

Introducción



La Campaña de las
100.000 Casas



Jornadas de
Intercambio



Sobre Community
Solutions



Pasos siguientes y
recursos adicionales



Sobre los Premios
Mundiales del Hábitat
y la BSHF



La Campaña de las 100.000 Casas, Estados Unidos de América

GANADOR, PREMIO MUNDIAL DEL HÁBITAT

Este informe proporciona información y recursos relacionados con la Campaña de las 100.000 Casas, con detalles sobre las jornadas de intercambio internacionales organizadas por la Building and Social Housing Foundation (BSHF), para promover el intercambio de conocimientos y la transferencia de buenas prácticas.

Building and Social Housing Foundation
Memorial Square
Coalville
Leicestershire
LE67 3TU
Reino Unido

Tel: +44 (0)1530 510444
Fax: +44 (0)1530 510332
Email: wha@bshf.org
Web: www.bshf.org/es
www.worldhabitatawards.org/es

 /worldhabitatawards
 /@bshf_wha



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Unas palabras de Community Solutions

Unas palabras de la Building and Social Housing Foundation (BSHF)

Unas palabras de Community Solutions

Community Solutions (Soluciones Comunitarias) trabaja por un futuro sin el problema de las personas sin hogar, adonde la pobreza no persigue a las familias más allá de una generación. La organización comenzó a partir de un desarrollador de vivienda sin fines de lucro y altamente exitoso de EEUU en la ciudad de Nueva York, luego de descubrir que los defectos en los sistemas públicos de viviendas y servicios sociales eran las primeras barreras que se interponían en el camino de llegar a un fin exitoso para el problema de las personas sin hogar (y muchos otros problemas sociales). Luego de que sistemas piloto claves rediseñaran las estrategias en la zona de Times Square de la Ciudad de Nueva York a principios de los años 2000, el equipo - en ese entonces todavía en incubación - de Community Solutions lanzó la Campaña de las 100.000 Casas en 2010 para ayudar a las comunidades de los EEUU a encontrar viviendas permanentes para 100.000 de las personas más vulnerables y sin hogar de largo plazo viviendo en las calles de América. Un año después, Community Solutions se lanzó como una organización sin fines de lucro independiente, contando con la Campaña como una de sus iniciativas principales.

La Campaña tuvo éxito en cuanto a definir un objetivo ambicioso, medurable y con un plazo urgente. Se les dio a las comunidades sólo cuatro años para alojar a 100.000 personas, sin la promesa de ningún recurso financiero. Las estrategias de la Campaña se centraron en ayudar a las comunidades a adoptar enfoques más exitosos, basados en evidencia (tales como vivienda con apoyo permanente y el enfoque vivienda primero), pero también en cuanto a ayudarles a cambiar la forma en la cual operaban sus sistemas. El equipo de la Campaña utilizó enfoques de diseño para ayudar a las comunidades a mejorar la colaboración a través de diversos organismos y organizaciones, junto con mejoramiento de calidad y estrategias de priorización para ayudarlos a optimizar los recursos existentes. Lo más importante, la Campaña pidió a todas las comunidades que monitoreen e informen sus colocaciones (aquellos a los que movieron de las calles a la vivienda cada mes) de manera transparente en el sitio web nacional de la Campaña cada mes. Se les enseñó a las comunidades a definir puntos de referencia del progreso en cuanto a los números que necesitaban para alcanzar el éxito, en lugar de hacerlo en cuanto a metas arbitrarias o requerimientos desconectados de los donantes. De esta manera, las comunidades pudieron decir por primera vez si estaban encaminadas para terminar con el problema de las personas sin hogar en una fecha límite específica propuesta en cualquier momento.

En 2015, el Urban Institute (Instituto Urbano) presentó una evaluación independiente de la Campaña, revelando que las estrategias innovadoras de Community Solutions habían ayudado a las comunidades de la Campaña a mejorar su desempeño de vivienda en un 300% y a reducir el problema de las personas sin hogar en tasas significativamente mayores que sus comunidades pares que no habían participado.



Foto: Community Solutions



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Unas palabras de Community Solutions

Unas palabras de la Building and Social Housing Foundation (BSHF)

Unas palabras de la Building and Social Housing Foundation (BSHF)

El Premio Mundial del Hábitat para soluciones de vivienda innovadoras y sostenibles fue presentado a la Campaña de las 100.000 Casas en el Foro Urbano Mundial del Programa de Asentamientos Humanos de las Naciones Unidas (ONU-Hábitat) en Medellín, Colombia, el viernes 11 de abril de 2014.

La Campaña de las 100.000 Casas recibió el premio en reconocimiento a sus inspiradores logros al enfrentar el problema de los veteranos sin hogar y personas sin hogar crónico a través de los Estados Unidos de América. Fundada sobre los principios de **Vivienda Primero**, y motivada por el éxito de ser pioneros en la **Iniciativa Street to Home (De la Calle a la Casa)** en la Ciudad de Nueva York, la Campaña se lanzó en julio de 2010. En los cuatro años siguientes, más de 105.000 de los individuos y familias sin hogar más vulnerables fueron alojados con éxito por las comunidades participantes. La metodología respaldada por la Campaña y los resultados alcanzados capturaron la atención a escala nacional y llevaron a aumentos significativos en el número de colocaciones de vivienda para aquellos crónicamente sin hogar, a través de múltiples comunidades. La campaña ha inspirado iniciativas similares en Canadá, Australia y Bélgica.

El comité de evaluación, que incluye miembros del Grupo Asesor de los Premios Mundiales del Hábitat y jueces internacionales del Programa de Asentamientos Humanos de las Naciones Unidas (ONU-Hábitat), se mostraron entusiasmados en el apoyo a la Campaña de las 100.000 Casas como merecido ganador del Premio Mundial del Hábitat, reconociendo sus logros significativos en apoyar a organizaciones y comunidades a trabajar juntas para lograr metas comunes. *Community Solutions* ha sido enormemente exitosa en combinar principios fuertes y fijos con prácticas flexibles, uniendo una visión compartida dentro de un entorno de innovación. Su uso de los datos ha sido resaltado como particularmente poderoso en medir el impacto real, y en motivar a las comunidades a encontrar nuevas formas de trabajar. La Campaña no sólo ha tenido éxito en salvar las vidas de algunas de las personas más vulnerables en los Estados Unidos de América al sacarlos de las calles, pero también en cuanto a cambiar actitudes hacia el problema de las personas sin hogar a escala nacional, atrayendo significativo apoyo financiero, tanto público como privado.

En Septiembre 2014, la *Building and Social Housing Foundation* (BSHF) organizó unas jornadas de intercambio a Los Ángeles con un grupo de **participantes internacionales**, de una serie de entornos distintos, para aprender sobre el trabajo de *Community Solutions* y entenderlo en su contexto, compartir sus propias experiencias y explorar oportunidades para la transferencia. Este informe contiene mucha información sobre el trabajo de *Community Solutions* y las jornadas del intercambio, como también enlaces a recursos adicionales. La BSHF tiene el privilegio de haber aprendido sobre este trabajo inspirador y desea felicitar a *Community Solutions* y a todas las comunidades involucradas por sus logros históricos y continuos en la misión de terminar con el problema de las personas sin hogar.



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Antecedentes

Cómo evolucionó la Campaña de las 100.000 Casas

Los principios fundamentales de la Campaña

Características clave de éxito

Financiación y costos

Impacto

Galería de imágenes

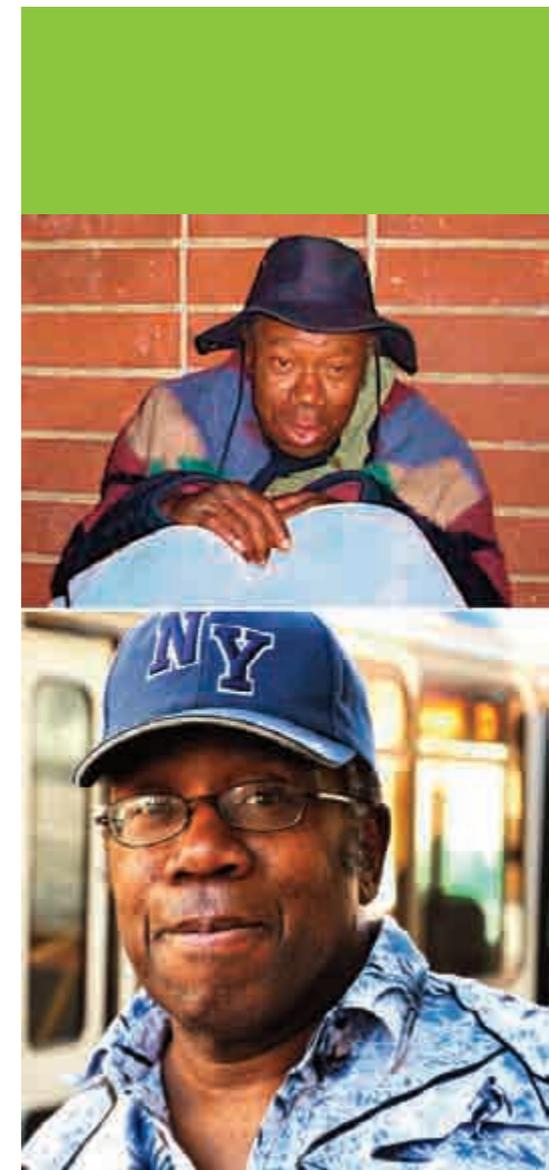
Antecedentes

Resumen

Para la mayoría de las personas que han experimentado la falta de hogar en los Estados Unidos, ello significa una crisis de corto plazo, pero para una minoría se torna una condición crónica. Los individuos crónicamente sin hogar tienen necesidades extremadamente complejas que prolongan su situación de falta de hogar y los hacen altamente dependientes de los costosos servicios del gobierno. El acceso a la vivienda para las personas sin hogar en los Estados Unidos se logra generalmente a través del programa de cupones Sección 8 (o el programa para veteranos sin hogar 'Administración de Vivienda de Apoyo para Veteranos' - VASH por sus siglas en inglés), llevado a cabo por el Departamento de Vivienda y Desarrollo Urbano de los EEUU. Los programas, una vez evaluados, dan derecho al solicitante a vivienda especial o del sector privado subsidiada. Sin embargo, el proceso para obtener los cupones puede ser particularmente difícil para aquellos que sufren de falta de hogar crónica y muchos no logran navegar los sistemas que les permitirían acceder a la vivienda. Existen numerosas organizaciones en los Estados Unidos trabajando con familias e individuos sin hogar, generalmente proporcionando servicios de alcance y apoyo directamente a aquellos viviendo en las calles.

Community Solutions, la organización que lanzó la Campaña de las 100.000 Casas, fue originalmente establecida como la unidad nacional y de innovaciones de *Common Ground*, una ONG (Organización No Gubernamental) basada en Nueva York. *Common Ground* reconoció los obstáculos enfrentados por los individuos crónicamente sin hogar y se dispuso a enfrentarlos. A través de esta iniciativa desarrollaron el método *Street to Home* (De la Calle a la Casa); un enfoque pionero para identificar, priorizar y alojar con urgencia a personas con falta de hogar crónica. El enfoque se centra en el principio de Vivienda Primero, el cual aboga por la provisión directa de vivienda a las personas sin hogar no sujeta a condiciones, acompañada por apoyo apropiado (por ejemplo en la forma de servicios de salud mental o de adicciones). De la Calle a la Casa identificó y alojó sistemáticamente a individuos vulnerables sin hogar viviendo en las calles de *Times Square* que tenían largas historias de falta de hogar, empezando con los casos más difíciles. Esto transformó las vidas y la salud de estos individuos y produjo una reducción duradera del 90% en la falta de hogar general presente en las calles del área cubierta. La innovación se expandió orgánicamente hacia otros barrios de la Ciudad de Nueva York y hacia otras ciudades. En 2010, *Community Solutions* lanzó la Campaña de las 100.000 Casas – un esfuerzo ambicioso para expandir su enfoque y transformar la respuesta del país al problema de las personas sin hogar.

Llevando adelante esta agenda, trabajando para crear relaciones significativas y sostenidas con y entre las comunidades, la Campaña de las 100.000 Casas movilizó cientos de organizaciones e individuos a través de los Estados Unidos para alcanzar (y exceder) esta meta dentro de un periodo de 4 años (entre 2010 y 2014). El éxito del enfoque llevó al reconocimiento de los principios de Vivienda Primero como mejores prácticas y a un apetito prolongado por resolver el problema crónico de las personas sin hogar, culminando en la iniciativa sucesiva, Zero:2016.



Alojado por el Fondo de Vivienda Skid Row



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Antecedentes

Cómo evolucionó la Campaña de las 100.000 Casas

Los principios fundamentales de la Campaña

Características clave de éxito

Financiación y costos

Impacto

Galería de imágenes

Cómo evolucionó la Campaña de las 100.000 Casas

Metodología De la Calle a la Casa

La metodología De la Calle a la Casa fue originalmente desarrollada en Times Square, Nueva York, por la ONG *Common Ground*. Inspirada por la Iniciativa Rough Sleeping (Durmiendo en las Calles) en el Reino Unido, en 2003 *Common Ground* buscó resolver el problema crónico de las personas sin hogar a nivel local. El proyecto recibió financiamiento inicial de \$75.000 de parte de JP Morgan Chase, e involucró a Becky Kanis (quien más tarde se convirtió en Directora de la Campaña de las 100.000 Casas) y dos miembros de **Americorps**. Mientras se exploraban las cuestiones relacionadas con el problema de las personas sin hogar en Times Square, el equipo se encontró con la sugerencia de que las personas con falta de hogar crónica son ‘resistentes a los servicios’. Ellos pusieron a prueba esta suposición preguntando a los individuos si ellos querían vivienda y encontraron que la respuesta era ‘sí’, pero aquellos con mayores necesidades no podían acceder los recursos de vivienda por los obstáculos dentro del sistema existente. Esto llevó a la creación de un camino altamente efectivo de apoyo intensivo para priorizar a la gente con falta de hogar crónico y posibilitarles mudarse a una vivienda permanente. El modelo De la Calle a la Casa fue adoptado por el Departamento de Servicios para Personas sin Hogar de la Ciudad de Nueva York como estrategia municipal en 2007. Entre 2008 y 2010, *Community Solutions* comenzó a apoyar a otras ciudades a replicar la metodología. La exitosa transferencia del enfoque llevó a *Community Solutions* a lanzar la Campaña de las 100.000 Casas, para ampliar el impacto del movimiento.

*Muchos de los mayores desafíos que afectan a las personas y a las comunidades son de hecho **problemas de diseño***

Las soluciones duraderas requieren un pensamiento inteligente, de diseño para unir sistemas fragmentados y optimizar recursos existentes

Enfocarse en los valores extremos – resolviendo el problema para la gente más difícil, más vulnerable y más costosa – producirá generalmente sistemas que funcionen para todos

Ver ‘*Community Solutions: Intercambio de Conocimientos*’ en la sección **Recursos adicionales**



Housed by OPCC



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Antecedentes

Cómo evolucionó la Campaña de las 100.000 Casas

Los principios fundamentales de la Campaña

Características clave de éxito

Financiación y costos

Impacto

Galería de imágenes

Cómo evolucionó la Campaña de las 100.000 Casas

Semana de Registro

Una parte central de la metodología desarrollada por *Common Ground* es la Semana de Registro, un enfoque intensivo para recolectar e inmediatamente procesar datos sobre cada individuo que se encuentre durmiendo en la calle, para proveer un entendimiento en tiempo real del alcance y naturaleza de la población sin hogar que se está encuestando. Las Semanas de Registro incluyen el reclutamiento y movilización de grupos de voluntarios para salir durante 3 noches temprano en la mañana (entre las 3 y 6am) para llevar a cabo encuestas de gente durmiendo en las calles. Los datos recogidos por los voluntarios son uniformes, a través del uso de **VI-SPDAT** (Índice de Vulnerabilidad y Herramienta de Priorización de Servicio y Asistencia de Decisión), desarrollado por *Community Solutions* para simplificar las comparaciones. Durante las Semanas de Registro, las comunidades identifican a cada individuo sin hogar por su nombre (con permiso), y buscan entender, a través de una serie de preguntas estándar, el nivel del riesgo de mortalidad de cada persona. La recolección de datos con este nivel de detalle permite a las comunidades priorizar efectivamente y apoyar directamente a los más vulnerables (definidos en este contexto como aquellos con mayor riesgo de muerte si continúan sin hogar) a obtener vivienda. El conocer a cada individuo sin hogar por su nombre se convirtió en un poderoso elemento del movimiento – humanizando el asunto, llenando de significado las estadísticas, y actuando como una herramienta para motivar y movilizar a la gente y a las organizaciones para la acción.

La Campaña

En Octubre de 2009, *Community Solutions* convocó a una reunión para considerar qué sería posible lograr teniendo en cuenta el éxito del enfoque hasta entonces. El éxito de los enfoques De la Calle a la Casa y Semana de Registro, puestos a prueba por comunidades pioneras, sugería que un enfoque llevado a escala podría ayudar a crear 100.000 colocaciones de vivienda en 4 años. *Community Solutions* pasó alrededor de 6 meses pre-inscribiendo comunidades para unirse al movimiento y la Campaña fue oficialmente lanzada en la Conferencia de la Alianza Nacional para Terminar con el Problema de las Personas sin Hogar en julio de 2010. Joe McCannon (Director de la Campaña 100.000 Vidas) se convirtió en el asesor de la Campaña.

La intención detrás de la Campaña era alcanzar escala no a través de la replicación, sino a través de la creación de un movimiento alrededor de una meta medible y ligada a un tiempo determinado. *Community Solutions* buscó construir una comunidad de aprendices no simplemente conectados uno al otro, sino también rindiendo cuentas entre ellos y utilizando un sentido compartido de urgencia y pertenencia. El enfoque de la campaña también permitió al movimiento contar su historia, celebrando públicamente el éxito e humanizando y personalizando el problema de las personas sin hogar.



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Antecedentes

Cómo evolucionó la Campaña de las 100.000 Casas

Los principios fundamentales de la Campaña

Características clave de éxito

Financiación y costos

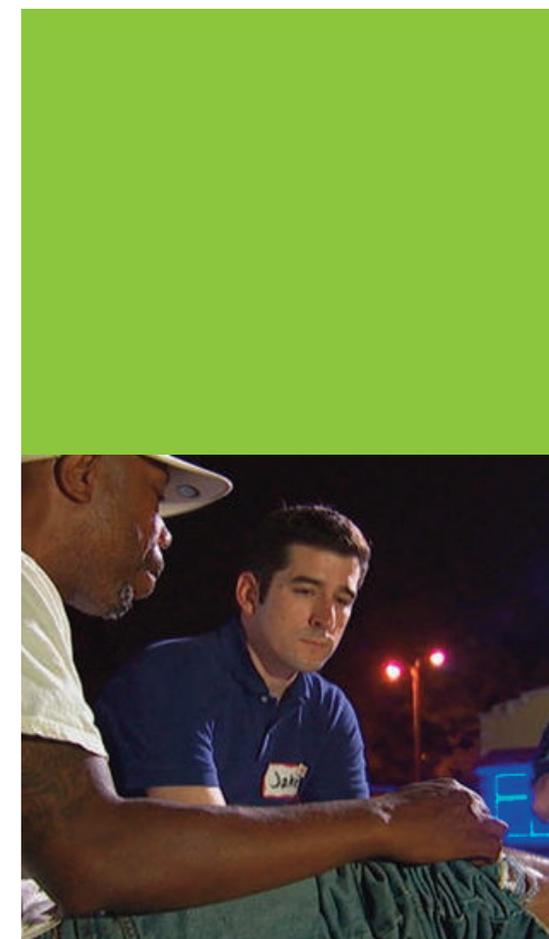
Impacto

Galería de imágenes

Los principios fundamentales de la Campaña (ver el Glosario en la sección Pasos siguientes)

Al llevar adelante el movimiento para resolver el problema crónico de las personas sin hogar, *Community Solutions* fomentó y promovió la innovación y flexibilidad. Sin embargo, se les solicitó a las comunidades que adopten y acojan 4 componentes clave, y aquellos que lo hicieron demostraron tener el mejor desempeño:

- 1. Vivienda Primero:** El concepto de Vivienda Primero está basado en la premisa de que la vivienda es una necesidad básica, y que el hecho de no satisfacer esa necesidad puede contribuir a empeorar los síntomas normalmente asociados con el problema de la falta de hogar (por ejemplo condiciones mentales severas, adicciones, comportamiento antisocial). El enfoque aboga, por lo tanto, por la provisión incondicional de vivienda para aquellos que no tienen hogar, y ha demostrado tener tasas de retención altamente efectivas y logrado marcadas mejoras en la salud de esos individuos.
- 2. Conocer a todos por su nombre:** Todos los individuos identificados con falta de hogar crónico deben ser conocidos por su nombre. Las personas identificadas durante las Semanas de Registro con mayor riesgo de morir en las calles sin ayuda eran identificadas públicamente durante sesiones informativas llevadas a cabo el día después de completar la encuesta. El enfoque creó gran visibilidad para la Campaña, y aumentó el sentido de urgencia entre las comunidades. El presentar a gente real en lugar de estadísticas fue clave y sirvió para humanizar eficazmente e inyectar un sentido de real urgencia.
- 3. Usar datos en tiempo real para mejorar:** *Community Solutions* reunió, publicó y actualizó datos en tiempo real. Su enfoque aprovechó el uso de los datos para lograr cambios reales, utilizándolos para tomar decisiones, medir e influir en el desempeño, determinar logros y poner a prueba supuestos. La Campaña alentó a las comunidades a presentar datos regularmente luego de cada Semana de Registro, y presentó el progreso utilizando una Tasa Mensual de Colocación de Vivienda. El uso de datos en tiempo real permitió un entendimiento genuino del impacto de las intervenciones, fomentó la innovación y competencia, y permitió que la actividad fuera efectivamente evaluada. A medida que el movimiento progresaba, *Community Solutions* desarrolló una serie de herramientas que utilizaban los datos para proporcionar apoyo adicional para las comunidades.
- 4. Priorizar recursos de vivienda:** *Community Solutions* trabajó para ayudar a las comunidades a agrupar servicios fragmentados en un sistema de vivienda único, local y confiable. Para apoyar a esta meta desarrollaron un proceso de Campo de Entrenamiento para la Colocación de Vivienda, para reunir a las organizaciones y ayudarles a rediseñar los procesos de colocación de vivienda. Se obtuvo la asistencia del Rapid Results Institute (Instituto de Resultados Rápidos) para ayudar a las comunidades a desarrollar nuevos procesos y aumentar su desempeño de manera rápida y significativa. Se ayudó a las organizaciones a trabajar juntas, compartir información y coordinar sistemas, permitiéndoles priorizar recursos de manera efectiva, y alojar rápidamente a los individuos altamente vulnerables con los servicios de apoyo.



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Antecedentes

Cómo evolucionó la Campaña de las 100.000 Casas

Los principios fundamentales de la Campaña

Características clave de éxito

Financiación y costos

Impacto

Galería de imágenes

Características clave de éxito

Una meta ambiciosa pero alcanzable para llevar a la gente a actuar diferente

Luego de lanzar la Campaña en 2010, en enero de 2012 *Community Solutions* determinó que la tasa de colocación de vivienda de las comunidades que se habían alistado en la Campaña, si continuaba, resultaría en la provisión de vivienda para sólo 30.000 casos cuando se alcanzara la fecha límite. Se calculó que para alcanzar la meta de 100.000, la tasa de inscripción (trayendo nuevas comunidades a bordo) debería aumentar en 3 comunidades por mes, y cada comunidad necesitaría estar alojando al menos 2,5% de su población con falta de hogar crónico cada mes. *Community Solutions* definió con cada comunidad su propia meta en la tasa de colocación y las alentó a recoger y presentar datos en tiempo real, lo cual era utilizado para presentar el progreso públicamente. Esto creó un sentido de competencia y fomentó la innovación, ya que las comunidades fueron forzadas a modificar la manera en la que trabajaban para alcanzar sus metas, creando un crecimiento exponencial en la cantidad de personas siendo alojadas. Antes de que se utilizara la meta del 2,5%, las comunidades estaban alojando (en promedio) el 1,76% de la población con falta de hogar crónica cada mes. Hacia el final de la campaña estaban alojando al 5,1% por mes.

Comunicación Efectiva

Comunicación Externa: La Campaña de las 100.000 Casas permitió a las comunidades utilizar enfoques de compromiso altamente efectivos para ganar la atención del público en sus actividades. *Community Solutions* se aseguró de que las comunidades que trabajaban para alojar a personas en el terreno recibieran crédito y reconocimiento cuando la Campaña aparecía en los medios, generando grandes volúmenes de caridad. La Campaña invirtió fuertemente en comunicaciones y en contar la historia, y se aseguró de que se emitieran mensajes claros sobre los beneficios y justificaciones del enfoque. *Community Solutions* desarrolló una base de evidencia extensa y humanizada que podía ser utilizada para interactuar con legisladores y con los medios. El enfoque se concentró en soluciones, y no en problemas. El uso de imágenes de 'antes y después' de las personas a las cuales se ayudó brindó un mensaje simple y poderoso sobre la campaña. Se invitó a los oponentes a participar en Semanas de Registro, lo cual ayudó a ganar apoyo, y las reuniones de la Semana de Registro se convirtieron en poderosos instrumentos para crear impacto e impulso.



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Antecedentes

Cómo evolucionó la Campaña de las 100.000 Casas

Los principios fundamentales de la Campaña

Características clave de éxito

Financiación y costos

Impacto

Galería de imágenes

Características clave de éxito

Comunicación Efectiva

Comunicación Interna: El sitio web de La Campaña de las 100.000 Casas brindó inspiración a las comunidades, incluyendo la cobertura continua del progreso, conteo del número de personas alojadas, resaltar los logros de las comunidades, mapeo de nuevas comunidades cuando se alistaban, y fomento de competencia saludable a través de la publicación del 'club del 2,5%' y de la 'Lista Totalmente Comprometida' (comunidades que alcanzaron o excedieron su meta de 2,5% en la Tasa de Colocación de Vivienda por tres meses continuos; y las comunidades que consistentemente presentaron su progreso cada mes).

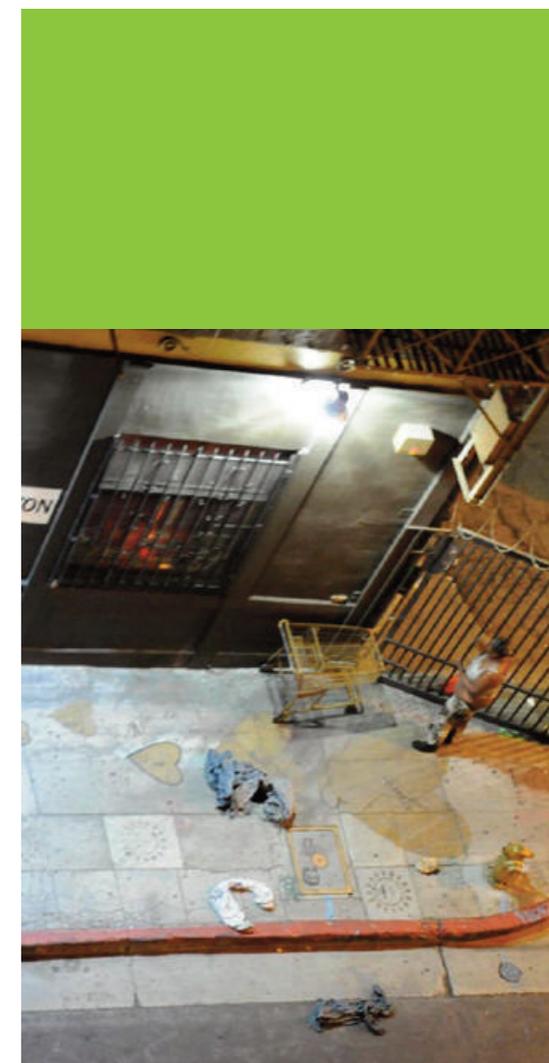
Community Solutions creó un Grupo de Facebook adonde se posteaban las preguntas y se compartían las respuestas. Esto fomentó una gran cantidad de interacción entre las comunidades y aumentó el impulso del movimiento. La infraestructura virtual proporcionada por *Community Solutions* ayudó a crear una comunidad de aprendizaje comprometida con la replicación y evolución de la metodología para alojar a las personas con falta de hogar crónico de manera rápida y efectiva.

Promoviendo una cultura positiva

La filosofía de la Campaña se enfocó en el cambio positivo, creando un entorno adonde los individuos y las comunidades se sentían capaces de innovar, y el cual tenía arraigado la apreciación, improvisación, disciplina y valentía. La cultura fomentada por *Community Solutions* rechazaba nociones de adueñamiento y control, compartiendo el reconocimiento de éxito lo más ampliamente posible. El proyecto les dio a las comunidades un modelo pero también les dio la libertad de innovar sin miedo a fallar. *Community Solutions* logró aprovechar y ampliar el entusiasmo a través de apoyar, facilitar y (sobre todo) celebrar las acciones de las comunidades participantes.

Como comunidades de la Campaña de las 100.000 Casas, no estamos interesados en quien logra reconocimiento o a quien se culpa. Estamos interesados en quien es alojado.

Manifiesto de la Campaña de las 100.000 Casas



Introducción

La Campaña de las 100.000 Casas

Jornadas de Intercambio

Sobre Community Solutions

Pasos siguientes y recursos adicionales

Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Antecedentes

Cómo evolucionó la Campaña de las 100.000 Casas

Los principios fundamentales de la Campaña

Características clave de éxito

Financiación y costos

Impacto

Galería de imágenes

Características clave de éxito

Facilitando la innovación

La Campaña desarrolló varias herramientas simples para ayudar a las comunidades a alcanzar sus metas, las cuales están disponibles libremente. Estas herramientas incluyen:

Herramienta de Auto-Evaluación de Comunidades: Una serie de preguntas desarrolladas para identificar prácticas específicas asociadas con las comunidades con mejor desempeño, para apoyar el mejor desempeño basado en datos y evidencia claros.

Índice de Vulnerabilidad: y Herramienta de Priorización de Servicio y Asistencia de Decisión (**VI-SPDAT**): Un método uniforme para recolectar y procesar información, permitiendo a las comunidades conocer a cada persona con falta de hogar crónico, identificada por su nombre, y priorizar aquellos individuos con mayor riesgo de muerte prematura. Debido a que los datos recolectados son uniformes, pueden proporcionar un panorama completo a través de varias comunidades y organizaciones en esas comunidades.

Herramienta de Análisis de Diferencia: Compagina los datos de VI-SPDAT (demanda) con la información sobre los recursos disponibles (oferta) para ayudar a las comunidades a determinar adonde existen las faltas o excedentes en la provisión existente y cuanta provisión adicional se necesita.

Herramientas para Saltar Barreras: Herramientas Hágalo-Usted-Mismo relacionadas a 18 factores correlacionados con altas tasas de colocación de vivienda.

Plataforma de Gestión de Desempeño y Comunicaciones (PGDC): Una plataforma basada en la 'nube' desarrollada por *Community Solutions* en asociación con *Palantir*, que apoya servicios simplificados en las comunidades para ayudarles a mover a las personas de la calle a las viviendas lo más rápido posible.

Campo de Entrenamiento para la Colocación de Vivienda de Resultados Rápidos: Un proceso co-diseñado por *Community Solutions* y *Rapid Results Institute* (Instituto de Resultados Rápidos), que reúne a varios organismos públicos y privados y les brinda apoyo para reformar sus sistemas de colocación de vivienda en 100 días. La intervención se llevó a cabo en áreas donde se consideraba probable tener el mayor impacto potencial, y ayudó exitosamente a esas comunidades a reducir a la mitad el número de pasos o días requeridos para alojar a una persona vulnerable, mejorando considerablemente la colocación estratégica de recursos escasos y aumentar las tasas de colocación.

abuse?
If any response is YES in questions 42 through 48, score 1 in the Column.
42. Ever been taken to a hospital against your will for a mental health issue?
43. Gone to the emergency room because you weren't feeling well or because of your nerves?
44. Spoken with a psychiatrist, psychologist or other mental health professional in the last six months because of your mental health – whether that was because someone insisted that you do so?
45. Had a serious brain injury or head trauma?
46. Ever been told you have a learning disability or developmental delay?
47. Do you have any problems concentrating and/or remembering?
OBSERVATION ONLY – DO NOT ASK:
48. Surveyor, do you detect signs or symptoms of severe, persistent, or severely compromised cognitive functioning?
If the Substance Use score is 1 AND the Mental Health score is 1, OR an X, then score 1 additional point for tri-morbidity.
If YES to question 49, score 1.
49. Have you had any medicines prescribed to you by a doctor that you haven't taken, had stolen, misplaced, or where the prescriptions were not yours?
If YES to question 50, score 1.
50. Yes or No – Have you experienced any emotional, physical, or other type of abuse or trauma in your life which you have not disclosed and/or which has caused your homelessness?
PRE-SCREEN WELLNESS SUBTOTAL

SCORING SUMMARY

DOMAIN	SUBTOTAL
GENERAL INFORMATION	
A. HISTORY OF HOUSING AND HOMELESSNESS	
B. RISKS	
C. SOCIALIZATION AND DAILY FUNCTIONS	
D. WELLNESS	
PRE-SCREEN TOTAL	



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Antecedentes

Cómo evolucionó la Campaña de las 100.000 Casas

Los principios fundamentales de la Campaña

Características clave de éxito

Financiación y costos

Impacto

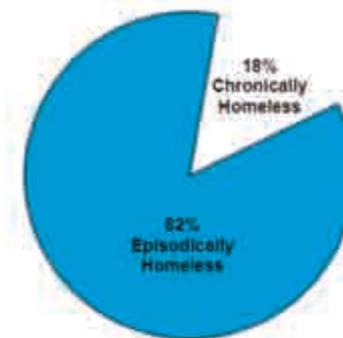
Galería de imágenes

Financiación y costos

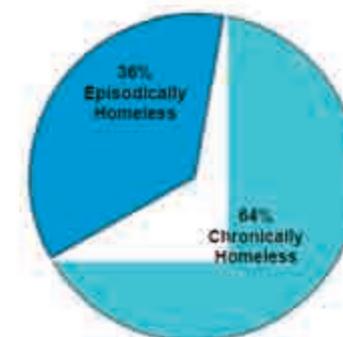
No se requirió inversión de capital para lanzar u operar la Campaña, y no se cobraba ningún costo a las comunidades por participar. Se consiguió financiación para lanzar y operar la Campaña de parte de fundaciones, corporaciones, donantes individuales y alguna financiación del gobierno. En 2013, *Community Solutions* recibió financiación más significativa de parte del gobierno federal, y ayuda de un proyecto nacional de apoyo a veteranos, pero la mayoría de los costos fueron financiados por contribuciones filantrópicas. Luego de la finalización de la Campaña, *Community Solutions* continúa ofreciendo servicios centrales a las comunidades en forma de consultoría por una modesta suma.

La Campaña alentó a las organizaciones que trabajan con comunidades a trabajar juntas de manera más efectiva, para agilizar los servicios de apoyo existentes y hacer que el sistema funcione mejor, logrando esto a través de mejorar la eficacia en lugar de inyecciones de financiación.

Además de los claros beneficios de la Campaña en cuanto a enfrentar serios problemas de la sociedad, la investigación ha demostrado que el enfrentar la falta de hogar crónica puede llevar a reducciones substanciales en los costos. En los Estados Unidos, el gasto en los individuos con falta de hogar crónica es desproporcionado a través de tanto el sistema de salud como el de justicia criminal. La investigación que medía el impacto de Vivienda Primero ha demostrado reducciones tanto en las estadías en hospitales como en encarcelamientos entre los antiguos individuos sin hogar que habían sido alojados a través del sistema de Vivienda Primero.



Portion of Homeless Population



Portion of Resources Consumed



Foto: Community Solutions



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Antecedentes

Cómo evolucionó la Campaña de las 100.000 Casas

Los principios fundamentales de la Campaña

Características clave de éxito

Financiación y costos

Impacto

Galería de imágenes

Impacto

La Campaña de las 100.000 Casas excedió su objetivo, alojando 105.580 individuos y familias con falta de hogar crónica al 31 de julio de 2014. Las comunidades que participaron en la Campaña desarrollaron una mayor capacidad y reforzaron sus posibilidades a través del trabajo en asociaciones.

La Campaña apoyó el desarrollo de infraestructura sostenible en las comunidades, creando participación intersectorial que produce resultados y posibilita intervenciones que ninguna organización podría alcanzar por si sola. Esta infraestructura, una vez desarrollada, puede ser utilizada para enfrentar otros temas además de la falta de hogar, y continuará apoyando a las comunidades en el largo plazo.

La Campaña ha tenido éxito en redefinir la falta de hogar crónica como un problema de salud pública urgente, alterando fundamentalmente el enfoque de los servicios de apoyo para enfrentarlo. Los métodos y el impulso generados por la Campaña han generado una serie de otras actividades, incluyendo la Campaña Zero:2016 para terminar con la falta de hogar en veteranos y la falta de hogar crónica en las comunidades participantes a través de los Estados Unidos, y la Campaña de las 20.000 Casas en Canadá.

Mayor información sobre las actividades influenciadas por la Campaña se encuentra disponible en la sección **Pasos siguientes y recursos adicionales.**



Foto: Community Solutions



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Antecedentes

Cómo evolucionó la Campaña de las 100.000 Casas

Los principios fundamentales de la Campaña

Características clave de éxito

Financiación y costos

Impacto

Galería de imágenes

Galería de imágenes



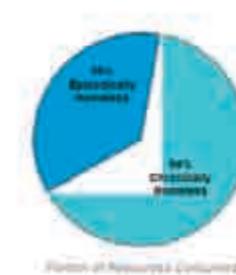
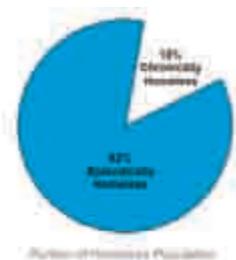
Un garabato en el muro de Community Solutions demostrando una cultura interna positiva (Foto:Community Solutions)



Alojado por el Fondo de Vivienda Skid Row



Las comunidades celebran sus logros en la campaña (Foto:Community Solutions)



Cómo la falta de hogar crónica consume recursos (Foto: Community Solutions)



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Antecedentes

Cómo evolucionó la Campaña de las 100.000 Casas

Los principios fundamentales de la Campaña

Características clave de éxito

Financiación y costos

Impacto

Galería de imágenes

Galería de imágenes



El Grupo de Facebook de la Campaña de las 100.000 Casas (Foto: Community Solutions)



Un gráfico demostrando el poder de un buen objetivo de colocación (Foto: Community Solutions)



El impacto de la campaña – la tasa de colocación de vivienda a través del tiempo y las comunidades participantes (Foto: Community Solutions)



Material de campaña de Community Solutions – Únete al movimiento (Foto: Community Solutions)



Introducción

La Campaña de las
100.000 CasasJornadas de
IntercambioSobre Community
SolutionsPasos siguientes y
recursos adicionalesSobre los Premios
Mundiales del Hábitat
y la BSHF

Sobre las jornadas de intercambio

Programa

Participantes de las jornadas de intercambio

Actividades de las jornadas de intercambio

Reflexiones de los participantes de las jornadas de intercambio

Galería de imágenes

Sobre las jornadas de intercambio

El Premio Mundial del Hábitat 2013 fue presentado a la Campaña de las 100.000 Casas, en reconocimiento al trabajo de *Community Solutions* y de todas las comunidades involucradas. La Campaña tuvo éxito en la rápida creación y expansión a escala de un movimiento para resolver la falta de hogar crónica a través de una serie de métodos altamente efectivos e innovadores, inspirando a más de doscientas comunidades a llevar a cabo el desafío de las 100.000 Casas y cambiando fundamentalmente actitudes hacia el problema de las personas sin hogar y la vivienda a través de los Estados Unidos.

Una amplia red de organizaciones e individuos apasionados y comprometidos trabajaron para apoyarse mutuamente en la priorización de sus vecinos más vulnerables y para encontrar nuevas maneras de llevarlos desde la calle a la vivienda segura con apoyo. En un periodo de 4 años, la Campaña ayudó a conectar a las comunidades y las apoyó para llevar adelante la agenda, y finalmente alojar a 105.580 personas previamente sin hogar.

En septiembre de 2014, la BSHF coordinó y financió unas jornadas de intercambio de 4 días con *Community Solutions* en Los Ángeles, en los Estados Unidos de América. La visita reunió a 14 participantes de 10 países distintos para brindar la oportunidad de aprender más sobre el proyecto de las 100.000 Casas, apoyar el intercambio internacional de conocimientos e ideas y crear un foro para explorar cómo el enfoque podría ser trasladado a otros contextos.

El programa de las jornadas de intercambio constó de una serie de actividades, incluyendo oportunidades para los participantes de compartir sus propias perspectivas y objetivos o expectativas en cuanto al intercambio. *Community Solutions* llevó a cabo una presentación exhaustiva de la Campaña durante la visita y los participantes tuvieron la oportunidad de adquirir conocimiento en profundidad sobre las actividades locales a través de presentaciones de parte de los Guías Comunitarios de Los Ángeles. Se obtuvo mayor entendimiento del contexto a través de visitas a las comunidades de Los Ángeles, incluyendo *Skid Row*, una zona conocida por sus estremecedores niveles de falta de hogar crónico, y una visita para ver un Sitio de Vivienda con Apoyo Permanente para conocer a algunas de las personas alojadas durante la Campaña. El intercambio proporcionó muchas oportunidades para la interacción entre participantes, posibilitando el intercambio de conocimientos tanto formal como informal.



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Sobre las jornadas de intercambio

Programa

Participantes de las jornadas de intercambio

Actividades de las jornadas de intercambio

Reflexiones de los participantes de las jornadas de intercambio

Galería de imágenes

Programa

Todas las presentaciones disponibles se encuentran en la sección de **Recursos adicionales**.

DIA 1: Resumen de las jornadas de intercambio y presentaciones

Presentación de *Community Solutions* y de la Campaña de las 100.000 Casas
 Sobre la BSHF y los Premios Mundiales del Hábitat
 Presentaciones de los participantes de las jornadas de intercambio
 Presentación del Fondo de Vivienda Skid Row y visita a *Skid Row*

DIA 2: Construyendo e inspirando un movimiento – Los ingredientes clave

Historia y resultados de la Campaña de las 100.000 Casas
 Inspirando y empoderando a los líderes – Construyendo un equipo de Campaña; Inspirando a los líderes comunitarios a actuar
 Utilizando datos para mejorar el desempeño
 Construyendo y utilizando asociaciones
 Construyendo un movimiento: Estrategias de comunicación

DIA 3: Aprendiendo de las comunidades de la Campaña de las 100.000 Casas

Resumen de la Campaña de las 100.000 Casas en Los Ángeles
 Panel de debate con los líderes comunitarios de las 100.000 Casas en Los Ángeles
 Visita al sitio de vivienda con apoyo permanente para conocer a personas alojadas a través del Esfuerzo de Inscripción de las 100.000 Casas
 Reuniones con los equipos de Campaña Comunitaria y Evaluación de Casos

DIA 4: Construyendo un sistema de colocación de vivienda

Construyendo un sistema de inscripción coordinado (SIC)
 Panel de debate con líderes del sistema de evaluación coordinado y del sistema de colocación de vivienda: cómo se materializa el SIC a nivel del terreno
 Compartir conocimientos para crear campañas similares (KnoSh)
 La Campaña de las 100.000 Casas: Las mayores decisiones y los errores más grandes
 Intercambio de ideas y devoluciones



Alojado por Hollywood 4WRD



Introducción

La Campaña de las
100.000 CasasJornadas de
IntercambioSobre Community
SolutionsPasos siguientes y
recursos adicionalesSobre los Premios
Mundiales del Hábitat
y la BSHFSobre las jornadas
de intercambio

Programa

Participantes de las
jornadas de
intercambioActividades de las
jornadas de
intercambio- Fragmentos de las
jornadas de
intercambio –
Community Solutions- Fragmentos de las
jornadas de intercambio:
Representantes de la
Comunidad de Los
ÁngelesReflexiones de los
participantes de las
jornadas de
intercambio

Galería de imágenes

Fragmentos de las jornadas de intercambio – Community Solutions

Todas las presentaciones y material de apoyo pueden encontrarse en la sección de **Recursos adicionales**.

¿Por qué enfocarse en solucionar el problema de la falta de hogar crónica y no el de todas las personas sin hogar?

Los individuos y familias con falta de hogar crónico son el grupo más urgente – el no solucionar estos casos extremos significa literalmente que estas personas podrían morir. El establecimiento exitoso de sistemas de Vivienda Primero para los casos más extremos ayuda a lograr un cambio sistémico. Sería posible ampliar el enfoque dependiendo del contexto, a través de diseñar respuestas a medida de las necesidades de aquellos que requieren ayuda.

¿No es el enfrentar el problema de las personas sin hogar un asunto del estado?

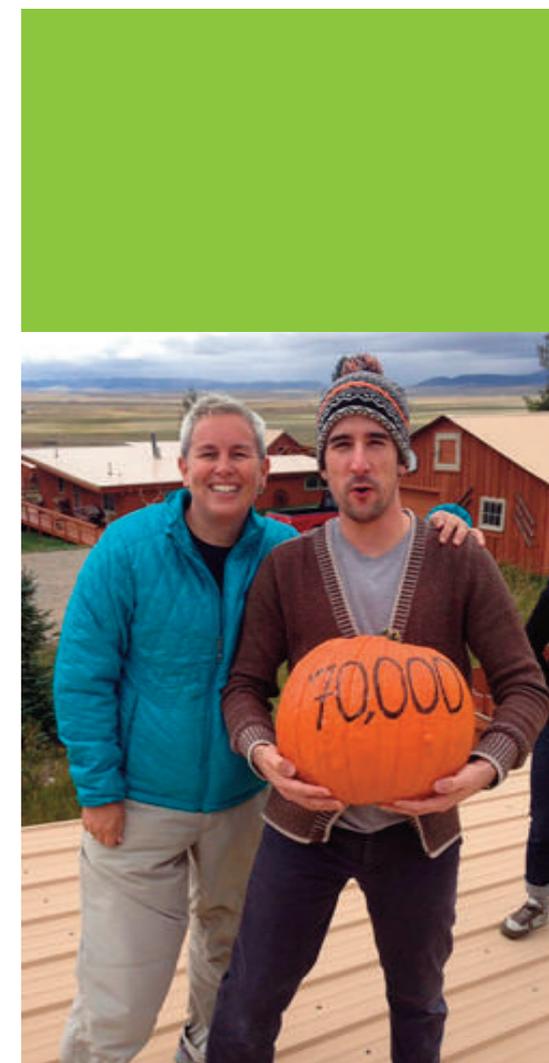
El proceso no exime al estado de la responsabilidad de enfrentar el problema de las personas sin hogar, pero ayuda a rediseñar los sistemas disponibles para solucionar los casos más severos y proteger a aquellos con mayor riesgo de muerte. ONGs generalmente realizan trabajos que deberían ser llevados a cabo por el estado – deberían estar liderando e innovando pero también necesitan ser francas, compartir sus conocimientos y experiencias y responsabilizar al estado.

Construyendo un movimiento – Estrategias de comunicación

Muchos principios fundamentales de la Campaña fueron derivados del libro “Switch: How to change things when change is hard” (Cambio: como cambiar las cosas cuando el cambio es difícil). Un principio central para el éxito de la estrategia de campaña fue la metáfora del elefante y el jinete – nuestros cerebros operan a nivel emocional (elefante) y racional (jinete) simultáneamente. Movilizar a las personas a la acción requiere tanto de lógica como de sentimientos – la campaña provocó una respuesta emocional para provocar la acción pero también pudo respaldar el enfoque con hechos concretos y datos.

La motivación emocional se logró utilizando secuencias y fotos de gente real y de cómo estos estaban siendo ayudados. Los informes públicos de la semana de inscripción galvanizaron el apoyo y atrajeron donaciones de fondos sustanciales. Se brindó entrenamiento en medios para permitir a las comunidades llevar a cabo sus propias comunicaciones y publicidad, y *Community Solutions* creó mayor impulso a través de presentar y promover el panorama más amplio – tanto en cuanto a la urgencia (la escala del problema) como a la posibilidad (el potencial de encontrar una solución).

La claridad en las comunicaciones fue fundamental para hacer crecer la Campaña. Un editor central (no-experto en el problema de las personas sin hogar o políticas relacionadas) se aseguró que cada documento importante que se compartía era ‘a prueba de jerga’, asegurando así su claridad. El equipo de Comunicaciones estuvo completamente involucrado en todo el proceso, creando relaciones en todos los niveles (a nivel de base con las comunidades así como también entre y para la organización).



Introducción

La Campaña de las
100.000 CasasJornadas de
IntercambioSobre Community
SolutionsPasos siguientes y
recursos adicionalesSobre los Premios
Mundiales del Hábitat
y la BSHF

Sobre las jornadas de intercambio

Programa

Participantes de las jornadas de intercambio

Actividades de las jornadas de intercambio

- Fragmentos de las jornadas de intercambio – Community Solutions

- Fragmentos de las
jornadas de intercambio:
Representantes de la
Comunidad de Los
Ángeles

Reflexiones de los participantes de las jornadas de intercambio

Galería de imágenes

Fragmentos de las jornadas de intercambio – *Community Solutions*

¿Cuáles son los secretos del éxito?

No temer (la Ley de John Cusack... “Mantener el equipo libre de temor”): Eliminar la culpa y criticismo. Infundir apreciación en todo lo que se haga – la apreciación es un gran factor motivacional. Enfrentar los peores temores utilizando MFAE (Modo Fracaso y Análisis de Efectos).

Disciplina: Instalar disciplina básica – un objetivo claro, chequeos de progreso regulares. Si se toma el cambio en serio se deben analizar los datos regularmente (semanalmente o diariamente) para saber realmente si se está logrando una diferencia.

Improvisación (la Ley de Miles Davis... “Dominar tu oficio requiere disciplina. Una vez dominado lo básico, se puede improvisar”): Intentar nunca decir “No” – en cambio dice “Si, y...” para estimular la improvisación. Conectar las habilidades de la gente con sus responsabilidades.

Libertad: Estimular a la gente a hacer cosas que aman hacer y darle la libertad de cometer errores y realizar ajustes (‘Fracasar Hacia Adelante’: Cometer errores está bien, siempre y cuando continúes aprendiendo de ellos).

Determinación: Concentrarse agresivamente en el objetivo y no esperar el consenso general – no es posible progresar si se espera que todos estén listos. Identificar y apoyar a ‘Agentes de Cambio’ que pueden ayudar a resolver temores y cambiar actitudes a través de la acción.



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Sobre las jornadas de intercambio

Programa

Participantes de las jornadas de intercambio

Actividades de las jornadas de intercambio

- *Fragmentos de las jornadas de intercambio – Community Solutions*

- *Fragmentos de las jornadas de intercambio: Representantes de la Comunidad de Los Ángeles*

Reflexiones de los participantes de las jornadas de intercambio

Galería de imágenes

Fragmentos de las jornadas de intercambio – *Community Solutions*

Convirtiendo los datos en algo 'sexy'...

La Campaña utilizó datos recolectados regularmente para motivar a la acción de manera efectiva, demostrando que optimizar el uso de recursos puede hacer una diferencia. Datos 'vivos' en el formato de un circuito mensual de devoluciones ayudaron a promover la competencia, a través de promover el trabajo de las comunidades que estaban completamente involucradas y aquellas que alcanzaron sus metas ("el club del 2,5%"). Una meta clara de copiar proporcionó un objetivo claro y aseguró que todos se mantengan enfocados.

Consejo sobre control de daños y atención negativa

Ocuparse de los Trolls utilizando datos e información – pero no comprometerse más de una vez si ellos no pueden ser convencidos. Elegir cuidadosamente cuando lidiar con temas controversiales tales como migrantes indocumentados.

Para resolver dilemas sobre la moralidad de priorizar personas con problemas de adicciones, *Community Solutions* pudo responder con un argumento de costos, demostrando que es más costoso mantener a la gente en falta de hogar crónico que la provisión de vivienda y apoyo – su enfoque brindó una solución rentable a un problema urgente sin requerir una justificación moral para llevarla a cabo.



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Sobre las jornadas de intercambio

Programa

Participantes de las jornadas de intercambio

Actividades de las jornadas de intercambio

- Fragmentos de las jornadas de intercambio – Community Solutions
- **Fragmentos de las jornadas de intercambio: Representantes de la Comunidad de Los Ángeles**

Reflexiones de los participantes de las jornadas de intercambio

Galería de imágenes

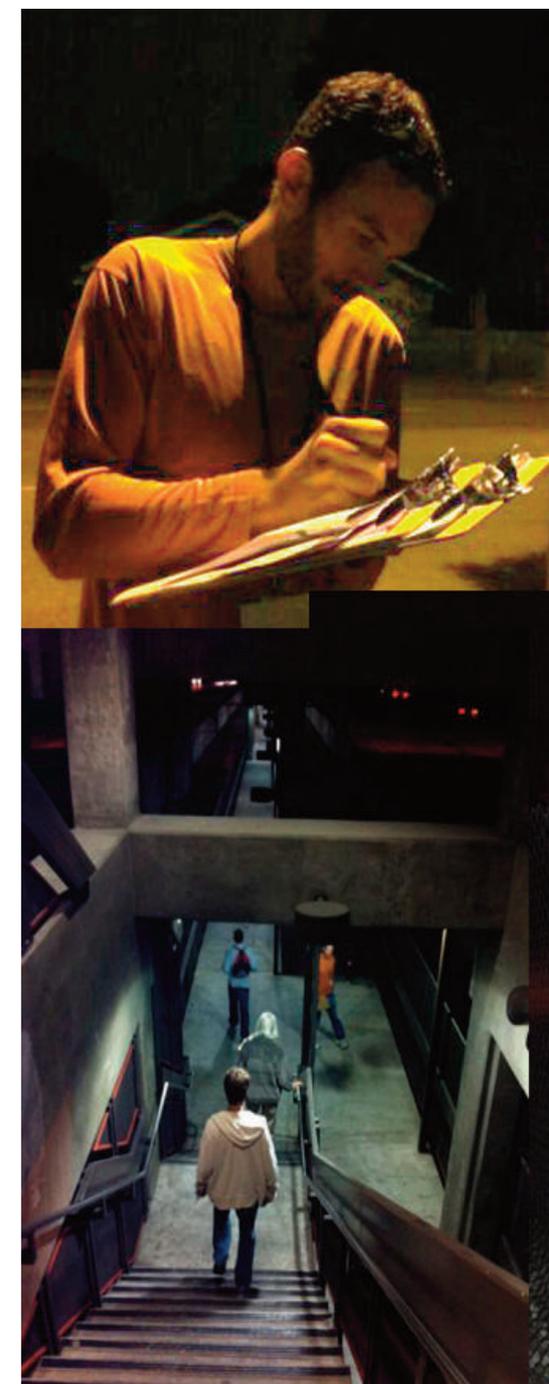
Fragmentos de las jornadas de intercambio: Representantes de la Comunidad de Los Ángeles

Sobre el movimiento en Los Ángeles

En el comienzo las comunidades tenían dudas sobre el comprometerse con una tarea imposible (alojar a la gente cuando la vivienda era percibida como no disponible) pero el enfoque proporcionó claridad y convirtió el desafío en algo más manejable. Inicialmente también las personas sin hogar eran escépticas y no confiaban en el sistema. Sin embargo, a medida en que las cosas progresaban, las relaciones mejoraron y las expectativas y demandas comenzaron a aumentar.

El movimiento de Los Ángeles comenzó con una ‘coalición de los dispuestos’. Más tarde, más comunidades se sumaron luego de ver el progreso realizado. A finales de la Campaña, las comunidades participantes en Los Ángeles alcanzaron 8.710 colocaciones de vivienda (una Tasa de Colocación de Vivienda mensual de 2,74%). Tuvieron éxito mediante el desarrollo de asociaciones amplias (por ejemplo, con dueños de vivienda del sector privado) y trabajando para establecer confianza en las comunidades.

Las comunidades en Los Ángeles se encuentran actualmente trabajando juntas en una estrategia nacional para resolver el problema de la falta de hogar crónica. Con apoyo del Instituto de Resultados Rápidos, en 100 días diseñaron una estrategia de intervención para aumentar la tasa mensual de colocación de vivienda. En el periodo de 100 días se llevaron a cabo 2 días de ‘Campos de Entrenamiento’ cada mes, reuniendo a 100 personas de 58 comunidades para trabajar en el objetivo compartido de terminar con el problema de las personas con falta de hogar crónica. Los Campos de Entrenamiento comenzaron con juegos de formación de grupos tales como el ejercicio de la pelota de tenis para instaurar confianza y fomentar la innovación.



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Sobre las jornadas de intercambio

Programa

Participantes de las jornadas de intercambio

Actividades de las jornadas de intercambio

- Fragmentos de las jornadas de intercambio – Community Solutions
- **Fragmentos de las jornadas de intercambio: Representantes de la Comunidad de Los Ángeles**

Reflexiones de los participantes de las jornadas de intercambio

Galería de imágenes

Fragmentos de las jornadas de intercambio: Representantes de la Comunidad de Los Ángeles

Mensajes clave

El entrenamiento es importante para asegurar que se transmita el mensaje correcto de manera consistente. La redefinición del problema es clave para cambiar la prioridad hacia los más vulnerables (el sistema tiene fallos – la oferta de vivienda existe pero las personas incorrectas están arriba de montón). La semana de inscripción es altamente efectiva en crear conciencia e impulso, y puede también ser utilizada como herramienta para reclutar y convertir a comunidades u opositores reacios. La rentabilidad es un poderoso argumento para presentar a aquellos reacios al sistema de Vivienda Primero.

Sobre Skid Row

La estrategia de desarrollo espacial de Los Ángeles ha sido mantener a la población sin hogar ‘fuera de vista, fuera de la mente’. Los ciudadanos de Los Ángeles son apartados del ‘centro’ de los residentes sin hogar y no interactúan con ellos. Los participantes de las Jornadas de Intercambio estaban impactados por el alcance y la severidad del problema en Skid Row, especialmente siendo en uno de los países más ricos del mundo.

Sobre la Campaña Casa para Siempre

En 2011, United Way del Gran Los Ángeles y la Cámara de Comercio de LA crearon el Cuerpo Especial de Líderes de Negocios y lanzaron Casa para Siempre (CPS), una campaña para terminar con el problema de las personas con falta de hogar crónico en el Condado de LA. Su plan de acción describió los pasos necesarios para terminar con la falta de hogar crónica y de veteranos en LA y fue firmado por una multitud de asociados de distintos sectores. En septiembre de 2011, donantes de fondos del sector público y privado se reunieron en la campaña Casa para Siempre para crear un enfoque más coordinado para financiar vivienda permanente con apoyo (VPA) para las personas con falta de hogar crónico a través de la creación de una Colaboración de Donantes de Fondos. La Colaboración se formó para reunir a asociados públicos y privados y crear un proceso de solicitud único y alinear prioridades y decisiones de financiación. La Colaboración de Donantes de Fondos proporcionó una subvención para apoyar el Proyecto Piloto del Sistema de Inscripciones Coordinado de Skid Row (SCI). El proyecto piloto de SIC busca reunir a las comunidades para mejorar el sistema de vivienda, con apoyo de Community Solutions. El proceso se benefició ampliamente de reunir a las personas y construir relaciones, y descubrir que las barreras para el progreso son casi siempre internas o son sólo un ritual.



Alojado por Austin ECHO



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Sobre las jornadas de intercambio

Programa

Participantes de las jornadas de intercambio

Actividades de las jornadas de intercambio

- Fragmentos de las jornadas de intercambio – Community Solutions
- **Fragmentos de las jornadas de intercambio: Representantes de la Comunidad de Los Ángeles**

Reflexiones de los participantes de las jornadas de intercambio

Galería de imágenes

Fragmentos de las jornadas de intercambio: Representantes de la Comunidad de Los Ángeles

Sobre la construcción de un Sistema de Inscripciones Coordinado

El objetivo: 100 personas tenían 100 días para desarrollar e implementar un Sistema de Inscripciones Coordinado para Los Ángeles. El proyecto piloto excedió sus metas, alcanzando 137% del objetivo.

La meta de 100 días aseguró foco y productividad. El proyecto comenzó con una ‘coalición de los dispuestos’ trabajando en grupos (con 12-15 personas). Los Equipos de la Zona de Provisión de Servicios (ZPS) incluyeron personas trabajando en terreno que no eran generalmente reconocidos a nivel de políticas. El trabajo redefinió sus roles y les permitió influenciar políticas de manera más efectiva. Los factores de éxito incluyen:

- Una filosofía compartida (reducir la competencia a través del entendimiento de que las necesidades individuales varían).
- Un proceso de evaluación común (**VI-SPDAT**). La finalización de este ejercicio demostró que 69% de los individuos sin hogar encuestados necesitaban intervenciones de tiempo limitado (6-18 meses). El conocer a todas las personas sin hogar por su nombre mantiene a todas las partes enfocadas en la meta.
- Una base de datos común que contiene y comparte información entre las partes. Se instalaron ‘Navegadores de Vivienda’ para proveer actualizaciones coordinadas sobre nuevas oportunidades de vivienda, asociados, recursos y otras oportunidades. Se asigna (al azar) a una persona en cada Zona de Provisión de Servicios como ‘Navegador de Vivienda Líder’ para proporcionar un punto de referencia.
- Uso de hitos y medidas comunes: Evaluar, Ayudar, Asignar (ayudar a los solicitantes a obtener los documentos adecuados, acompañarlos a las citas), utilizando una estructura común que reúne servicios y recursos para que las personas puedan acceder al apoyo fácilmente.
- Utilizar recursos apropiadamente (el principio de MacGyver) para priorizar a los más vulnerables (por ej., ‘Roger’ estaba demasiado enfermo para estar en fila por la vivienda por lo que no la consiguió a pesar de que su necesidad era la mayor). Mejorar esfuerzos colaborativos es fundamental para mejorar los procesos – por ejemplo, la comunidad de Los Ángeles trabajó para mejorar las relaciones con del Departamento de Policía de Los Ángeles (DPLA). Además, una red de liderazgo de pares ha sido establecida (incluyendo individuos que vivieron previamente en las calles proporcionando servicios de alcance y apoyo).
- Permitir los errores: Comenzar por lo pequeño, proporcionar actualizaciones cada tres meses, progresar las cosas de manera incremental. Siempre desafiar el statu quo – ¿qué funciona y cómo lo aumentamos? ¿Qué podría ser mejor? Las comunidades se involucraron en debates de foros abiertos sobre cómo brindar apoyo unas a otras, colaborando para compartir recursos y crear vínculos directos.
- Acoger el espíritu de reciprocidad y apoyo y celebrar el éxito de manera significativa.



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Sobre las jornadas de intercambio

Programa

Participantes de las jornadas de intercambio

Actividades de las jornadas de intercambio

Reflexiones de los participantes de las jornadas de intercambio

Galería de imágenes

Reflexiones de los participantes de las jornadas de intercambio

Vivienda Primero

El éxito del enfoque de Vivienda Primero utilizado en la Campaña de las 100.000 Casas inspiró a muchos de los participantes a impulsar la adopción del mismo en su propio contexto.

Datos

El uso de datos creó un gran impacto y podría ser aplicado en la mayoría de los contextos. En particular, la forma en la cual la campaña utilizó los datos para crear un sentido de urgencia y proximidad con los individuos que necesitaban apoyo. Esto tiene aplicaciones posibles tanto en países desarrollados como en aquellos en desarrollo.

En campaña

inspiradoras, así como también lo fue la cultura del equipo de Community Solutions de fomentar la dedicación y el trabajo arduo, infundiéndolo con reconocimiento y celebración de los logros. El potencial de una idea para difundir con el nivel justo de dedicación y motivación, respaldado por datos reales y el objetivo de aprendizaje y mejoras constantes, fue claramente demostrado por el equipo de Community Solutions y por las comunidades involucradas en el intercambio.

El enfoque de la Campaña, en particular el negarse a esperar consensos, también influyó el pensamiento de los participantes – la idea de ganar impulso a través de la participación inicial y el entusiasmo de los primeros pioneros (la ‘coalición de los dispuestos’) y de los adalides del cambio, hacen que el comienzo parezca más fácil de lograr.

El poder de un objetivo

El tener una meta ambiciosa y compartida claramente tuvo éxito en generar y renovar continuamente el entusiasmo e inercia de la gente, cómo lo hizo la estrategia de la Campaña de promover resultados positivos y resaltar los ‘puntos brillantes’.



Introducción

La Campaña de las
100.000 CasasJornadas de
IntercambioSobre Community
SolutionsPasos siguientes y
recursos adicionalesSobre los Premios
Mundiales del Hábitat
y la BSHFSobre las jornadas
de intercambio

Programa

Participantes de las
jornadas de
intercambioActividades de las
jornadas de
intercambioReflexiones de los
participantes de las
jornadas de
intercambio

Galería de imágenes

Reflexiones de los participantes de las jornadas de intercambio

Trabajando en colaboración

El poder de construir relaciones fue claramente fundamental para el éxito del movimiento. Esto significó llevar a la gente a tener fe ciega, creando confianza y creyendo en la solución. El uso de herramientas prácticas para establecer redes informales (tales como el Grupo de Facebook) fue también claramente importante para el éxito del proyecto. El equipo de *Community Solutions* enfatizó la importancia de 'dejar ir' y permitir a la gente adaptarse a sus propias soluciones, mientras que se asegura la aceptación universal de valores centrales – el logro de conseguir a tantas comunidades a alistarse a una meta compartida es testamento del compromiso y enfoque del equipo de la Campaña.

"El proyecto se trata de replicar pero sin límites estrictos – es como dejar a muchas personas hacer sus propias albóndigas. Las recetas son todas distintas, pero todos terminan con albóndigas..."

Ninna Hoegh, Participante de las jornadas de intercambio

Semana de registro

El poder que tiene el conocer a la gente por su nombre y conocer sus historias no debe subestimarse. En particular, parecía re-encender la pasión de la gente trabajando con personas sin hogar y crear un sentido de urgencia que no puede ser logrado con otros enfoques de recolección de datos, también creando un sentido de dignidad para los individuos sin hogar siendo asistidos. El registro también demostró ser una herramienta útil para convencer a los oponentes del enfoque de cambiar su mentalidad.

Sacar lo mejor de la gente

El enfoque que utilizó la campaña en cuanto a asegurar que la gente desatara su 'genio interior' es algo que los participantes pueden llevarse a casa y explorar, en particular el concentrarse en permitir a la gente explotar sus fortalezas. Los participantes se inspiraron en la actitud 'sólo hazlo' de la Campaña – que alienta a la gente a perseguir sus metas a pesar de que los otros digan "No" y refuerza la idea de que las organizaciones deberían priorizar el servir a las personas sin hogar tan efectivamente y urgentemente como puedan. La idea de 'fracasar hacia adelante' (*cometer errores está bien, siempre y cuando continúes aprendiendo de ellos*) fue claramente fundamental para alentar la innovación y la experimentación. La Campaña apoyó la creación de un entorno que inspiró y apoyó a las comunidades a intentar cosas nuevas, en particular a partir de no tener todo planeado desde el comienzo (*"No necesitas ver toda la escalera, sólo debes tomar el primer escalón"*). La idea de que la gente en todos los niveles estaba comprometida y que generalmente los 'agentes de cambio' venían de sectores con poca experiencia, resonó en los participantes. La importancia de dar crédito y compartir el éxito también apareció muy claramente.



Introducción

La Campaña de las
100.000 CasasJornadas de
IntercambioSobre Community
SolutionsPasos siguientes y
recursos adicionalesSobre los Premios
Mundiales del Hábitat
y la BSHFSobre las jornadas
de intercambio

Programa

Participantes de las
jornadas de
intercambioActividades de las
jornadas de
intercambioReflexiones de los
participantes de las
jornadas de
intercambio

Galería de imágenes

Reflexiones de los participantes de las jornadas de intercambio

Forjando relaciones internacionales

Los participantes pudieron establecer vínculos con sus contrapartes en distintos países y entender mejor los enfoques compartidos y creencias sobre el tema de las personas sin hogar.

Oportunidades de transferenciaEuropa

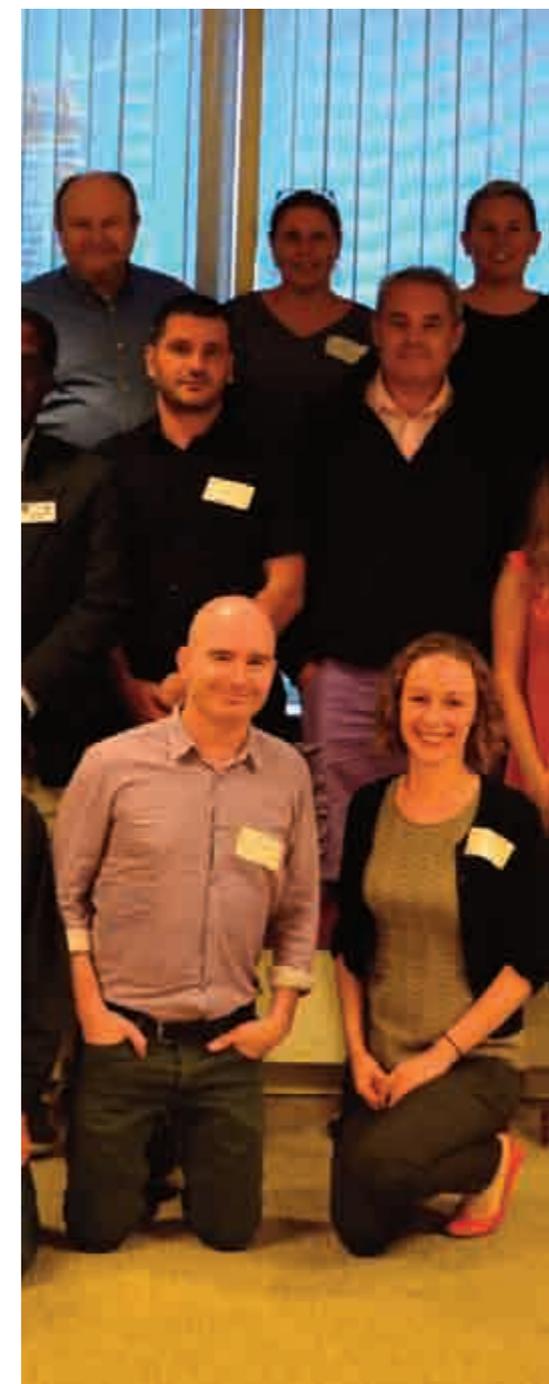
En Europa existen oportunidades para la investigación coordinada, inversión, servicios y capacitación. El uso de una meta común podría también ser efectivo a nivel regional, particularmente con el uso mejorado de datos y el mismo compromiso para la improvisación a través de la disciplina. Sin embargo, la UE es una región mucho más 'joven' con mucha más diversidad (de idioma, cultura, actitudes hacia el problema de las personas sin hogar y demás).

Los participantes se entusiasmaron con explorar cómo transferir el enfoque de la campaña a sus propios contextos, pero existen algunas preocupaciones sobre cómo funcionaría el enfoque en sistemas más estructurados de provisión de vivienda (por ejemplo en Dinamarca, Francia o el Reino Unido). El cómo lograr la colaboración es también visto como un desafío, adonde muchas ONGs compiten por el mismo fondo de escasos recursos.

Dinamarca

Existen oportunidades para implementar una versión similar pero diferente de la campaña en el contexto Danés. El enfoque de la Semana de Registro de tomar fotos y utilizar información personal puede ser controversial y difícil de transferir. En particular, puede haber preocupaciones de que el enfoque resulte en sobre-delegar al sector voluntario servicios que el estado debería proveer. Podría haber también una resistencia cultural hacia cualquier propuesta de cambio en el enfoque.

El financiamiento en el sector de la falta de hogar en Dinamarca ha ido moviéndose hacia el otorgamiento de becas más grandes para menos organizaciones, lo cual puede proporcionar un incentivo para las organizaciones más chicas para trabajar juntas de manera más efectiva.



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Sobre las jornadas de intercambio

Programa

Participantes de las jornadas de intercambio

Actividades de las jornadas de intercambio

Reflexiones de los participantes de las jornadas de intercambio

Galería de imágenes

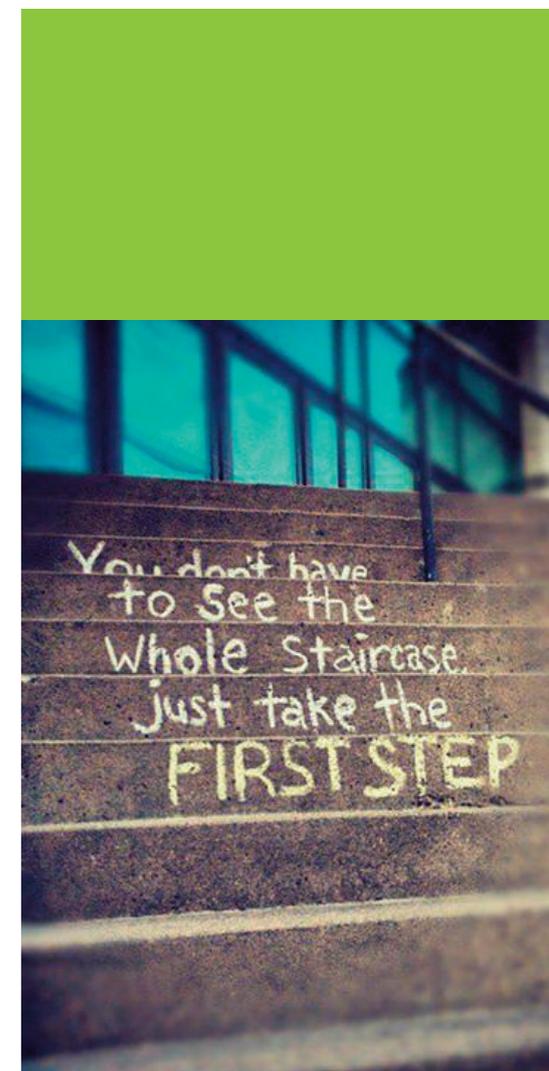
Reflexiones de los participantes de las jornadas de intercambio

*Oportunidades de transferencia**India*

Si bien el contexto es totalmente diferente, el enfoque de la Campaña en cuanto a crear presión para responder a una cuestión social urgente es transferible a cualquier contexto. Así también es la idea de que el acceso a los servicios existentes puede ser mejorado para los miembros más vulnerables de la sociedad a través de mejores conexiones en la provisión y mejor trabajo conjunto entre las ONGs. El uso de datos para proporcionar evidencia 'en vivo' y crear una sensación de urgencia y responsabilidad es también muy transferible. La idea de usar una estrategia de Campaña para llevar a escala soluciones que se saben efectivas a nivel local podría ser aplicada en el contexto de países en desarrollo, relacionada con muchas formas distintas de provisión de servicios (por ejemplo, la universalización de instalaciones básicas o de sanidad).

Los desafíos para la transferencia en India están relacionados con la magnitud mucho mayor del problema de la falta de hogar y los tugurios – existe tanto una carencia de existencias real (necesidad de construir viviendas) y falta de apoyo para permitir a las personas acceder a viviendas allí donde están disponibles. A pesar de que esa es una diferencia contextual clave, India es una economía en crecimiento y mucho del desarrollo urbano de viviendas está ocurriendo a través del trabajo de los residentes de tugurios, lo cual representa un gran recurso potencial para llevar a escala las soluciones. Es factible desarrollar un enfoque que cree una actitud de 'se puede' hacia la rehabilitación de tugurios y el enfrentar el problema de la falta de hogar, inspirado por la Campaña de las 100,000 Casas.

La transferencia de algunos aspectos de la Campaña, tales como la Semana de Registro, es difícil considerando la gran escala del problema en India. Una alternativa posible al reclutamiento de voluntarios podría ser la creación de oportunidades de registro a nivel comunitario para que la gente dé un paso adelante. Podría ser, a través del tiempo, posible comenzar a reunir barrios para enfrentar juntos el problema de la falta de hogar.



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Sobre las jornadas de intercambio

Programa

Participantes de las jornadas de intercambio

Actividades de las jornadas de intercambio

Reflexiones de los participantes de las jornadas de intercambio

Galería de imágenes

Galería de imágenes



Los Ángeles



El grupo de las jornadas de intercambio en Community Solutions



El juego de la pelota de tenis – ejercicio de equipo para promover la innovación



El recorrido de los totalmente comprometidos – Comunidades de LA totalmente comprometidas con los principios de la campaña



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Sobre las jornadas de intercambio

Programa

Participantes de las jornadas de intercambio

Actividades de las jornadas de intercambio

Reflexiones de los participantes de las jornadas de intercambio

Galería de imágenes

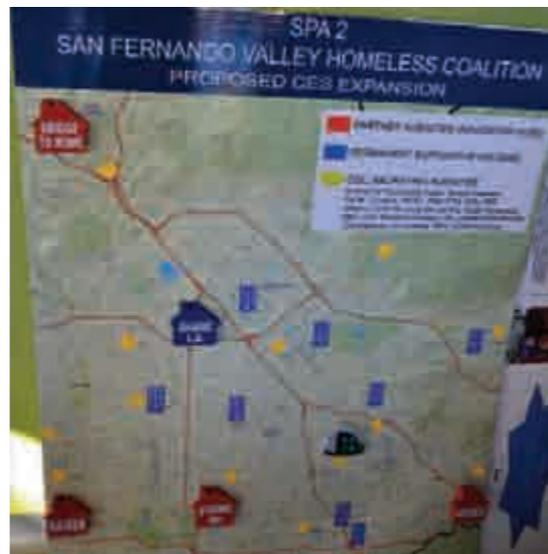
Galería de imágenes



Trabajo del grupo de las jornadas de intercambio



La fila para el refugio de la misión de medianoche en Los Ángeles



Mapa del alcance del Sistema de Inscripciones Coordinado de LA en el muro de la Coalición por las Personas sin Hogar del Valle de San Fernando



Consejo de United Way – Colaboración Diferente (Foto:United Way)



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Sobre las jornadas de intercambio

Programa

Participantes de las jornadas de intercambio

Actividades de las jornadas de intercambio

Reflexiones de los participantes de las jornadas de intercambio

Galería de imágenes

Galería de imágenes



Visita de las jornadas de intercambio a United Way



Poster en el muro de United Way



El grupo visita el centro de vivienda de la Fundación Mark Taper



Skid Row en Los Ángeles



Introducción

La Campaña de las
100.000 CasasJornadas de
IntercambioSobre Community
SolutionsPasos siguientes y
recursos adicionalesSobre los Premios
Mundiales del Hábitat
y la BSHF

Sobre Community Solutions

Sobre *Community Solutions*

Community Solutions lanzó y coordinó la Campaña de las 100.000 Casas. La organización continúa trabajando para terminar con el problema de las personas sin hogar y para ayudar a barrios de bajos recursos a enfrentar el complejo desafío de la pobreza intergeneracional, poniendo en práctica las lecciones surgidas de la historia de las 100.000 Casas. *Community Solutions* surgió de la organización de vivienda sin fines de lucro basada en Nueva York *Common Ground*. *Common Ground* descubrió que a pesar de que se construía mayor vivienda con apoyo y de que existía más financiamiento para refugios y otros programas de alivio, el problema de las personas sin hogar continuaba creciendo. Esto llevó a un esfuerzo localizado y con metas claras para solucionar el problema de las personas sin hogar y a lograr grandes mejoras en la reducción de la falta de hogar en Times Square, Nueva York, simplemente a través de mejor coordinación y priorización de recursos relacionados con la vivienda. El éxito de este enfoque llevó a la creación de *Community Solutions* en 2011 con el objetivo de no sólo terminar con el problema de las personas sin hogar, sino también solucionar los problemas que pueden llevar a la falta de hogar.

Community Solutions se apoyó en herramientas y estrategias exitosas de sectores inesperados tales como el sector de asistencia médica, industrial y diseño para ayudar a las comunidades a ser más efectivas en la resolución de problemas. La adaptación de estas estrategias para los servicios cívicos y humanos apoya la sabiduría natural y la capacidad de los miembros de la comunidad para desarrollar e implementar sus propias soluciones. La organización trabaja actualmente sobre una serie de problemas sociales que contribuyen al problema de la falta de hogar – desde la pobreza concentrada hasta la salud pública urbana.

El proceso colaborativo de *Community Solutions* busca producir servicios locales más efectivos, comunidades más conectadas y resilientes, reducir los costos para los contribuyentes y lograr mejores vidas para las personas con dificultades.

Community Solutions lleva a cabo una serie de actividades y ofrece apoyo y conocimientos especializados para lograr sistemas mejorados en los servicios humanos. Estas actividades incluyen:

- Provisión de experticia y apoyo en el desarrollo de estrategias eficientes de datos
- Apoyar enfoques colectivos y colaborativos para solucionar la fragmentación de servicios en las comunidades desfavorecidas
- Experticia en la transformación física y desarrollo, brindando apoyo para el planeamiento participativo y procesos de diseño para ayudar a revitalizar los barrios.

**COMMUNITY
SOLUTIONS**
cmtysolutions.org



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Ampliación a escala y transferencia

Aplicaciones más amplias

Recursos adicionales (en inglés)

Glosario de términos

Ampliación a escala y transferencia

El impacto de la Campaña de las 100.000 Casas resonó ampliamente a través de los Estados Unidos y más allá. Muchas de las comunidades que adoptaron la Campaña continúan trabajando juntas más efectivamente que nunca. Las lecciones e impulso que surgieron del proceso están siendo activamente transferidas a través de distintas líneas de actividad.

Campaña Zero:2016

Continuando con el impulso de la Campaña de las 100.000 Casas, *Community Solutions* lanzó la Campaña **Zero:2016** en enero de 2015. La Campaña Zero: 2016 ha reclutado a 71 comunidades comprometidas a terminar con el problema de la falta de hogar en veteranos para fines del año 2015 y terminar con la falta de hogar crónica un año después. El logro exitoso de estas metas creará un 'momento crítico' para demostrar a otras comunidades que el objetivo es alcanzable, creando presión para que otros adopten la misma postura.

Campaña de las 20.000 Casas, Canadá

La Campaña de las 20.000 Casas es un movimiento nacional liderado por la Alianza Canadiense para Terminar con el Problema de las Personas sin Hogar, inspirada por la Campaña de las 100.000 Casas. La campaña se llevará a cabo desde junio de 2015, con el 1 de julio de 2018 como fecha límite para alcanzar la meta de la Campaña.



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Ampliación a escala y transferencia

Aplicaciones más amplias

Recursos adicionales (en inglés)

Glosario de términos

Ampliación a escala y transferencia

Institute of Global Homelessness – IGH (Instituto Global del Problema de las Personas sin Hogar)

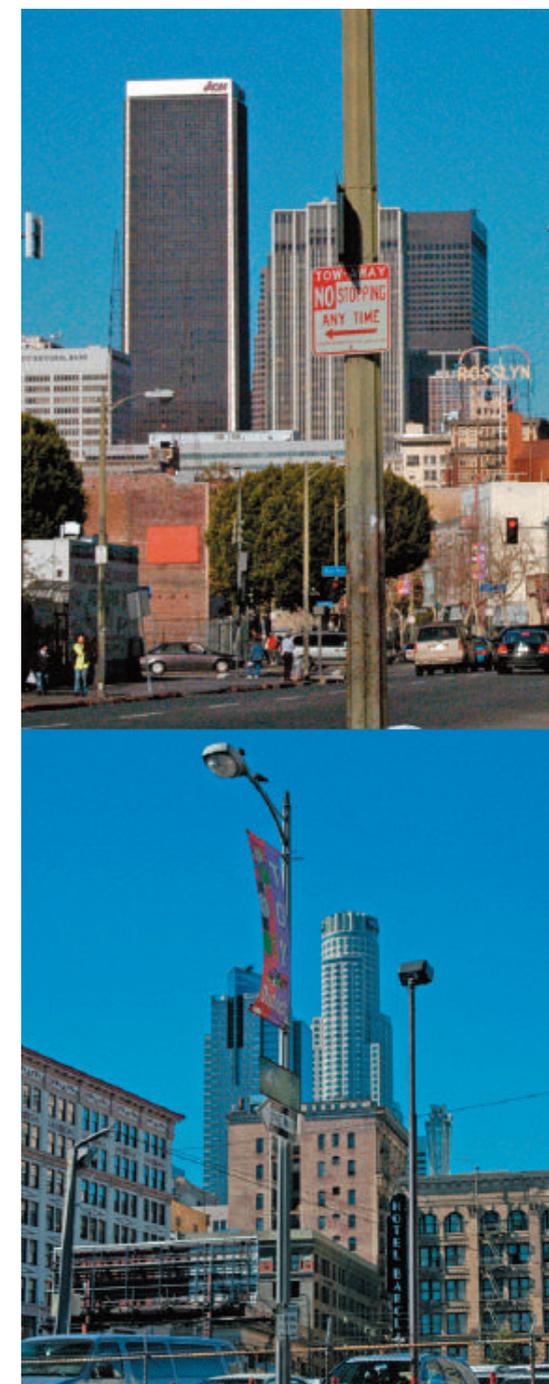
Kat Johnson (previamente Gerente de Proyectos de la Campaña de las 100.000 Casas) es ahora Directora del nuevo *Institute of Global Homelessness* (IGH). El Instituto se enfocará en 3 áreas de trabajo:

- 1) Investigación - Acción para entender el alcance global del problema de las personas sin hogar,
- 2) Provisión de capacitación en liderazgo
- 3) Conectar experticia con las necesidades en terreno y conexión de pares

Campaña Europea de Personas sin Hogar en las Calles

Como resultado de las jornadas de intercambio, algunos participantes europeos comenzaron a debatir si una campaña similar podría ser llevada a cabo en países europeos. En noviembre de 2014, la BSHF reunió a algunos de esos participantes para debatir cómo ciertos elementos de la Campaña de las 100.000 Casas podrían ser transferidos a un contexto europeo. Además, el grupo exploró cómo tal campaña podría ser organizada, promovida y provista de recursos.

Como resultado, la BSHF ha comenzado a trabajar con representantes de un pequeño número de ciudades europeas, en alianza con la *European Federation of National Organisations Working with the Homeless* (Federación Europea de Organizaciones Nacionales Trabajando con Personas sin Hogar - FEANTSA). Las ciudades pondrán en práctica algunos de los métodos desarrollados en la campaña de las 100.000 Casas, mientras intentan poner fin al problema de las personas sin hogar en su ciudad. Para mayor información, contacte a Tom Archer, Gerente de Programa en la BSHF tom.archer@bshf.org



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Ampliación a escala y transferencia

Aplicaciones más amplias

Recursos adicionales (en inglés)

Glosario de términos

Aplicaciones más amplias

KnoSh (Compartir Conocimientos)

KnoSh es la rama de consultoría de *Community Solutions*, establecida para que la organización pueda continuar aplicando los métodos que probaron ser efectivos en lograr el cambio social, como también para trabajar colaborativamente para desarrollar nuevas estrategias y herramientas. Su objetivo es mejorar mesurablemente las vidas de 250.000 personas vulnerables para 2017.

Mayores detalles sobre algunas de las actividades de en las que *KnoSh* se encuentra actualmente involucrado están disponibles en la presentación *Compartir Conocimientos* en la sección de **Recursos adicionales**.

Asociaciones para revitalizar barrios desfavorecidos

Community Solutions está aplicando los métodos de compromiso y motivación desarrollados a través de la Campaña de las 100.000 Casas en sus asociaciones existentes en **Brownsville, Brooklyn** (Nueva York) y **Northeast Hartford, Connecticut**.

Transferencia a otros sectores

El equipo de *Community Solutions* ha llevado a cabo trabajos en Australia e Irlanda, explorando oportunidades para la adaptación y transferencia del enfoque de la Campaña de las 100.000 Casas. Debido a que el enfoque fue adaptado de la Campaña de las 100.000 Vidas, *Community Solutions* cree que el enfoque puede ser adaptado dentro del sector de vivienda y en otros sectores. Por ejemplo, en Brisbane, Australia, luego de recibir asistencia técnica en el Índice de Vulnerabilidad y la Semana de Registro, el equipo aplicó esas técnicas para el triaje de las víctimas de inundaciones, y las alojaron con una velocidad sin precedentes. Los líderes locales en Brisbane atribuyeron su experiencia a la Campaña de las 100.000 Casas por proporcionar información para su respuesta ante el desastre natural.



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Ampliación a escala y transferencia

Aplicaciones más amplias

Recursos adicionales (en inglés)

Glosario de términos

Recursos adicionales (en inglés)

[Sitio web de la Campaña de las 100.000 Casas](#)

[Resumen del Proyecto de la Campaña de las 100.000 Casas en el sitio web de los Premios Mundiales del Hábitat \(en español\)](#)

[Evaluación de la Campaña de las 100.000 Casas, Midiendo la Eficacia de la Campaña para Alojarse a las Personas sin Hogar Crónicas y Vulnerables](#), Informe de Investigación del Instituto de Investigación Urbana (Febrero de 2015).

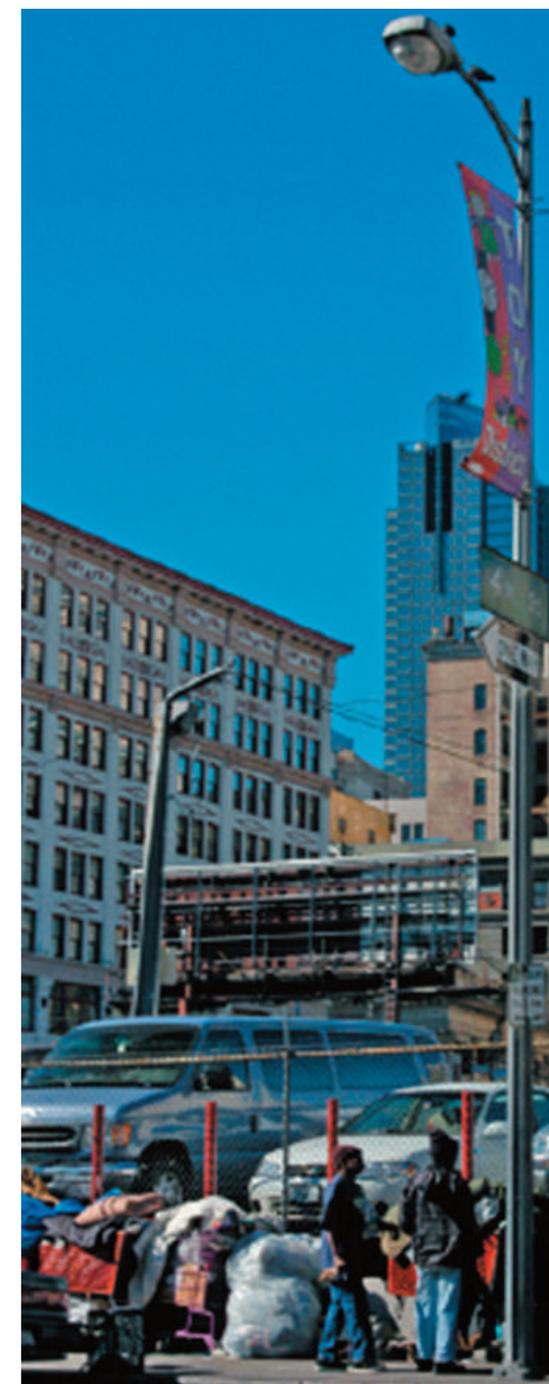
[Cambio: cómo cambiar las cosas cuando el cambio es difícil](#) (2011), Chip y Dan Heath, Material de lectura recomendado por Community Solutions

Videos

[100.000 Casas: ¿El Alojarse a Personas sin Hogar Ahorra Dinero?](#), 60 minutos

[Anderson Cooper: Cómo veo ahora a las personas sin hogar](#), 60 minutos extra

[Becky Kanis Margiotta presenta en la Conferencia Nacional sobre Terminar con el Problema de las Personas sin Hogar](#) al finalizar su mandato como Directora de la Campaña de las 100.000 Casas.



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Ampliación a escala y transferencia

Aplicaciones más amplias

Recursos adicionales (en inglés)

Glosario de términos

Glosario de términos

Americorps: AmeriCorps NCCC (*National Civilian Community Corps* – Cuerpo Nacional Civil Comunitario) es un programa de servicios nacional, residencial, basado en equipos y de tiempo completo para adultos jóvenes que quieren devolver a las comunidades con necesidades en distintos lugares del país.

Campaña de las 20.000 Casas: La Campaña de las 20.000 Casas (Canadá) fue inspirada por la Campaña de las 100.000 Casas. Es un movimiento nacional de comunidades que trabajan juntas para alojar de manera permanente a 20.000 de las personas sin hogar más vulnerables de Canadá al 1 de Julio de 2018.

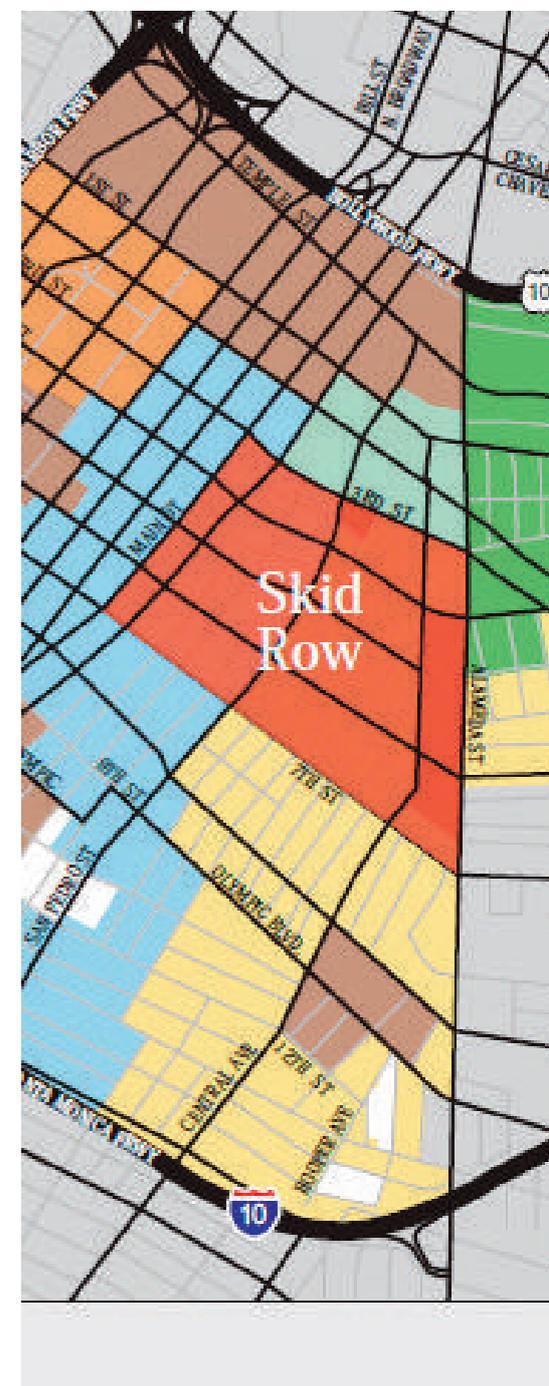
Campaña de las 100.000 Vidas: La inspiración para la Campaña de las 100.000 Casas, la Campaña de las 100.000 Vidas fue lanzada por el Instituto para la Atención Médica Mejorada en el 2005, con el objetivo de reducir la morbilidad y mortalidad en la asistencia médica Americana a través de la transferencia en gran escala e implementación de mejores prácticas.

Coalición de los dispuestos: Un grupo de individuos u organizaciones dispuestos a probar algo distinto en la forma en la que enfrentan un problema – ellos fueron los pioneros en comenzar a implementar el enfoque de Community Solutions a través de distintas ciudades.

Common Ground: Una organización no-gubernamental basada en Nueva York, comprometida a resolver el problema de las personas sin hogar y proporcionando vivienda con apoyo para los neoyorkinos con falta de hogar crónica. *Common Ground* fue pionera en la Metodología De la Calle a la Casa. *Community Solutions* fue inicialmente establecida como la unidad nacional y de innovaciones de *Common Ground*.

Community Solutions: La organización detrás de la Campaña de las 100.000 Casas, dedicada a resolver problemas sociales complejos a través de la innovación y acción.

Comunidades: en el contexto de la Campaña de las 100.000 Casas, el término ‘comunidades’ se refiere a una amplia gama de organizaciones trabajando juntas para enfrentar el problema de las personas sin hogar dentro de un área geográfica. Además de los grupos que tradicionalmente enfrentan el problema de las personas sin hogar, la mayoría de los equipos de campaña incluyen a la Autoridad Pública de Vivienda, líderes de los delegados electos en la ciudad y el Condado, la comunidad religiosa, la comunidad de negocios, los equipos de emergencia (policía, paramédicos, bomberos), grupos de estudiantes, la Administración de Veteranos, dueños de vivienda privados, el hospital público y las clínicas de salud comunitarias.



Introducción

La Campaña de las 100.000 Casas

Jornadas de Intercambio

Sobre Community Solutions

Pasos siguientes y recursos adicionales

Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Ampliación a escala y transferencia

Aplicaciones más amplias

Recursos adicionales (en inglés)

Glosario de términos

Glosario de términos

De la Calle a la Casa: un trayecto intensivo de apoyo desarrollado por *Common Ground*, el cual provee servicios de alcance y contacto continuo con individuos con falta de hogar crónica, para sacarlos del problema de la falta de hogar. *Common Ground* provee un resumen detallado del Viaje de la Calle a la Casa en su sitio web.

Ejercicio de la pelota de tenis: Los equipos reciben una pelota de tenis (o pelotas de tenis) y tienen que competir en desarrollar una forma para que todos los miembros del equipo toquen las pelotas lo más rápido posible. El ejercicio de la pelota de tenis es aclamado por ser particularmente efectivo en fomentar la comunicación, el trabajo en equipo y ayudar a la gente a pensar diferente y de manera creativa.

El Problema de las Personas sin Hogar (Estados Unidos): los 4 criterios oficiales utilizados por el Departamento de Vivienda y Desarrollo Urbano de los EEUU para calificar a aquellos sin hogar y elegibles para recibir asistencia son:

- 1) literalmente sin hogar;
- 2) en riesgo inminente de falta de hogar;
- 3) con falta de hogar de acuerdo con otros estatutos Federales; y
- 4) escapando o intentando escapar de violencia doméstica.

Fondo de Vivienda de Skid Row: Un desarrollador de vivienda proporcionando Vivienda Permanente con Apoyo (VPA), comprometido a prevenir y terminar con el problema de la falta de hogar en el Gran Los Ángeles.

Herramienta de Auto-Evaluación de Comunidades: Una serie de preguntas desarrolladas por *Community Solutions*, para ser completadas por las comunidades que evalúa la presencia de 23 factores entendidos como correlacionados con mayores colocaciones de vivienda. Los 23 factores se ubican en 5 categorías generales.

- 1) Construcción de un Sistema Unificado
- 2) Determinación de Objetivos y Priorización
- 3) Vivienda Primero
- 4) Utilización de Datos
- 5) Utilización de Recursos Convencionales

Índice de Vulnerabilidad: Una escala que evalúa las condiciones de salud y comportamiento comúnmente asociadas con un alto riesgo de mortalidad.

Vulnerability Index & Service Prioritization
Prescreen for S

OBSERVATION ONLY – DO NOT ASK: 41. Surveyor, do you observe signs or symptoms or problematic alcohol or drug abuse? If any response is YES in questions 42 through 48, score 1 in the Merit Column.
42. Ever been taken to a hospital against your will for a mental health issue?
43. Gone to the emergency room because you weren't feeling 100% or because of your nerves?
44. Spoken with a psychiatrist, psychologist or other mental health professional in the last six months because of your mental health – whether that was voluntary or because someone insisted that you do so?
45. Had a serious brain injury or head trauma?
46. Ever been told you have a learning disability or developmental disability?
47. Do you have any problems concentrating and/or remembering things?
OBSERVATION ONLY – DO NOT ASK: 48. Surveyor, do you detect signs or symptoms of severe, persistent and/or severely compromised cognitive functioning? If the Substance Use score is 1 AND the Mental Health score is 1 AND the Cognitive Functioning score is 1, then score 1 additional point for tri-morbidity. If YES to question 49, score 1.
49. Have you had any medicines prescribed to you by a doctor that you have not taken, sold, had stolen, misplaced, or where the prescriptions were never filled?
If YES to question 50, score 1.
50. Yes or No – Have you experienced any emotional, physical, psychological, or other type of abuse or trauma in your life which you have not sought help for and/or which has caused your homelessness?
PRE-SCREEN WELLNESS SUBTOTAL

SCORING SUMMARY

DOMAIN	SUBTOTAL
GENERAL INFORMATION	
A. HISTORY OF HOUSING AND HOMELESSNESS	
B. RISKS	
C. SOCIALIZATION AND DAILY FUNCTIONS	
D. WELLNESS	
PRE-SCREEN TOTAL	



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Ampliación a escala y transferencia

Aplicaciones más amplias

Recursos adicionales (en inglés)

Glosario de términos

Glosario de términos

Instituto de Resultados Rápidos: Una organización sin fines de lucro que trabaja con comunidades y organizaciones para crear impacto efectivo e inmediato a través de desarrollar y proporcionar resultados inmediatos en un corto periodo (100 días) y continuando a mejorar en los impactos logrados hasta lograr un modelo sostenible.

MFAE (Modo Fracaso y Análisis de Efectos): Una herramienta para identificar y mitigar los peores escenarios posibles – Hacer una lista con las peores cosas que podrían pasar o podrían ir mal: ¿Cuán probable es que sucedan? (1-10); ¿Qué tan catastrófico sería? (1-10); Tomar los puntajes más altos y pensar en estrategias de mitigación (Plan de Acción).

ONG (Organización No-Gubernamental): Cualquier grupo de ciudadanos voluntario, sin fines de lucro y organizado a nivel local, nacional o internacional.

Plataforma de Gestión de Desempeño y Comunicaciones (PGDC): Una plataforma basada en la nube, desarrollada por *Community Solutions* en asociación con *Palantir*, que apoya a servicios convencionales en las comunidades para ayudarles a llevar a las personas de la calle a la vivienda lo más rápido posible.

Proyecto Piloto del Sistema de Inscripciones Coordinado de Skid Row: : Una iniciativa entre las comunidades en Los Ángeles que logró agilizar los sistemas de apoyo en vivienda y acelerar el proceso de vivienda en 100 días.

Semana de Registro: Un proceso continuo desarrollado por *Community Solutions* durante el cual comunidades y voluntarios buscan y censan a personas sin hogar para identificar a los individuos más vulnerables por su nombre y recolectar datos reales sobre el número de personas sin hogar en la zona.

Skid Row: Una zona en las afueras de Los Ángeles compuesta de aproximadamente 0,4 millas cuadradas, la cual contiene muy elevados números de individuos y familias sin hogar. De las 91.000 personas sin hogar estimadas en el Condado de Los Ángeles, se estima que 2.521 personas sin hogar pueden encontrarse dentro de las 0,4 millas cuadradas de la zona de Skid Row. Esos números equivalen a aproximadamente 3% de la población total con falta de hogar del Condado, residiendo en una zona que incluye solo el 0,0001% de la superficie total de tierra del Condado. (Agencia de Re-Desarrollo Comunitario de la Ciudad de Los Ángeles).



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Ampliación a escala y transferencia

Aplicaciones más amplias

Recursos adicionales (en inglés)

Glosario de términos

Glosario de términos

Sistema de Inscripción Coordinado: Un enfoque que acelera el proceso de colocación de vivienda a través de combinar efectivamente la demanda con la oferta, y coordinando sistemas de apoyo en vivienda.

Tasa Mensual de Colocación de Vivienda: La proporción de personas crónicamente sin hogar alojadas cada mes, utilizada durante la Campaña de las 100.000 Casas para evaluar si una comunidad se encuentra o no encaminada para alcanzar su objetivo.

Una meta clara de copiar: El número de personas sin hogar (o sub-población) que necesitarían vivienda permanente para terminar con el problema de la falta de hogar (o de la falta de hogar entre la sub-población) en cuanto a una fecha límite. La meta clara de copiar permite calcular las tasas de colocación mensuales para evaluar si las comunidades están encaminadas a alcanzar su meta de Campaña.

Vivienda Permanente con Apoyo: Vivienda proporcionada con apoyo si y cuando fuera necesario para los inquilinos que lo necesitan, disponible con subsidio para los individuos vulnerables con desórdenes mentales y otros desórdenes, y también para aquellos de bajos recursos.

Vivienda Primero: El argumento de que la provisión de vivienda no sujeta a condiciones y combinada con servicios de apoyo es mucho más efectiva en enfrentar el problema de las personas sin hogar que la vivienda condicional (por ejemplo solicitando a los individuos resolver el abuso de sustancias antes de permitirles acceder a un hogar). Mayor información sobre el modelo de Vivienda Primero se encuentra disponible a través de [Pathways to Housing](#), la organización fundada por el Dr. Sam Tsemberis, a quien se le acredita ser el originador del concepto. Mayor información y recursos se encuentran disponibles a través de [HUD Exchange](#) en esta nota informativa, [Vivienda Primero en Vivienda Permanente con Apoyo](#).

VI-SPDAT - Índice de Vulnerabilidad y Herramienta de Priorización de Servicio y Asistencia de Decisión: Un método uniforme para recolectar y procesar información sobre individuos con falta de hogar crónica, desarrollado por *Community Solutions*, el cual permite a las comunidades priorizar vivienda para aquellos con mayor riesgo de muerte prematura.

Vulnerability index: A scale which assesses health and behavioural conditions known to be associated with a high mortality risk.

If it weren't for the last minute, nothing would ever get done.

- rita mae brown



Introducción

La Campaña de las
100.000 CasasJornadas de
IntercambioSobre Community
SolutionsPasos siguientes y
recursos adicionalesSobre los Premios
Mundiales del Hábitat
y la BSHF

Sobre los Premios Mundiales del Hábitat

Sobre los Premios Mundiales del Hábitat

Los Premios Mundiales del Hábitat son una competencia internacional anual que reconoce soluciones innovadoras y sostenibles a desafíos claves de vivienda logrados por proyectos alrededor del mundo, tanto en el contexto del Norte como del Sur.

Los Premios se iniciaron en 1985 por la *Building and Social Housing Foundation* como contribución al Año Internacional de la Vivienda para las Personas sin Hogar de las Naciones Unidas. Desde sus comienzos, el foco ha sido no sólo la identificación de buenas prácticas en vivienda sino también el compartir conocimientos y experiencia con otros que pueden transferirlas a sus propias situaciones. La primer visita a un proyecto ganador de los Premios Mundiales del Hábitat fue en 1987 y las visitas han continuado desde entonces.

Cada año se otorga un premio en efectivo de £10.000 a cada uno de los dos ganadores. La ceremonia de premiación tiene lugar en el Foro Urbano Mundial en años pares; y en el Consejo de Administración del Programa de las Naciones Unidas para los Asentamientos Humanos (ONU-Hábitat) en los años impares.

Cada año el sitio web de los Premios Mundiales del Hábitat publica detalles de los dos proyectos ganadores y de los proyectos finalistas seleccionados por el panel de jurado. También conservamos todas las aplicaciones en nuestra base de datos interna y a menudo alentamos que los proyectos se vuelvan a presentar en el tiempo, a medida que el proyecto avanza. Mayor información sobre los premios y jornadas de intercambio internacionales a proyectos ganadores se encuentra disponible en www.worldhabitatawards.org/es.



Introducción



La Campaña de las 100.000 Casas



Jornadas de Intercambio



Sobre Community Solutions



Pasos siguientes y recursos adicionales



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat y la BSHF



Sobre los Premios Mundiales del Hábitat

Sobre la BSHF

La *Building and Social Housing Foundation* (BSHF) fue establecida en 1976 como una organización independiente de investigación que promueve el desarrollo sostenible y la innovación en la vivienda a través de la investigación en colaboración y la transferencia de conocimientos. La BSHF cree que todos deben tener acceso a la vivienda decorosa, y está comprometida con la promoción de prácticas y políticas de vivienda centradas en las personas y responsables con el medio ambiente. Esto se lleva a cabo a través de los Premios Mundiales del Hábitat; Jornadas de Intercambio Internacionales; consultas inter-sectoriales sobre temas específicos relacionados con la vivienda; actividades de asociación con una serie de organizaciones; y la producción de publicaciones de investigación por encargo allí donde una necesidad o interés específicos son identificados.

Mayor información sobre la BSHF se encuentra disponible en nuestro sitio web www.bshf.org/es.

