquilinos	Estrategia 6: Preservación	Estrategia 6: Preservación
Estrategia 2: Utilizar los recursos de la ciudad/tierra	Estrategia 6: Preservación	Estrategia 1: Zonificación para facilitar el desarrollo	Estrategia 1: Zonificación para facilitar el desarrollo	Estrategia 7: Protecciones para los inquilinos
Estrategia 3: Cultura municipal diversa	Estrategia 2: Utilizar los recursos de la ciudad/tierra	Estrategia 6: Preservación	Estrategia 3: Cultura municipal diversa	Estrategia 1: Zonificación para facilitar el desarrollo
Estrategia 4: Incentivos	Estrategia 1: Zonificación para facilitar el desarrollo	Estrategia 2: Utilizar los recursos de la ciudad/tierra	Estrategia 4: Incentivos	Estrategia 3: Cultura municipal diversa
Estrategia 1: Zonificación para facilitar el desarrollo	Estrategia 4: Incentivos	Estrategia 4: Incentivos	Estrategia 5: Creación de capacidad	Estrategia 5: Creación de capacidad

La OOH también permitió a los encuestados ofrecer comentarios por escrito acerca de las estrategias. De manera similar a las secciones de la visión y de los objetivos, categorizamos estos comentarios por escrito de acuerdo con sus amplios sentimientos. Aproximadamente 38% de los comentarios fueron en general a favor de Viviendas Asequibles o de anti desplazamiento, 12% fueron a favor de desarrollos a la tasa del mercado, 10% se centró en las necesidades de las viviendas existentes (particularmente la seguridad y las prácticas de los propietarios), 21% en temas afines, y 11% abordaron otras inquietudes. Ningún comentario reflejó amplios sentimientos contra el desarrollo.

Tabla 6: Categorización de los comentarios por escrito acerca de las estrategias

Categoría	Conteo	Porcentaje
A favor de Viviendas Asequibles/Anti desplazamiento	16	38%
A favor de desarrollos a la tasa del mercado	5	12%
Anti desarrollo	0	0%
Necesidades de vivienda existentes (seguridad, prácticas de los propietarios)	4	10%
No vivienda (escuelas, delincuencia, transporte, impuestos, etc.)	9	21%
Otra	11	26%

Conclusiones de los aportes de la OOH

Los aportes recibidos de parte de los participantes en la OOH afirmaron en gran medida la dirección general del plan hasta el momento, al tiempo que agregaron matices y calificaciones que MAPC, LHAND y la Ciudad de Lynn pueden usar para avanzar.

Participación

- La participación fue robusta numéricamente, diversa demográficamente y ampliamente representativa de Lynn. Dado el nivel de participación, los aportes sobre el contenido del plan deberían considerarse seriamente.
- Las actividades futuras de participación se esforzarán por aumentar la participación en general y específicamente para aumentar la participación de las personas de color, los que pagan alquiler, las personas de ingresos bajos y moderados y las personas que no hablan inglés, a fin de reflejar más fidedignamente la población de Lynn y elevar a los más afectados por la crisis de vivienda. También se debe prestar atención a la distribución representativa de la participación por vecindario.

Visión

- Los encuestados apoyaron abrumadoramente la visión.
- El equipo de planificación revisará los aportes cualitativos sobre la visión e incorporará los temas que surgieron, bien sea en una declaración revisada o en otras partes del plan, según corresponda.

Metas

- Los encuestados apoyaron abrumadoramente cada una de las metas.
- La *Meta 3: Construcción segura* recibió el mayor apoyo, mientras que las metas relacionadas con el desarrollo recibieron un sentimiento relativamente negativo. Aun así, todas las metas recibieron apoyo de parte de al menos 70% de los encuestados, por lo que *Housing Lynn* avanzará con estas metas del plan general.
- El equipo de planificación revisará los aportes cualitativos sobre las metas e incorporará los temas que surgieron, bien sea en declaraciones revisadas de las metas o en otras partes del plan, según corresponda.
- La participación futura reforzará la importancia de cada meta en los materiales educativos, incluso las relacionadas con el desarrollo. Es importante tener en cuenta que el desarrollo ocurrirá, sea planificado o no; pero planificar adecuadamente aumentará la

probabilidad de que el desarrollo sea beneficioso para la comunidad. Mientras tanto, se pueden promover intencionalmente otras metas, de acuerdo con los recursos necesarios para apoyarlas.

Estrategias

- La mayoría de los encuestados apoyó cada una de las estrategias.
- Algunas estrategias fueron más polarizadoras que otras, atrayendo un apoyo positivo más fuerte de parte de algunos encuestados, pero también un sentimiento más negativo de parte de otros. Las estrategias menos polarizadoras atrajeron poco sentimiento negativo, pero el apoyo positivo que tuvieron fue relativamente débil. La *Estrategia 4: Incentivos* fue una excepción; ésta generó un apoyo positivo débil y muchos sentimientos negativos.
- Las estrategias menos polarizadoras son aquellas “mejores prácticas” que la Ciudad debería emprender, mientras que las estrategias más polarizadoras pueden verse como agentes de cambio más impactantes. Las estrategias más polarizadoras a menudo se refirieron a la protección de las personas que pagan alquiler, el uso de los recursos de la ciudad y/o los nuevos desarrollos.
- Cuando se les pidió elegir tres estrategias prioritarias, los encuestados generalmente seleccionaron las estrategias más polarizadoras. A pesar de que estas estrategias no fueron apoyadas por la mayoría de los encuestados, el apoyo a estas estrategias fue el más fuerte. Fue menos probable que se eligieran estrategias menos polarizadoras, lo cual indica que, si bien en general fueron respaldadas por la mayoría de los encuestados, ese apoyo no fue tan fuerte.
- El equipo de planificación revisará los aportes cualitativos acerca de las estrategias e incorporará los temas que surgieron, bien sea en declaraciones revisadas de las estrategias o en otras partes del plan, según corresponda.
- Al elaborar las acciones recomendadas, el equipo de planificación combinará los comentarios proporcionados por los encuestados en los aportes de las estrategias con información sobre el impacto potencial, la viabilidad de su adopción, los requisitos para su implementación y las interacciones con otras acciones potenciales.
- La participación hará énfasis en cómo algunas de estas acciones pueden trabajar juntas para avanzar en el alcance de las metas del plan. (Por ejemplo, la Ciudad necesitaría desarrollar la capacidad para hacer cumplir adecuadamente las protecciones de los inquilinos). Con referencia a los aportes estratégicos de los encuestados, la participación futura también trabajará en cuanto a reducir los sentimientos negativos hacia acciones que sean particularmente impactantes y factibles.