

# ?Que ha hecho SG/PRC para abordar la disparidad?

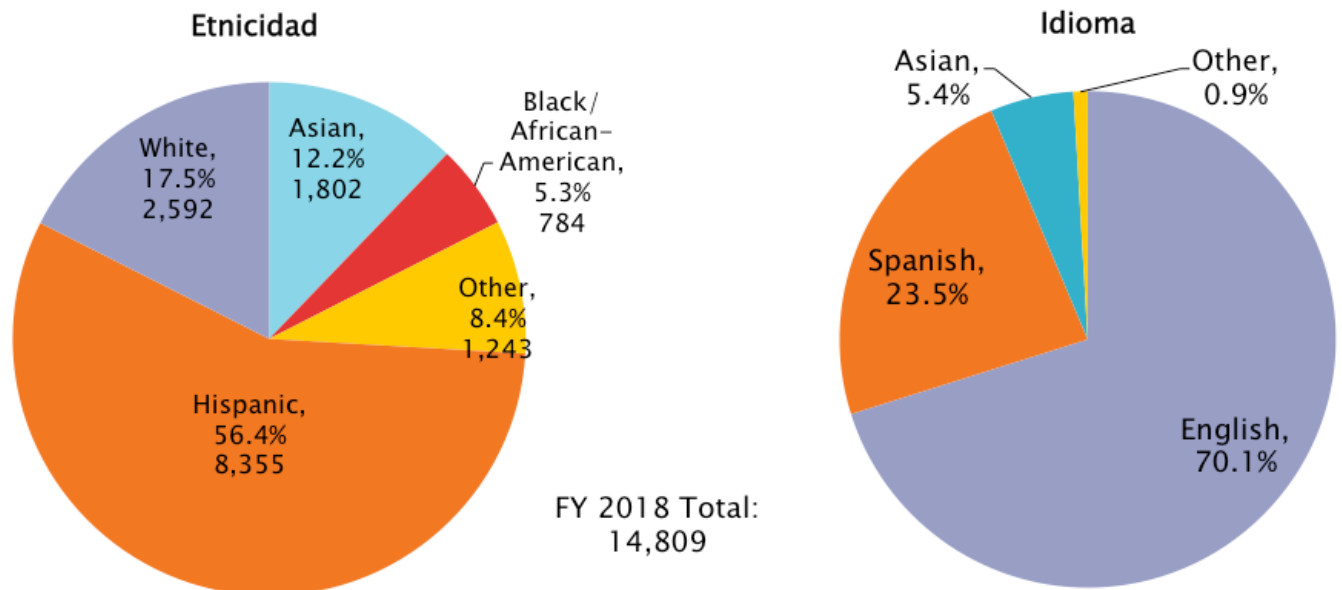
Datos Anuales sobre la Compra de Servicios del Año  
Fiscal 2017-2018 (AF18)



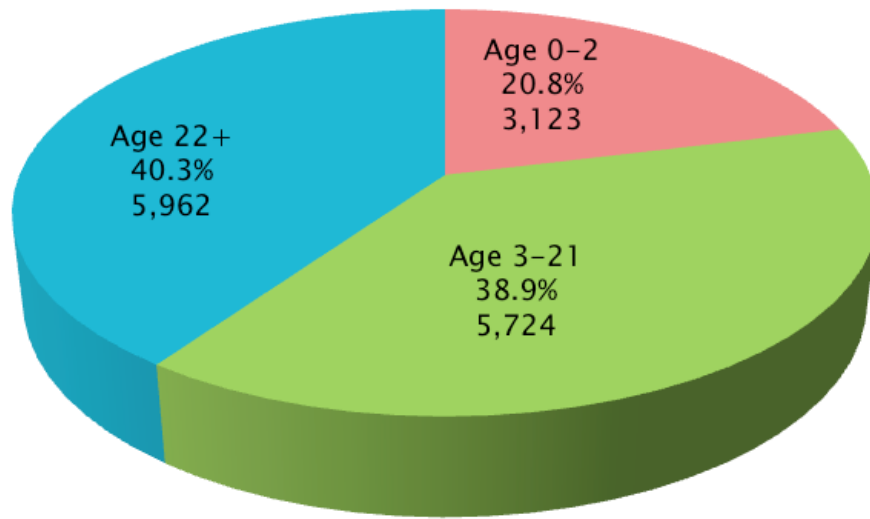
# La Comparación de la población en SGPRC con la General

Grupo Etnico/Racial	Datos del Censo 2010		Datos de la Encuesta de la comunidad Americana 2015		AF 2017 SG/PRC		AY 2018 SG/PRC	
	Numero	%	Numero	%	Numero	%	Numero	%
Blanco	266,985	21.1%	282,293	20.8%	2,649	18.1%	2,592	17.5%
Hispano	661,973	52.4%	708,278	52.1%	8,242	56.5%	8,355	56.4%
Afro-Americano	48,310	3.8%	42,899	3.2%	802	5.5%	784	5.3%
Indio Americano Nativo/Natico de Alaska	4,286	0.3%	3,362	0.2%	16	0.1%	20	0.1%
Asian (w/ Filipino)	272,183	21.5%	295,286	21.7%	1,710	11.7%	1,802	12.2%
Polynesian/ Pacific Islander	1,903	0.2%	2,528	0.2%	14	0.1%	13	0.1%
Other	8,708	0.7%	24,553	1.8%	1,165	8.0%	1,243	8.4%
<b>TOTAL</b>	<b>1,264,348</b>		<b>1,359,199</b>		<b>14,598</b>		<b>14,809</b>	1.5% ↑

## Datos General - Etnicidad Y Idioma AF 2018

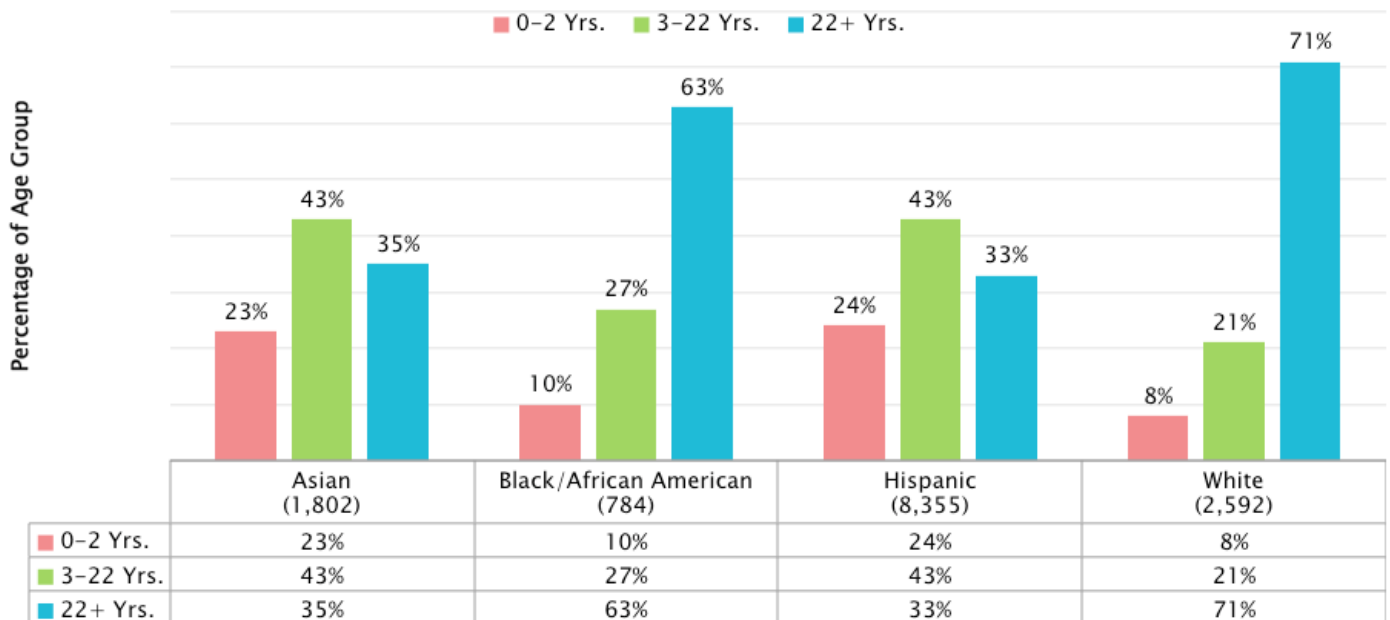


## Datos en General - Por Edad AF 2018

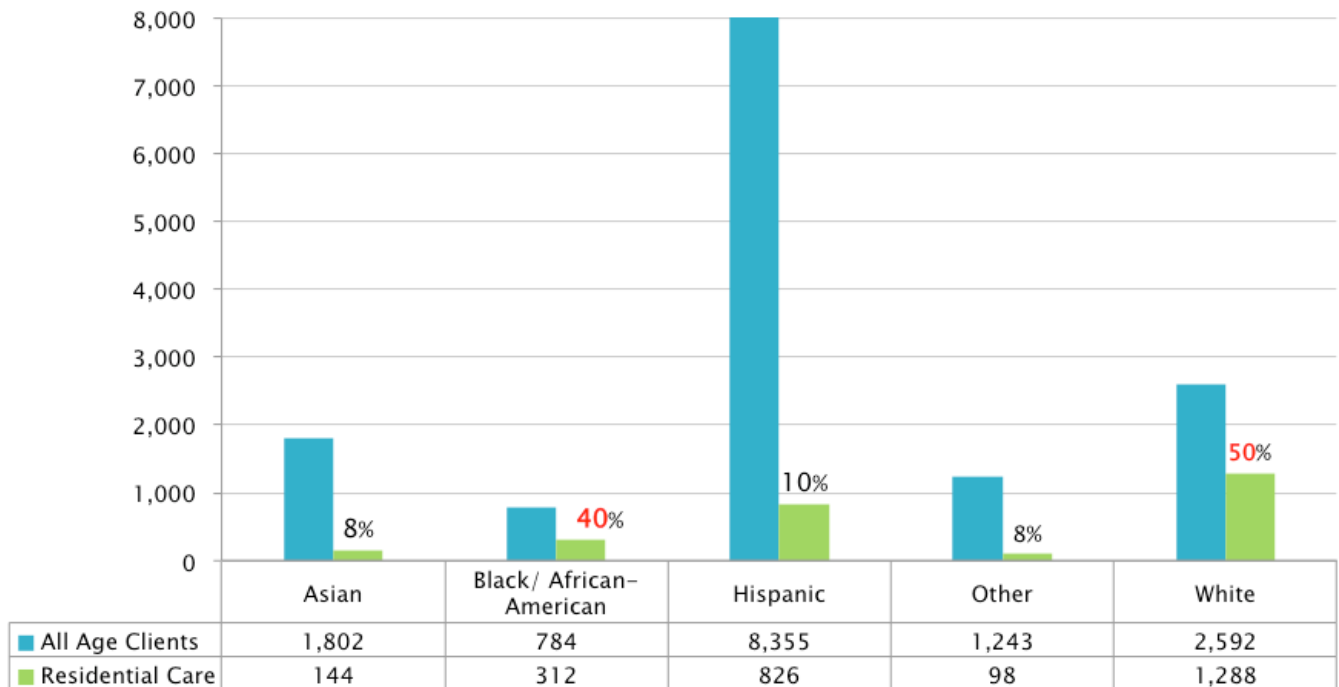


FY 2017 Total: 14,809

## Comparación por Edad y Etnicidad AF 2018



## % Vivendo Fuera del Hogar por Etnicidad AF 2018



14

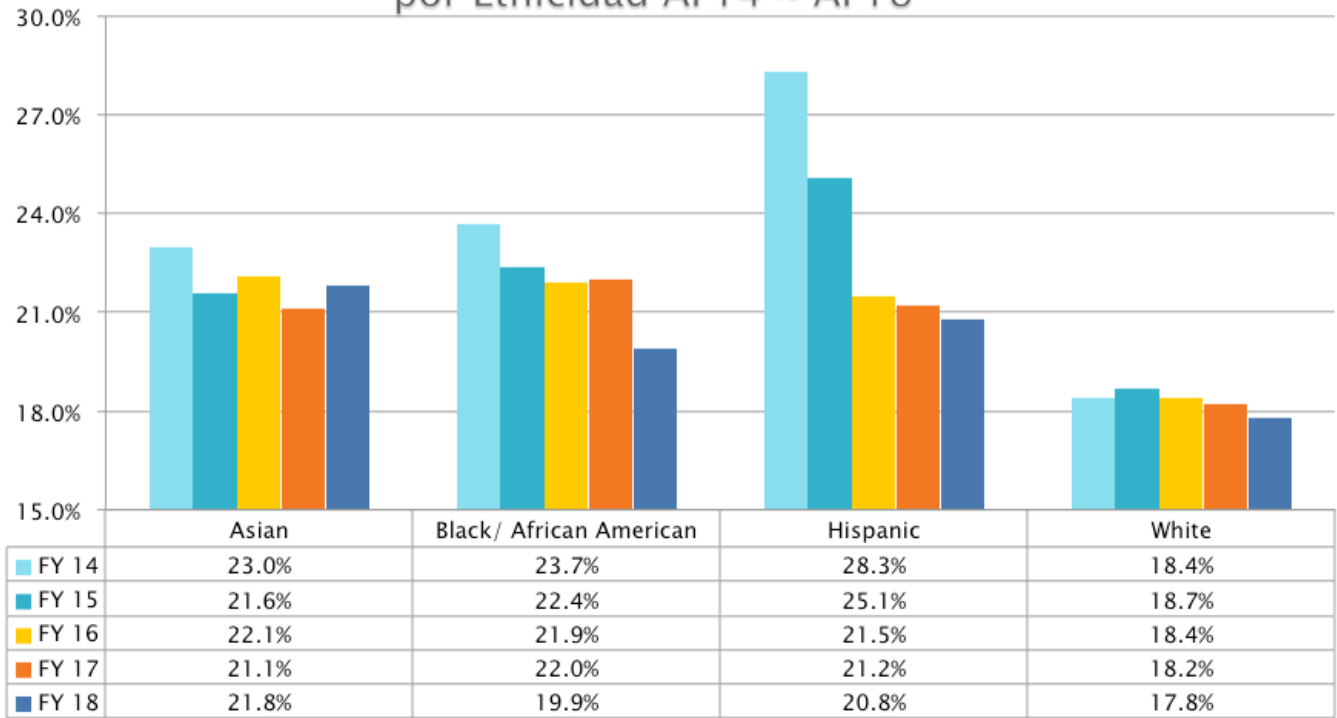
## Repasar Cambios AFY4~FY18

Sin Compra de Servicios Por Etnicidad/Raza- En Todas Edades

Etnicidad	Total de Clientes Elegibles					Clientes sin Compra de Servicios				
	AF 14	AF 15	AF 16	AF 17	FY 18	AF 14 AF 14 %	AF 15 AF 15 %	AF 16 AF 16 %	AF 17 AF 17 %	AF 18 AF 18 %
Asiaticos	1,027	1,526	1,600	1,710	1,802	237 23.10%	330 21.6%	354 22.1%	361 21.1%	393 21.8%
Afro-Americano	830	838	798	802	784	197 23.70%	186 22.4%	175 21.9%	176 22.0%	156 19.9%
Hispano	6,749	7,552	7,916	8,242	8,355	1,908 28.30%	1,894 25.1%	1,699 21.5%	1,744 21.2%	1,741 20.8%
Blanco	2,756	2,742	2,679	2,649	2,592	506 18.40%	512 18.7%	494 18.4%	482 18.2%	462 17.8%

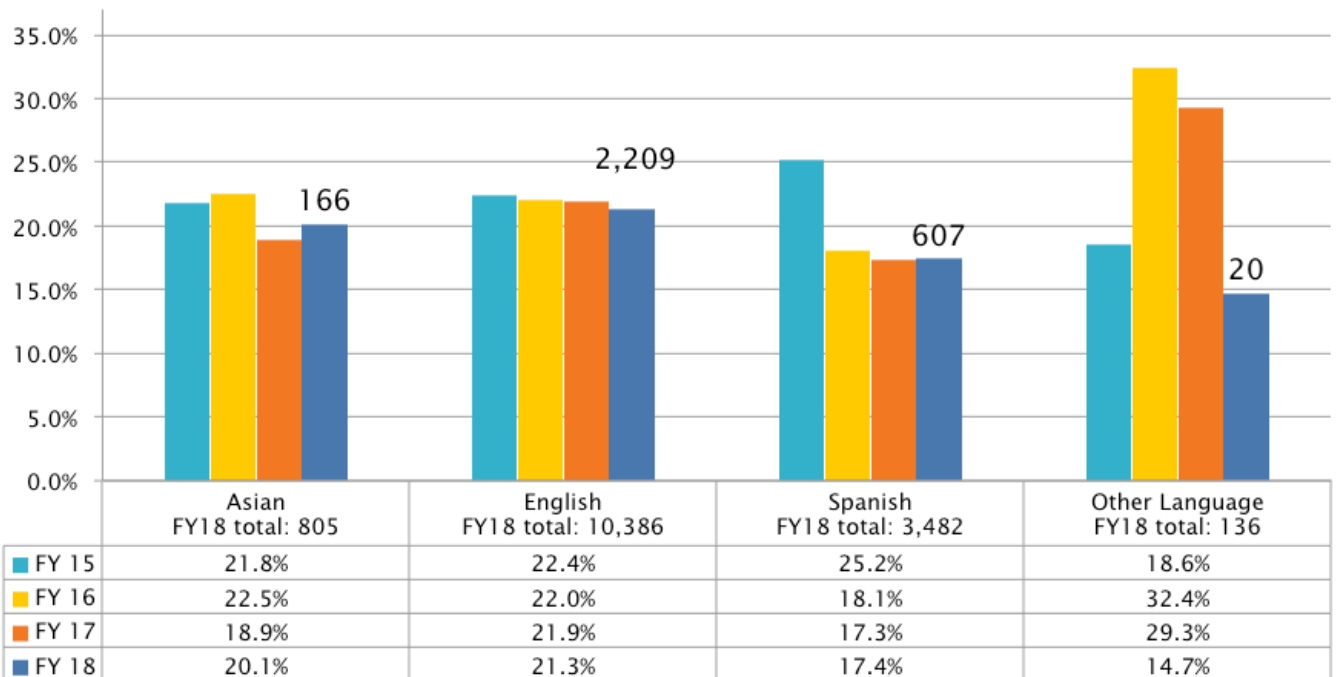
15

## Comparación Historial del % sin Compra de Servicio por Etnicidad AF14 ~ AF18



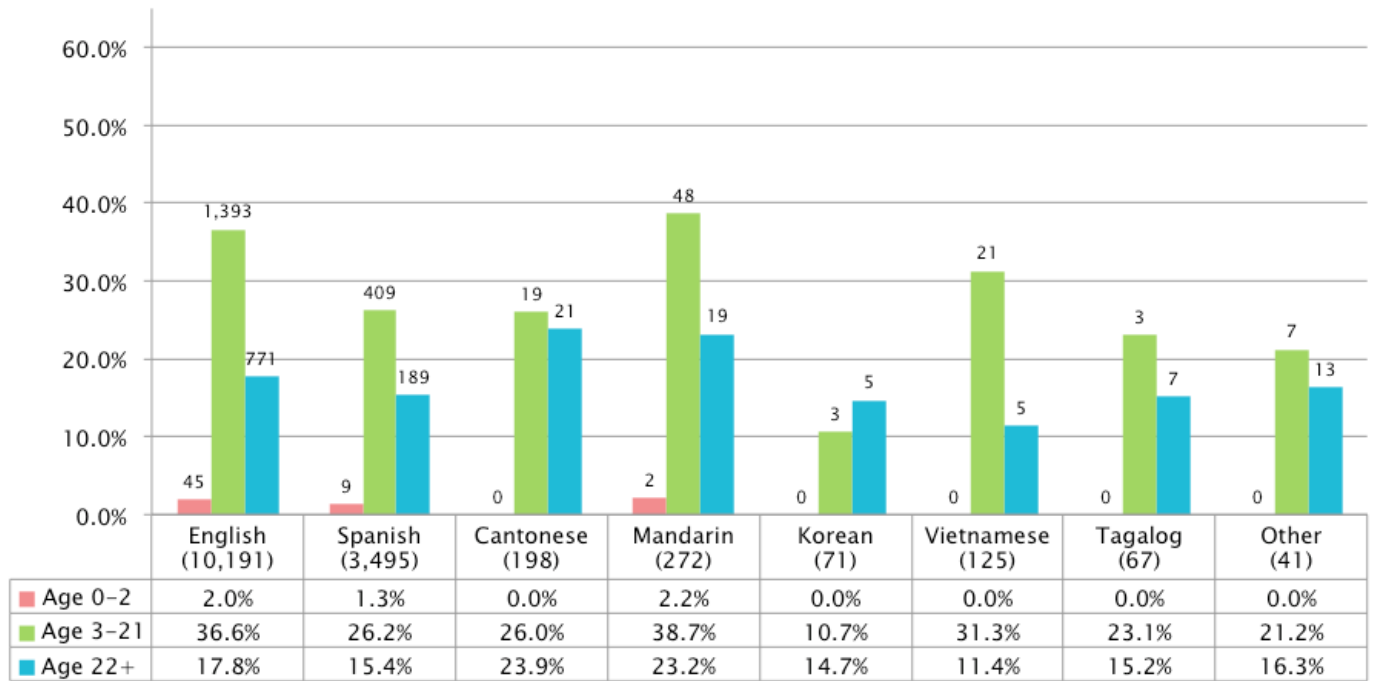
16

## Comparación sin Compra de Servicios % en todas edades Por Idioma AF 15 ~ AF 18

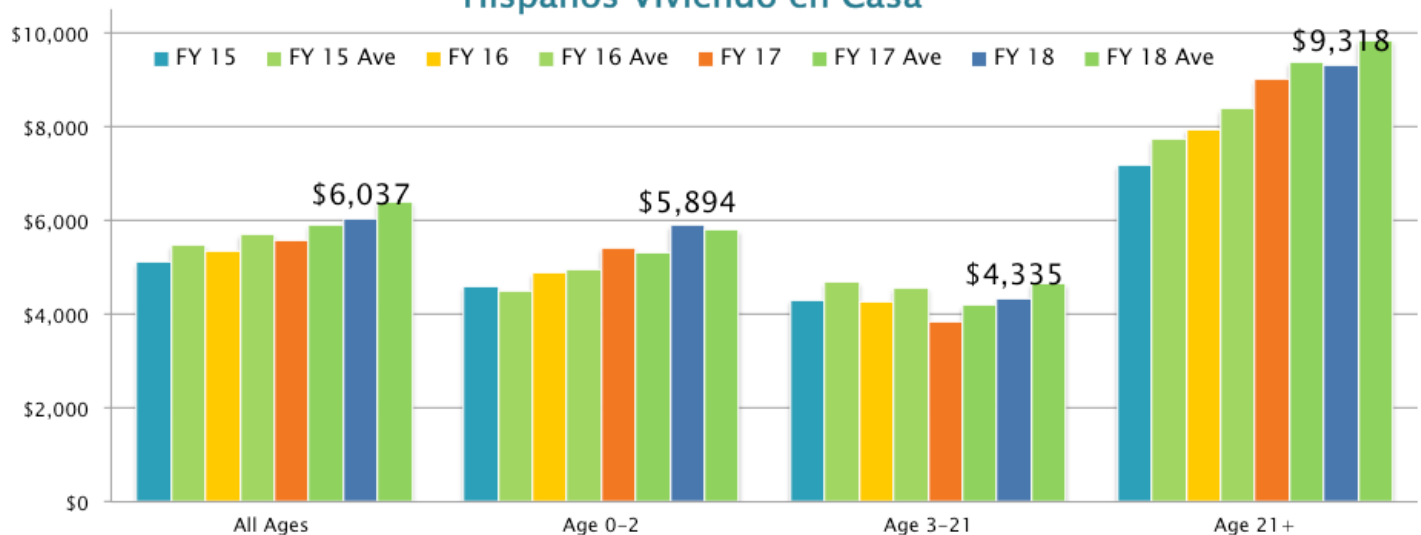


18

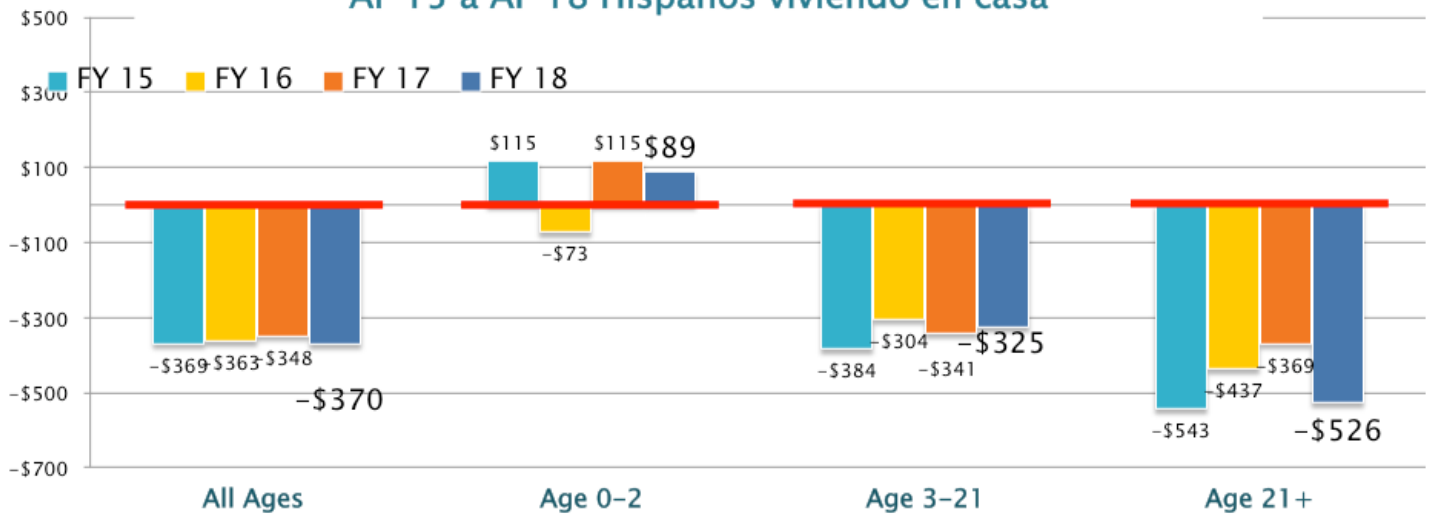
## Comparación en % Sin Compra De Servicios por Edades y Idioma AF 18



## Comparación de gastos por persona AF 15 a FY18 Hispanos Viviendo en Casa



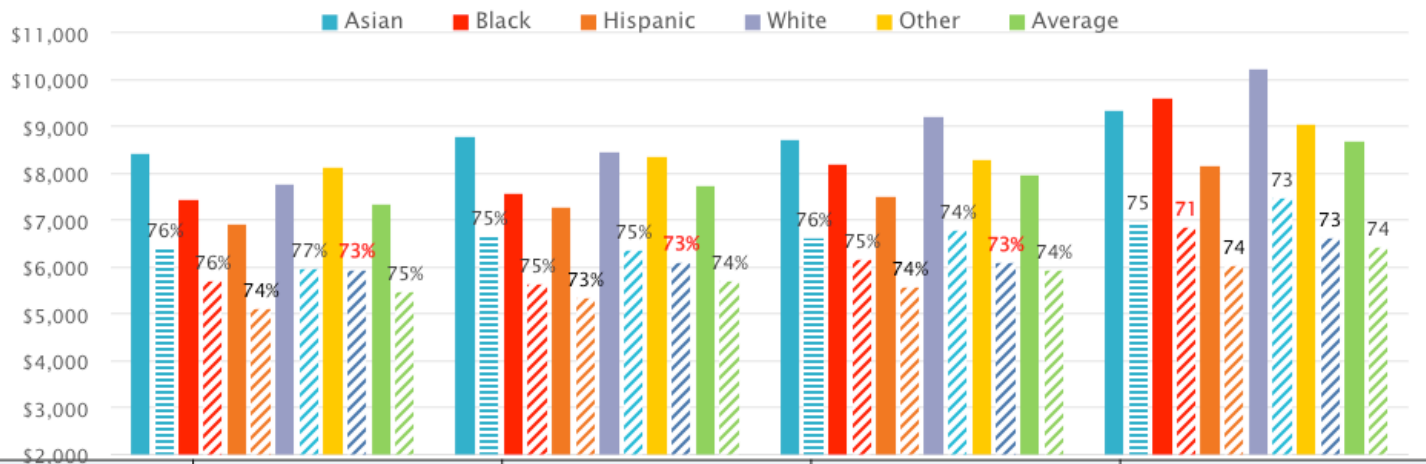
## Desviación para comparar el promedio de gastos por persona AF 15 a AF 18 Hispánicos viviendo en casa



Age \ FY	FY 15	FY 15 Average	F 16	F 16 Average	F 17	F 17 Average	FY 18	FY 18 Average
All Ages	\$5,103	\$5,472	\$5,344	\$5,707	\$5,566	\$5,914	\$6,037	\$6,407
Age 0-2	\$4,597	\$4,482	\$4,878	\$4,951	\$5,418	\$5,303	\$5,894	\$5,805
Age 3-21	\$4,310	\$4,694	\$4,267	\$4,571	\$3,854	\$4,195	\$4,335	\$4,659
Age 21+	\$7,177	\$7,720	\$7,937	\$8,374	\$9,005	\$9,374	\$9,318	\$9,844

21

## Comparison of Per Person Authorizations & Expenditures Data FY 15 to FY 18 All Ages Living at Home by Ethnicity



Ethnicity	All Ages FY 15		All Ages FY 16		All Ages FY 17		All Ages FY 18	
	Authorization	Expenditure	Authorization	Expenditure	Authorization	Expenditure	Authorization	Expenditure
Asian	\$8,409	\$6,393	\$8,795	\$6,637	\$8,728	\$6,626	\$9,325	\$6,991
African American	\$7,447	\$5,688	\$7,559	\$5,637	\$8,203	\$6,160	\$9,599	\$6,833
Hispanic	\$6,912	\$5,103	\$7,279	\$5,344	\$7,515	\$5,566	\$8,163	\$6,037
White	\$7,774	\$5,955	\$8,469	\$6,345	\$9,201	\$6,772	\$10,231	\$7,483
Other	\$8,122	\$5,941	\$8,365	\$6,097	\$8,287	\$6,078	\$9,060	\$6,610
Average	\$7,339	\$5,472	\$7,723	\$5,707	\$7,964	\$5,914	\$8,684	\$6,407

22



## ?Que patrones que se ven?

- ▶ Examinando todas las Etnias que viven en casa con sus familias, hubo un aumento en la Compra de Servicios(POS) en el AF 2018 sobre el AF 2017, excepto para los individuos Blancos que se ve una disminución. (-\$162.00).
- ▶ No se encontró ninguna disparidad entre los bebes Hispanos y los niños pequeños (0-2 años de edad) en comparación con el promedio de otros grupos étnicos.

23

## Patrones por Étnica - AF 17-18

- ▶ Las diferencias entre los diferentes grupos étnicos continúan, con los gastos para niños Hispanos de edad escolar y adultos Hispanos siguen abajo del promedio.
- ▶ Se observe una mayor disparidad en los gastos para bebes y niños Afro-Americanos en autorizaciones y Utilización.

24



## Patrones por Idiomas

- ▶ A Trávez todas las edades, El Mandarín fue el idioma con el porcentaje mas alto de servicios, NO POS en 23.3% (69 de 296 individuos).
- ▶ El **ingles** fue el Segundo porcentaje mas alto 21.3% (2,209 de un total de 10,386 Personas que hablan ingles).

Vietnamita fue tercero 20.5% (26 de 127 personas)

Cantones fue cuarto 19.8% (40 de 202 personas)

\*Nota \*(con 20 o mas personas recibiendo servicios)

## Patrones por Idiomas, continuación

- ▶ Aquellos en Intervención temprana que hablan **Ingles** tuvieron el porcentaje más alto sin Compra de Servicios (POS ) 2.0% (o 45 de 2,239 familias)
- ▶ El siguiente porcentaje más alto dentro de intervención temprana sin compra de servicios son personas que hablan español 1.3% (o 9 de 694 familias)
- ▶ En edades escolares, el idioma ingles tuvieron el porcentaje más alto sin Compra de Services 36.6% (1,393 niños). En los idiomas asiáticos sin compra de servicios es 32.1% (104 niños) y el 26.2% para personas con el idioma español (409 Niños)

## Patrones por idioma- continuación

- ▶ Para los adultos, el porcentaje mas alto sin compra de servicios fue las lenguas Asiáticos 19.1% (o 60 de 314 adultos), Cantones es el mas alto en los idiomas Asiáticos 23.9% (o 21 de 88 adultos).
- ▶ Mandarín se les acerco con 23.2% (19 de 82 adultos) Sin Compra de Servicios.
- ▶ Para adultos con el idioma de ingles, no tomando en cuenta su etnicidad, hay 771 individuos sin compra de servicios durante el AF 17-18.

## Conclusiones

- ▶ **Cultura es más ponderosa que el idioma-**
- ▶ Se supone que el no saber ingles puede ser una Barrera para accede Servicios, los datos en SGPRC muestran que la etnia, -es lo que podernos medir, la “cultura” parece ser una influencia mas ponderosa y no el idioma para tener acceso utilizar los servicios pagados por el centro regional ( La Compra De Servicios o POS).
- ▶ Creando relaciones con familias es muy importante para poder ganar la confianza de las familias así puedan tener la confianza de usar los servicios. Es importante enfocarnos en ayudar a las familias a superar sus barreras y fortalecer la relación para usar servicios del centro regional.