

La Estrategia del Desarrollo Económico en Lancaster, Taller de enero

El Grupo de Enfoque de Marca

15 de enero, 2015, Lancaster Marriott Conference Center, Independence Room

Los Asistentes: Sandy Gambone, Spencer Advertising & Marketing; Jennifer Baker, LOOP; Kathleen Frankford, Discover Lancaster; Deb Brandt (no pudo asistir)

Presentación y Comentarios

- » Espacios de coworking evolucionaron de inspiración basado por lugar o menudo.
 - Fredericksburg Exchange (“Fred Ex”): se apalancó organizaciones múltiples y asociaciones para fusionar mejor la comunidad de inicio.
- » ¿Es la intención de que los laboratorios de arte/artesanías son de propiedad artistas?
 - No estamos tratando de dictar- nos encantamos ver espacio de artistas/residentes, espacio de galerías, espacio de estudios, etc. El objetivo es crear una sinergia de una variedad de condiciones y experiencias.
- » El lujo real que tenemos aquí es el trabajo increíble que todo el mundo ya está haciendo. Como consultores, no estamos aquí para reinventar la rueda; queremos tu input en que podemos y debemos hacer para apoyar tus esfuerzos. ¿Cómo extendemos la herradura o traer identidad a los centros comerciales sin “Balkanizing?”
- » Residentes tienen que abrazar- no podemos imponer; no somos ciertos que residentes abrazarían nombres, identidades aquí.
 - “Barrios” son más pequeños de otras ciudades.
- » City debe ayudar a involucrar a los residentes.
- » La comunidad de 55+ en la ciudad es reveladora- mucha gente están sorprendida, contenta a aprender lo que es disponible y conveniente.
 - Es posible llegar a la ciudad en solamente 3 minutos por poca gente. Por “cruzando la puente” a la ciudad, estás encontrando un estilo de vida particular que se hace posible para comunidades de 55+ tener estas se elimina las personas que tienen sus narices arriba ...
- » Discover Lancaster está empezando una campaña de participación local en los meses que vienen: “Locals Love Lancaster” “*Locales aman a Lancaster*” mientras, históricamente, el enfoque se ha centrado en los forasteros
 - Utilizando los locales para ayudar a promover la ciudad
 - Vídeos virales—testimonios
 - Blogging
 - El centro de visitantes
 - Lanzamiento en mayo/abril

Enseñando a los estudiantes (Millersville) para traer gente a la ciudad, compartir lo que está disponible en la ciudad

- » Visitantes quieren conertirse en locales, inmerso en la cultura local
- » Ben: Precauciones contra confiar demasiado en la terminología local en la comercialización. Es critico ser sensitivo con cualquier “compre loca” compañía.
 - En realidad, no hay ciudades sostenidas solamente por sus locales (consumidores)
 - Pero Lancaster está haciendo la cosa correcta; convirtiendo sus locales en curadores, estás elevando su estado con sus opiniones propias y regresando para reforzar marcas auténticas.
- » Paquete de mercadeo
 - Evitar esfuerzos duplicados (demasiado sitios web)
 - Grupos existentes — cada son pequeños — necesita mantener el impulso con mano de obra limitado
 - Crea una caja de herramientas—otros pueden usarla, pero tienen que contribuir
 - Quizás, la ciudad debe intervenir y tomar la iniciativa, acercarse de todos los niveles.
- » Disipación de percepciones y conceptos erróneos
- » Un gran valor en el vernáculo a como las personas se refieren a sí mismos; sin embargo, el desafío es que hay muchas identidades. Es posible crear un receptáculo usando un marco de marca que crea una plataforma versátil que mueve fácilmente entre grupos diferentes.
 - Debe sentir que solo ligeramente facetas diferentes de un mismo mensaje; debe haber alguna unidad.
 - Las identidades nuevas de LOOP y Discover Lancaster tomaron moderación; simplificación es una buena cosa.
 - El desafío es que personal es limitado; Lancaster City Living no pudo sostenerse.
 - Con todos los empresarios de Lancaster, tal vez es más a lo largo de las líneas de un esfuerzo de base. Empresarios, otros están provistos con las cajas de herramientas y marcas para usar, garantizado consistencia (colores, tipografía, etc...)
 - Abierto a ampliar Discover Lancaster y la compañía de Locals Love Lancaster; el más amplio que podermos hacerlo, el mejor.
 - Por ejemplo, “Visit Pittsburgh” está usado por todo el mundo
 - Si el empleo de una estrategia para vivir en la ciudad, tal vez iniciar un programa; tal vez es mensajería
 - Quizás LOOP puede tener una sección en la página web.
 - Ser seguro que estás hablando a la persona correcta y diciendo los cuentos correctos.
- » County todavía está en el modo de descubrimiento.
- » ¿Cómo peleamos el “sí, pero...?”
 - Al mismo tiempo, evita las gafas de color rosa
 - Ben: el subproducto de este esfuerzo establece proactivamente una imagen positiva de la ciudad.

- » Portal de negocios:
 - Consistencia con mensajería y marcando
 - Quitar las líneas duras entre el proceso de permisos de la ciudad y desarrollo del sector privado; cerrar esta brecha
 - Típicamente, ¿gestionan por la ciudad?
 - Positioned Perfectly (Des Moines, IA) es un esfuerzo cooperativo, creó un URL nuevo y la página web redirige de Development Corporation a la página web de la ciudad. Permitió que los inversores sobrepasaran la información irrelevante por sus necesidades que poblaron a la página web de City
 - El sitio de City es informativo por el local; pero realizó que este sitio nuevo serviría mejor por grupos específicos
 - Cambridge, MD creó una página web de una parada; tuvo el fondo VC; una visita simple al sitio podría poner a alguien en el radar del fondo VC/individuos con dinero.
- » City está trabajando en una asociación (EDC + City) para atraer inversiones = ya tiene los huesos
 - Es la primer vez que ocurrirá en Lancaster
 - Nuestras recomendaciones deben abandonar y reforzar esta asociación
- » En términos del programa de Lancaster Live, también debe ser una tienda una parada. Es un plan de 15 años – Corredores no pueden encontrar casa ni alquileres. LCA se requiere llegar a su propio inventario pero necesitamos hacerlo conveniente.
 - LOOP and LCA pueden asociarse.
- » Comunicación es clave—debe ser parte de la caja de herramientas.
- » Un sentimiento de marcas excesivas en la ciudad, ¿debemos consolidar?
 - Desarrollar la arquitectura para apoyar marcas existentes/sub-grupos
 - City no es muy grande; pero bastante grande por barrios múltiples
 - Quizás es una trata de traduciendo “A City Authentic” a otros idiomas (por ejemplo: “Una ciudad auténtica”)
 - Se convierte en un orgullo/calidad de la vida, o una identidad reafirmada (no necesariamente es un paquete de mercadeo separado)
 - Haciendo los otros (cada demográfico único de la población) un parte del entero
 - A veces no es un mensaje de visitantes pero una táctica para demostrar que es un área es un parte del entero
- » Alentando barrios a tener eventos
 - Brother’s Grocery tiene un mercado al aire libre cuando hace buen tiempo

Discusión Abierta

- » Ver tres componentes principales
 - 1. Mercadeo de visitantes
 - 2. Viviendo en Lancaster
 - 3. Orgullo en Lugar
- » Wayfinding—aparece mucho impacto en comunidades debe ser ampliado

- Subproducto fenomenal por ampliando wayfinding fuera del centro genera orgullo/inclusión enorme entre ciudadanos de comunidades alrededores
- » ¿Qué es nuestra medida de recomendaciones?
 - ¿Identificar jugadores?
 - ¿Identificar tareas?
- » “Locals Love Lancaster” (“Locales Les Encanta Lancaster!”)...”Share the love!” (“Compartir el Amor!”)
 - “¿Quién Sabía?” : sentimiento común: lo reciente de Kathleen: “Esperar el Inesperado”
- » Discover: Lanzado oficialmente el 1 de enero, 2015; será hecha y derecha en abril
- » LOOP: Fusión, entonces lanzó LOOP en agosto 2014
- » Periódico de Lancaster: tiene su propio paquete
 - Vídeos
 - Calendarios
 - Guía para los visitantes
 - Potencial de una asociación de Discover Lancaster y LCN
- » Por ejemplo, a la universidad estatal, los periódicos de hoteles están envueltos con las guías y mapas locales para los visitantes cada mañana.
- » Guía de viviendo local versus una guía para visitar

Grupo de enfoque de Empresarios

El 15 de enero, 2015, Lancaster Marriott Conference Center, Independence Room

Presentación y comentarios

- » Equipo de consultores: Es muy importante que estamos capturando cosas que están en proceso; entonces, introducir ideas y escuchar a sus pensamientos para entender brechas
- » Artspace ahor está trabajando con York (ya en Pittsburgh)
- » Anne: Emocionada a ver el abrazo de movimiento colaborativo; ya puede ver mucho que está haciendo (3 compañeros de trabajo nuevo; East Side Community Kitchen, Make 717 etc.)
 - Candy Factory (Fábrica de Golosinas) está enfocando ahora en un componente educativo (trabajando con Millersville y ASSETS)
 - Candy Factory está considerado un espacio de compañeros de trabajo “rural”
 - Muy diferente que un área grande y metropolitano da Lancaster un ángulo de comercialización
- » Espacios corporativos respaldados son muy diferentes
- » ¿Cómo puede la comunidad apoyar estas iniciativas?
 - ASSETS: voluntarios, ofertas a colaborar. Son interesados en ayudando a identificar espacios
- » Se necesita una discusión sobre “Coop Alliance” (Alianza cooperativa)
 - Empezó Pennsylvania Coworking Alliance (Alianza de compañeros de trabajo en Pennsylvania) recientemente
 - Colaboración en toda la región

- Ciudades medianas (Candy Factory participó en generando las estadísticas de Deskmag que fue utilizado en presentación)
- » Preocupación aquí: ¿Cómo sostiene el movimiento sin diluyéndolo? ¿En qué punto se satura la economía colaborativa?
- » El plan de desarrollo económico y empresarios deben considerar pobreza
- » ¿Cómo formentar la gente a acenurarse a los centros de ctividad? (una empresa tiene que tener el tráfico para apoyarse)
 - Tripp nota que la brecha del mercado por los corredores es profunda
- » ¿Las empresas/instituciones grandes recorrer o explorar iniciativas continuas?
 - Es necesario tener un vehículo por compartiendo ideas, hacer que las cosas sucedan
 - Trae empresarios y propietarios juntos
- » El Proyecto Arco (Actualmente se está trabajando) acompaña con propietarios de edificios/propiedades
- » Debe ganar credibilidad; compartir cuentos de suceso.
 - No es solamente por la Fábrica de Golosinas (The Candy Factory)
- » Necesita una estructura de apoyo, tutorías, (una sistema de emparejamiento)
 - Póliza y procedimiento, ayuda a los negocios nuevos a tener éxito
 - ASSETS ya ha tratado hacerlo, no es fácil
 - ¿Es la cámara ya haciéndolo por los empresarios?
 - No es tan bueno por los negocios más pequeños
 - Cámara cuesta demasiado por pocos negocios
- » Queremos ver el alcance a la gente que no sabe que podría empezar su propio negocio
 - Educación es clave; debe hacer más con estudiantes
 - Necesita el “factor sorpresa” cuando diciendo un cuento para guiar a los jóvenes
 - “**Ves** a lo que estoy haciendo” y no “Tienes que hacer _____”
 - Iniciativo existente orientado hacia la juventud: Our25percent.com
 - 25% de la población de Lancaster tiene menos de 18 años
 - Construido en “botas-en-la-tierra” negocios en la ciudad
 - Proporcionando oportunidades positivas
- » ¿Puntos de Acceso? Campeones en cada corredor
 - Corredores no todavía tienen sus propias estructuras en posición
- » “Espacio compartido, conocimiento compartido” = eslogan de Make 717
 - Necesitamos llevar identidades en mangas- somos el valle de silicio del mundo rural. Una historia de haciendo cosas
 - RCA
 - Hamilton Watch
 - Et al.
 - Punto de precio: se necesita suplir servicios diferentes a afiliaciones diferentes
 - Precedente de referencia: Artisan’s Asylum, Somerville, MA
- » Preocupación de infraestructura

- No hay una conexión suficiente al internet en la ciudad (pero es disponible en el condado)
- Chattanooga : primera y la más rápida, y ahora una de las menos caras; servicio de internet en EEUU; **porque** el municipio apoyó ese proyecto
- » Se necesita atraer la gente
 - En un buen lugar: céntrico, al estación de trenes
- » York organiza eventos grades de camiones de alimentos
- » Candy Factory publicará un estudio de su impacto económico puy pronto
- » Mapas del turismo de City da atención limitada al sur; creencia: “Si no estás en el mapa, no existes”
- » Orgullo: desacoplar conversaciones: orgullo en la ciudad versus orgullo en el condado
 - Resurgimiento DC s fue a causa de sus barrios
 - Barrios son los bloques de construcción
 - Deben ser vigorizados
- » Puertas de entrada a la ciudad
 - ¿Entrada/llegada a la estación de trenes?

Grupo de enfoque de Viviendas

El 15 de enero, 2015, Lancaster Marriott Conference Center, Independence Room

Ray D’Agostina empezó con una introducción n el Estudio de Viviendas de Zimmerman Volk (Zimmerman Volk Housing Study)

- » 2013 LHOP-encargó, proporcionó proyecciones de viviendas por el condado
- » Area es un mercado caliente; 10-15% velocidad de captura por condado
 - Alimentada por capacidad llena y funcional: 50% tasa de vacantes en el condado (tendencia en todo el país es tres o cuatro veces más)
 - Solamente 2% vacante en la ciudad
- » Más solteros y parejas jóvenes ya quieren vivir en la ciudad (ahora = 47%; aumentará a 58%)
- » Los de nidos vacíos son el segundo mercado más grande (34%) pero está declinando, yéndose la ciudad (en 5 años, está estimado ser solamente 15%)
- » Casas de familias son a 19%, y hay potencial a crecer a 27%
- » 85% de casas tienen más de 40 años
 - Un desafío; viviendas necesitan reparación y mantenimiento. Hay potencial se convierten en viviendas por parejas jóvenes (quien, como tendencias sugieren, son menos interesadas en mejorando una propiedad).
- » ~3/4 (71%) de viviendas en el condado son costo-cargado, cuando considerando transportación además de costos de viviendas; es un desajuste de trabajos (en comparación en la ciudad dónde es solamente 7%!)
- » El ingreso es el segundo ingreso medio más bajo en el condado.

- Durante los próximos 5 años, ingresos de más de \$100,000 comprometerán un tercero de los hogares en la ciudad
- » Cuando presentamos al consejo municipal (City Council), nos preguntaron ¿Cómo realizamos esa potencial?”

Presentaciones y Comentarios

- » Referencia del *Plan Específica* como una herramienta: ¿podría haber alguna adaptación de esta a Lancaster?
 - Probablemente, necesitaremos considerarlo más. Alternativamente, un modelo de Community Land Trust proporciona un método para preservar la asequibilidad a lo largo plazo. Muchas “Confianzas” exigen una infusión de capital o propiedad para sacarlos de la tierra, pero tienen a ser autosuficiente.
- » Debe reconocer la necesidad de infundir financiación de la brecha
- » Lancaster City Living es una campaña vieja
- » Hay un número de propiedades limitadas en venta
 - Debe trabajar con expectativas grandes de los consumidores; las mejores casas de venta no son las más actualizadas
 - “Personas no están interesadas/dispuestos a mover en el sur”
 - Carlos no tiene ni problema vendiendo en el sureste, pero compradores ya típicamente vivir (alquilar) allá y quieren convertirse en propietarios
- » Gran potencial en términos del alquiler: 54% del mercado
- » Miedo/preocupación de gentrificación
 - City es en gran parte incorporado a cabo; necesitaría romper algo antes de construir algo nuevo; pero le gustaría ver propiedades preservadas en el noroeste por viviendas más mixtas
 - ¿Cómo continúa desarrollar una ciudad incorporada a cabo?
- » Una aproximación: reutilización de edificios/plantas superiores
 - Desafíos: Escaleras, se eliminó fontanería de estructuras viejas en 1930s/1940s por razones de impuestos
- » Se necesita equilibrar asequibilidad y una clase media fuerte.
 - ¿Cómo proporcionamos por todos sin despitando el sector privado?
 - No estamos al mando las mismas tarifas que otras propiedades mandarían se fueran en otras ciudades (por ejemplo: Philadelphia)
 - Mantener el carácter de la comunidad.
 - Mezclar asequibilidad con tarifas del mercado; no delinea
 - Desafío al opuesto: no podemos permitirnos la tasa de mercado porque tenemos que elevar dólares privadas
 - Tipos de gentrificación
 - Aumentar en el valor con el tiempo
 - Aumento repentito que valor de impuestos inhibe la capacidad de residentes que quieren quedarse

- Condado revalorará el valor de propiedades durante los años que vienen. (City no tiene voz) El proceso será “como una pelota de bolas por la economía de la comunidad”
- » El potencial por un incentivo por una inversión positiva y rehabilitación
 - Educación es necesaria (LHOP proporciona series de educación de inversión)
 - LHOP también ha hablado sobre un programa donde alguien puede prestar dinero a un costo bajo
 - Distrito de mejora de James Street ofrece una iniciativa.
- » ¿Opiniones del proceso de inspección?
 - Inspecciones del alquiler (típicamente) no está enfocado demasiado e la condición física (hay más enfoque en la seguridad sino el lugar de calidad)
- » Libro de Patrón
 - Carácter del calle
 - Consistencia elimina estigma, la percepción del forastero
 - “Un calle a la vez”
- » Costo de estacionar no funcionará por pocas de nuestras recomendaciones; el costo no es factible por desarrolladores privadas
 - Necesitaría ser una asociación privada del público
- » City tiene demasiado garajes de estacionamiento, necesitamos usarlos durante fuera de horas por residentes
- » ¿Quién está trayendo los recursos a la comunidad?
 - Carlos, SACA, lo ha hecho por South Duke
 - Necesita organizaciones de barrios
- » City necesita reforzar más fuerte
 - Propiedades negligentes: siendo indisciplinando envía un mensaje a los otros que no tienen que mantener sus propiedades.
- » Viviendas del alquiler no son mantenidos a la par.
 - No hay un incentivo a arreglar una propiedad si no puede aumentar la renta
 - Los inquilinos están acostumbrados a tasas más bajas
 - Requiere responsabilidad, multas pueden ser más grandes por propietarios que no les importan las propiedades. Tenemos buena gente viviendo en una fila casa y la ciudad requiere que arreglan sus aceras; pero la ciudad no pide que los propietarios arreglan sus productos inferiores.
- » Viviendas de trabajadores— ¿Dónde pueden estar en la ciudad?
 - Instituir destino de cambio de viviendas para trabajadores.
- » Conectando los puntos: potencial por una fachada del plan maestro para ser empajado con un préstamo geográfico.
 - Giro de vuelta rápido: inmediatamente mejorar el carácter físico
 - Portsmouth, NH, aborda señalización desordenado
 - Columbia toma un enfoque en calles terceras
- » Desarrollo del nivel superior
 - Tiene que modificar los códigos de construcción FPA 96, ADA, etc. (ascensores, aspersores, paneles de yeso, escaleras...)

- Excepciones especiales son necesarios por edificios existentes
- » City no ha tenido elementos de organización en los barrios
 - Necesita una presencia diaria, pagan atención a áreas específicas
 - La razón que Southeast está haciendo tan bien es porque alguien (i.e. Carlos) está enfocando cada día. El gobierno de la ciudad está pobre; la ciudad está empezando un ciclo de 5 años de inspecciones; la gente no se quejará porque el propietario le expulsará.
- » Necesita un ley denunciante: ahora, inquilinos no se quejan porque tienen miedo de desalojo
- » Códigos de la ciudad pasan por alto el edificio que fue construido hace 200 años. Para usar niveles superiores, propietarios/desarrolladores tienen que arrancar espacios utilizables por requisitos.
- » La gente tienen miedo de hacer cualquier cosa
 - Miedo que asequibilidad (llamando a los inspectores) y miedo de haciéndolo incorrecto
 - Dos tipos de personas
 - Las que no siguen las reglas, contratan inspectores
 - Las que no siguen las reglas/tienen miedo de tocando las propiedades. No obtienen un permiso porque no quieren un inspector a decirles que hicieron incorrecto. (y tienen que hacerlo otra vez)
 - Inspectores externos tienen miedo de olvidando algo (pierden la licencia/contrato con la ciudad)
 - Pero, el estado también controla los inspectores con códigos de la ciudad; u si la ciudad pierda su licencia, pierda su capacidad de hacer cumplir su propio código
- » Comunidades de salarios mixtos, quizás en el mismo edificio de apartamentos si fuera una opción de financiamiento ¿Sería un incentivo a proporcionar más asequibilidad?

Reunión combinado de Comité Directivo/Grupo de Trabajo

El 16 de enero, 2015, Bright Side Opportunities Center

- » Lancaster tiene presión ascendente (asequibilidad) y descendente (estabilización)
- » Necesario en Lancaster: Es necesario tener control de relleno (usos impondibles), en brechas entre áreas exitosas de desarrollo.
 - Necesito un mecanismo económico (corto plazo/largo plazo) para tomar posesión en barrios diferentes
 - Preocupación que el banco de tierra se llevará lejos de la capacidad para crear relleno
 - Demasiado hacia en el fin social del espectro que puede hacer más mal que bien
 - Banco de Tierra puede funcionar menos como un mecanismo tradicional
 - Lancaster necesita ser una comunidad "vendible"

Equipo de planificación notó que mientras hablábamos de Land Trust en términos de asequibilidad, puede ser estructurado para dirigirse otros problemas también, como las que fueron identificados anteriormente.

- » Papel de la educación superior en coworking: ¿Qué aspecto tiene?
 - Equipo de planificación notó que por la Iniciativa de la Hoja Nueva (State College), Penn State está proporcionando poca asistencia financiera por la organización, que apoya empresarios, negocios pequeños y miembros de la comunidad. Otras instituciones están usando espacios en otras comunidades como conductos para poner sus investigaciones en el mercado
- » ¿Sin ánimo de lucro? No, la mayoría están en papeles de impuestos
 - Los beneficiarios usualmente estarían en arrendamiento
- » Es importante distinguir entre artesanías (plural) y artesanía (singular) asegurar que esetamos remitiendo a esta recomendación como un “Laboratorio de Artes/Artesanías” Es posible que “Artesanías” no comunicaría el mensaje correcto a la gent .
- » Nota no existe **un** calendario de eventos que continúa – en términos de la conversación ocurriendo entre LOOP, CVB, etc. ¿Hay progreso?
 - Unidad de Lancaster haciendo un poco de esfuerzo para ayudar con la coordinación

Discusión

- » Por el ejemplo de Greer, SC, “Asociaciones por Mañana”, ¿De dónde viene el dinero?
 - \$59 millones de inversión capital
 - \$2 millones cada 5 años recaudado a través de la campaña capital
 - Greer está en su campaña cuarta ahora
- » ¿Pensamientos sobre la eliminación de cables aéreos? ¿Demasiada señalización? Son reales importantes.
 - Señalización exceso se dirige un poco en los planes de los barrios y las directrices de paisaje urbano para la ciudad.
 - No somos conscientes de los planes para la eliminación de las utilidades de arriba.
- » ¿Hay una cantidad mínima de fondos necesarios por Land Trust?
 - Cantidad de 6 cifras, es posible que no será una cantidad de 7 cifras.
 - Depende del modelo y en lo que estás enfocando (muchos movimientos pequeños e incrementales; versus un edificio grande)
- » 700 viviendas cada año por 5 años: ¿Cómo se descompone?
 - Se descompone por la propiedad y el alquiler y por perfiles socioeconómicos
 - Marshall: también no sume que 100% de las viviendas son nuevas
- » Escala: Escalas diferentes del capital depende de Land Bank/Trust— necesitamos ser claro.
 - Ha sido considerado uno por East King
 - ¿Es posible iniciar una confianza diferente por cada centro de actividad?
 - Respuesta del equipo: Estamos abiertos a un puñado de entidades; puede estar debajo de una paraguas para organizar grupos variables por proyecto. Necesita tener cuidado con muchas organizaciones diferentes.
- » Conexión de Liberty Street (Triángulo NW)—parece como el potencial más grande pero está entretejido con el municipio de Manheim (es un desafío)
 - En proceso de coordinando los municipios
 - Todos están de acuerdo, ven la potencial del área

- Las herramientas, técnicos
- » Necesita construir un base de educación y participación en la toma de decisiones; algunas organizaciones no lucrativos ya están haciendo este. Más fundacional, compromiso cívico
 - Colaboración de colaboradores, unir a la gente
- » Discusión ha estado en bienes raíces, pero el capital disponible para la inversión es delgado
 - Solamente uno ángulo de inversión en el área
 - Pero, cantidades enormes de dinero (la riqueza privada, dotaciones)
- » Randy: City está trabajando en un modelo de desarrollando una fundación local; capital de riesgo, si puedes
 - Conversación en continuación por 2+ años
 - Regulaciones bancarias inhiben la capacidad de hacerlo
 - Tripp: consciente de lo que está pasando en otros estados con la legislación dirección
- » Debe pagar atención a las condiciones económicas fundamentales de la ciudad y comunidad. Tiene que ser parte del plan.
 - 30% tarifa de pobreza (contribuye a violencia, éxito en escuela)(Causa de bajo salario digno)
- » Randy: crowdfunding no es fácil si alguien no es un inversor registrado
- » Direct Public Offerings (DPSs)—personas pueden donar
 - Por ejemplo, FundRise (DC)
- » Harrisburg no se ha dirigido directamente
 - Pocos estados están esperando por SEC; mientras otros crean sus reglas, la intención de ajustar cuando SEC produce la decisión final
- » Grupo de trabajo pidió lenguaje jurídico muestra para algunos de estas programas (Michigan Mile, Maryland's recent decision, Georgia, et al.)