

RESEARCH INTERNATIONAL

# Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos Costa Rica 2004-2005

## Segmentación según el gasto

Noviembre, 2006

**Preparado por:**

Ana Lía Jiménez  
Valeria Lentini  
Jorge Villalobos  
Cathalina García

**Unimer**



# Hipótesis

El patrón de gasto de las familias costarricenses está afectado por el ciclo de vida en que se encuentra, las características de la jefatura, la estructura del ingreso y el nivel de ahorro. Este efecto varía según la zona de residencia del hogar, urbano y rural y Valle Central o Resto del País.

# Objetivo

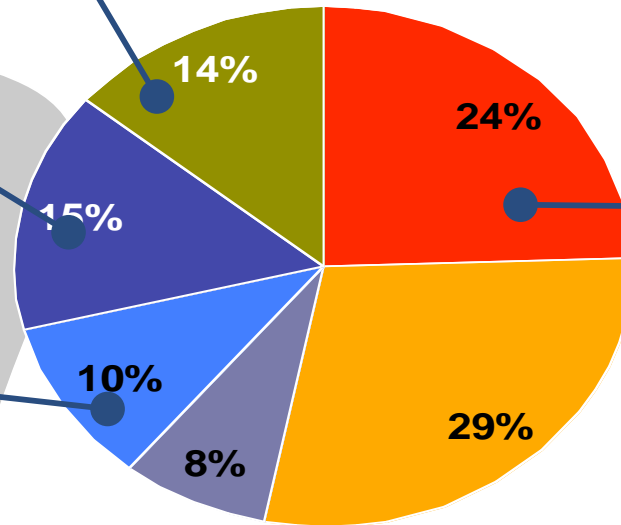
Construir una tipología de los hogares costarricenses según la estructura del gasto por rubros.

# Metodología

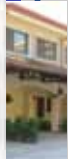
- Segmentación de hogares (Encuesta de Ingresos y Gastos 2004-2005):  
4.231 hogares
- Variables: relacionadas con la estructura del gasto por rubros
- Análisis de Componentes Principales (para la extracción de la dimensiones)  
Rotación Varimax  
Normalización Kaiser  
Solución óptima: tres componentes
- Cluster Análisis (tres componentes)  
K-Means (SPSS-2001)  
Optimización de la segmentación  
Mejor solución: 6 conglomerados

# Tamaño de los segmentos (% de hogares)

**y el 14% de los hogares hace el 46% de los gastos.**



**Jefes de hogar más jóvenes y con menos personas en el hogar. Nivel educativo más alto.**  
Glo. per/cap: 135.852 (1,01)



**Jefes de hogar mayores, con más personas en el hogar. Nivel educativo secundario.**  
Glo. per/cap: 133.010 (0,99)



**Pocas personas en el hogar, muchos en zona rural, poco gasto, nivel socioeconómico más bajo, más JH que no trabajan, y 40+ personas de mayor edad.**  
Glo. per/cap: 104.174 (0,77)



**El 53% de los hogares hace el 21% del gasto...**

**Mayor gasto por tener más personas en el hogar, ciclo de vida iniciando familia, mayoría con menores de 12 años en casa.**  
Glo. per/cap: 124.174 (0,92)



**Hogares de nivel medio, con gasto menor al promedio, y con menos niños en el hogar.**  
Glo. per/cap: 94.461 (0,70)



# Perfil de los segmentos



	F	E	D	C	B	A	TOTAL
<b>Porcentaje de hogares</b>	24.4%	28.7%	7.7%	10.4%	14.9%	13.9%	100%
<b>Porcentaje de personas</b>	19.4%	33.3%	7.2%	11.6%	14.7%	13.8%	100%
<b>Porcentaje de gasto</b>	7.3%	15.4%	5.4%	10.3%	15.1%	46.4%	100%
<b>Bajo</b>	73.8%	54,3%	39,5%	28,3%	12,8%	0.5%	41,6%
<b>Medio</b>	25,0%	47,3%	53,4%	61,0%	78,4%	46.3%	47,2%
<b>Alto</b>	1.2%	2,1%	7,1%	10,7%	8,7%	53,1%	11,2%
<b>Promedio de personas por hogar</b>	2.94	4.29	3.49	4.12	3.64	3.65	3.70
<b>Promedio de edad del jefe de hogar</b>	53.8	42.7	48.0	50.0	42.1	47.1	47.0
<b>Gasto per cápita</b>	¢40.422	¢72.179	¢94.461	¢133.010	¢135.852	¢447.174	¢134.179



**Quiénes son?**

## SEGMENTO F 24% hogares



- Jefes de hogar -en mayor proporción que el promedio-  
*Mujeres,  
50 años o más  
Estudios primarios o menos  
Viudos-separados y solteros,  
No trabajan o son servidores domésticos*
- Hogar y vivienda: en mayor proporción:  
*Residen en zonas rurales y resto del país  
Hogares unipersonales o monoparentales,  
Hogares pequeños (2 ó - personas)  
Sin niños menores de 12 años  
Casa propia donada/regalada y casa cedidas por familiares/amigos.  
Casas pequeñas (60 m<sup>2</sup> ó –)  
Mayormente independientes de zócalo o madera*
- Los hogares de este segmento muestran algunas carencias importantes ya que en proporción muy superior al promedio:  
*Carecen de baño, cocina, refrigeradora, lavadora, televisor a color y servicio de agua por tubería dentro de la vivienda  
Se abastecen de un acueducto rural o de pozos/ríos y sus desechos sanitarios desembocan en un pozo/letrina*
- Además, *la proporción que cuenta con servicio de recolección de basura es menor que el resto de los hogares.*

## SEGMENTO E

### 29% hogares



- En proporción mayor al promedio los jefes de hogar son:

*Hombres*

*Menores de 40 años*

*Con estudios primarios o secundarios*

*Asalariados y conviviendo en unión libre*

- Sus hogares/viviendas sobresalen del promedio porque:

*Son hogares extensos*

*Con niños menores de 12 años*

*Con más de un hogar/familia por vivienda*

*Viven en casas alquiladas y cedidas/prestadas por trabajo*

*Son casas pequeñas (menos de 60 m<sup>2</sup>)*

*Con hacinamiento (más de 2 personas por dormitorio).*

- Muestran carencias en algunos artículos y servicios, ya que en mayor proporción que el promedio:

*Carecen de baño, cocina, refrigeradora, lavadora y televisor*

*Evacúan los desechos sanitarios en un pozo/letrina*

*Consumen agua de pozos o ríos.*

## SEGMENTO D

### 8% hogares



- Los jefes de hogar de este segmento son, en mayor proporción al promedio:

*De 50 años o más*

*Con estudios secundarios*

*Casados*

*Trabajadores cuenta propia o patronos.*

- Estas familias, en mayor proporción al promedio son de:

*Hogares sin niños menores de 12 años*

*Tienen casas propias totalmente pagadas*

*De tamaño pequeño y mediano (entre 61 a 150 m<sup>2</sup>)*

*Prefabricadas y ubicadas en edificios de apartamentos*

*Con problemas de hacinamiento (+ de 2 personas por dormitorio)*

- Poseen algunos artículos, en proporción moderadamente mayor al promedio:

*Ducha*

*Microondas*

*Teléfono*

*Vehículo*



## SEGMENTO C

### 10% hogares



- En mayor proporción que el promedio, los jefes de hogar son:  
*Hombres*  
*De 40 años o más*  
*Con estudios secundarios*  
*Casados*  
*Trabajadores por cuenta propia y patronos*

- Estas familias habitan en mayor proporción al promedio en:  
*Casas propias totalmente pagadas e independientes*  
*De tamaño mediano (101 a 200 m<sup>2</sup>)*  
*Con poco hacinamiento (entre 1 y –de 2 personas por dormitorio)*  
*Fabricadas con block o ladrillo*

- Además, poseen los siguientes artículos en una proporción moderadamente mayor al promedio:

*Ducha*  
*Microondas*  
*Teléfono*  
*Equipo de sonido*

- Estos hogares además destacan en 3 aspectos:  
*Ahorran, en una proporción 30% más alta que el promedio*  
*Tienen empleada doméstica (come en el hogar) en una proporción 50% mayor al promedio.*  
*Poseen vehículo en aprox. un 60% superior al promedio.*

## SEGMENTO B

### 15% hogares

- Los jefes de hogar sobresalen del promedio por ser:  
*Adultos jóvenes (menores de 40 años)*  
*Con estudios secundarios (bastante + que el promedio) o universitarios (un poco + que el promedio)*  
*Divorciados y Asalariados*

- En este segmento hay, en mayor proporción al promedio:  
*Hogares ubicados en zonas urbanas*

*Con casas: propias que las están pagando, alquiladas, cedidas/prestadas por trabajo*

*Sus casas son pequeñas y medianas (61 a 150 m<sup>2</sup>)*

*Con poco hacinamiento (1 a – de 2 personas por dormitorio)*

*Distribuidas en filas o contiguas*

*Elaboradas de block/ladrillo o pre-fabricadas*

- En proporción moderadamente superior al promedio y al igual que en el segmento C, poseen:

*Ducha*

*Microondas*

*Teléfono*

*Equipo de sonido*

- Pero, contrario a los segmentos C y D en donde los hogares cuentan con vehículo en alta proporción :

*Aquí esa proporción es solo un 15% superior al promedio.*

- Además, en este segmento se ahorra, pero:

*En proporción apenas un 8% más alta que el promedio*

- Muestran una mejoría en la cobertura de algunos servicios, ya que en mayor proporción al promedio :

*Servicio sanitario conectado a la alcantarilla o cloaca*

*Recolección de basura mediante camión recolector*



## SEGMENTO A

### 14% hogares



- En este segmento se encuentran los hogares con mayor nivel de gasto per-capita, con el mejor perfil sociodemográfico.

- Dentro de este segmento encontramos, en mayor proporción que en el promedio, jefes de hogar:

*De edad media (40 a 49 años); casados y divorciados*

*Con educación universitaria*

*Que son patronos*

- Este segmento tiene una mayor proporción de:

*Hogares en la región central y en las zonas urbanas*

*Hogares nucleares conyugales*

*Con baja proporción de niños menores de 12 años*

*Casas propias -aunque las están pagando*

*De tamaño mediano (101-200 m<sup>2</sup>) y en mayor proporción grande (más de 200 m<sup>2</sup>)*

*Construidas con block y ladrillo*

*Ubicadas en edificios de apartamentos*

*Sin problemas de hacinamiento (- de 1 persona por dormit.)*

- Cuentan con:

*Microondas, teléfono, ducha y equipo de sonido (proporción bastante superior a la del promedio).*

*Cámara de video y acceso a Internet (duplican o triplican la proporción del promedio de los hogares)*

- Se diferencian bastante de los otros segmentos porque:

*En proporción muy superior al promedio, cuentan con 1 ó 2 empleadas domésticas que comen en el hogar.*

*La proporción que ahorra es más de un 300% mayor a la que realiza esto en el promedio de los hogares*

**Y cómo gastan esos segmentos?**



RESEARCH INTERNATIONAL

# ¿Cómo distribuyen la billetera?

Casi la mitad de los gastos van a alimentos y vivienda, pago de servicios básicos y alquiler de la casa. **Gastan más en el segmento F** (alimentos y vivienda). **Gastan más en el segmento E** (servicios básicos y alquiler). **Gastan más en el segmento D** (transporte). **Gastan más en el segmento C** (comunicaciones). **Gastan más en el segmento B** (recreación y cultura). **Gastan más en el segmento A** (salud y educación). Su gasto principal se va en transacciones financieras, transporte, muebles, recreación, salud y educación.

CONGLOMERADOS DEL GASTO MENSUAL EN...	F	E	D	C	B	A	Total
ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHOLICAS Y ALCOHOLICAS CONSUMIDAS EN EL HOGAR	32,9	30,9	16,9	26,5	10,8	10,3	24,0
ALQUILER EN VIVIENDA, AGUA, ELECT, GAS SIN LOCATIVO	17,5	11,9	10,5	8,5	9,7	5,3	11,6
TRANSACCIONES FINANCIERAS	5,0	5,8	13,8	7,8	18,4	22,6	10,7
TRANSPORTE	7,2	7,2	11,7	9,3	11,5	11,5	8,9
ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOH. Y ALCOH. CONSUMIDAS FUERA DEL HOGAR	7,0	5,7	5,6	5,6	5,6	5,6	6,8
MUEBLES Y ARTICULOS PARA EL HOGAR	6,7	6,7	6,7	6,7	6,7	6,7	6,4
PRENDAS DE VESTIR Y CALZADO	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5
BIENES Y SERVICIOS FINANCIEROS	5,1	5,1	5,1	5,1	5,1	5,1	5,1
RECREACION Y CULTURA	4,9	4,9	4,9	4,9	4,9	4,9	5,0
CONTRIBUCIONES SOCIALES	3,6	3,6	3,6	3,6	3,6	3,6	3,6
COMUNICACIONES	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5
TRANSFERENCIAS EN DINERO	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1	3,1
SALUD	2,8	2,8	2,8	2,8	2,8	2,8	2,8
EDUCACION	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6
CONTRIBUCIONES SOCIALES VOLUNTARIAS	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9
IMPUESTOS Y PAGOS POR LICENCIAS	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6

**Aunque para el segmento F Alimentos y bebidas representa el 33% de su gasto mensual, ellos gastan -en absoluto- en promedio una cuarta parte de lo que gasta el segmento A en este rubro (para quienes esto solo representa el 10%).**

F

A



2,94 personas por hogar (0,79)

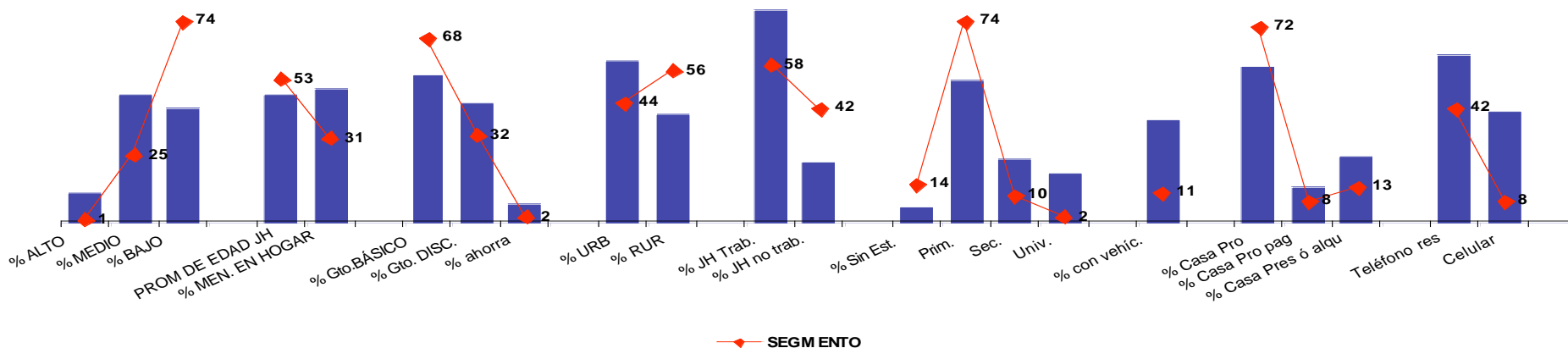
### Perfil del gasto específico (gastan en promedio)...

- **Más** en pan y cereales, leche, queso, huevos, aceites y grasas, azúcar y café; y **menos** en frutas, refrescos, carnes y pescado.
- El calzado les representa un gasto importante en el vestir.
- **Más** en medicinas y **menos** en servicios.
- **Más** en servicio transporte y **menos** en telefonía.
- **Más** en electricidad **menos** en alquiler.
- **Menos** en recreación.



276.621

### Indicadores básicos



—◆— SEGMENTO

# SEGMENTO E

## 29/15



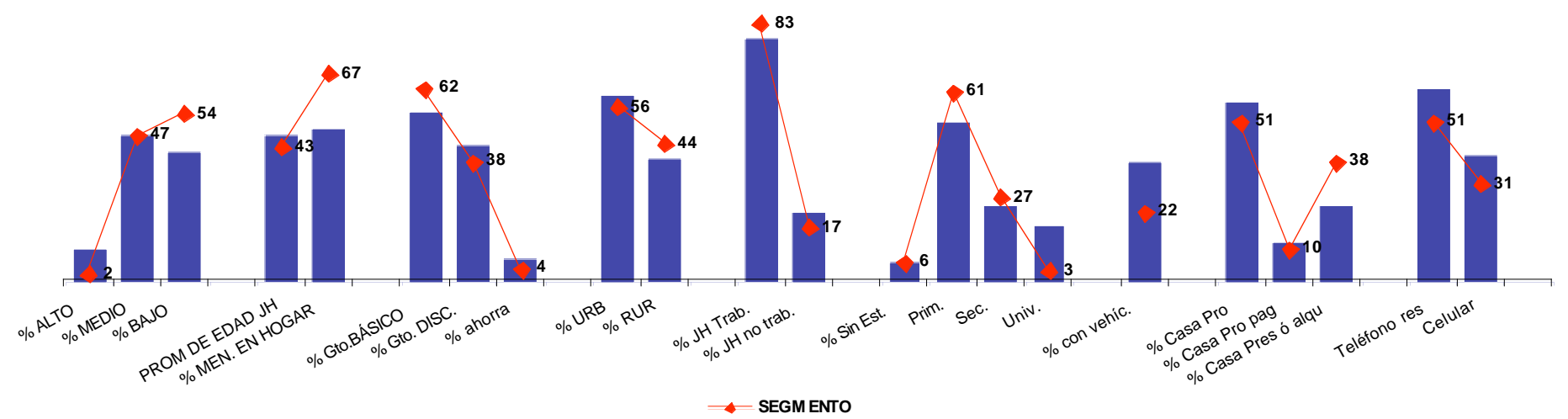
4,29 personas  
por hogar (1,16)

### Perfil del gasto específico (gastan en promedio)...

- **Más** en carne pescado, aceites y grasas y café; y **menos** en frutas y refrescos.
- **Más** en medicinas y **menos** en servicios.
- La adquisición de vehículo y el servicio de transporte les representa un gasto importante.
- **Más** en alquiler.
- **Menos** en recreación.



### Indicadores básicos





3,49 personas por hogar (0,94)

# SEGMENTO D

## 8/5 hogares

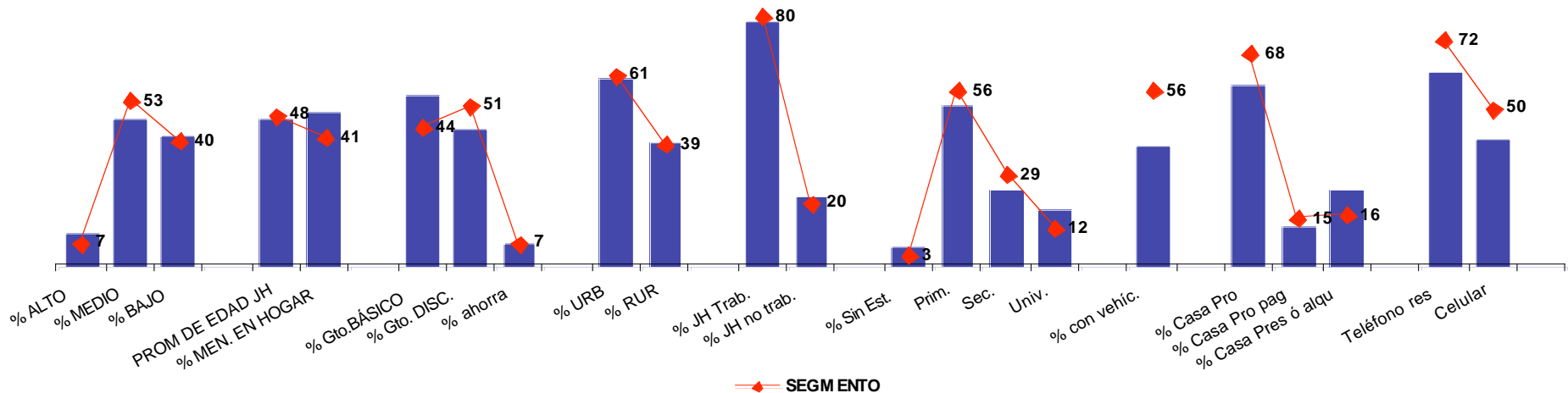
### Perfil del gasto específico (gastan en promedio)...

- **Más** en lácteos, huevos, frutas y refrescos y **menos** en azúcar.
- **Más** servicios del hogar, y **menos** en alquiler.
- **Más** en servicios médicos y **menos** en medicinas.
- **Más** en mantenimiento del vehículo y el combustible y **menos** el servicio de transporte.
- **Más** en servicio de telefonía.
- **Más** en servicios de recreación, pero dentro de éstos **menos** en periódicos y libros.



92.207

### Indicadores básicos





# SEGMENTO C

## 10/10 hogares



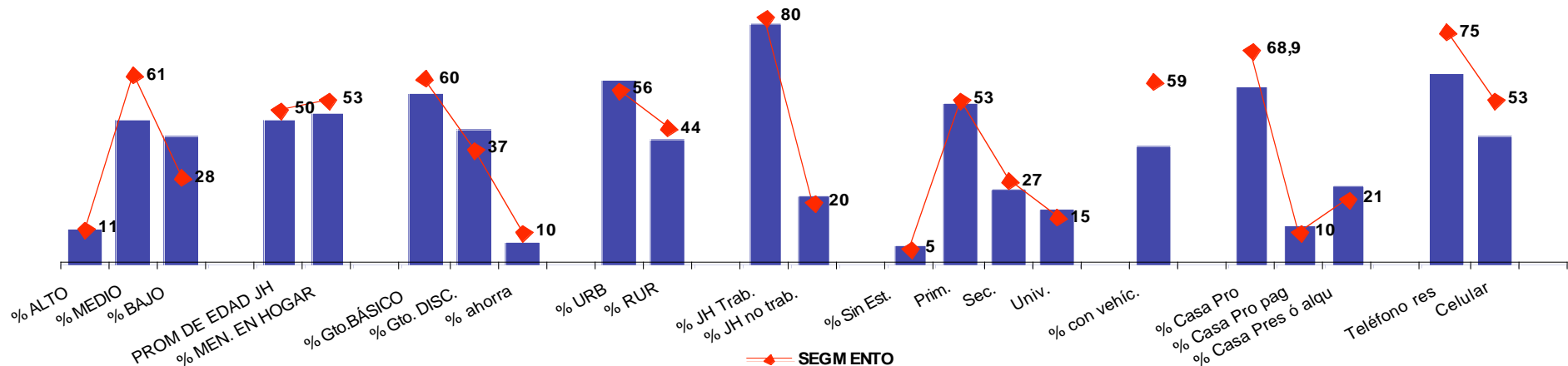
4,12 personas  
por hogar (1,11)

### Perfil del gasto específico (gastan en promedio)...

- **Más** en aceites, grasas, pescado, frutas, azúcar, y **menos** en pan y cereales.
- **Más** servicios eléctricos y el agua, y **menos** en alquiler.
- **Más** en conservación del hogar y servicio doméstico.
- **Más** en bebidas alcohólicas fuera del hogar.
- **Más** en servicios médicos y **menos** medicinas.
- **Más** en adquisición de vehículo, el mantenimiento y el combustible, y **menos** en gasto de transporte.
- **Más** en paquetes turísticos, y **menos** en periódicos y libros.



### Indicadores básicos





3,64 personas por hogar (0,98)

# SEGMENTO B

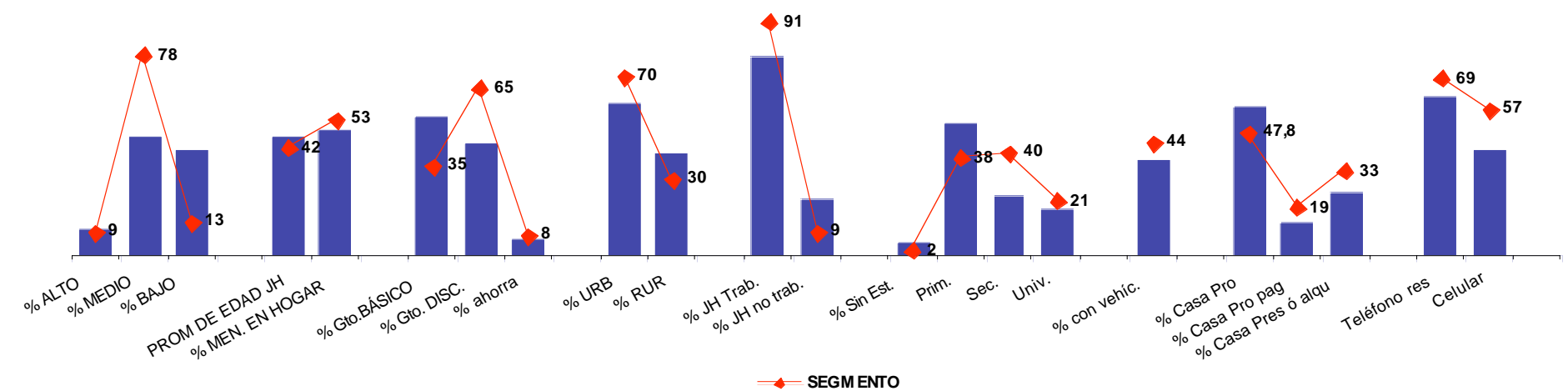
## 15/15 hogares

### Perfil del gasto específico (gastan en promedio)...

- **Más** en pan, cereales y refrescos, y **menos** en grasas, azúcares y café.
- **Más** en alquiler.
- **Más** en mantenimiento del vehículo.
- **Más** en servicios de recreación, pero **menos** en periódicos y libros.
- **Más** en equipo telefónico.
- **Más** en enseñanza formal.



### Indicadores básicos





3,65 personas por hogar (0,99)

# SEGMENTO A

## 14/46 hogares

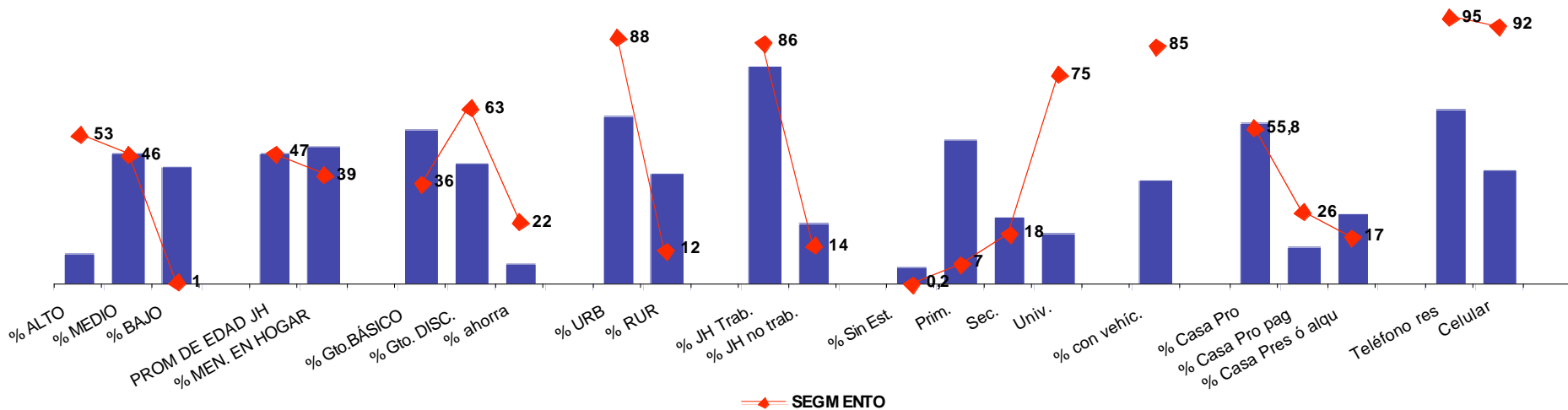
### Perfil del gasto específico (gastan en promedio)...

- **Más** en carnes, pescados, refrescos, bebidas alcohólicas, y **menos** en grasas, azúcares y café y pan.
- **Más** en prendas de vestir y calzado.
- **Más** en conservación de la vivienda y servicios, y muebles.
- **Más** en transacciones financieras que incluyen el pago de préstamos hipotecarios y bonos.
- **Más** en servicio doméstico.
- **Más** en bebidas alcohólicas fuera del hogar.
- **Más** en seguros, servicios médicos, y **menos** en medicamentos.
- **Más** en adquisición y mantenimiento del vehículo.
- **Más** en equipo telefónico.
- **Más** en servicios de recreación, periódicos, libros, paquetes turísticos.
- **Más** en enseñanza formal.



161.362

### Indicadores básicos





**Gracias**