

Comercialización afirmativa: directriz del TDHCA.

Presentado por:

Departamento de Vivienda y Asuntos Comunitarios de Texas



DESCARGO DE RESPONSABILIDAD

Este material se basa en el trabajo apoyado por el Departamento de Vivienda y Desarrollo Urbano de los Estados Unidos en el marco de la subvención N.º FEOI1900455 del Programa de Iniciativas de Vivienda Justa (FHIP).

Cualquier opinión, hallazgo, conclusión o recomendación expresada en este material pertenece a los autores y no refleja necesariamente las opiniones del Departamento de Vivienda y Desarrollo Urbano de los Estados Unidos.

Antes de iniciar

- Todos los materiales y grabaciones de este seminario web estarán disponibles en el sitio web del TDHCA.
- Si tiene alguna pregunta, introdúzcala en el buzón del chat de preguntas; después de cada segmento, responderemos las preguntas en el chat.
- Esta capacitación es solo informativa y no satisface los requisitos de la sección 10.402(e)(1)(2) del título 10 del Código Administrativo de Texas (10 TAC 10.402(e)(1)(2)) para la documentación posterior al cierre de bonos (para transacciones de bonos multifamiliares) y la documentación presentada para la prueba del 10 por ciento (para créditos tributarios para vivienda).

Ponentes:

Cate Tracz

Gerente del Equipo de Vivienda
Justa

cate.tracz@tdhca.state.tx.us

(512) 475-4595

Nathan Darus

Especialista en investigación
sobre vivienda justa

Nathan.Darus@tdhca.state.tx.us

(512) 475-0306



Ley de Vivienda Justa

Descripción general de la comercialización afirmativa

Requisitos del plan de comercialización afirmativa

Cómo desarrollar un plan de comercialización afirmativa para programas unifamiliares y multifamiliares

Procedimientos para implementar un plan de comercialización afirmativa

Temario



Objetivos de aprendizaje

Comprender

Comprender qué es comercialización afirmativa y vivienda Justa

Desarrollar

Saber cómo desarrollar un plan de comercialización afirmativa

Implementar

Saber cómo implementar un plan de comercialización afirmativa



Leyes de vivienda justa (federal y de Texas)

La Ley de Vivienda Justa

- Es la política de los Estados Unidos para proporcionar, dentro de las limitaciones constitucionales, vivienda justa en todo el país. Ninguna persona debe ser objeto de discriminación por su raza, color, religión, sexo, minusvalía (discapacidad), situación familiar u origen nacional en la venta, el alquiler o la publicidad de viviendas, en la prestación de servicios de intermediación o en la disponibilidad de transacciones inmobiliarias. (sección (§) 100.5(a), título 24, CFR)
- La sección 808(e)(5) de la Ley de Vivienda Justa es para promover de manera afirmativa los propósitos de la Ley de Vivienda Justa, que incluye asegurar un esfuerzo positivo de extensión comunitaria e información para aquellos que tienen menos probabilidades de conocer y postularse para la vivienda en cuestión.



Descripción general de la comercialización afirmativa

La comercialización afirmativa y la divulgación en materia de vivienda justa es un requisito por estatuto, orden ejecutiva y normativa. La autoridad estatutaria existe en:

Ley de Vivienda Justa

Sección 504 de la Ley de Rehabilitación de 1973

Título VI de la Ley de Derechos Civiles de 1964

Además, la Orden Ejecutiva 11063 establece que todos los departamentos y agencias ejecutivos a nivel federal deben actuar para poner fin a las prácticas discriminatorias para las propiedades que reciben asistencia financiera federal.

Autoridades del
plan de
comercialización
afirmativa de
vivienda justa



Comercialización afirmativa de vivienda justa para unidades multifamiliares: política

- Todos los solicitantes de participación en programas de viviendas multifamiliares subsidiados y no subsidiados de la Agencia Federal de Vivienda (FHA) con cinco o más unidades (sección (§) 200.615, título 24, CFR) deben completar este formulario del Plan de Comercialización Afirmativa de Vivienda Justa (AFHMP), como se especifica en la sección (§) 200.625, título 24, CFR y de acuerdo con los requisitos de la sección (§) 200.620, título 24, CFR.

Requisitos de comercialización afirmativa de vivienda justa para HOME, NHTF y NSP

- Todos los solicitantes de participación en proyectos de alquiler y para compradores de vivienda que contengan
 - Cinco o más unidades de vivienda asistidas por HOME (sección (§) 92.351, título 24, CFR); o
 - Cinco o más unidades de vivienda asistidas por NHTF (sección (§) 93.350, título 24, CFR)

debe completar los procedimientos y requisitos de comercialización afirmativa, como se especifica en la sección (§) 200.625, título 24, CFR.

Espíritu de los requisitos del HUD

- Llevar a cabo un programa afirmativo para atraer compradores o inquilinos, independientemente de la clase protegida, a viviendas en venta o alquiler.
- Mantener una política de contratación no discriminatoria en la selección.
- Instruir a todos los empleados y agentes por escrito y oralmente sobre la política de no discriminación y de vivienda justa.
- Exhibir de manera prominente el cartel “Vivienda justa” aprobado por el HUD.
- Incluir el logotipo, el eslogan o la declaración “Igualdad de oportunidades en vivienda” aprobados por el HUD en cualquier material impreso.





Requisitos del TDHCA

De acuerdo con las secciones (§) 10.617 y 10.801 del título 10 del Código Administrativo de Texas (TAC):

- Todas las propiedades multifamiliares del TDHCA deben desarrollar y llevar a cabo un plan de comercialización afirmativa.
- Un propietario debe actualizar su plan de comercialización afirmativa y las poblaciones que tienen menos probabilidades de postularse **cada cinco años a partir de la fecha de vigencia** del plan actual.

Requisitos para unidades multifamiliares



De acuerdo con la sección (§) 20.9(2)d del título 10 del Código Administrativo de Texas (TAC):

Un administrador de un programa de unidades unifamiliares administrado por el TDHCA debe tener un plan de comercialización afirmativa de vivienda justa. El plan debe actualizarse y enviarse al Departamento:

- cada vez que el administrador se postula para un nuevo contrato
- O
- cada vez que el administrador se postula para un nuevo tipo de actividad
- Y
- como mínimo cada tres años si el administrador continúa aceptando nuevas solicitudes.

El administrador puede presentar un plan previamente aprobado si no es necesario realizar cambios.

Requisitos para unidades unifamiliares



Formularios del plan de comercialización afirmativa del HUD

Unidades multifamiliares

Formulario HUD 935.2A
(obligatorio si recibe financiación
del HUD a través del TDHCA)

○

Un formato comparable (para
propiedades que no reciben
financiación del HUD)

Unidades unifamiliares

Formulario HUD 935.2B

○

Formulario del TDHCA

○

Un plan equivalente que incluya
todos los elementos de la sección
(§) 20.9(d)(1) del título 10 del TAC



Help for Texans	Dev	Asset Management	Communities & Nonprofits
 <p>Home Dedication, Belton, Texas, 2020 HOME Home Rehabilitation Assistance Program</p>	<p>COVID-19</p>	Bond Finance	TDHCA SHOWCASE >>
		Closing Status Database	
		Compliance	Main
		Fair Housing	Housing Contract System
		Financial Administration	Online Reporting
		Housing Resource Center	Manuals and Rules
		Human Resources	Forms
		Information Systems	Reports
		Internal Audit	Training
		Loan Servicing	Utility Allowances
Migrant Labor Housing	Income and Rent Limits		

Single Family Affirmative Marketing Tool

- [Single Family Affirmative Marketing Tool](#)
- [TDHCA form, Single Family Affirmative Marketing Plan for HOME and NSP \(DOC\)](#)
- [TDHCA form, Single Family Affirmative Marketing Plan for Colonias \(DOCX\)](#)
- [HUD 935.2B Affirmative Marketing Form \(Current Version - PDF\)](#)
- [Single Family Affirmative Marketing Technical Assistance Guide \(PDF\)](#)
- [Source document, Single Family Affirmative Marketing Tool \(PDF\)](#)
- [Language Access Plan, Guidance and Example Plan \(DOC\)](#)

Affirmative Marketing Plans

- [HUD 935.2A Affirmative Marketing Form \(Previous Version - PDF\)](#)
- [HUD 935.2A Affirmative Marketing Form \(Current Version - PDF\)](#)

• <https://www.tdhca.state.tx.us/pmcomp/forms.htm>

Formularios en el sitio del TDHCA





Cómo determinar
“Poblaciones con menos
probabilidades de postularse”

Datos demográficos del área de servicio

Para propiedades multifamiliares, esta será su área de servicio cubierta, que puede verse diferente dependiendo de dónde se encuentre su propiedad en Texas.

Para programas unifamiliares, esta será el área de servicio cubierta en su contrato del TDHCA.

Los programas unifamiliares no están obligados a utilizar la herramienta de comercialización afirmativa para unidades unifamiliares proporcionada por el TDHCA, pero se recomienda encarecidamente. Si no usan la herramienta, deberán seguir los mismos pasos que un participante en un programa multifamiliar.

Encuentre la herramienta de comercialización afirmativa para unidades unifamiliares:

<https://www.tdhca.state.tx.us/pmcomp/sf-amt.htm>



Urbanizaciones para personas de la tercera edad

- Las urbanizaciones para personas de la tercera edad que cumplen con la definición de la Ley de Vivienda para Personas Mayores y no se les exige mediante normativa, acuerdo de uso o zonificación albergar grupos familiares con niños no están obligados a comercializar afirmativamente con base en la situación familiar. Este grupo no es uno con menos probabilidades de postularse.
- Sin embargo, **las urbanizaciones para personas de la tercera edad que deben aceptar grupos familiares calificados con niños** (que son la mayoría de las urbanizaciones financiadas por el HUD o el USDA) **deben analizar si es menos probable que se postule esta clase protegida.**



Veteranos y otras poblaciones

- Algunas LURA requieren comercialización adicional para poblaciones específicas, tales como veteranos o trabajadores agrícolas. Este es un requisito del TDHCA, pero no un requisito de comercialización afirmativa y el alcance a estas poblaciones no satisface los contactos comunitarios para los fines de comercialización afirmativa.

Datos demográficos de propiedades multifamiliares

- Las propiedades establecidas, o las propiedades que no están actualmente en alquiler, deben tener datos demográficos básicos sobre los inquilinos que viven en la propiedad.
 - Deben incluir raza, sexo, si hay niños menores de 18 años en el grupo familiar y si los ocupantes son hispanos.
- Idealmente, querrá utilizar estos datos junto con la “Encuesta de comunidades estadounidenses” para determinar las poblaciones que tienen menos probabilidades de postularse.

¿Qué pasa si no tengo datos demográficos de la propiedad?

- Es posible que no los tenga. Es posible que su propiedad esté en alquiler o que haya heredado su propiedad de un propietario diferente que no conservó estos datos o se los llevó consigo.
- En su lugar, deberá utilizar datos de su sección censal. Para averiguar cuál es la sección censal de su propiedad, puede utilizar cualquiera de estas herramientas:
 - <https://geocoding.geo.census.gov/geocoder/geographies/address?form>
 - <https://geomap.ffiec.gov/FFIECGeocMap/GeocodeMap1.aspx>
- La segunda herramienta incluye un enlace a algunos de los datos demográficos necesarios, pero no tiene datos sobre grupos familiares con niños.

Matched Address	
Address	302 CROSSTIMBERS ST, HOUSTON, TX, 77022
MSA/MD Code	26420
State Code	48
County Code	201
Tract Code	5304.00
MSA/MD Name	HOUSTON-THE WOODLANDS-SUGAR LAND, TX
State Name	TEXAS
County Name	HARRIS COUNTY

Census Demographic Data

Se aplica a programas multifamiliares y a programas unifamiliares que no utilizan la herramienta de comercialización afirmativa para unidades unifamiliares.



Encuesta de comunidades estadounidenses

Al determinar las poblaciones con menos probabilidades de postularse, la “Encuesta de comunidades estadounidenses” (ACS), que es como el censo decenal, excepto que se realiza todos los años, es la mejor fuente de datos para comparar la demografía de su propiedad.

Se puede encontrar en <https://data.census.gov/cedsci/>

Busque “dp05”

Este es el nombre de la tabla de datos de la ACS que tendrá datos demográficos con los que pueda comparar.

Explore Census Data

The Census Bureau is the leading source of quality data about the nation's people and economy.

<input type="text" value="dp05"/>	<input type="button" value="SEARCH"/>
DP05: ACS DEMOGRAPHIC AND HOUSING ESTIMATES	
Advanced Search	



ACS DEMOGRAPHIC AND HOUSING ESTIMATES

Survey/Program: American Community Survey TableID: DP05 Product:

Notes Selections Geos Years Topics Surveys Codes 123

	United States
Label	
▼ SEX AND AGE	
▼ Total population	328,

2019: ACS 1-Year Estimates Data Profiles
2019: ACS 5-Year Estimates Data Profiles
2018: ACS 1-Year Estimates Data Profiles
2018: ACS 5-Year Estimates Data Profiles
2017: ACS 1-Year Estimates Data Profiles
2017: ACS 5-Year Estimates Data Profiles
2016: ACS 1-Year Estimates Data Profiles

Encuesta de comunidades estadounidenses (continuación)

Determine su área de mercado. Por lo general, será el condado en el que se encuentra su propiedad o el área estadística metropolitana (MSA). El área del mercado es básicamente el área de donde vendrán la mayoría de sus solicitantes.

NOTA IMPORTANTE. Antes de hacer cualquier otra cosa con la tabla DP05 de la ACS, asegúrese de cambiar el producto al **perfil de datos de estimaciones quinquenales** más reciente.



Encuesta de comunidades estadounidenses (continuación)

Cambie la “Tabla de estimaciones demográficas y de vivienda” (tabla DP05) de la ACS a la región geográfica correcta. Seleccione “Condado” (*County*) o “Área estadística metropolitana/Área estadística micropolitana” (*Metropolitan Statistical Area/Micropolitan Statistical Area*) y siga las indicaciones para encontrar su condado o MSA.

ACS DEMOGRAPHIC AND HOUSING ESTIMATES

Survey/Program: American Community Survey TableID: DP05 Product: 2019: ACS 5-Year Estimates Dat

Notes Selections **Geos** Years Topics Surveys Codes 123 Hide Transpose Filter Margin of Error

GEOGRAPHY

Show Summary Levels

Corporation

American Indian Area/Alaska Native Area/Hawaiian Home Land

Metropolitan Statistical Area/Micropolitan Statistical Area

Combined Statistical Area

New England City and Town Area

Urban Area

houston

- Houston-The Woodlands-Sugar Land, TX Metro Area
- Houston-Sugar Land-Baytown, TX Metro Area
- Houston-Sugar Land-Baytown, TX Metro Area – In metropolitan or

// Search / Tables / DP05

ACS DEMOGRAPHIC AND HOUSING ESTIMATES

Survey/Program: American Community Survey TableID: DP05 Product: 2019: ACS 5-Year Estimates Data Profiles

Notes Selections **Geos** Years Topics Surveys Codes 123 Hide Transpose Restore Export Downl Margin of Error

GEOGRAPHY

Show Summary Levels

Nation

Region

Division

State

County

Tract

texas

Texas

harris

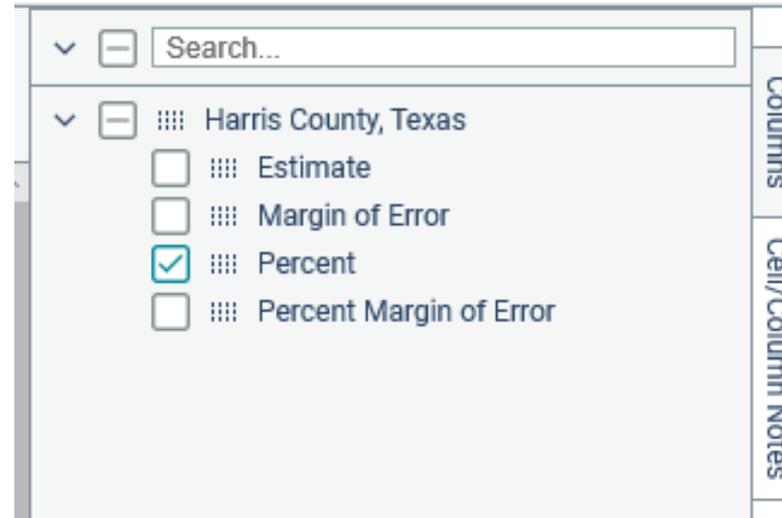
- Harris County, Texa
- Harrison County, Te
- Harris County, Texa farm
- Harris County, Texa
- Harrison County, Te

Selected Geographies:



Encuesta de comunidades estadounidenses (continuación)

- Una vez que haya seleccionado su región geográfica, ¡ya casi ha terminado!
- Dé clic en el botón “Ocultar” (*Hide*) y anule la selección de todo, excepto “Porcentaje” (*Percent*).



- Una vez que haya hecho eso, ahora puede copiar los datos demográficos en su hoja de cálculo (la planilla del formulario HUD 935.2A en el apéndice A es muy útil para esto) y comparar la demografía de su propiedad con la demografía de su área de mercado.
- Asegúrese de guardar los datos de la propiedad y del área del mercado para enviarlos con su plan de comercialización afirmativa.

¿Qué pasa si no tengo datos demográficos de la propiedad? (continuación)

- Utilizando la “Encuesta de comunidades estadounidenses”, al igual que hizo con su área de mercado, seleccione la tabla DP05 para su sección censal.
- Recuerde seleccionar el **perfil de datos de estimaciones quinquenales** más recientes en “Producto” (*Product*).

// Search / Tables / DP05

ACS DEMOGRAPHIC AND HOUSING ESTIMATES
Survey/Program: American Community Survey TableID: DP05 Product: 2019: ACS 5-Year Estimates Data Profiles

Notes Selections 1 Geo Years 2 Topics Surveys Codes 123 Hide Transpose Margin of Error Restore Export Download More Data Map

GEOGRAPHY
 Show Summary Levels

Nation
Region
Division
State
County
Tract

WITHIN (STATE)

Texas
Utah
Vermont
Virginia
Washington
West Virginia
Wisconsin

WITHIN (COUNTY)

5304

Harris County, Texas
Hamilton County, Texas
Hansford County, Texas
Hardeman County, Texas
Hardin County, Texas
Harris County, Texas
Harrison County, Texas
Haskell County, Texas

Census Tract 5304, Harris County, Texas

Selected Geographies: Census Tract 5304, Harris County, Tex...
Geography

Grupos familiares con niños

- Debe incluir grupos familiares con niños en su análisis si:
 - Está participando en un programa unifamiliar supervisado por el TDHCA
 - Una propiedad multifamiliar supervisada por el TDHCA
 - Excepción: si usted califica en virtud de la Ley de Vivienda para Personas Mayores Y no tiene ninguna financiación del HUD que exija que acepte grupos familiares con niños
- Para encontrar los datos de la ACS sobre grupos familiares con niños, siga los mismos pasos descritos en las diapositivas anteriores para la tabla S1101 de la ACS.

// Search / Tables / S1101

HOUSEHOLDS AND FAMILIES
Survey/Program: American Community Survey TableID: S1101 Product: 2019: ACS 5-Year Estimates Subject Tables

Notes Selections 1 Geo Years Topics Surveys Codes 123 Hide Transpose Margin of Error Restore Excel Download More Data Map

GEOGRAPHY
 Show Summary Levels

010 - United States
020 - Region
030 - Division
040 - State
050 - County
060 - County Subdivision

tex x harr x

Texas Harris County, Texas
Harrison County, Texas

Search Within Harris County, T

Census Tract 5304, Harris County, Texas
 Census Tract 5305, Harris County, Texas
 Census Tract 5306, Harris County, Texas
 Census Tract 5307, Harris County, Texas

Selected Geographies: Census Tract 5304, Harris County, Texas x CLEAR GEOGRAPHIES CLOSE

SELECTED HOUSEHOLDS BY TYPE							
Households with one or more people under 18 years	36.1%	±8.5	50.7%	±17.2	81.9%	±19.4	
Households with one or more people 60 years and over	41.0%	±8.2	46.4%	±17.2	19.3%	±19.9	



Propiedades multifamiliares

HUD 935-2A: sección 3a-b, planilla 1

3a. Demographics of Project and Housing Market Area

Complete and submit Worksheet 1.

3b. Targeted Marketing Activity

Based on your completed Worksheet 1, indicate which demographic group(s) in the housing market area is/are *least* likely to apply for the housing without special outreach efforts. (check all that apply)

- White American Indian or Alaska Native Asian Black or African American
 Native Hawaiian or Other Pacific Islander Hispanic or Latino Persons with Disabilities
 Families with Children Other ethnic group, religion, etc. (specify)

Worksheet 1: Determining Demographic Groups Least Likely to Apply for Housing Opportunities (See AFHMP, Block 3b)

In the respective columns below, indicate the percentage of demographic groups among the project's residents, current project applicant data, census tract, housing market area, and expanded housing market area (See instructions to Block 1e). If you are a new construction or substantial rehabilitation project and do not have residents or project applicant data, only report information for census tract, housing market area, and expanded market area. The purpose of this information is to identify any under-representation of certain demographic groups in terms of race, color, national origin, religion, sex, familial status, or disability. If there is significant under-representation of any demographic group among project residents or current applicants in relation to the housing/expanded housing market area, then targeted outreach and marketing should be directed towards these individuals least likely to apply. Please indicate under-represented groups in Block 3b of the AFHMP. **Please attach maps showing both the housing market area and the expanded housing market area.**

Demographic Characteristics	Project's Residents	Project's Applicant Data	Census Tract	Housing Market Area	Expanded Housing Market Area
% White					
% Black or African					





Contactos comunitarios

Ejemplos de contactos

Personas con discapacidades

- Centros para la vida independiente (CIL) locales
- Centro de Recursos para Personas Mayores y Discapacitadas (ADRC)
- Autoridad local de salud mental (LMHA)
- Organizaciones sin fines de lucro locales en su área que prestan servicios a personas con discapacidades
- 211

Negro/Afroestadounidense

- Cámara de Comercio Negra
- Capítulo local de la Asociación Nacional para el Avance de las Personas de Color (NAACP)
- Iglesias o lugares de culto históricamente negros
- Periódicos, estaciones de radio o medios de comunicación negros locales

Veteranos y otras poblaciones

Comercialización general

Comercialización para la población en general, pero también incluye comercialización para veteranos, trabajadores agrícolas u otras poblaciones exigidas por las normativas del programa. No cuenta para la comercialización afirmativa.

Comercialización afirmativa

Comercialización para grupos específicos de clases protegidas, que es un requisito de la responsabilidad de la Ley de Vivienda Justa para promover afirmativamente la vivienda justa. Realizada además del la comercialización general.



¿Qué pasa si no puedo encontrar contactos para una población?

- Si no pueden encontrar ningún contacto para las poblaciones con menos probabilidades de postularse, deben documentar esos motivos en su plan de comercialización afirmativa. Estas razones deben proporcionarse con pruebas justificativas de sus esfuerzos.

¿Qué pasa si no puedo encontrar contactos?: un ejemplo (parte 1)

- Aparte de los tipos de grupos ya mencionados, es posible que desee ver dónde trabaja la gente de su comunidad.
- Ejemplo: Slaton (TX) tiene una población de 3,000 habitantes y se encuentra en el condado de Lubbock, región 1 del TDHCA. La herramienta de comercialización afirmativa para unidades unifamiliares indica que “Asiático” es una población con menos probabilidades de postularse para su actividad:

Activity: Rehabilitation

- HOME Contract for Deed
- HOME Homeowner Rehabilitation Assistance

Least Likely to Apply Populations:

Race: Asian

Ethnicity: None

Other Groups: Persons with Disabilities, Households with Children

- Slaton tiene una población asiática muy pequeña, por lo que simplemente no hay contactos comunitarios que presten servicio a ese grupo.

¿Qué pasa si no puedo encontrar contactos?: un ejemplo (parte 2)

- ¿Dónde trabaja su comunidad?
 - OnTheMap: ¡una herramienta de la Oficina del Censo que puede ayudarle a resolver esto!
 - <https://onthemap.ces.census.gov/>
 - Busque su ciudad/pueblo/condado y haga clic en “Realizar análisis” (*Perform Analysis*).
 - Use la configuración a continuación para averiguar dónde trabajan las personas en su área (use el año más reciente).

Analysis Settings

Destination Analysis in 2018 by All Jobs

Home/Work Area	Analysis Type	Year	Job Type
<p>Determines whether the selection area is analyzed on where workers live ("Home") or where workers are employed ("Work").</p> <p><input checked="" type="radio"/> Home <input type="radio"/> Work</p>	<p>Determines the type of results that will be generated for the selected area.</p> <p><input type="radio"/> Area Profile Labor Market Segment: All Workers</p> <p><input type="radio"/> Area Comparison Areas to Compare: Places (Cities, CDPs, etc.) Labor Market Segment: All Workers</p> <p><input type="radio"/> Distance/Direction</p> <p><input checked="" type="radio"/> Destination Destination Type: Places (Cities, CDPs, etc.)</p> <p><input type="radio"/> Inflow/Outflow Note: Home/Work choice does not affect results</p>	<p>Determines the year(s) of data that will be processed in the analysis.</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 2018 <input type="checkbox"/> 2017 <input type="checkbox"/> 2016 <input type="checkbox"/> 2015 <input type="checkbox"/> 2014 <input type="checkbox"/> 2013 <input type="checkbox"/> 2012 <input type="checkbox"/> 2011 <input type="checkbox"/> 2010 <input type="checkbox"/> 2009 <input type="checkbox"/> 2008 <input type="checkbox"/> 2007 <input type="checkbox"/> 2006 <input type="checkbox"/> 2005 <input type="checkbox"/> 2004</p>	<p>Determines the scope of jobs that will be processed in the analysis.</p> <p><input checked="" type="radio"/> All Jobs <input type="radio"/> Primary Jobs <input type="radio"/> All Private Jobs <input type="radio"/> Private Primary Jobs</p>

Cancel Go!



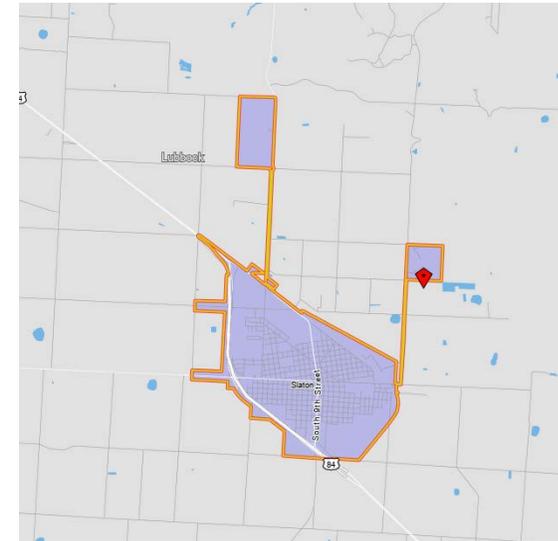
¿Qué pasa si no puedo encontrar contactos?: un ejemplo (parte 3)

Sólo el 11 % de las personas que viven en Slaton también trabajan en Slaton.

El 53 % de las personas que viven en Slaton trabajan en Lubbock.

Las tiendas de comestibles asiáticas, las cámaras de comercio asiáticas y otros grupos de Lubbock que atienden a una clientela principalmente asiática serían posibles contactos en Lubbock.

No todas las ciudades tendrán una respuesta tan obvia, pero documente tomando medidas como estas para que tenga pruebas de que buscó contactos.



**Jobs Counts by Places (Cities, CDPs, etc.)
Where Workers are Employed - All Jobs**

	2018	
	Count	Share
All Places (Cities, CDPs, etc.)	2,657	100.0%
Lubbock city, TX	1,405	52.9%
Slaton city, TX	294	11.1%
Post city, TX	59	2.2%
Amarillo city, TX	41	1.5%
Dallas city, TX	38	1.4%
Levelland city, TX	36	1.4%
Midland city, TX	36	1.4%
Houston city, TX	28	1.1%
Odessa city, TX	21	0.8%



Medios de comunicación



Procedimientos para la implementación del plan

Comercialización y divulgación

Conforme a la sección (§) 10.801(d)(1) del título 10 del TAC (unidad multifamiliar)

- (1) El plan debe incluir esfuerzos especiales de divulgación entre las poblaciones “con menos probabilidades de postularse” a través de medios de comunicación, organizaciones o contactos comunitarios específicos que trabajen con poblaciones con menor probabilidad de postularse o en áreas donde viven poblaciones con menor probabilidad de postularse. Los esfuerzos de divulgación identificados en el plan de comercialización afirmativa deben ser realizados por la urbanización al menos una vez por año calendario.

Conforme a la sección (§) 20.9(d)(2)(B) del título 10 del TAC (unidad unifamiliar)

- (B) Un administrador que actualmente tiene una lista existente de solicitantes y no está aceptando nuevos solicitantes, o bien establece una lista de espera, no está obligado a comercializar afirmativamente hasta que se prepare para aceptar nuevas solicitudes, pero aún debe desarrollar un plan.

Logotipo
“Vivienda justa”





Los esfuerzos de comercialización afirmativa para cada una de las poblaciones identificadas con menor probabilidad de postularse deben comenzar al menos seis meses antes de la fecha anticipada en que el primer edificio estará disponible para ser ocupado por propiedades multifamiliares.

Para los programas unifamiliares, los esfuerzos de comercialización deben realizarse para cada contrato o tipo de actividad nuevos.



Planes de comercialización afirmativa y poblaciones que tienen menos probabilidades de postularse **cada cinco (5) años para propiedades multifamiliares** y **cada tres (3) años para programas unifamiliares** a partir de la fecha de vigencia del plan actual.



Las actividades de comercialización para propiedades multifamiliares deben realizarse al menos una vez al año.

Plazos y conservación de registros

Excepción a la comercialización afirmativa

Si su lista de espera es cerrada, no se exige comercialización afirmativa. La comercialización afirmativa se exige siempre que el propietario o administrador acepte solicitudes, tenga una lista de espera abierta o realice comercialización antes de la colocación en servicio.

CÓMO ENVIAR SU PLAN PARA REVISIÓN

Envíe su plan por correo electrónico a

Fair.Housing@tdhca.state.tx.us



CAPACITACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA

Comuníquese con el Departamento de Vivienda y
Asuntos Comunitarios de Texas

al

(512) 475-0306

Fair.Housing@tdhca.state.tx.us

FHEOI@tdhca.state.tx.us





¿Preguntas?



¡Gracias por
participar!