



Evaluación de la Comunidad

Vista Partnership

Noviembre 2014

Preparado por: Felecia Bennett-Clark, Lindsay Giuffre, and Brian Dates (Evaluacion e Investigacion)

Breve Resumen

A través de los esfuerzos de voluntarios y la Colaboración de Vista, poco más de 700 residentes que representan el suroeste de Detroit fueron entrevistados en persona, a través de encuestas enviadas por correo y en línea durante los meses de agosto y septiembre de 2014. Esta evaluación de la comunidad incluye las zonas de captación de Hubbard Farms, Richard Hubbard, y la parte occidental de Corktown. Este ejercicio es una parte esencial de la captura de la visión de las personas que residen, trabajan y visitan la zona, y de evaluar el interés en un plan para desarrollar las áreas Mexicantown y Mercado en un vibrante y multifacética área de 20-cuadras que serviría como un punto clave de destino en Detroit y que mejoraría la revitalización ya en curso del suroeste de Detroit.

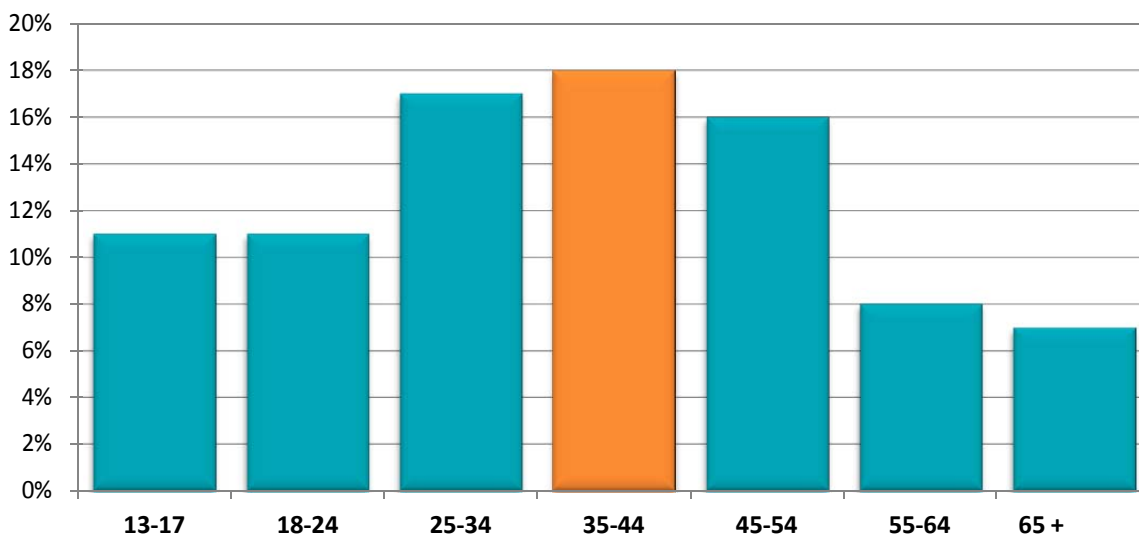
En última instancia, el plan contempla formas innovadoras de vinculación de la configuración regional de Corktown y la orilla del río del oeste y se convertiría bienes descuidados en oportunidades únicas para el arte, la recreación, el desarrollo comercial y las tecnologías verdes.

El tamaño de la muestra de 708 encuestados de la evaluación de la comunidad incluye el 75% en representación de las zonas de captación antes mencionados del suroeste de Detroit y poco más del 20% de otras partes del suroeste de Detroit. Las encuestas fueron administradas por personal de Vista, y seguido por una evaluación, entrada de la base informática, codificación y análisis por un equipo de evaluadores locales.

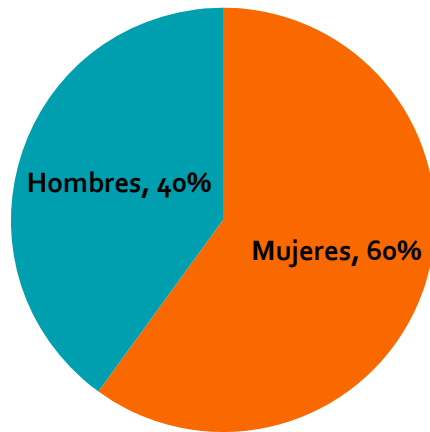
Los siguientes resultados representan las respuestas de las partes interesadas, residentes, dueños de negocios y visitantes del suroeste de Detroit. Los participantes compartieron sus lugares favoritos en la comunidad, sus sentimientos respecto a los servicios comunitarios, lugares más frecuentados fuera de la comunidad, e ideas para el desarrollo futuro. Tras el examen, los resultados sugieren que los servicios orientados a la familia, la seguridad, el multiculturalismo, y retener un sentido de identidad cultural son esenciales para los participantes.

Demografía

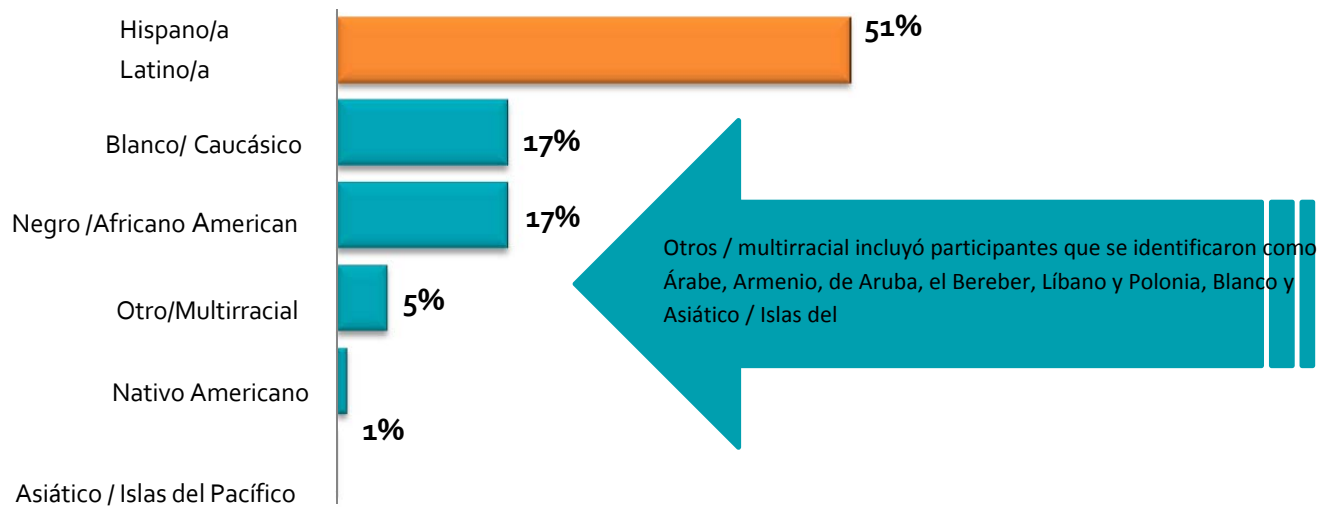
Grupos de Edad de los Participantes



Género de los Participantes

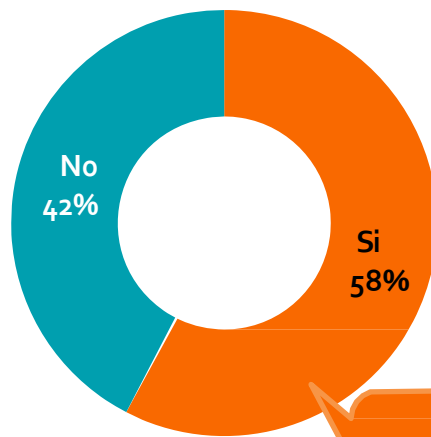


Etnicidad/Raza Reportada



* No todas las gráficas se calcularán al 100%, dado que muchos participantes omitieron varias preguntas.

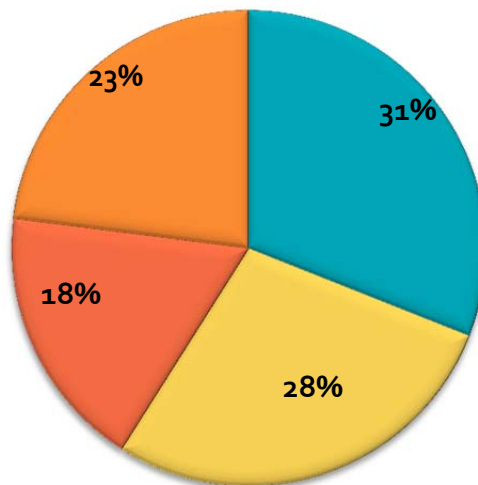
¿Tiene niños?



Participantes en gran parte reportaron 1-2 niños en el hogar menores de 18 años

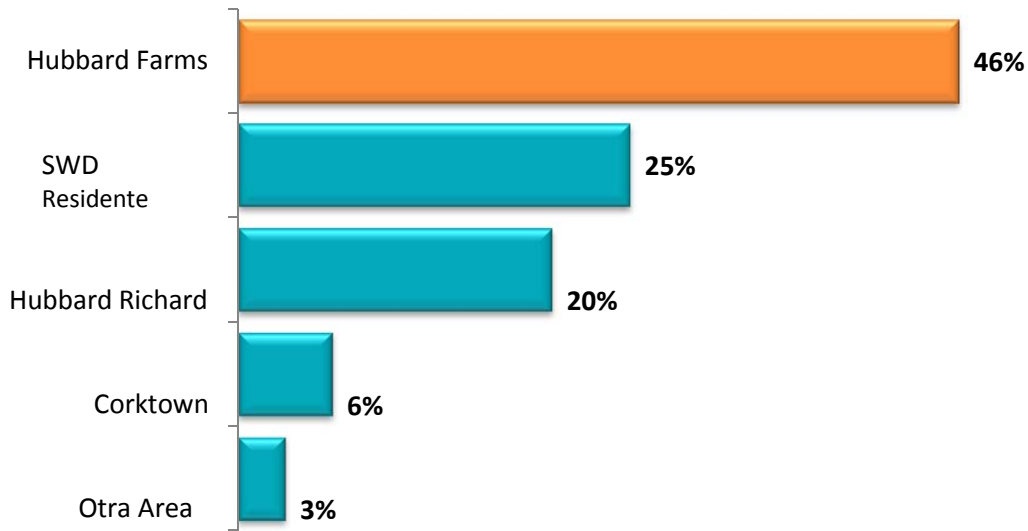
Logro Educativo

La mayoría de los participantes - 69% - tienen diploma de preparatoria o universitaria.

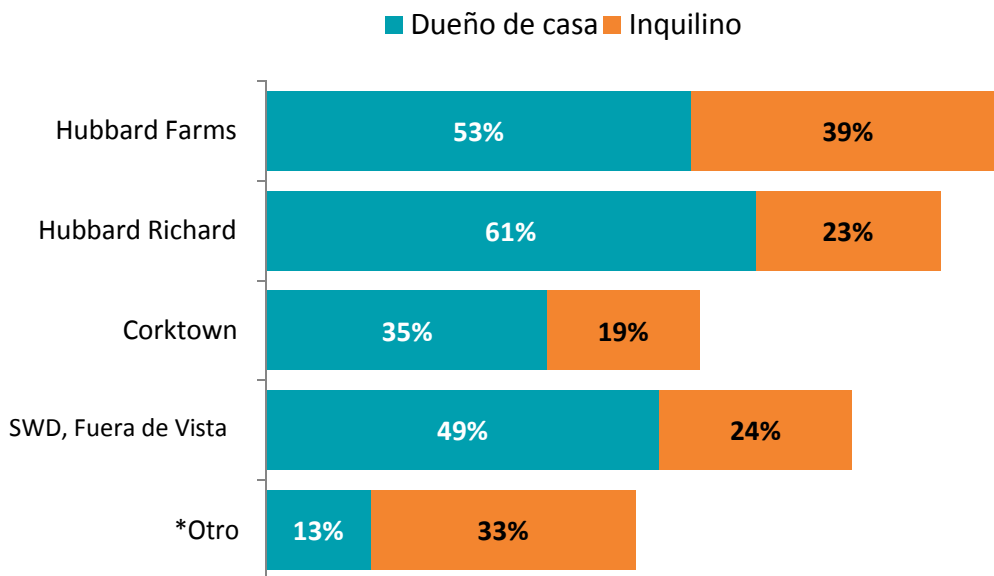


- Menos de 12
- Preparatoria
- Alguna universidad
- Graduado de la universidad

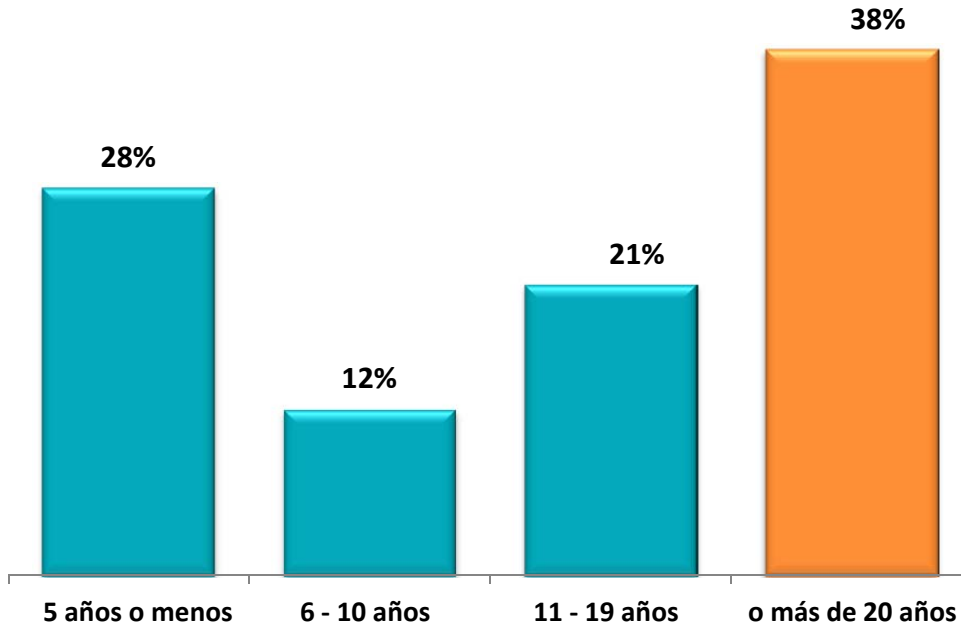
áreas reportadas representados



Informó de su Estado la propiedad de vivienda

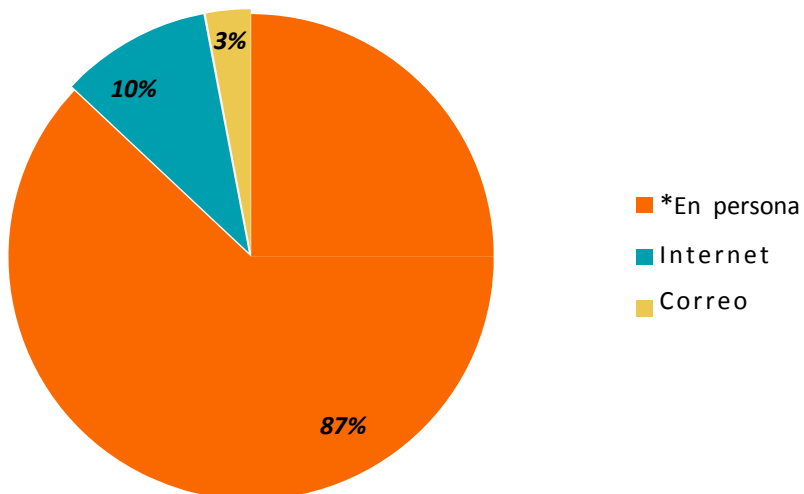


Informó de Años de Residencia



- 9% de los Participantes fueron considerados personas partidarios comunitarios (Stakeholders), mientras que el 3% fueron visitantes.

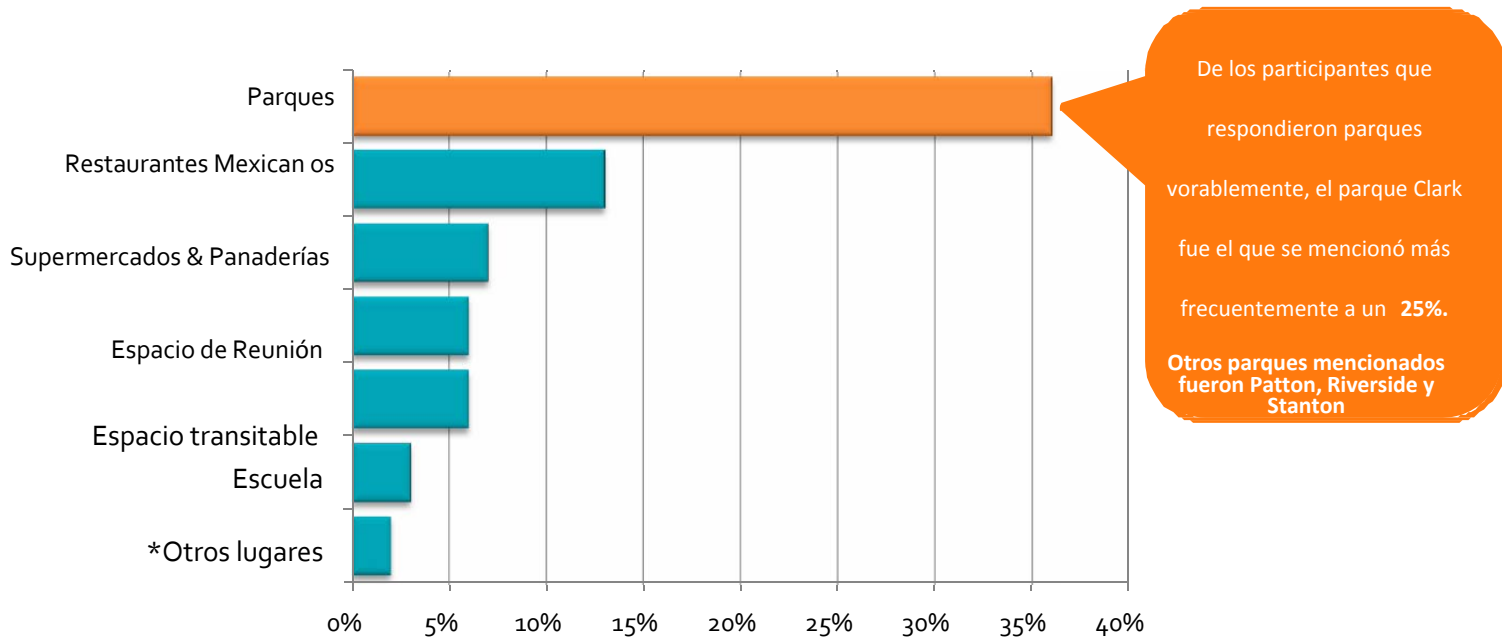
Tipo de Encuesta



*En persona incluye a los participantes de las escuelas preparatorias locales y encuestas de puerta a puerta.

Respuestas al cuestionario

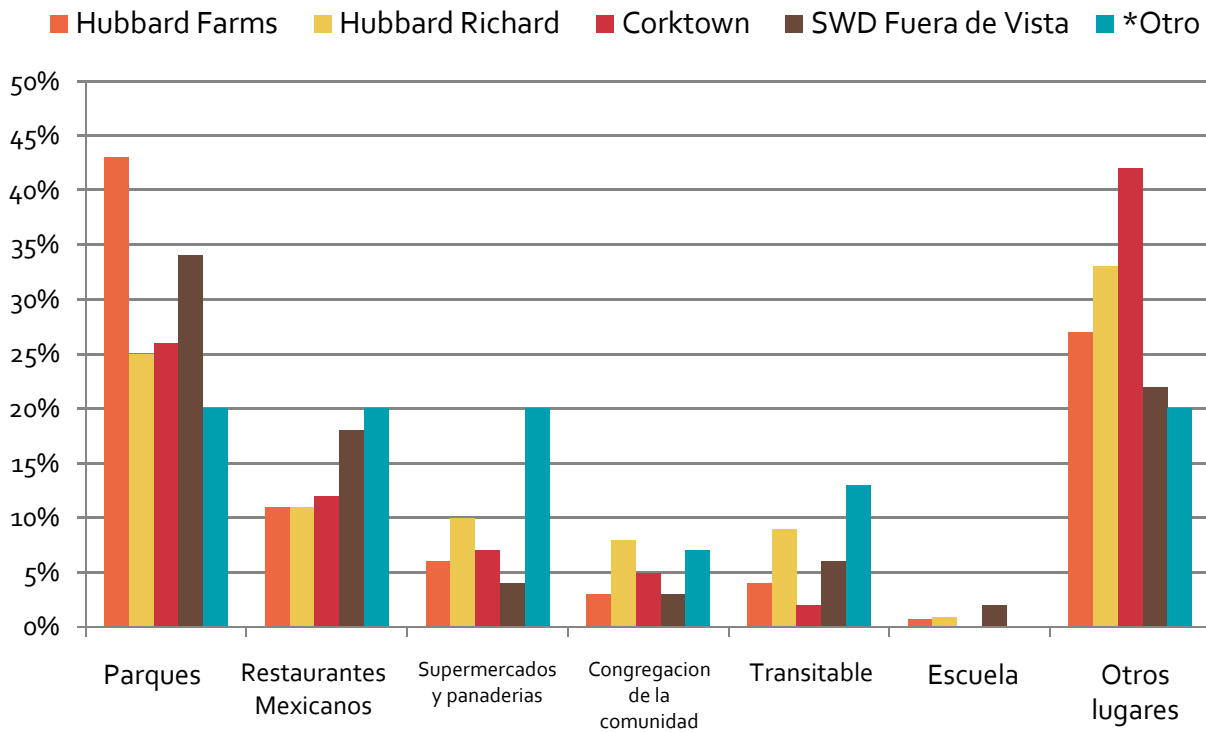
#3 ¿Cuál es tu lugar favorito o ubicación en su vecindario??



- Espacio transitable (WalkUPs) se definen como significativos regionalmente, lugares urbanos transitables y por lo general se caracterizan por los destinos de todos los días (cotidianos), tales como el hogar, el trabajo, la escuela, las tiendas y restaurantes localizados a corta distancia.¹
 - Ejemplos locales incluyen el Puente peatonal Bagley, el Mercado, Teatro Matrix y la colección de tiendas y restaurantes ubicados dentro de la zona de Barrio Mexicano.
- Además, lugares como el Mercado de la Colmena, la Panadería Mexicantown, Lupitas, Armandos, y otros fueron identificados como los locales favoritos para los mercados y panaderías.
- Espacios de reunión son lugares donde la comunidad se congrega, tales como las bibliotecas locales, las escuelas y las iglesias.

¹ Leinberger, Christopher & Lynch, Patrick (2014) Foot Traffic Ahead: Ranking Walkable Urbanism in America's Largest Metros; The George Washington University School of Business; The Center for Real Estate and Urban Analysis <http://www.smartgrowthamerica.org/documents/foot-traffic-ahead.pdf>

Community Assessment Outcomes

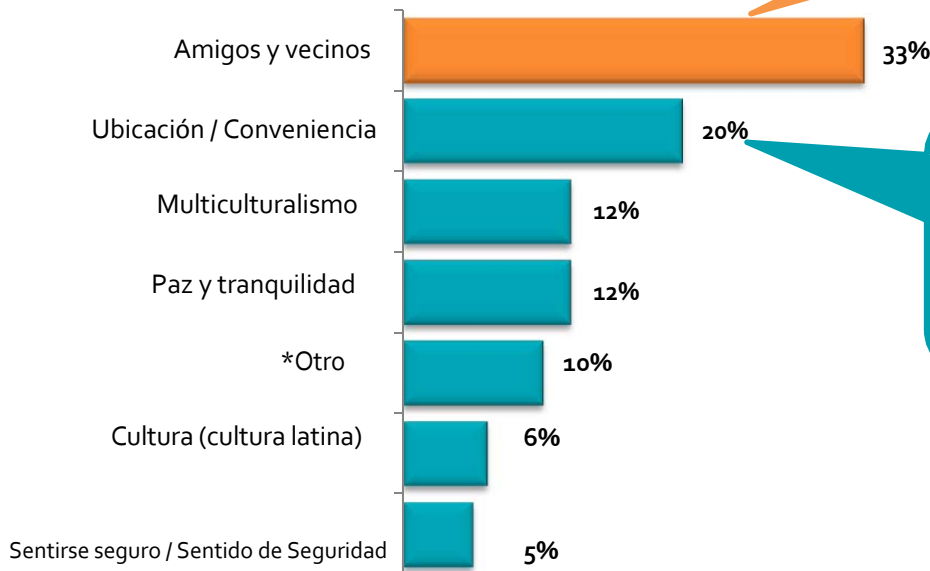


* Varios de los participantes en línea que representan poco más del 2%, no respondió a las preguntas que identifican su comunidad, por lo tanto fueron clasificados como "otros".

Cuando se les solicitó a los participantes por sus lugares favoritos o ubicaciones en la vecindad, temas generales surgieron, destacando lo que es más importante para la comunidad:

- Centrado en la Familia y la conectividad de la comunidad
- Actividades cívicas y lugares de reunión donde los residentes pueden congregarse
- Negocios animados y cultura vibrante
- Los niños y lugares para que ellos aprendan y jueguen

#4 ¿Qué es lo que más disfruta de su vecindario?



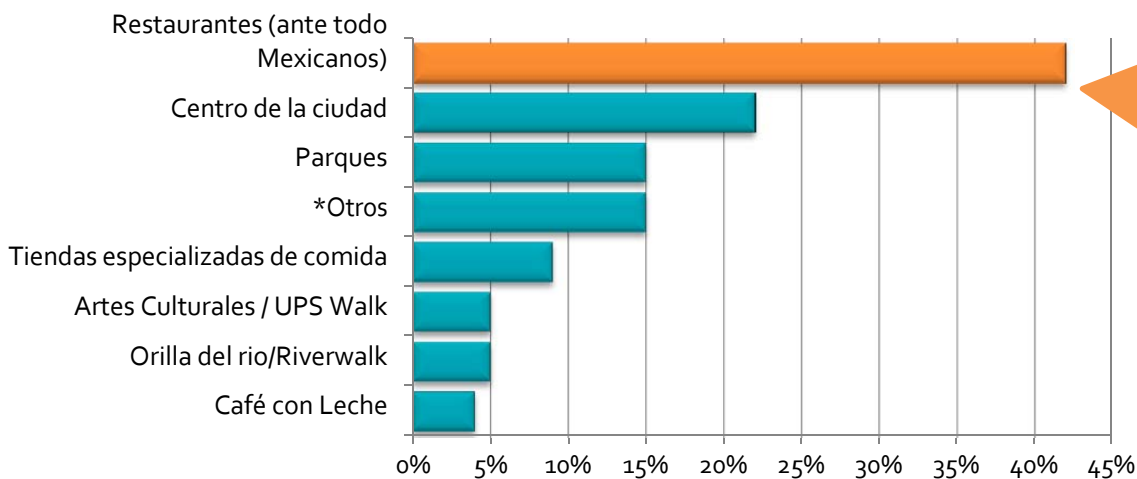
Los encuestados respondieron reiteradamente que sus vecinos eran cordiales y miraban el uno al otro.

Ubicación relacionada con la proximidad de la parte demandada a los bienes y servicios dentro del barrio, así como la corta distancia hasta el centro central.

Cuando se le preguntó a los participantes porque disfrutaron de los aspectos antes mencionados de la comunidad, los siguientes temas surgieron, los cuales se destacan a continuación:

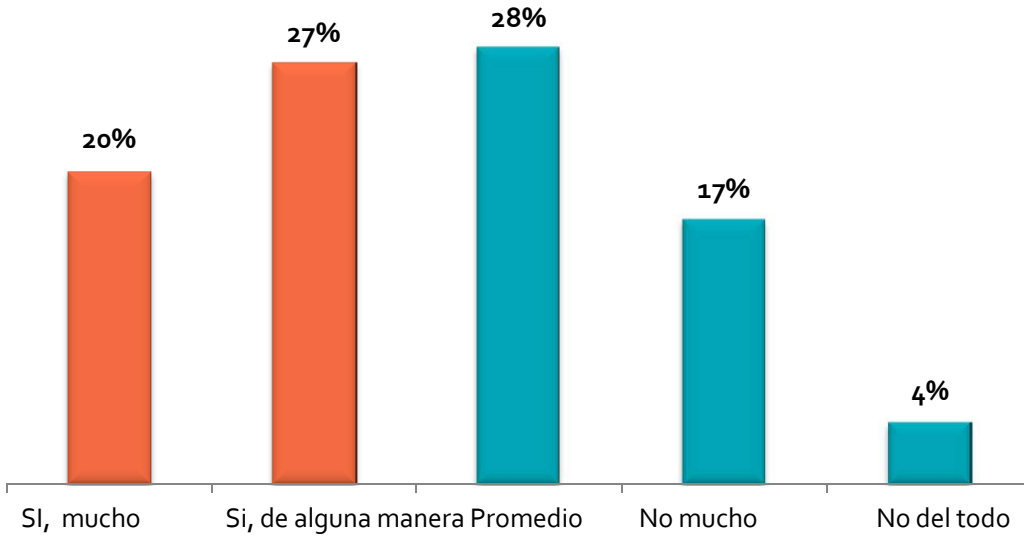
- Los residentes obtienen satisfacción de la diversidad del barrio.
- Apreciación profunda de la cultura que abunda en toda la comunidad por medio del lenguaje, comida y estilo de vida.
- La longevidad de los residentes, la camaradería entre los vecinos y la energía vibrante comunidad

#5 ¿Si algún familiar o amigo viene de visita de otra ciudad, a que parte del vecindario lo/a llevaría?

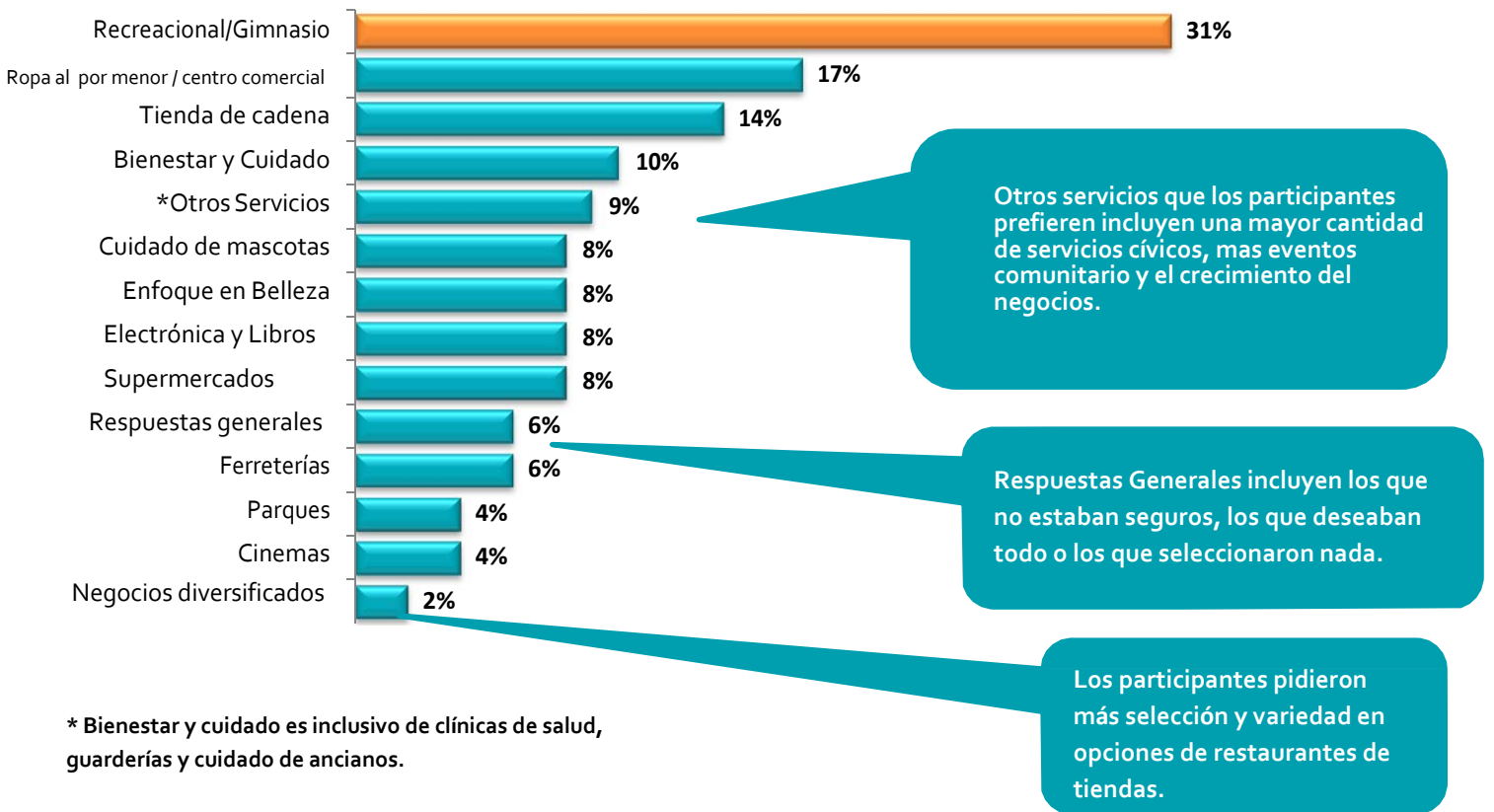


El área Mexicana fue citada con mayor frecuencia registrando al restaurante Mexican Village como el Favorito de los Fans.

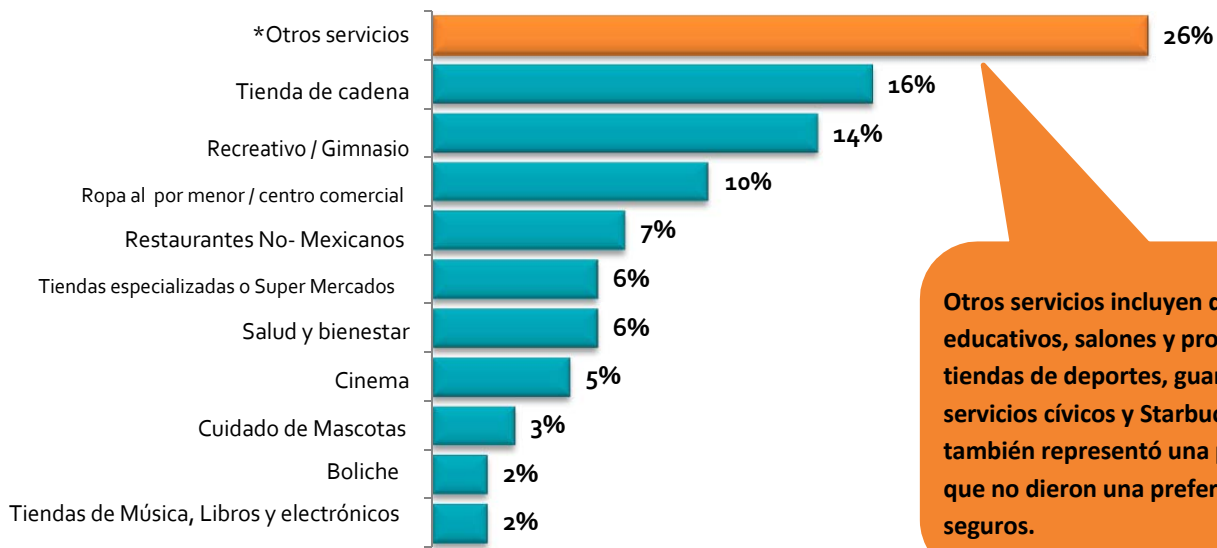
#¿Hay suficientes bienes o servicios en su vecindario



#7 ¿Qué tipos de bienes y / o servicios ¿Quiere Ver Disponible en su vecindario?

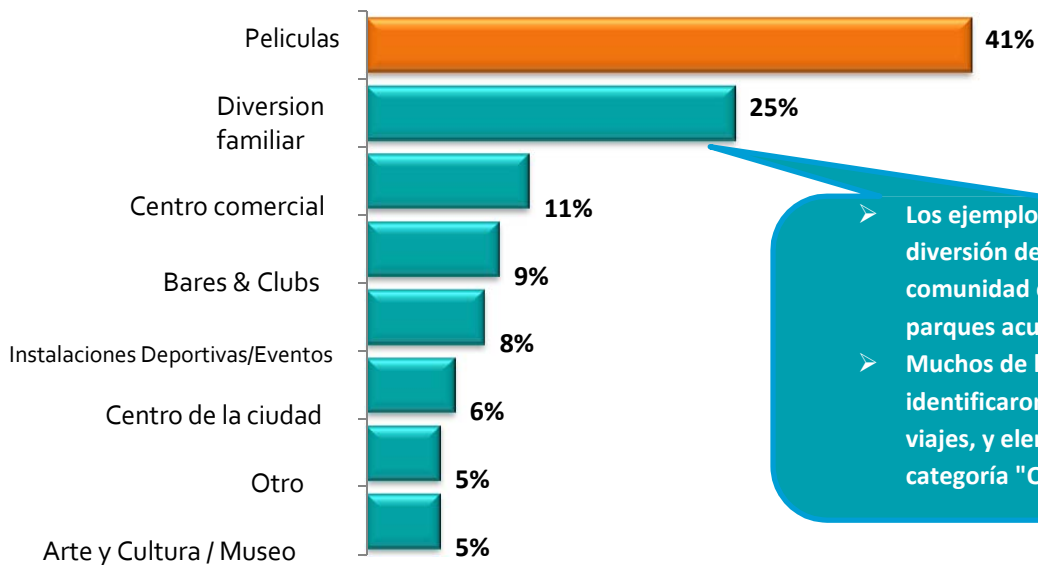


#8 Si tuviera sólo una opción, ¿qué negocio quisiera añadir a su comunidad?



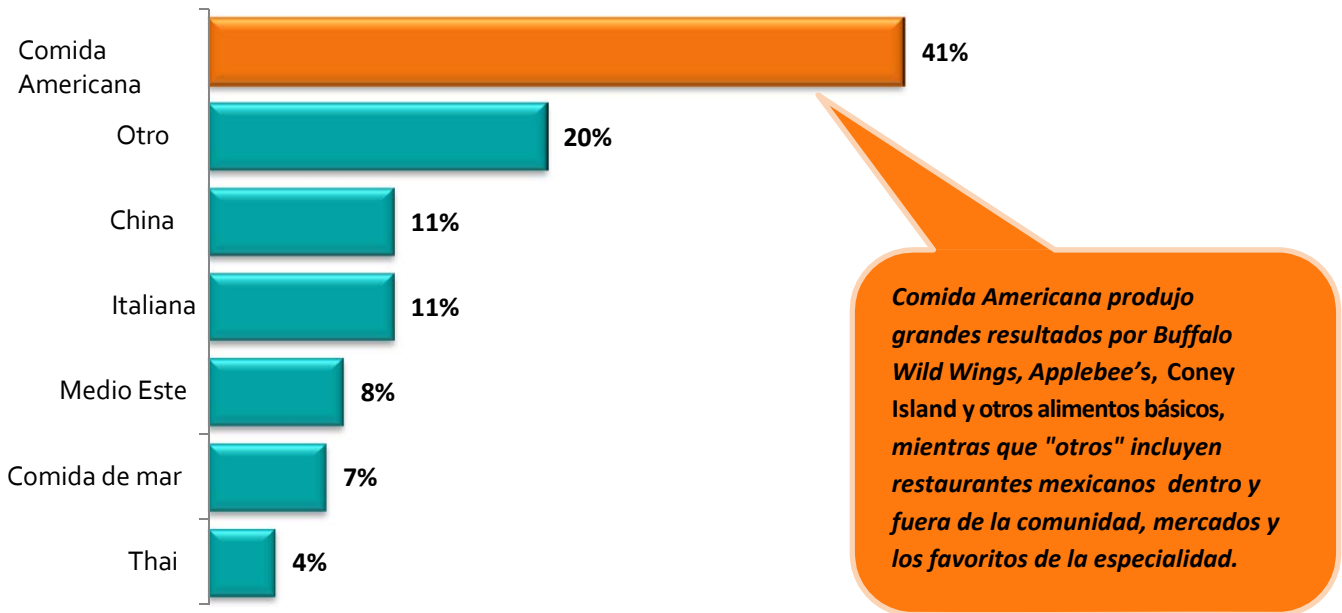
Otros servicios incluyen diversos recursos educativos, salones y productos de belleza, tiendas de deportes, guardería, ferretería, servicios cívicos y Starbucks. La categoría también representó una proporción de los que no dieron una preferencia o no estaban seguros.

#9 ¿Qué tipo de lugar de entretenimiento o diversión frecuente usted fuera de su vecindario?



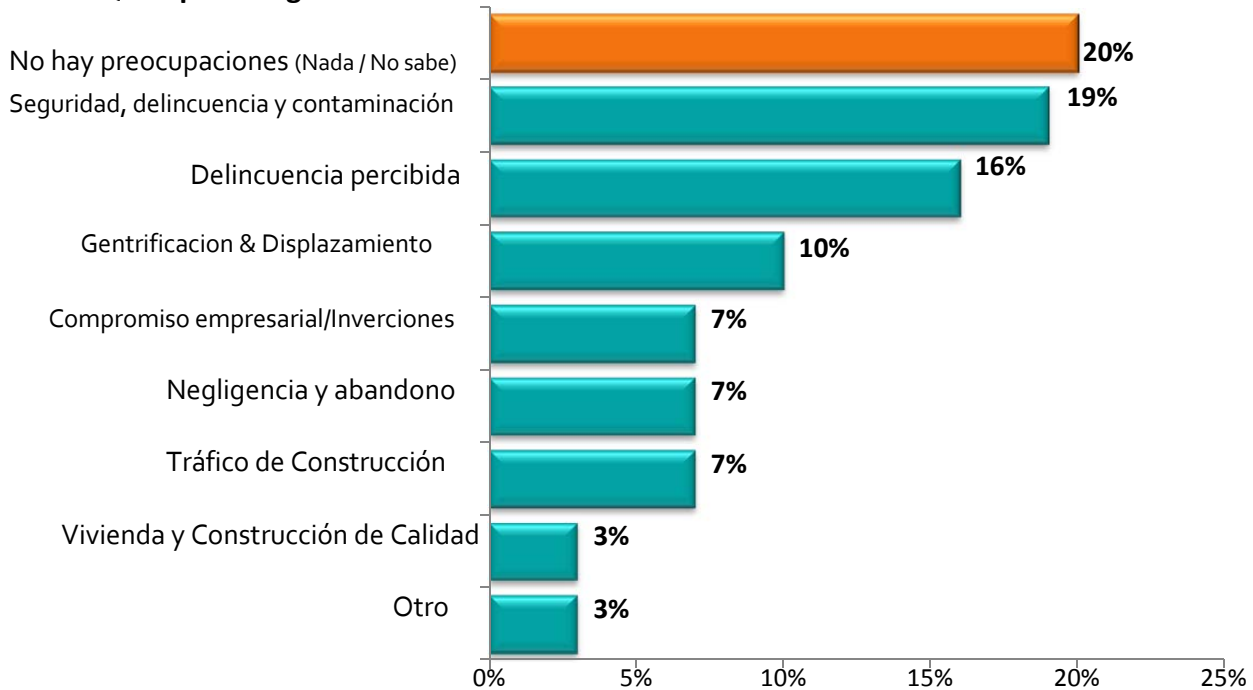
- Los ejemplos más conocidos de diversión de la familia fuera de la comunidad eran boliche, patinaje, parques acuáticos, y festivales.
- Muchos de los participantes identificaron visitar a la familia, los viajes, y elementos no específicos en la categoría "Otros".

#10 ¿Qué restaurantes o cafés visita fuera de su vecindario?



- Muchos participantes claramente estaban pensando en la zona suroeste de Detroit al responder a esta pregunta, mediante la identificación de área local de Restaurantes del Mexicantown. Los lugares como el mercado de la colmena, Panera Bread y casas de café se clasificaron como "otros"

#11 ¿Qué tipo de lugar de entretenimiento o diversión frecuente usted fuera de su vecindario?



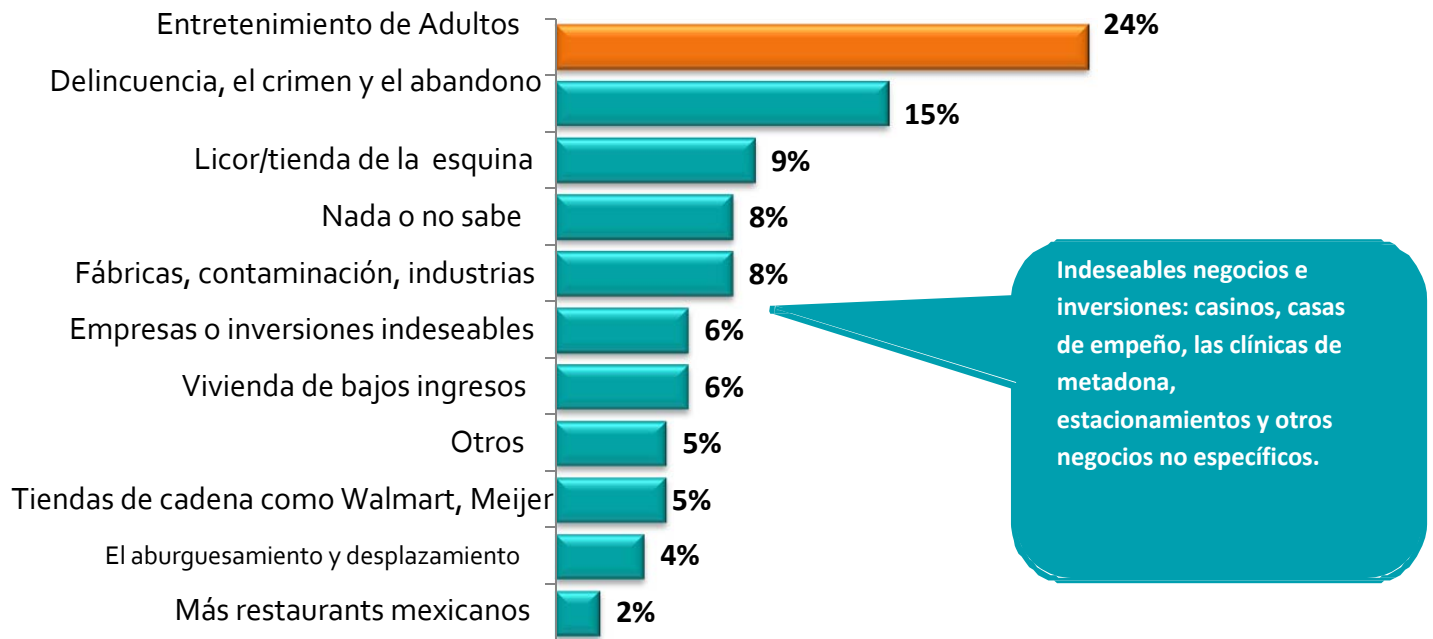
- Falta o datos que quedan en blanco no está incluido en este gráfico, ya que había un 13% de los encuestados que se contestaron la pregunta.
- **No hay preocupaciones**, está incluido en la gráfica, ya que había muchos de los encuestados que entraron ninguno, n / a, nada, o todo está bien.
- La categoría de calidad de la vivienda y la construcción denota respuestas destacando la preocupación por la vivienda que se podría hacer con materiales de baja calidad, banquetas incompletas o reparaciones en las aceras que no son suficientes y otras cuestiones de calidad. Citas se incluyen como ejemplos.

... casas de revestimientos de vinilo, destruye la integridad de la zona...

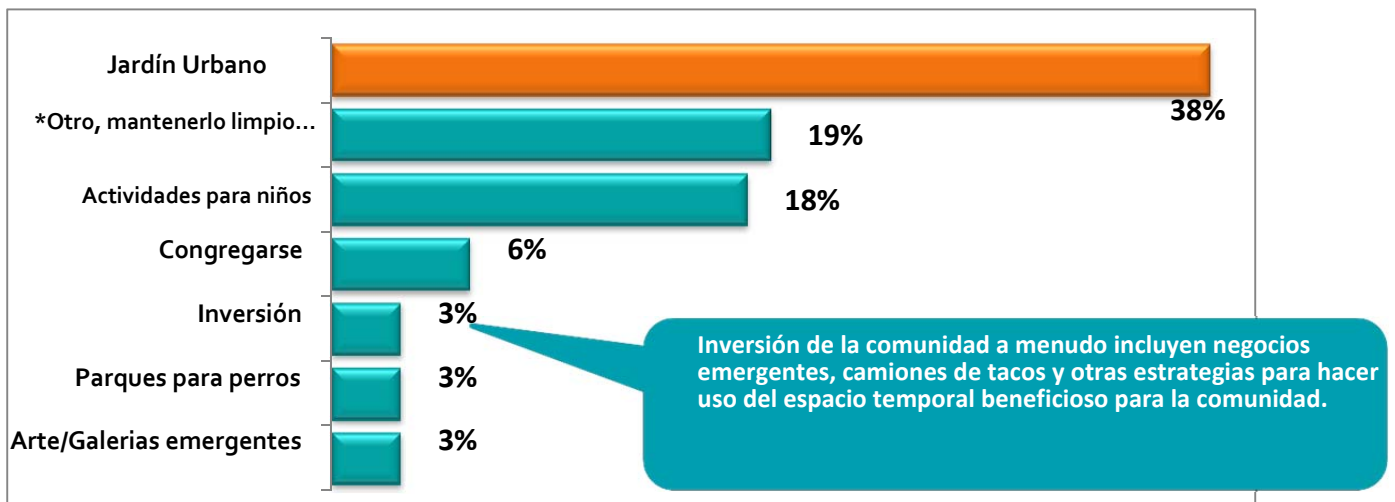
*... la calidad del desarrollo. *** utilizando material usado para hacer un nuevo desarrollo...*

- Luego de la revisión, había varios factores tales como la raza y la educación que afectan a las respuestas a las preguntas 11 y 12 en la encuesta.
- Si bien hubo menos participantes blancos en la muestra general, la preocupación por la gentrificación y el desplazamiento se puso de relieve en el 20% de los encuestados blancos / caucásicos, por lo tanto más alta que otros grupos.
- Crimen, Seguridad y Contaminación fueron más frecuentemente abordados por los participantes que se identificaron como latinos / hispanos.
- Más graduados universitarios estaban en contra de la entrada de las tiendas grandes como Walmart y Meijer, expresando preocupación por la retención de las empresas locales.
- Para los efectos del análisis, muchas respuestas indican preocupaciones de vagancia, los individuos y grupos que son una molestia en las unidades de vivienda, y otros ejemplos de la **delincuencia percibida**.
- Varios participantes indicaron su preocupación por más inquilinos, o individuos que podrían no ser buenos vecinos.

#12 ¿Qué tipo de desarrollo NO quiere ver en su vecindad?

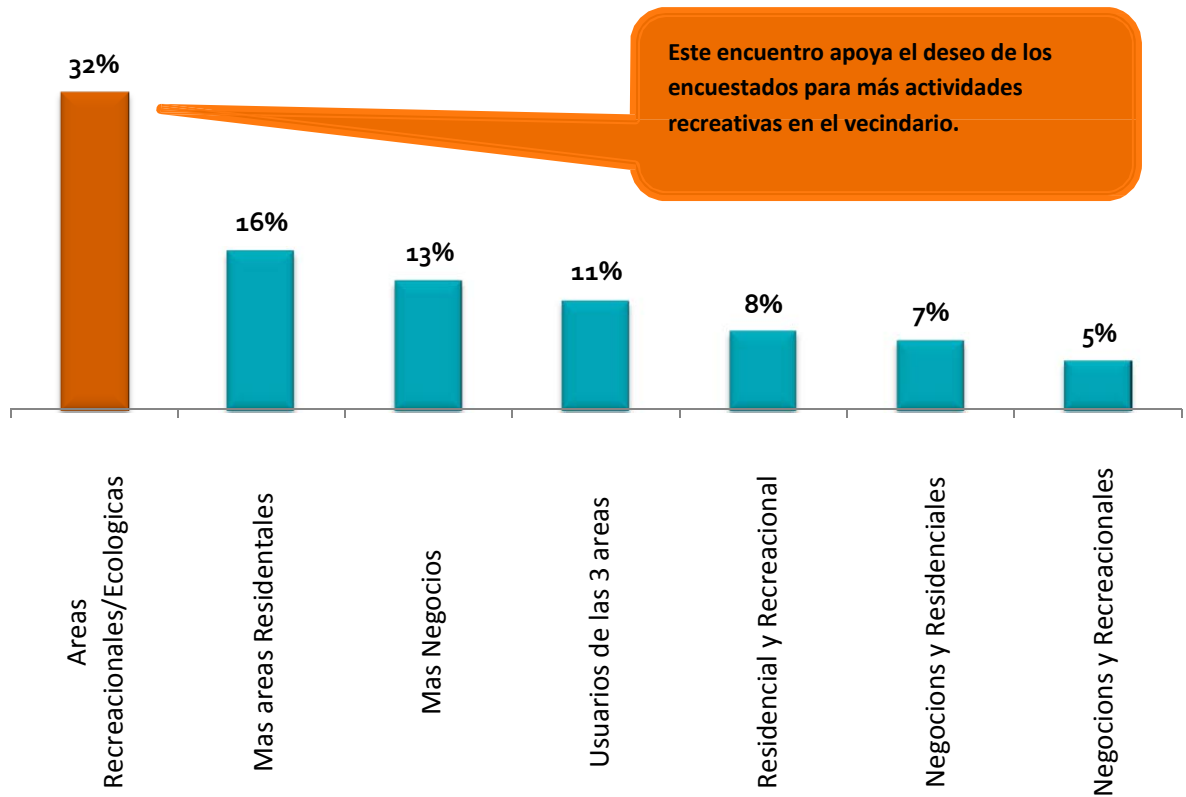


#13. ¿Cuáles son algunas de las ideas para el uso a corto plazo de los lotes vacíos/baldíos en la comunidad?



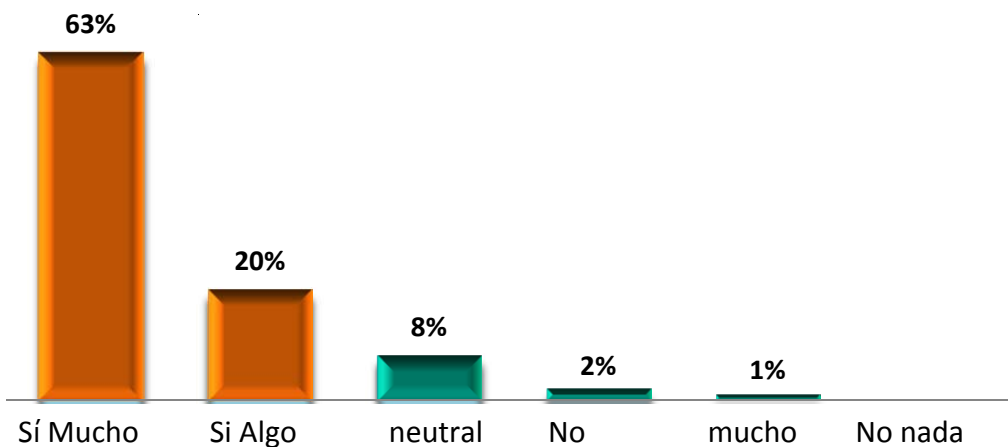
- En los "Otros" Categoría, muchos de los encuestados identificados mantener el área limpia y bien cuidado, hogares e inversiones a largo plazo que significa usos que eran importantes, pero no indica el uso temporal.

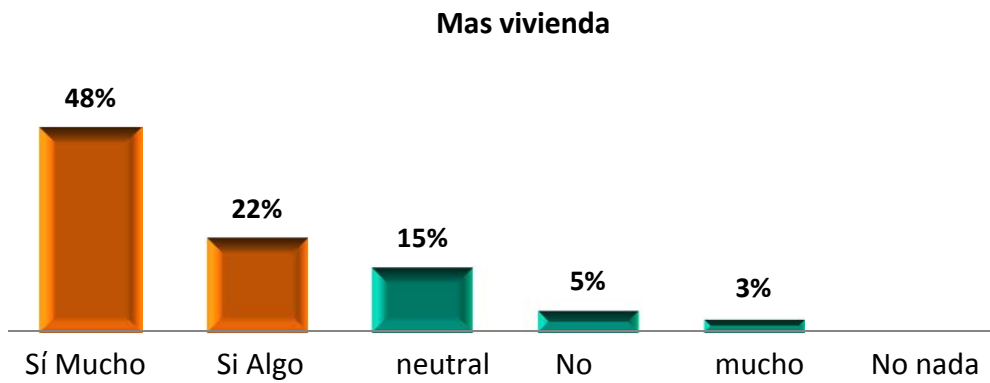
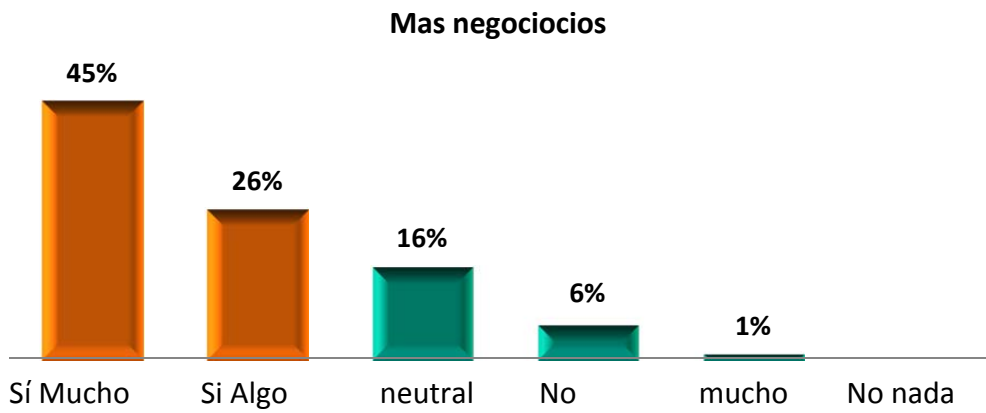
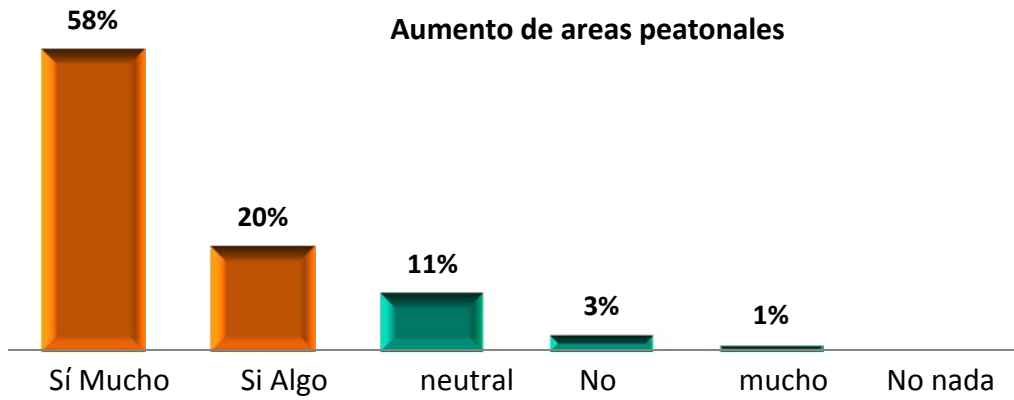
#14 Participantes seleccionaron Preferencia para uso permanente de espacios vacios de una selección de tres categorías o una combinación de las tres



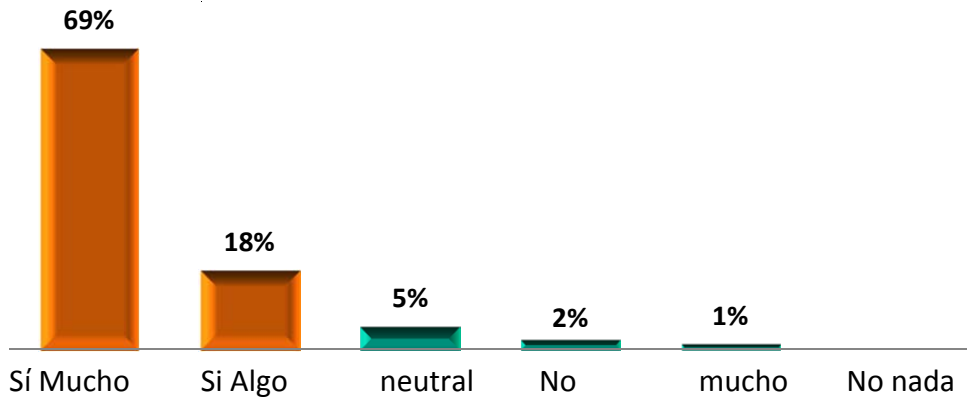
#15 ¿Qué es lo que le gustaría que hubiera más en su comunidad?

Mas espacios verdes y parques

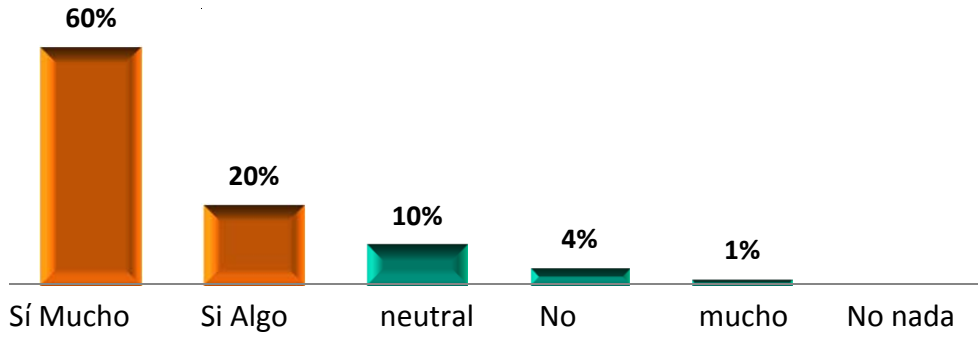




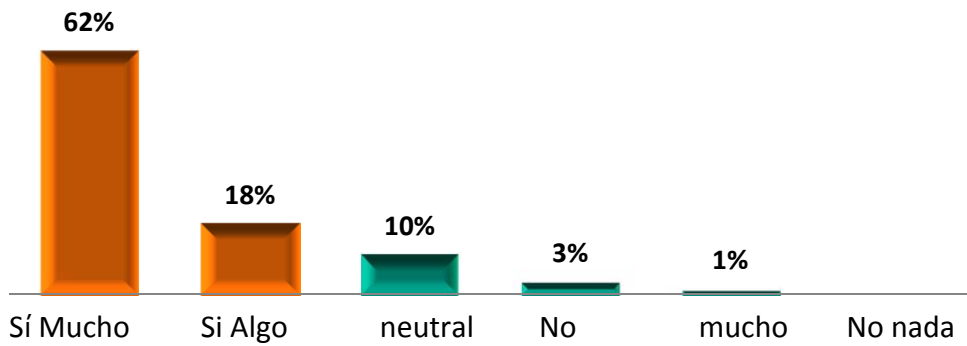
Mas Areas Recreativas



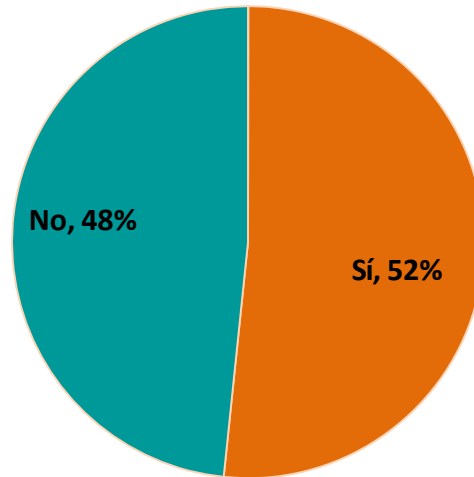
Más Recursos Comunitarios



Más Recursos Educativos



Los participantes interesados en aprender más sobre Vista



- Es evidente que, más de la mitad de los participantes estaban interesados en aprender más sobre Vista.
- Más de lo esperado, los participantes cómodamente reportó información demográfica, y compartió su información de contacto para la participación futura.
- En varias respuestas se compartieron ideas sobre cómo les gustaría estar involucrados, tales como sentarse en la mesa para la planificación de la comunidad, lo que garantiza la vitalidad cultural, evitando el gobierno se haga cargo y ayudar a los aspirantes a ser empresarios

En los días venideros por favor mantenerse conectado a través de:

Facebook: Vista Partnership Detroit

Twitter: @VistaDetroit

Correo electrónico: mtpenman@swsol.org o vistapartnership@swsol.org

Teléfono: 313 297-1341, Ma Teresa Penman

