



CORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL BAJO MANHATTAN

Plan Parcial de Acción No. 5

para

Turismo Y Comunicaciones

Generalidades

La Corporación para el Desarrollo del Bajo Manhattan (LMDC) ha preparado el siguiente Plan Parcial de Acción con relación a los \$2 billones de apropiaciones para los esfuerzos de recuperación y reconstrucción del World Trade Center administrados por el Departamento de Vivienda y Desarrollo de los Estados Unidos (HUD). LMDC también está recibiendo financiación de un monto adicional de \$783 millones de apropiaciones federales del HUD para propiedades y negocios afectados (incluyendo la restauración de los servicios públicos) al igual que la revitalización económica relacionada con los ataques terroristas al World Trade Center. Este plan detalla el gasto de propuesto de \$2,421,052.63 de los \$2 billones para financiar los siguientes proyectos:

- 1) Programa de Turismo y Publicidad para el Barrio Chino por un total de \$1,000,00.00
- 2) Programa de Información del Bajo Manhattan por un total de \$1,300,000.00
- 3) Actividades de Planeamiento y Administración por un total de \$121,052.63

A la fecha el HUD ha aprobado seis planes parciales de acción, asignando aproximadamente \$1.62 billones a LMDC de un gasto total de \$2 billones. En Junio 7 de 2002, el HUD aprobó el Plan Parcial de Acción con un gasto total de aproximadamente \$306 millones para el Programa de Giros Residenciales, el Programa de Entrenamiento y Asistencia de Empleo, el Programa Memorial Interino, y la Administración y Planeamiento. Este Plan Parcial de Acción fue enmendado el 25 de Septiembre de 2002. El 22 de Noviembre de 2002, el HUD aprobó el Plan Parcial de Acción para la Revitalización Económica y Recuperación de Negocios del World Trade Center, el Programa de Atracción y Retención de Pequeñas Empresas, y el Programa de Creación de Empleo. El 14 de Junio de 2003, el HUD aprobó el Plan Parcial de Acción por un gasto de aproximadamente \$24 millones para el Desarrollo Cultural y Comunitario. El 6 de Agosto de 2003 el HUD aprobó el Plan Parcial de Acción por un gasto de \$156 millones para Proyectos de Capital de Corto Plazo, Planeamiento a Largo Plazo y Fondos Suplementarios para la Recuperación de los Negocios. El 15 de Septiembre de 2003, el HUD aprobó el Plan Parcial de Acción por un gasto de aproximadamente \$33 millones para un programa que busca asistir a las empresas de Nueva York que sufrieron una desproporcionada pérdida de mano de obra como resultado de los ataques del 11 de Septiembre de 2001. El 15 de Septiembre de 2003 el HUD también aprobó el Plan Parcial de Acción por un gasto de \$750 millones aproximadamente para restaurar y reconstruir la infraestructura de servicios públicos en el Bajo Manhattan. Versiones de estos planes con sus comentarios públicos y respuestas se encuentran disponibles en la página electrónica de LMDC en [www. RenewNYC.com](http://www.RenewNYC.com). Futuros planes parciales detallarán el gasto

proyectado del remanente de los fondos disponibles de los \$2 billones de apropiaciones y estarán sujetos a un periodo de comentario público y posteriormente serán enviados al HUD.

Este Plan Parcial de Acción propone el gsto de \$2,421,052.63 del remanente de \$1.16 billones para el Programa de Turismo y Publicidad del Barrio Chino, el Programa de Información del Bajo Manhattan, y actividades de Planeamiento y Administración. El Programa de Turismo y Publicidad del Barrio Chino estimulará el turismo regional, nacional e internacional al Barrio Chino. El programa de Información del Bajo Manhattan le proporcionará a las personas que viven, trabajan y visitan al Bajo Manhattan una fuente unica de noticias e información sobre el área y su recuperación.

Actividades del Plan Parcial de Acción	Asignación de los \$2 billones
Programa de Turismo y Publicidad del Barrio Chino	\$1,000,000.00
Programa de Información del Bajo Manhattan	\$1,300,000.00
Planeamiento y Administración	\$121,052.63
Total	\$2,421,052.63

Cualquier cambio mayor al 5% en la financiación comprometida a cierta actividad, adición o cancelación de cualquier actividad, tal como los proyectos descritos en este plan, o cambios en los beneficiarios designados de cierta actividad, constituirá una enmienda substancial y tal enmienda estará disponible para la revisión pública y aprobación por parte del HUD.

Objetivo Nacional

La Corporación para el Desarrollo del Bajo Manhattan es subsidiaria de la Corporación para el Desarrollo Urbano del Estado de Nueva York d/b/a Desarrollo Empire State creada en Diciembre de 2001 para supervisar la reconstrucción y revitalización del Bajo Manhattan. Las actividades contenidas en este Plan Parcial de Acción han sido designadas para cumplir con las necesidades y desarrollo de la comunidad como resultado del desastre del 11 de Septiembre del World Trade Center. Estas actividades tienen particular urgencia porque LMDC ha determinado que las condiciones existentes presentan una serie e inmediata amenaza a la salud o bienestar de la Ciudad de Nueva York y a los residentes individuales de la Ciudad y otros recursos financieros no están disponibles para cumplir con estas necesidades. Las áreas geográficas de enfoque de este y de futuros planes parciales de acción se encuentran ubicadas en Manhattan, y el sur de la Calle Houston. Los proyectos incluidos en este Plan Parcial de Acción también cumplen con los objetivos nacionales de beneficiar a personas y comunidades con moderado o bajo ingreso.

Comentario Público al Plan Parcial de Acción

Este Plan Parcial de Acción asigna fondos a dos iniciativas de información, turismo y publicidad, y al planeamiento y administración.

Este Plan Parcial de Acción esta abierto al comentario público. El HUD requiere que el periodo de comentario público se extienda por 15 días calendario al día de la publicación de este plan. El comentario público debe ser escrito y debe ser enviado a LMDC por correo o por correo electrónico, a la siguiente dirección:

Por Correo:

**Public Comment on LMDC Partial Action Plan No. 5
Lower Manhattan Development Corporation
1 Liberty Plaza, 20th Floor
New York, NY 10006**

Electrónicamente, a LMDC en la pagina electrónica www.RenewNYC.com bajo la sección Funding Initiatives-Partial Action Plans-Comments.

El plazo para recibir el comentario público es de Octubre 3 de 2003. Los comentarios enviados por fax o por teléfono no serán considerados.

I. Programa Publicitario y Turístico del Barrio Chino

LMDC propone la asignación de \$ 1 millón de dólares con el fin de conducir una iniciativa turística y publicitaria creativa, efectiva y costo eficiente, para estimular el turismo regional, nacional e internacional hacia el Barrio Chino - una comunidad del Bajo Manhattan para la cual el turismo constituye su mayor vehículo económico y para promover cambios en la comunidad del Barrio Chino como un único cuerpo que promocionaría el turismo. El Fondo de Septiembre 11, que ha decidido conjuntamente apoyar esta iniciativa, contribuirá con un monto de \$ 1,000,000 del costo total del proyecto de \$ 2,000,000.

El Fondo de Septiembre 11 fue establecido el día de los ataques terroristas por el Fondo Comunitario de la Ciudad de Nueva York (*The New York Community Trust*) y la Vía Unida de la Ciudad de Nueva York (*United Way of New York City*) para cumplir con las necesidades inmediatas y a largo plazo de las víctimas, familias y comunidades afectadas por los trágicos eventos de Septiembre 11. El Fondo de Septiembre 11 otorga giros a organizaciones sin ánimo de lucro y a agencias que tienen experiencia en cumplir con un amplio rango de necesidades. El Fondo apoya a las organizaciones y agencias que proporcionan asistencia en efectivo, consejería legal, servicios de salud mental, entrenamiento y posicionamiento laboral, y otros servicios para las víctimas, familias y otros directamente afectados. También otorga giros para asistir a las organizaciones sin ánimo de lucro y pequeños negocios que ayudan a reconstruir comunidades.

La campaña de turismo y publicidad del Barrio Chino es el resultado del alcance de LMDC en la comunidad del Barrio Chino. Recientemente, LMDC condujo siete Talleres de Barrios, de los cuales dos se enfocaron en el Barrio Chino. El primer taller específico del Barrio Chino reunió a reconocidos negocios y organizaciones del Barrio Chino. Después de una presentación conjunta de la Ciudad de Nueva York y LMDC sobre el estado y futuro de los esfuerzos de recuperación, que integró los numerosos estudios realizados al igual que los reportes realizados sobre las condiciones en el Barrio Chino como resultado de los ataques del 11 de Septiembre, los participantes se reunieron en pequeños grupos de discusión enfocándose en lo que ellos observan como temas principales que afectan la recuperación del Barrio Chino y sus soluciones a los problemas percibidos. Aproximadamente tres semanas después, LMDC organizó un taller adicional, enfocándose en el Bajo Manhattan y el Lado Bajo Este. Los participantes de ambos talleres enfatizaron la necesidad de impulsar el turismo asociado con el Barrio Chino. De hecho, los participantes propusieron más de veinte proyectos relacionados con el turismo.

La ausencia de turismo y de una campaña publicitaria amenaza la recuperación económica del Barrio Chino y de sus habitantes. El turismo es el mayor vehículo económico y fue severamente impactado por los ataques del 11 de Septiembre. En un reporte comprensivo de Noviembre de 2002, *El Barrio Chino Un Año Después de Septiembre 11: Un Estudio del Impacto Económico (Chinatown One Year After September 11th: An Economic Impact Study)*, La Federación Asiática Americana de Nueva York anotó que, " Para cerca de la mitad de los restaurantes y el 60% de las joyerías encuestadas, el ingreso generado por parte de los turistas fue un 40% más bajo este verano (verano del 2002) si se compara con el verano del 2001." La epidemia del Síndrome Respiratorio Agudo y Severo (SARS) en Asia exacerbó el decaimiento económico del Barrio Chino. Para ayudar a revitalizar todo el Bajo Manhattan, el Reporte de la Federación Asiática Americana (*Asian American Federation Report*) y el reporte de la Iniciativa de Reconstrucción del Barrio Chino de Noviembre de 2002, *La Comunidad Habla un Año Después de Septiembre 11 (The Community Speaks One Year After September 11, 2001)*, llama a iniciativas para impulsar el turismo - un llamado por parte de la senadora Clinton, residentes del área, líderes cívicos, y organizaciones comunitarias.

La reconstrucción bajo la plétora de los estudios y reportes posteriores a Septiembre 11 sobre las condiciones en el Barrio Chino, la campaña de turismo y publicidad conjunta de LMDC y el Fondo de Septiembre 11, ofrece una oportunidad única para implementar muchos de los elementos propuestos en una iniciativa simple y comprensiva, que permitirá que LMDC y el Fondo de Septiembre 11 maximicen la efectividad y la eficiencia del costo de toda la campaña - así se acelerará la revitalización del Barrio Chino en el Bajo Manhattan.

LMDC y el Fondo de Septiembre 11 han estructurado la campaña para capitalizar la participación pública e integrar a la comunidad el nivel de organización. LMDC y el Fondo de Septiembre 11 van a seleccionar a uno o más equipos de consultoría que incluyan por lo menos a una organización comunitaria del Barrio Chino y a una o más firmas con una trayectoria de experiencia y logros en el desarrollo del turismo, al igual que iniciativa de alcance de gran escala. El equipo(s) seleccionado deberá(n) asistir a LMDC y al Fondo de Septiembre 11 en el desarrollo del marco, y después en la implementación, de una campaña de turismo y de publicidad sostenible. La selección del equipo(s) es el objeto de una Petición de Propuestas (*Request for Proposals*) pendiente, disponible en la página electrónica de LMDC (www.RenewNYC.com), que busca cumplir con los siguientes objetivos:

1. Identificar la existencia de factores de corto y largo plazo que detengan o impidan el turismo en el Barrio Chino,
2. Propone soluciones para los retos actuales y futuros en atraer mas visitantes al area del Barrio Chino,
3. Desarrollar formas nuevas, innovadoras y efectivas para atraer visitantes al Barrio Chino, incluyendo a los residentes y trabajadores de la Ciudad de Nueva York, turistas domesticos e internacionales, viajeros ejecutivos, y,
4. Identificar las actuales iniciativas de turismo y de publicidad y metodos para mejorarlas.

La campaña de turismo y de publicidad comenzará a finales del otoño de 2003 después de la selección de un equipo, por medio de los procesos de petición de ofertas (RFP) de LMDC y del Fondo de Septiembre 11 al igual que con la incorporación del comentario público recibido como respuesta a este bosquejo de plan parcial de acción. Los criterios para seleccionar el equipo(s) incluirán, pero no se limitarán a :

1. Alcances en la metodología con respecto al alcance anticipado de los servicios que demuestran la comprensión máxima de la comunidad y de la capacidad de proporcionar tales servicios a LMDC y al Fondo de Septiembre 11.
2. La experiencia de los equipos y de los empleados que se asignarán al proyecto en general, y en particular, la experiencia de ambos con la comunidad del Bajo Manhattan y del Barrio Chino, si la hay, y con el abastecimiento de iniciativas de turismo y de la comercialización a la escala grande a los municipios, a las organizaciones del desarrollo económico, a las entidades gubernamentales, o a otras comunidades del Barrio Chino.
3. El trabajo innovador o sobresaliente por parte del equipo que demuestre calificaciones unicas para proveer turismo y servicios de publicidad para el Bajo Manhattan y la comunidad del Barrio Chino.
4. La habilidad para establecer simpatía y confianza con al comunidad del Barrio Chino.
5. Costos proyectados de los servicios.

LMDC y el Fondo de Septiembre 11 no están buscando los acercamientos que son acontecimiento de una sola vez, pero en cambio, los esfuerzos comprensivos que proponen a proyectos, a programas, y a la participación de la comunidad que ayudará a sostener un flujo constante de turistas, de residentes y trabajadores de la Ciudad de Nueva York, y la comunidad circundante al Barrio Chino. El marco de tiempo de la puesta en práctica dependerá de una variedad de factores incluyendo complejidad de soluciones y de la duración propuestas del proyecto.

Este proyecto beneficiará a negocios, a trabajadores, a residentes, y a visitantes del Bajo Manhattan, específicamente en el área del Barrio Chino. Según lo observado en el reporte de la Federación Americana Asiática, los datos del censo 2000 demostraron que en 1999, 31.4% de familias asiáticas en el Barrio Chino tenían una renta por debajo del nivel de pobreza oficial. Los datos del censo 2000 fomentan las demostraciones que en el Barrio Chino del Bajo Manhattan, que incluye los códigos postales 10002 y 10038, más del 60% de los dueños de hogares ganan menos del 80% del punto medio de ingreso de la Ciudad de Nueva York.

El costo estimado incluido en este plan parcial de acción para este proyecto es de un total de \$1,000,000.00.

El costo total del proyecto es de aproximadamente \$2,000,000.00. Se espera que otros recursos estén disponibles para este proyecto para tratar las necesidades incluidas en este plan. Estos otros recursos previstos incluirán \$1,000,000.00 en fondos del Fondo de Septiembre 11.

Este programa es elegible para financiación por parte del HUD para ser utilizado para ayudar a la industria del recorrido y del turismo en la Ciudad de Nueva York, según lo permitido y requerido por la Ley de Defensa de Apropiaciones de 2002, Ley Pública 107-117.

El costo total estimado por el Programa de Turismo y Publicidad del Barrio Chino es de un total de \$1,000,000.00.

II. Programa de Información del Bajo Manhattan

LMDC propone una asignación de \$1.3 millones a una campaña pública existente de información, la Campaña Pública de Información del Bajo Manhattan, actualmente localizada en www.LowerManhattan.info. LowerManhattan.info proporciona a gente que vive, trabaja y visita al Bajo Manhattan, con una sola fuente para las noticias y la información esenciales sobre el área y su recuperación. Es conducido por la Ciudad de Nueva York en sociedad con LMDC, el Estado de Nueva York, y el Gobierno Federal conjuntamente con las agencias y las organizaciones socias a nivel local, estatal, y federal. El costo total estimado para el Programa de Información del Bajo Manhattan es de un total de \$1,300,000.00.

Financiando una campaña de existente y efectiva de información, LMDC maximiza el uso de sus fondos al evitar costos de inicio sustanciales.

La Campaña de Información Pública del Bajo Manhattan fue creada en respuesta a una significativa demanda por una fuente de información creíble relacionada con la recuperación del Bajo Manhattan de los ataques terroristas de Septiembre 11 de 2001. En los meses posteriores a los ataques, la información acerca de la recuperación del área estaba ampliamente disponible; sin embargo, muchos de los residentes y trabajadores del Bajo Manhattan no sentían que esta fuea confiable. Mas aún, no existía un lugar al cual la gente pudiera acudir para obtener una descripción de la información encontrada. Mientras los esfuerzos cambiaron de respuesta de emergencia a recuperación de largo plazo y desarrollo del Bajo Manhattan, se hizo evidente que el proceso anterior iba a ser un reto. En los meses siguientes a Septiembre 11, el Bajo Manhattan asaba económicamente: los residentes se estaban mudando, las vacantes comerciales eran altas y constantes, y aunque muchos visitantes acudían al sitio del World Trade Center, pocos se

quedaban en el barrio para visitar lugares de interés, ir de compras, o salir a comer. Restaurar el sentido de confianza pública en el área y su futuro se volvió imperativo. Un paso importante era crear una estrategia de comunicaciones coherente para diseminar información sobre el progreso del Bajo Manhattan en una manera oportuna, una que complementara los esfuerzos extensivos de revitalización de la Ciudad y del Estado. Los negocios de la ciudad, los residentes, y visitantes necesitaban acceder a la información -en una base regular y de una manera constante- sobre muchos aspectos de la recuperación del Bajo Manhattan. La fuente de esta información debía ser creíble, comprensible, y amistosa para estas personas.

La campaña busca facilitar la recuperación al proporcionar una fuente de información única y confiable que impulse e inspire a los individuos y a los negocios a construir sus futuros en el Bajo Manhattan. La meta de la campaña es la continuación de una cámara de compensación para la distribución de las noticias y actualizaciones generadas por la ciudad, el estado y las agencias federales y el sector privado relacionado con el Bajo Manhattan para darle al público lo que este necesita, cuando este lo necesite. El comunicarse en una manera consistente y clara con los diversos distritos electorales afectados por los eventos de Septiembre 11, es clave para la reconstrucción del área. La meta es mantener al público informado sobre los últimos acontecimientos relacionados con temas importantes tales como construcción, incluyendo el proceso de reconstrucción; tráfico y tránsito, incluyendo las calles cerradas y acceso al área; salud y seguridad; asistencia e iniciativas; y comunidad, incluyendo reuniones, eventos, y oportunidades de integración.

Público que Sirve

LowerManhattan.info se encuentra disponible en inglés, chino, y español. Sirve para todos aquellos que viven, trabajan, y visitan al Bajo Manhattan, debajo de la Calle Houston. Estas comunidades son distintas y grandes, incluyendo barrios que van desde Tribeca al Barrio Chino y de la Ciudad del Battery Park hasta Soho, al igual que los negocios que van desde las 500 compañías de Fortune a negocios con baja tecnología hasta delicatessen de esquina. A pesar de las diversas necesidades de estos distritos electorales, hay áreas base y temas comunes a la preocupación, incluyendo el transporte, la seguridad, la reconstrucción, y programas de la ayuda. Durante el verano de 2002, por medio de una serie de grupos principales abarcados de residentes y de trabajadores del Bajo Manhattan, se aprendió que casi la mitad creyeron que habían recibido muy poca información sobre el área y su recuperación, y 88 por ciento creyeron que una fuente única de la información sería beneficiosa (400 residentes y 200 trabajadores fueron entrevistados con en una serie de entrevistas por teléfono de 20 minutos cada una). Para resolver esta necesidad, la Campaña de Información del Bajo Manhattan fue diseñada para transportar eficientemente la información a los 140,000 residentes al sur de la Calle Houston, 400,000 empleados y 8,000,000 visitantes anuales.

Descripción del Programa/Actividades

La Campaña de Información del Bajo Manhattan coordina y disemina la información de la ciudad, del estado, y agencias federales y entidades no gubernamentales en un esfuerzo de crear una fuente comprensiva, única para las noticias y la información sobre el Bajo Manhattan y su reconstrucción. El vehículo primario de la información es la página electrónica, www.LowerManhattan.info. La página electrónica incluye información estática y herramientas innovadoras para ayudar a los visitantes a aprender sobre el Bajo Manhattan. Las historias humanizan el área y acentúan que es lo que hace al Bajo Manhattan un buen lugar para vivir, para trabajar, y visitar. La página se divide en las secciones organizadas alrededor de los asuntos en los cuales la gente posee mayor interés. Por ejemplo, "Vaya allá y Vaya Alrededor" ("*Get There & Get Around*") ayuda a los usuarios a saber sobre las opciones de transporte, proporcionan mapas de las calles detallados, y publican actualizaciones en proyectos de construcción de continuada. La sección "Reconstrucción" ("*Rebuilding*") demuestra el progreso en curso del sitio del World

Trade Center y explica el proceso complejo de la reconstrucción. Lowermanhattan.info ha recibido más de 100 millones de visitantes y más de 30 millones visitas de paginas. Esta ligada a 1,541 paginas electronicas y ha sido vista por visitantes en 81 paises diferentes.

Sobre una base trimestral, un boletín de noticias del lleno de color de LowerManhattan.info se enfoca en un tema central, tal como la creación del transporte al centro de la ciudad. 200,000 boletines de noticias se distribuyen para vender al por menor en localidades, corporaciones, agencias gubernamentales, organizaciones sin ánimo de lucro, instituciones culturales, y a los edificios residenciales en el Bajo Manhattan. La campaña utiliza la tradicional publicidad en o fuera de línea, incluyendo los correos electrónicos, motores de busqueda, y los anuncios libres en los kioscos telefonicos, buses, y paraderos de buses de la Ciudad de Nueva York. Además, alcances persona a persona son conducidos en localidades selectas de alta concentración peatonal. Carteles de la campaña se han exhibido en más de 300 negocios, y en más de 600,000 tarjetas y 10,000 boletines de noticias se han distribuido en la calle. Todos los esfuerzos apuntan a conducir a audiencias claves a que visiten la pagina electronica y reforzar el mensaje central que el Bajo Manhattan esta abierta para los negocios.

Participación Pública/Beneficios

Este proyecto beneficiará a trabajadores de negocios, residentes, y visitantes que acuden al Bajo Manhattan. La página electrónica constituye un vehículo que impulsa al gobierno a ser transparente y abierto al público.

El costo total del proyecto tiene un costo aproximado de \$1,300,000.00 para un año y dos meses. El costo del primer año de este proyecto, incluyendo sus costos de inicio, fue de aproximadamente \$2,400,000 y fue financiado por la Agencia Federal de Manejo de Emergencia (*Federal Emergency Management Agency -FEMA-*).

El costo total estimado para el Programa de Información del Bajo Manhattan es de un total de \$1,300,000.00.

III. Planeamiento y Administración

LMDC esta comprometida ampliamente con el planeamiento y administración de las actividades relacionadas con los esfuerzos de recuperación, revitalización y reconstrucción del Bajo Manhattan, definido por LMDC como toda el área de Manhattan al sur de la Calle Houston.

Las actividades de planeamiento se iniciaron con el planeamiento de la zona del World Trade Center y las áreas inmediatamente aledañas a la zona. Este planeamiento continuara durante e próximo año e incluirán el planeamiento, diseño de directrices y revisión ambiental.

Las actividades de planeamiento de la agencia también incluyen otros vecindarios en el Bajo Manhattan que fueron afectados por el 11 de Septiembre y su desenlace. Específicamente las actividades de planeamiento de LMDC incluyen extensivos análisis del transporte, trafico, vivienda y amenidades relacionadas, espacio abierto, desarrollo de ventas al por menor, capacidad de desarrollo económico, necesidades y potencial del Bajo Manhattan. Basado en estos análisis, LMDC desarrollara y propondrá planes conceptuales para áreas específicas y proyectos en el Bajo Manhattan.

Las actividades de planeamiento de LMDC dentro del próximo año se concentraran en la administración de la competencia y planeamiento del memorial.

Las actividades de administración incluyen y continuaran incluyendo extensiva información pública y coordinación de actividades relacionadas con el trabajo de planeamiento de LMDC. Como parte de las actividades de coordinación, LMDC sirve como facilitador de alcance y discusión entre las comunidades afectadas al igual que el público en grandes agencias gubernamentales y oficiales. El trabajo público de LMDC continuara incluyendo: reuniones públicas de gran escala; reportes periódicos escritos y noticias; una página electrónica al día, comprensiva e interactiva (www.RenewNYC.com); intensas comunicaciones electrónicas; y otros esfuerzos de alcance y participación. Adicionalmente, LMDC continúa manteniendo sus vínculos con comunidades por medio de sus consejos.

El HUD autorizó el uso de un 5% adicional del total del giro a LMDC para los costos asociados con las actividades de planeamiento y administración, incluyendo los costos de personal y consultorías. Este Plan Parcial de Acción propone la asignación de \$ 121,052.63 para las actividades de planeamiento y administración de LMDC.