

# BALANCED ECONOMIC DEVELOPMENT STRATEGIES

## ENSURE AFFORDABILITY

### *Inclusionary Zoning*

Inclusionary zoning programs are used in hundreds of cities and neighborhoods across the country, including Chicago - encourage developers of new housing to make some units available at affordable prices. Inclusionary housing policies may be mandatory or voluntary. If voluntary, they typically work by providing an incentive (such as increased height or density) in exchange for the inclusion of affordable units. Inclusionary housing policies may initially reduce builders' profits but, as demand increases, housing prices rise and developer profits increase.

Boston, San Francisco, New York, Washington DC, Seattle, and other cities use inclusionary zoning to foster economic diversity in rapid-growth neighborhoods. Chicago currently offers a bonus based on Floor Area Ratio (FAR), which may be increased by providing additional community benefits. For-rent units are targeted at 60% of Median Family Income (MFI) while for-sale units are targeted at 100% MFI. Units must remain affordable for at least 30 years.

Types of inclusionary zoning incentives include:

- Density and height bonuses
- Tax abatements
- "In-lieu-of" fund for affordable housing development (i.e. when a developer chooses not to put affordable housing on site, the cost of that housing is instead put into a fund that goes toward building affordable developments elsewhere)
- Low interest financing tools
- Reduced parking requirements
- Fast-tracking of plan reviews and permits
- Reduced or waived permitting, utility connection, and other fees

## LEVERAGE NEW DEVELOPMENT

### *Tax Increment Finance*

A TIF district on the central and northern portion of Clark Street (Pratt to Howard) could be used to help underwrite financing on new development, facilitate reuse of auto-related sites in the future, incentivize inclusionary housing, improve public spaces, and encourage under-utilized properties to be put into productive use.

The potential TIF district would include the core of the study area (Pratt to Touhy), as well as any portions of the corridor that fall within existing TOD zones. Zoning changes that would allow developers to take advantage of density and height bonuses within the TOD zones have already been proposed on a number of properties in these areas, and additional requests should be anticipated. Creation of a TIF district would allow the community to more fully capitalize on the value that future zoning changes would create.



## SHRINK THE FOOTPRINT

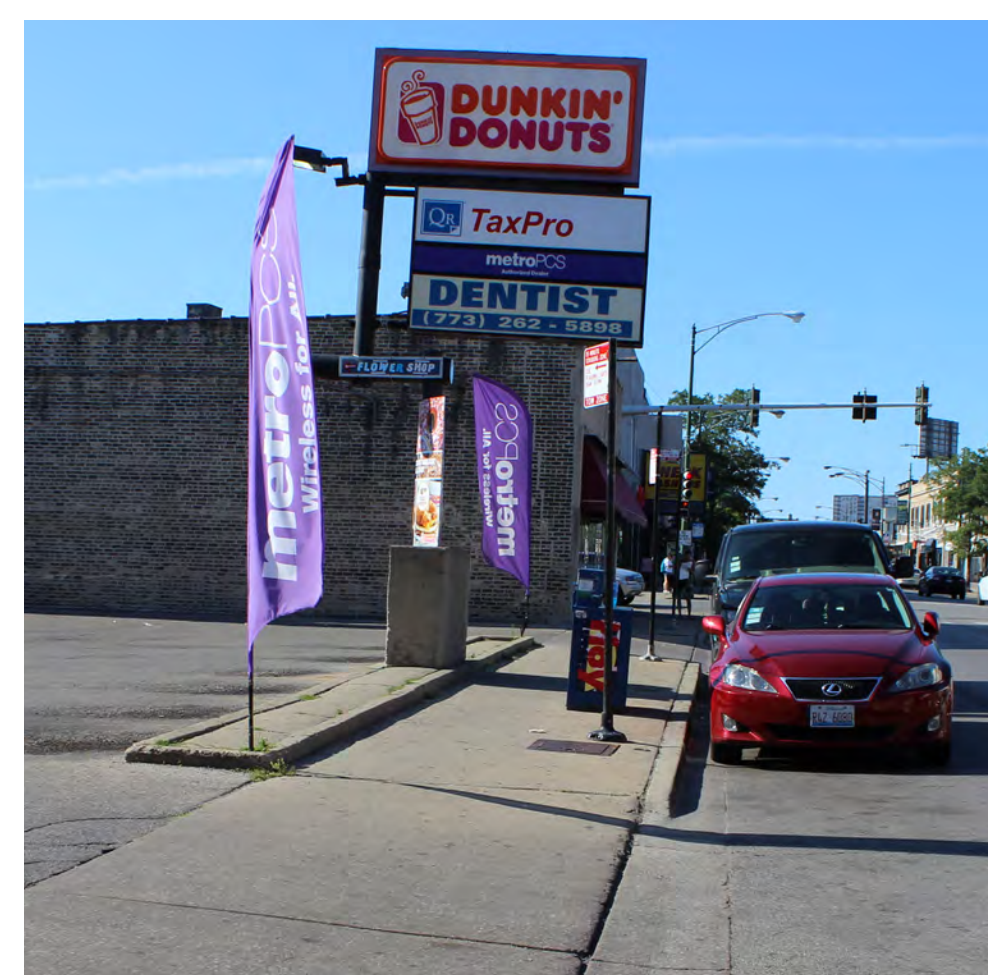
### *Reduce Neighborhood's Retail Footprint*

As properties adjacent to Clark Street are redeveloped in the future, consider a strategy that reduces the neighborhood's overall retail footprint. This strategy aligns with the realities of the retail sector's anticipated shrinking demand for space, as well as competition from Clark Street's proximity to several anchor commercial corridors. Retail in the district should be reinforced and concentrated in the core, and at established nodes (e.g., Clark/Touhy, Clark/Lunt, Clark/North Shore, and Ravenswood/Greenleaf). Over time, ground-floor retail on intervening portions of Clark Street would be reduced and replaced by incentivizing housing and live work development. With this transition, it will be important to ensure that the frontages of buildings remain active - design guidelines are one mechanism to help plan for this.

## ADDRESS NON-CONTRIBUTING USES

### *Reduce Auto-oriented Uses*

Auto repair uses can continue to be part of Rogers Park's economy, but they are not recommended in the core commercial area (Pratt to Touhy). These uses often have poor site and frontage conditions that diminish the overall character of the neighborhood. Additionally, future changes in the auto industry may lead to decreased demand for traditional auto repair shops. In many cases, these properties are challenging to reuse, so their relocation and redevelopment can be incentivized to enable new residential and mixed-use development.



## DISTRICT MANAGEMENT

### *A 'Main Street' Program and Strategy*

In order to increase coordination among business owners on Clark Street, a 'Main Street' program could be established for Clark Street. This could be a reconfiguration of the Clark Street SSA, within Rogers Park Business Alliance. Main Street programs undertake projects similar to those of the SSA, but they are organized around a district strategy and work across the Main Street "Four Points" of Design, Promotion, Economic Vitality, and Organization.



# ESTRATEGIAS EQUILIBRADAS de DESARROLLO ECONÓMICO

## GARANTIZAR LA ACCESIBILIDAD

### Zonificación Inclusiva

Los programas de zonificación inclusiva se utilizan en cientos de ciudades y vecindarios de todo el país, incluyendo Chicago - animar a los desarrolladores de nuevas viviendas a hacer algunas unidades disponibles a precios asequibles. Las políticas de vivienda inclusiva pueden ser obligatorias o voluntarias. Si son voluntarios, por lo general trabajan proporcionando un incentivo (como el aumento de la altura o la densidad) a cambio de la inclusión de unidades accesibles. Las políticas de vivienda inclusiva pueden reducir inicialmente los beneficios de las compañías encargadas de la construcción, pero, a medida que aumenta la demanda, los precios de la vivienda aumentan y los beneficios para el desarrollo también.

Boston, San Francisco, Nueva York, Washington DC, Seattle y otras ciudades utilizan la zonificación inclusiva para fomentar la diversidad económica en barrios de rápido crecimiento. Actualmente, Chicago ofrece un bono basado en el Ratio del área de piso (FAR), que puede incrementarse proporcionando beneficios adicionales a la comunidad. Las unidades de alquiler se destinan al 60% de la Ingreso Familiar Mediano (IMF), mientras que las unidades para la venta se dirigen al 100% de las IMF. Las unidades deben permanecer accesibles durante al menos 30 años.

Los tipos de incentivos de zonificación inclusiva incluyen:

- Bonos de densidad y altura
- Reducciones de impuestos
- Fondo “en lugar de” para el desarrollo de viviendas asequibles (Es decir, cuando un desarrollador elige no poner viviendas asequibles en el sitio, el costo de esa vivienda se coloca en un fondo que va hacia la construcción de desarrollos accesible en otros lugares) con herramientas de financiamiento de bajo interés
- Reducir requerimientos de estacionamiento
- Rápido seguimiento de las revisiones y permisos del plan
- Permiso reducido o anulado, conexión de servicios públicos y otros cargos

## APROVECHAR UN NUEVO DESARROLLO

### Financiamiento de Incremento de Impuestos

Un distrito del TIF en la parte central y norte de la calle Clark (Pratt a Howard) podría ser usado para ayudar a financiar el financiamiento en nuevos desarrollos, facilitar la reutilización de sitios auto-relacionados en el futuro, incentivar la vivienda inclusiva, mejorar los espacios públicos y fomentar el uso de propiedades y darles un uso más productivo.

El distrito potencial del TIF incluiría el núcleo del área de estudio (Pratt to Touhy), así como cualquier parte del corredor que se encuentre dentro de las zonas existentes de TOD. Los cambios de zonificación que las empresas de desarrollo deben aprovechar los bonos de densidad y altura dentro de las zonas de TOD ya han sido propuestos en varias propiedades en estas áreas, y se deben anticipar solicitudes adicionales. La creación de un distrito TIF permitiría a la comunidad capitalizar más plenamente el valor que creará los futuros cambios de zonificación.



## REDUCIR LA ZONA

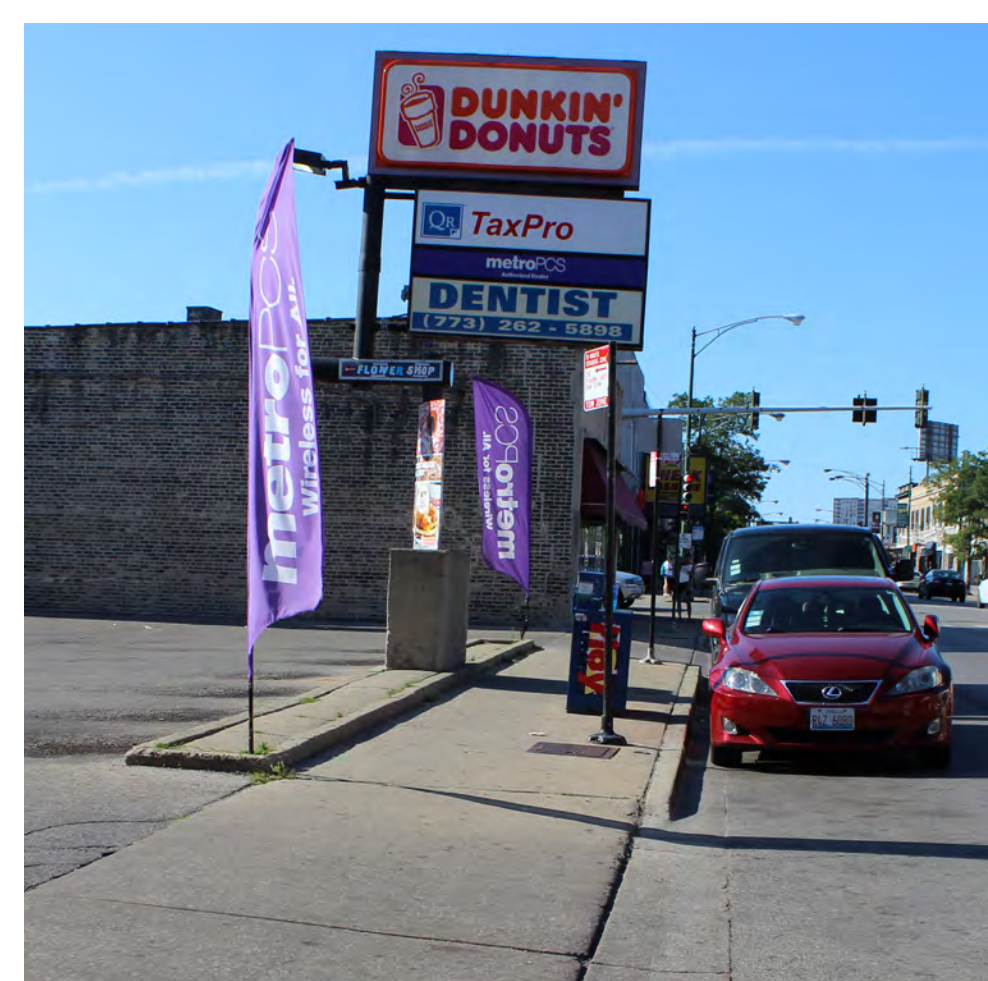
### Reducir la zona de negocios del vecindario

A medida que las propiedades adyacentes a Clark Street se vuelvan a desarrollar en el futuro, considere una estrategia que reduzca la zona global del vecindario. Esta estrategia se alinea con las realidades de la anticipada disminución de la demanda de espacio por parte del sector minorista, así como la competencia de la proximidad de Clark Street a varios corredores comerciales con tiendas ancla. Los negocios de minorías en el distrito deben ser reforzados y concentrados en el núcleo, y de una forma establecidos (por ejemplo, Clark / Touhy, Clark / Lunt, Clark / North Shore y Ravenswood / Greenleaf). Con el tiempo, la venta al por menor de planta baja en las porciones intermedias de Clark Street se reduciría y se reemplazaría por incentivar la vivienda y el desarrollo de mejores trabajos. Con esta transición, será importante asegurar que las fachadas de los edificios permanezcan activas - las guías de diseño son un mecanismo para ayudar a planificar esto.

## NEGOCIOS QUE NO CONTRIBUYEN AL DESARROLLO

### Reducir el negocio automotriz

Los usos de la reparación del automóvil pueden continuar siendo parte de la economía de Rogers Park, pero no se recomiendan en el área comercial principal (Pratt to Touhy). Estos usos a menudo tienen condiciones pobres de sitio y frente que disminuyen el carácter general de la vecindad. Además, los cambios futuros en la industria del automóvil pueden conducir a la disminución de la demanda de talleres tradicionales de reparación de automóviles. En muchos casos, estas propiedades son difíciles de reutilizar, por lo que su reubicación y reurbanización pueden ser incentivados para permitir el desarrollo residencial y de uso mixto.



## GESTIÓN DEL DISTRITO

### Programa y estrategia de la “calle principal”

Con el fin de aumentar la coordinación entre los propietarios de negocios en la calle Clark, un programa de “calle principal” debe ser establecido para Clark Street. Esto podría ser una reconfiguración de la Clark Street SSA, dentro de la Rogers Park Business Alliance. Los programas de Main Street llevan a cabo proyectos similares a los de la SSA, pero están organizados en torno a una estrategia de distrito y trabajan a través de la calle principal “Cuatro puntos” de diseño, promoción, vitalidad económica y organización.



# BALANCED ECONOMIC DEVELOPMENT STRATEGIES

“ I definitely think Clark Street needs a refresh. It can be improved and still maintain the integrity and uniqueness of your multicultural patchwork. It can't look too immaculate or gentrified. It has to maintain the heritage and flavor without compromising the authenticity.

- comment from online survey

## CREATE STOREFRONTS

### Hatch **CASE STUDY: DETROIT**



Hatch Detroit aims to turn business ideas into brick-and-mortar storefronts in the city. To do this, Hatch Detroit runs a contest where entrepreneurs can win a \$50,000 grant toward funding the start-up costs of new retail businesses. The program is based on “crowd entrepreneurship”, where community development corporations are involved in funding the initiatives and community members get to vote on the best business concepts.

## ENCOURAGE LOCAL BUSINESS

### Lease Guarantees

Encourage developers to lease new commercial space to local businesses (rather than more-easily financed national chains), by establishing a guarantee program to cover a portion of the value of the leases, should a small business default or close.

## CULTIVATE LOCAL ENTREPRENEURSHIP

### Boyle Heights **CASE STUDY: LOS ANGELES**

Boyle Heights, a Mexican American neighborhood in Los Angeles currently undergoing rapid transformation, is trying a new approach to managing change: Community leaders have promoted a strategy to preserve neighborhood identity by attracting young (typically second-generation), upwardly-mobile Mexican American residents. The goal is to cultivate local entrepreneurship, avoid chain development, and retain cultural identity. For example, Primera Taza, a café opened by a local entrepreneur, serves “Café Chicano” instead of an “Americano”. The culture attracted to this approach is sometimes called “Chipsters” - or, Chicano Hipsters - as Boyle Heights aims to create an authentic cultural place that attracts investment on its own terms.



## TRAIN SMALL BUSINESSES

### Business Assistance Teams

Intensive training could be provided to marginal and small businesses to help them with marketing, merchandising, accounting, payment and POS systems, and partnering with delivery services like GrubHub and UBER Eats. Improving these skills helps to reduce overhead costs and make businesses more competitive. Other forms of assistance, such as helping businesses to develop and cultivate online sales platforms can provide increased stability.

## CITYWIDE MARKETING

### Expand Rogers Park's Trade Area

Clark Street has the potential to be a cultural-business destination within the city, attracting foodies and other shoppers who seek out authentic experiences. Expanding the reach and brand of Clark Street in Rogers Park through marketing or promotional efforts would help strengthen businesses by reaching new customers - and it would change the image of the commercial corridor citywide. Conversely, local businesses can increase sales outside of the corridor through relationships with restaurants and retailers in other parts of the city. This includes the establishment of new distribution networks, allowing goods and services created in Rogers Park businesses to be made available outside the trade area.



### Clark Street Taco Trail

Clark Street hosts a large number of Mexican eateries, and there is some local concern that because many of the restaurants offer similar menus, there is not enough variety or customers to support the cluster. However, it is possible to capitalize on such a concentration by turning the collection itself into a destination, such as marketing a “Clark Street Taco Trail.” The program could be anchored by an annual event and marketed throughout the year as a reason to experience Clark Street in Rogers Park.

### Tacony Hoagie Trail **CASE STUDY: PHILADELPHIA**

In Philadelphia, where virtually every neighborhood offers multiple “hoagie” options, the up-and-coming Tacony neighborhood, 10 miles north of downtown, has worked to market its concentration of hoagie shops. It started with an annual “Hoagie Trail” event, where participants can try multiple hoagies along the neighborhood’s main drag. The marketing program now buys ad space on downtown bus stops (30 minutes away by car or commuter rail) and has established itself as a go-to place for the famous local sandwich.

## FILL VACANCIES

### Pop-up Stores

Despite increasing market pressures, vacancies persist along portions of Clark Street. Pop-up contests and pop-up Requests for Proposals (RFPs) are a way to fill vacant spaces and cultivate new businesses by allowing entrepreneurs to test their ideas in the form of low cost/low risk temporary businesses.





# ESTRATEGIAS EQUILIBRADAS de DESARROLLO ECONÓMICO

## CREAR APARADORES

### Hatch **CASO DE ESTUDIO: DETROIT**



Hatch Detroit apunta a convertir ideas de negocio en tiendas de ladrillo en la ciudad. Hatch Detroit dirige un concurso donde los empresarios podían adquirir \$ 50,000 para financiar los costos de proyectos puestos en marcha de nuevos negocios pequeños. El programa se basa en el “empresariado de multitudes”, donde las corporaciones de desarrollo comunitario están involucradas en el financiamiento de las iniciativas y los miembros de la comunidad que consiguen votar sobre los mejores conceptos de negocio.

## IMPULSAR LOS NEGOCIOS LOCALES

### Garantías de Arrendamiento

Alentar a los desarrolladores a alquilar nuevos espacios comerciales a las empresas locales (en lugar de cadenas nacionales más fácilmente financiadas), estableciendo un programa de garantías para cubrir una parte del valor de los arrendamientos, en caso de incumplimiento o cierre de una pequeña empresa.

## CULTIVAR EL ESPÍRITU EMPRESARIAL LOCAL

### Boyle Heights **CASO DE ESTUDIO: LOS ANGELES**

Boyle Heights, un barrio mexicano de Los Ángeles que actualmente está experimentando una rápida transformación, está intentando un nuevo enfoque para manejar el cambio: los líderes de la comunidad han promovido una estrategia para preservar la identidad del vecindario atrayendo a residentes mexicanos. El objetivo es cultivar el espíritu empresarial local, evitar el desarrollo de negocios cadena y conservar la identidad cultural. Por ejemplo, Primera Taza, un café abierto por un empresario local, sirve “Café Chicano” en lugar de un “Americano”. La cultura atraída por esta “gentefication” es a veces llamada “Chipsters” - o, Chicano Hipsters - como Boyle Heights pretende crear un auténtico lugar cultural que atraiga la inversión en sus propios términos.



## ENTRENAR LAS PEQUEÑAS EMPRESAS

### Equipos de asistencia comercial

Se podría impartir capacitación intensiva a las pequeñas y medianas empresas para ayudarles con los sistemas de comercialización, comercialización, contabilidad, pago y POS, y colaborar con servicios de entrega como GrubHub y UBER Eats. Mejorar estas habilidades ayuda a reducir los costos generales y hacer negocios más competitivos. Otras formas de asistencia, como ayudar a las empresas a desarrollar y cultivar plataformas de ventas en línea, pueden proporcionar una mayor estabilidad.

## PUNTO DE ATRACCION PARA MERCADEO EN TODA LA CIUDAD

### Ampliar el área comercial de Rogers Park

Clark Street tiene el potencial de ser un destino de negocios culturales dentro de la ciudad, atrayendo a los amantes de la comida y otros compradores que buscan experiencias auténticas. Ampliarlas les ayudaría a fortalecer los negocios al atraer nuevos clientes.

En Rogers Park a través de los esfuerzos de marketing o promoción que cambiaría la imagen del corredor comercial en toda la ciudad. Por el contrario, las empresas locales pueden aumentar las ventas fuera del corredor a través de relaciones con restaurantes y minoristas en otras partes de la ciudad. Esto incluye el establecimiento de nuevas redes de distribución, permitiendo que los bienes y servicios creados en los negocios de Rogers Park estén disponibles fuera del área comercial.



## Area Asignada a las Taquerias en Clark Street

Clark Street alberga un gran número de restaurantes mexicanos, y hay una cierta preocupación local que, debido a que muchos de los restaurantes ofrecen menús similares, no hay suficiente variedad o los clientes para apoyar el grupo. Sin embargo, es posible aprovechar esta concentración convirtiendo la propia recolección en un destino, como la comercialización de un “sendero de Clark Street Taco”. El programa podría ser anclado por un evento anual y comercializado a lo largo del año como una razón para experimentar Clark Street en Rogers Park.

### Tacony Hoagie Trail **CASO DE ESTUDIO: PHILADELPHIA**

En Filadelfia, donde prácticamente todos los barrios ofrecen múltiples opciones “hoagie”, el vecino de Tacony, a 10 millas al norte del centro de la ciudad, ha trabajado para comercializar su concentración de tiendas hoagie. Comenzó con un evento anual “Hoagie Trail”, en el que los participantes pueden probar múltiples hoagies a lo largo de la avenida principal del barrio.

El programa de mercadeo ahora compra espacio publicitario en paradas de autobús del centro de la ciudad (a 30 minutos en automóvil o tren de cercanías) y ha establecido en sí mismo como un lugar para ir al famoso sándwich local.

## RELLENAR VACANTES

### Negocios temporales

A pesar de las crecientes presiones del mercado, las vacantes persisten a lo largo de partes de la calle Clark. Los concursos emergentes y las solicitudes de propuestas emergentes son una forma de llenar espacios vacantes y cultivar nuevos negocios al permitir a los empresarios probar sus ideas en forma de negocios temporales de bajo costo o bajo riesgo. of low cost/low risk temporary businesses.