



Unimer



## DECIMOTERCER INFORME ESTADO DE LA NACION EN DESARROLLO HUMANO SOSTENIBLE

Informe Final

### **PATRONES EN GASTO DE CONSUMO: Segmentación de los hogares costarricenses de acuerdo con la estructura del gasto**

*Investigadores:*

*Ana Lía Jiménez , Valeria Lentini ,  
Cathalina García , Jorge Villalobos*

**UNIMER R.I.**



*Nota: Las cifras de las ponencias pueden no coincidir con las consignadas por el Decimotercer Informe Estado de la Nación en el tema respectivo, debido a revisiones posteriores. En caso de encontrarse diferencia entre ambas fuentes, prevalecen las publicadas en el Informe.*

## **PATRONES EN GASTO DE CONSUMO: SEGMENTACIÓN DE LOS HOGARES COSTARRICENSES DE ACUERDO CON LA ESTRUCTURA DEL GASTO**

Ana Lía Jiménez<sup>1</sup>, Valeria Lentini<sup>2</sup>, Cathalina García<sup>3</sup>, Jorge Villalobos<sup>4</sup>

<b>OBJETIVO DE LA INVESTIGACION .....</b>	<b>3</b>
<b>HIPOTESIS DE TRABAJO .....</b>	<b>3</b>
<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>3</b>
DATOS .....	3
EXPLORACIÓN DE DATOS.....	4
SELECCIÓN DE VARIABLES.....	4
TRANSFORMACIÓN DE VARIABLES .....	4
VARIABLES DE PERFIL .....	5
CONSTRUCCIÓN DE VARIABLES ADICIONALES DE ANÁLISIS: NSE, HACINAMIENTO, AHORRO EN EL HOGAR, POBLACIÓN MENOR DE 12 AÑOS EN EL HOGAR, INDICADORES DE TENENCIA.....	5
ANÁLISIS DE DATOS.....	8
<i>Análisis Factorial</i> .....	8
<i>Análisis de conglomerados</i> .....	8
<i>Perfil de los segmentos: tablas de contingencia</i> .....	8
<b>RESULTADOS .....</b>	<b>8</b>
PERFIL DE LOS SEGMENTOS .....	8
<i>Segmento F (24%):</i> .....	9
<i>Segmento E (29%):</i> .....	9
<i>Segmento D (8%):</i> .....	10
<i>Segmento C (10%):</i> .....	10
<i>Segmento B (15%):</i> .....	11
<i>Segmento A (14%):</i> .....	12
PERFIL DEL GASTO DE LOS SEGMENTOS .....	12
PERFIL DEL GASTO POR CONGLOMERADOS:.....	13
PERFIL DEL GASTO POR GRANDES RUBROS: .....	14
PERFIL DEL GASTO DENTRO DE CADA RUBRO:.....	14
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>16</b>
<b>CUADROS Y GRAFICOS .....</b>	<b>18</b>

---

<sup>1</sup> Unimer Research International. Directora General Técnica Regional. Licenciada en Estadística

<sup>2</sup> Unimer Research International. Directora de Proyectos y Subdirectora del LAMSC. Maestría en Economía

<sup>3</sup> Unimer Research International. Directora del LAMSC. Maestría en Estadística

<sup>4</sup> Unimer Research International. Director de Proyectos. Bachiller en Estadística

### **Agradecimientos**

Agradecemos la invitación del INEC para formar parte del Simposio A la Luz de la ENIG 2004-2005 y al personal del Unimer Research International por el apoyo brindado.

## **RESUMEN**

Esta investigación se hizo con el fin de construir una tipología de los hogares, según su estructura de gasto. Esta tipología es de gran utilidad para mejorar el enfoque de las políticas sociales y económicas y, en el campo de la investigación de mercados constituye un valioso aporte para la orientación de diversas estrategias mercadológicas. Para la construcción de esta tipología se consideraron variables relacionadas con el gasto, aspectos sociodemográficos, características de las jefaturas del hogar y tenencia de la vivienda y posesión de bienes y servicios. Estas variables provienen de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos del 2004-2005, tanto el archivo de datos para hogares como el de personas, suministrados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos. Se corrió un análisis factorial para definir las dimensiones del gasto: básico y discrecional, como principales discriminantes. Se procedió a aplicar un análisis de conglomerados mediante K-Means (SPSS-2001) obteniendo como la mejor solución seis grupos del gasto. Los segmentos se identificaron de A a F, siendo A los de mayor nivel de gasto y F los de menor.

## **OBJETIVO DE LA INVESTIGACION**

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

## **HIPOTESIS DE TRABAJO**

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.

## **METODOLOGIA**

### ***Datos***

Para la segmentación de los hogares se tomó como base la información de la Encuesta de Ingresos y Gastos del 2004-2005, tanto el archivo de datos para hogares como el de personas, suministrado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos.

El archivo de datos de hogares, que consta de 4.231 registros, se empleó para la mayor parte del análisis. De él se obtuvieron las variables de segmentación del gasto, características de las viviendas, clasificación territorial (región, zona), tipología del hogar, tenencia de artefactos y servicios, entre otras.

El archivo de personas (15.638 registros) se utilizó para extraer la información de los jefes de hogar que sería integrada a la base de hogares y que oportunamente se utilizaría para la maximización de los segmentos y la construcción de perfiles. La información extraída corresponde al sexo del jefe, edad, nivel educativo, lugar de nacimiento, estado conyugal, categoría ocupacional y sector institucional.

El empate de la información entre las bases de datos de hogares y personas se realizó con la ayuda de tres variables de identificación común en ambos archivos, tal es el caso del número de segmento, número de vivienda y número de hogar.

### ***Exploración de datos***

La exploración de datos consistió en un análisis univariado de cada una de las variables de los archivos de datos de trabajo. Este análisis se realizó con el propósito de identificar patrones, tendencias, valores extremos, bases de cálculo (pérdida de muestra por efecto de pases o secciones especiales) y sobre todo, para seleccionar las variables que mejor se ajustaron al análisis propuesto.

Además de los propósitos anteriores, las distribuciones de frecuencias nos permitieron visualizar las distintas formas en que cada una de ellas podía ser transformada para lograr una optimización de los resultados.

Después de hacer una exploración de los dos archivos de datos se decidió trabajar con aproximadamente 85 variables.

### ***Selección de variables***

Para facilitar el manejo de la información se definieron cuatro grandes grupos de variables: las relacionadas con el gasto, con aspectos sociodemográficos, con la jefatura del hogar, y con tenencia de vivienda y posesión de bienes y servicios en el hogar.

Adicionalmente a los cuatro grupos anteriores se utilizaron otras variables que fueron construidas a partir de la combinación de algunas de ellas. Estas son: nivel socioeconómico, hacinamiento, ahorro en el hogar, población menor de 12 años en el hogar y cuatro indicadores de tenencia (artefactos y servicios) en el hogar.

Estos cuatro grupos de variables pueden ser clasificados, también, según su aplicación. Así por ejemplo las variables relacionadas con el gasto son las variables de **segmentación**, mientras que las relacionadas con el jefe del hogar, la vivienda y aspectos sociodemográficos funcionarán como variables **clasificadoras** o de **perfil**.

Para la selección de las variables de segmentación se empleó como primer criterio, que estas fueran independientes entre sí y no producto de relaciones entre dos o más variables.

### ***Transformación de variables***

#### **Variables de segmentación: relacionadas al gasto**

Las 18 variables seleccionadas para la segmentación del gasto merecieron un tratamiento especial. Al ser variables continuas fue necesario buscar una forma sencilla de trasladar estas variables a una escala ordinal, de forma tal que las nuevas categorías del gasto facilitaran los análisis estadísticos posteriores (factoriales y conglomerados).

El criterio empleado para la transformación fue el de los quintiles de cada distribución de gasto. En cada una de las 18 variables del gasto se tomaron los puntos de corte de los quintiles, pasando así de una distribución continua del gasto (colones) a una ordinal (quintiles).

Cabe señalar que las variables Hog\_176 (Gasto mensual en bebidas alcohólicas consumidas en el hogar) y Hog\_188 (Gasto mensual en bebidas alcohólicas consumidas fuera del hogar) no presentaron variabilidad después de haber realizado la recodificación (todos los hogares se agrupaban en el primer quintil). Mostrar variabilidad es un requisito indispensable en el análisis de factores.

Aunque estas dos variables presentaron valores relativos bajos y con poca variabilidad, se consideró importante mantener la información que aportaban para el modelo. Para tales propósitos se procedió a construir las siguientes variables:

1) Gasto mensual en alimentos y bebidas no alcohólicas y alcohólicas consumidas en el hogar = Hog\_175+Hog\_176

2) Gasto mensual en alimentos y bebidas no alcohólicas y alcohólicas consumidas fuera del hogar = Hog\_186+Hog\_188.

Finalmente el número de variables de segmentación se resume en 16.

### ***Variables de perfil***

1) Edad. La edad del jefe del hogar se agrupó en 5 categorías: menos de 30 años, de 30 a 39 años, de 40 a 49 años, de 50 a 59 años, 60 años y más e ignorado.

2) Lugar de nacimiento. Se resumió en cuatro grupos: nacidos en Costa Rica, Nicaragüenses, otro lugar e ignorado.

3) Región. Se dividió en Región Central y Resto del País.

### ***Construcción de variables adicionales de análisis: NSE, hacinamiento, ahorro en el hogar, población menor de 12 años en el hogar, indicadores de tenencia***

#### **Nivel Socioeconómico (NSE)**

Para el propósito de nuestra investigación era fundamental contar con un indicador del nivel socioeconómico de los hogares. La Encuesta, por si misma, no ofrece un indicador, pero brinda información suficiente para lograr una estimación adecuada.

El criterio principal para la construcción del indicador de NSE era la parsimonia. Como fuente principal se empleó el documento **“Estratificación de hogares y segmentos por niveles de ingreso en el Censo 2000”**, (Madrigal Pana, 2004<sup>5</sup>), en el cual se expone una robusta metodología para la estimación del NSE.

---

<sup>5</sup> Madrigal Pana, Johnny, 2004. Costa Rica a la luz del Censo del 2000, Estratificación de Hogares y Segmentos por Niveles de Ingreso en el Censo del 2000. San José, Costa Rica

En el ejercicio realizado por Madrigal Pana se utilizó el procedimiento K-Medias (SPSS-1999) para clasificar los hogares, utilizando como única variable de análisis el ingreso per cápita estimado mediante una ecuación de regresión lineal múltiple. Este ejercicio dio como resultado seis estratos los cuales fueron resumidos en tres niveles socioeconómicos: Bajo, Medio, Alto.

Para lograr la clasificación de los hogares en la encuesta de Ingresos y Gastos, se analizaron tres escenarios:

1) Se tomaron los seis centroides resultantes del ejercicio K-Means de Madrigal Pana y se procedió a calcular las diferencias de cada uno de ellos con el ingreso per cápita de cada hogar de la Encuesta de Ingresos y Gastos. Para clasificar a cada observación se recurrió al criterio de diferencias mínimas. Es decir, cada observación fue clasificada en el estrato con el cual presentaba la mínima diferencia entre las 6 diferencias calculadas.

Este procedimiento fue descartado debido a que este cálculo sobreestima el nivel socioeconómico Alto (61%), y por ende subestima considerablemente los niveles Medio y Bajo (34.9% y 4.1% respectivamente).

2) Como un segundo intento, se decidió llevar el valor de los centroides a colonos de abril del 2004, fecha en que dio inicio el trabajo de campo de la Encuesta de Ingresos y Gastos. Este ajuste por efecto inflacionario es de 49.3%.

El ajuste inflacionario corrige de forma significativa la sobreestimación del nivel socioeconómico alto (14.4%). Sin embargo, ese estrato continúa siendo mayor a lo esperado.

3) Por lo anterior, se decidió valorar una tercera opción metodológica que consistió en replicar el ejercicio K-Means (SPSS-2001), con la variables ingreso per cápita de la Encuesta de Ingresos y Gastos, obteniendo así nuevos centroides para la clasificación. Esta última opción fue la que finalmente se utilizó en el análisis. El resultado fue: nivel alto 11.2%, medio 47.2% y bajo 41.6%

### **Hacinamiento**

El índice de hacinamiento corresponde a la razón del número de personas por dormitorio, y se calculó de la siguiente manera:

$$\text{Índice de Hacinamiento} = \frac{\text{Miembros del hogar}}{\text{Total de dormitorios}} = \frac{\text{Hog\_70}}{\text{Hog\_24}}$$

Los valores del indicador fueron recodificados en tres categorías: una o menos personas por dormitorio, más de una persona pero menos de dos personas por dormitorio, y dos o más personas por dormitorio.

### **Ahorro en el hogar**

El índice de ahorro se derivó de seis variables:

- 1) Renta por beneficios distribuidos por cooperativas (Hog\_126)
- 2) Renta por dividendos de acciones (Hog\_127)
- 3) Renta por intereses por préstamos a terceros (Hog\_128)
- 4) Renta por intereses por bonos, cédulas, etc (Hog\_129)
- 5) Renta por intereses por depósitos y fondos de inversión (Hog\_130)
- 6) Renta por beneficios distribuidos por asociación solidaria (Hog\_134)

Cada una de ellas fue llevada a variables dicotómicas, en donde 0 significa que no había beneficio o renta derivada y 1 que si lo había. La suma de estas seis variables daba por resultado un indicador cuyos valores oscilaban entre el 0 y el 6. Si el valor era 0 significaba que no había ahorro en el hogar, mientras que un valor igual o mayor a 1 denotaba lo contrario.

### **Población menor de 12 años en el hogar**

El índice de población menor de 12 se calculó de la siguiente manera:

$$\text{Población menor de 12 años} = \text{Miembros del hogar} - \text{Población de 12 años o más} = \text{Hog}_70 - \text{Hog}_72$$

Si el indicador es igual a 0 significa que no hay personas menores de 12 años en el hogar, si este es mayor o igual que 1, significa que si hay presencia de este segmento poblacional.

### **Indicadores de tenencia**

La tenencia de artefactos y servicios en el hogar fue resumida en cuatro índices que indican el número de artefactos y/o servicios en el hogar, ellos son:

1) Índice de tenencia total. Incluye la tenencia de 16 artefactos y/o servicios, estos son: refrigeradora, cocina, lavadora, televisión a color, microondas, ducha, teléfono celular, vehículo, computadora, teléfono residencial, equipo de sonido, agua caliente para toda la vivienda, servicio de internet, cámara de video, servicio doméstico, televisión por cable.

Para el cálculo del índice se recodificó la tenencia como uno y la ausencia como cero. Los valores del indicador oscilan entre 0 y 16, siendo el 0 la ausencia de todos los artículos y servicios, y 16 la tenencia de todos ellos.

2) Índice de tenencia básico. Agrupa cuatro variables, ellas son: tenencia de refrigeradora, cocina, lavadora y televisión a color. Los valores del indicador oscilan entre 0 y 4.

3) Índice de tenencia complementario. Suma los valores de tenencia microondas, ducha, teléfono celular, vehículo, computadora, teléfono residencial y equipo de sonido. Los valores del indicador oscilan entre 0 y 7.

4) Índice de tenencia de lujo. Incluye las variables de tenencia de agua caliente para toda la vivienda, servicio de internet, cámara de video, servicio doméstico y televisión por cable. Los valores del indicador oscilan entre 0 y 5.

La agrupación de estos tres indicadores (básico, complementario y lujo) se realizó mediante un análisis factorial (SPSS-2001).

### **Análisis de datos**

#### **Análisis Factorial**

El SPSS ofrece la herramienta FACTOR que sirve para identificar los factores o dimensiones que resumen la descripción de los datos multivariados.

Se utilizó el Análisis de Componentes Principales para la extracción de la dimensiones con rotación Varimax y normalización Kaiser.

Se realizaron varias corridas variando el número de componentes o factores, llegando a una solución óptima de 3 componentes.

#### **Análisis de conglomerados**

A partir de los tres componentes definidos en el análisis factorial, se procedió a aplicar un “Cluster Análisis”, K-Means (SPSS-2001), es decir se emplearon como variables de análisis ya no las 16 variables originales de segmentación, sino los tres factores resultantes de la agrupación.

Igualmente que en el procedimiento factorial se realizaron varias corridas variando el número de categorías o grupos deseados, obteniendo en 6 conglomerados la mejor solución. Para llegar a estos 6 grupos se realizó un procedimiento de optimización considerando las siguientes variables: sexo, edad, nivel de escolaridad, país de nacimiento, estado conyugal y condición de actividad del jefe del hogar, así como, tipo de hogar, tipo de posesión de la casa, tamaño de la casa, disposición de ahorro, hacinamiento, nivel socioeconómico, región, zona y presencia de menores de 12 años en el hogar.

#### **Perfil de los segmentos: tablas de contingencia**

Finalmente se realizaron tablas de contingencia entre los conglomerados del gasto y las variables de clasificación con el propósito de obtener el perfil de los segmentos, así como analizar la estructura del gasto.

## **RESULTADOS**

### **Perfil de los segmentos**

Los segmentos resultantes son 6 y sus perfiles se describen a continuación, iniciando desde el segmento con menor gasto mensual per cápita (segmento F) hasta el que realiza el mayor gasto (segmento A). Ver gráfico 1.



Para cada segmento se indica, entre paréntesis, el porcentaje de hogares que representa y se describen las variables en que estos muestran mayor diferenciación con respecto al promedio de hogares, haciendo referencia a tres grandes rubros: perfil del jefe del hogar, características del hogar y la vivienda y, artículos y servicios con que cuentan.

**Segmento F (24%):**

En mayor proporción que el promedio de hogares los jefes de hogar son:

*Mujeres,  
De 50 años o más  
Con estudios primarios o menos  
Viudos-separados y solteros,  
Que no trabajan o que son servidores domésticos*

Al analizar las características estos hogares y viviendas en encontramos que en mayor proporción que el promedio:

*Residen en las zonas rurales y en el resto del país  
Proviene de hogares unipersonales o monoparentales,  
Son hogares pequeños (2 o menos personas) y sin niños menores de 12 años  
Poseen casa propia que les ha sido donada o regalada ó habitan en casas cedidas por familiares o amigos.  
Viven en casas pequeñas (60 m<sup>2</sup> o menos) mayormente independientes construidas de zócalo o madera*

Los hogares de este segmento muestran algunas carencias importantes que los diferencian del resto de la población ya que en proporción muy superior al promedio:

*Carecen de baño, cocina, refrigeradora, lavadora y televisor a color así como de servicio de agua por tubería dentro de la vivienda  
Se abastecen de un acueducto rural o de pozos o 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%):**

En este segmento encontramos, en proporción mayor al promedio con:

*Jefaturas masculinas, menores de 40 años  
Con estudios primarios o secundarios  
Asalariados y conviviendo en unión libre*

Sus hogares y 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 o prestadas por trabajo  
Son casas pequeñas (menos de 60 m<sup>2</sup>) y con hacinamiento (más de 2 personas por dormitorio).*

Estos hogares muestran algunas carencias de ciertos artículos y servicios, por ejemplo:  
*En mayor proporción que el promedio:  
Carecen de baño, cocina, refrigeradora, lavadora y televisor; Evacúan los desechos sanitarios en un pozo/letrina y Consumen agua de pozos o ríos.*

**Segmento D (8%):**

En estos hogares, en mayor proporción al promedio, encontramos jefes de hogar:  
*De 50 años o más, con estudios secundarios  
Casados  
Trabajadores cuenta propia o patronos.*

En mayor proporción al promedio, provienen de:  
*Hogares sin niños menores de 12 años  
Con casas:  
Propias totalmente pagadas  
De tamaño pequeño y mediano (entre 61 a 150 m<sup>2</sup>)  
Prefabricadas y ubicadas en edificios de apartamentos  
Además, son hogares que muestran hacinamiento (más de 2 personas por dormitorio)*

Ellos poseen algunos artículos en una proporción moderadamente mayor al promedio.  
Estos son:  
*Ducha  
Microondas  
Teléfono  
Cámara de video y  
Vehículo*

**Segmento C (10%):**

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

Habitán 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) y  
Fabricadas con block o ladrillo, en mayor proporción que el promedio*

Hay 2 aspectos adicionales en los que destacan los hogares de este segmento:  
*Ellos ahorran en una proporción 30% más alta que el promedio  
Cuentan con empleada doméstica que come en el hogar en una proporción 50% mayor al promedio de hogares.*

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

*Ducha*

*Microondas*

*Teléfono*

*Equipo de sonido*

*Cámara de video*

Finalmente cabe destacar que la proporción de hogares que poseen vehículo en este segmento cerca de un 60% superior a la del promedio.

### **Segmento B (15%):**

Los jefes de hogar de este segmento sobresalen en las siguientes características:

*Son adultos jóvenes (menores de 40 años) con estudios secundarios (bastante más que el promedio) o universitarios (un poco más que el promedio)*

*Hay más divorciados y asalariados que en el promedio de hogares*

En este segmento hay mas hogares ubicados en zonas urbanas y en mayor proporción al promedio estas familias:

*Residen en casas propias que las están pagando, en casas alquiladas y en casas cedidas/prestadas por trabajo*

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

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

*Distribuidas en filas o contiguas y elaboradas de block/ladrillo o pre-fabricadas*

En este segmento se ahorra, pero, el nivel de ahorro es apenas un 8% más alta que el promedio.

Al igual que en el segmento C, ellos poseen, en proporción moderadamente superior al promedio, los siguientes artículos:

*Ducha*

*Microondas*

*Teléfono*

*Equipo de sonido*

*Cámara de video en una*

Pero, contrario a los hogares de los segmentos C y D, en los que la proporción que posee vehículo es bastante superior al promedio, en este segmento esa proporción es solo un 15% superior al promedio.

En este segmento lo que si se nota es una mejoría en relación con la cobertura de algunos servicios ya que la proporción que cuenta con servicio sanitario conectado a la alcantarilla o cloaca y con servicio de recolección de basura a través de un camión recolector es moderadamente superior a la del promedio de los hogares.

### **Segmento A (14%):**

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

Los jefes de hogar de este segmento se caracterizan por tener mejor nivel educativo y trabajos de mejor perfil. Así, dentro de este segmento encontramos jefes de hogar:

*Con educación universitaria y que son patronos*

En proporción mayor al promedio hay jefes de: *edad media (40 a 49 años); casados y divorciados*

Este segmento tiene una mayor proporción de:

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

*En hogares nucleares conyugales con baja proporción de niños menores de 12 años*

*Habitan en mayor proporción que el promedio en:*

*Casas propias -aunque las están pagando*

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

*Construidas con block y ladrillo*

*Ubicadas en edificios de apartamentos*

*Sin problemas de hacinamiento (menos de 1 persona por dormitorio)*

Se diferencian en forma importante de los grupos anteriores porque:

*En proporción extremadamente superior al promedio, cuentan con 1 o 2 servidoras 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 costarricenses.*

En el cuadro 1 se incluye un resumen comparativo de los perfiles antes descritos.

### **Perfil del gasto de los segmentos**

El nivel socioeconómico del hogar, el ciclo de vida, el nivel educativo, la cantidad de personas menores y la zona de residencia, la tenencia de artículos y de vivienda, afectan los tipos de gastos de las familias.

En el gráfico 2 y en la tabla resumen, puede observarse que el segmento A (el que más gasta), gasta 11,1 veces más que el segmento F (el que menos gasta).

Los segmentos C y B tienen un gasto per cápita similar al promedio y entre sí, sin embargo, el tipo de gasto que realizan varía notablemente, al momento del su ciclo de vida en que se encuentran, la cantidad de personas en la familia y otras condiciones propias del hogar.

Los segmentos F y E son los que tienen menos gastos per cápita, sin embargo, tanto su tipo de gasto como composición y características del hogar son muy diferentes. La cantidad de personas por hogar es mayor que el promedio en el segmento E, por lo tanto a pesar que este segmento lo compone el 29% de los hogares, representa el 33% de la población. Este segmento es el que tiene más menores en el hogar, mientras el segmento F es uno de los que tienen menos niños y es el segmento cuyo jefe de hogar tiene la edad mayor al promedio.

El 53,4% de los hogares hace el 21,3% del gasto total de los hogares (segmento A), y el 13,9% de los hogares hace el 46,4% de los gastos (segmentos F y E). Ver gráfico 3.

### **Perfil del gasto por conglomerados:**

Como se expuso en los aspectos metodológicos al inicio de este documento, los gastos se conglomeraron en tres grandes rubros que dada su naturaleza se denominaron básicos, discrecionales y voluntarios que incluyen:

- 1) Básicos: Alimentos y bebidas consumidas en el hogar, gastos personales, vestido y calzado, salud, alquiler de vivienda, agua, electricidad, y gas.
- 2) Discrecionales: Contribuciones sociales obligatorias, Transacciones financieras, Transferencias de dinero, Comunicaciones, Transporte, Alimentos y bebidas fuera del hogar, Impuestos y licencias, Recreación y Cultura y Educación.
- 3) Contribuciones sociales voluntarios: el cual alude precisamente a esto.

Los tres segmentos con más gastos básicos son el segmento E, el segmento C, y el segmento A, sin embargo, su proporción varía dependiendo del producto específico. Los segmentos que hacen más gastos discrecionales son el segmento C, segmento B y el A, pero su composición interna también varía. Los segmentos C y D destacan por su gasto en las contribuciones sociales.

El segmento F es el que menos gastos realiza, seguido del E que hace más gastos básicos. Ver gráfico 4.

Los cuadros de los anexos muestran la participación relativa del gasto por segmento y el índice de variación con respecto al promedio. Mediante un sistema de colores del “semáforo”, puede observarse si estos gastos son significativamente más altos que el promedio (verde), más bajos (rojo) ó iguales (amarillo). Se calculó la diferencia entre muestras al 90% de confianza. Ver cuadro 2.

Los segmentos F, E y C deben destinar más de la mitad de sus gastos a lo básico, aunque en términos absolutos estos son mucho menores a los gastos que realiza el segmento A en este conglomerado de gastos. En términos relativos los segmentos D, B y A, destinan más de sus gastos a aquellos discrecionales que a sus gastos básicos. Ver gráfico 5.

### **Perfil del gasto por grandes rubros:**

Al observar los grandes rubros que componen los conglomerados antes analizados, se empiezan a notar las diferencias. Los rubros del cuadro 2 son los correspondientes a la clasificación del INEC.

En el segmento F es donde hay pocas personas en el hogar, y habitan principalmente en zona rural, el nivel absoluto de gasto es el menor y así también su nivel socioeconómico. Muchos jefes de hogar no trabajan, y hay más personas de mayor edad. Casi la mitad de sus gastos se destinan a alimentos dentro del hogar, pago de servicios y alquiler de la casa. Ver gráfico 6.

El segmento E tiene más gastos que el F en términos absolutos, por tener más personas en el hogar, ciclo de vida iniciando familia. La mayoría cuenta con menores de 12 años en casa. Gastan principalmente en comida, servicios básicos, alquiler, vestido, y artículos de hogar.

En el segmento D, que son hogares de nivel medio, aunque con un gasto menor al promedio y con menos niños en el hogar. Gastan más que el promedio en transacciones financieras, transporte, comer fuera, y comunicaciones. Ver gráfico 7.

El segmento C, que está compuesto por jefes de hogar mayores con un nivel educativo principalmente de secundaria, y viven en hogares con más personas, gastan más que el promedio en alimentos, transporte, vestido, recreación, muebles, comunicaciones y salud.

Por último, el tercer segmento del nivel socioeconómico medio, el segmento B, cuyos jefes de hogar son más jóvenes y de nivel educativo más alto, y viven en hogares con menos personas, gastan más en transacciones financieras, transporte, comer fuera, comunicaciones, contribuciones sociales, transferencias de dinero y educación.

El segmento A, tiene gasto mayor por ser de un nivel socioeconómico más alto. Su gasto se va principalmente en transacciones financieras (que incluyen el pago de casa, tenencia de bonos, fondos de inversión), transporte, muebles, recreación, transferencias de dinero, salud y educación (por el pago de la educación privada). Ver gráfico 8.

### **Perfil del gasto dentro de cada rubro:**

Dentro de cada uno de los grandes rubros, el detalle del gasto también difiere por segmento. Ver cuadro 4. A saber:

El segmento F, en promedio gasta más en: pan y cereales, leche, queso, huevos, aceites y grasas, azúcar y café es mayor y menos en frutas y refrescos. El calzado les representa un gasto importante en el vestir. Gastan más en medicinas que lo que gastan en servicios médicos. El servicio de transporte es un gasto importante y gastan menos en recreación.

El segmento E, en promedio su gasto en carne, pescado, aceites y grasas, y café es mayor, y menor el de frutas y refrescos. El alquiler les representa un gasto superior al promedio general. Gastan más en medicinas que lo que gastan en servicios médicos. La adquisición de vehículo y el servicio transporte es un gasto importante y gastan menos en recreación.

El segmento A, gasta más que el promedio en lácteos, huevos, frutas y refrescos, y menos en azúcar. Proporcionalmente su gasto en alquiler y servicios del hogar es mayor dentro de gasto destinado a ese rubro. Gastan proporcionalmente más en servicios médicos que en medicinas. El mantenimiento del transporte y el combustible pesan más que el promedio y menos el servicio de transporte. Su gasto en servicio de telefonía es importante. Gastan más en servicios de recreación y menos en periódicos y libros.

El segmento C, gasta más que el promedio en aceites, grasas, pescado, frutas, azúcar. Los servicios eléctricos pesan más que el promedio en los gastos en vivienda que el alquiler y el agua. La conservación del hogar y el servicio doméstico cobran importancia. También las bebidas alcohólicas fuera del hogar. Gastan proporcionalmente más en servicios médicos que en medicinas. La adquisición de vehículo, mantenimiento del transporte y el combustible pesan más que el promedio y menos el servicio de transporte. En recreación, gastan menos en periódicos y libros.

El segmento B gasta más en pan, cereales y refrescos, menos en grasas, azúcares y café. El alquiler les representa un gasto mayor al promedio, lo mismo que el mantenimiento del carro, y los servicios de recreación (excepto periódicos y libros). Gastan más que el promedio en enseñanza formal.

El segmento A, gasta más en carnes, pescados, refrescos, bebidas alcohólicas, menos en grasas, azúcares y café y pan. Más que el promedio en prendas de vestir y calzado, alquiler, conservación de la vivienda y servicios. En muebles, servicio doméstico, bebidas alcohólicas fuera del hogar, seguros, servicios médicos, adquisición de vehículo y mantenimiento, equipo telefónico, servicios de recreación, periódicos, libros, paquetes turísticos y enseñanza formal.

Cabe resaltar que aunque para el segmento F Alimentos y bebidas representa el 33% de su gasto mensual, ellos gastan en promedio una cuarta parte de lo que gasta el segmento A en este rubro (quien gasta solo el 10% de su presupuesto en esto).

En resumen, en alimentos y bebidas en el hogar, los gastos en frutas, refrescos y carnes aumentan con el nivel socioeconómico, y las grasas, azúcares, café y té aumentan a menor nivel. El tipo de gasto en salud varía a partir del nivel medio donde el gasto en el servicio empieza a superar el de medicinas. El gasto discrecional con todo lo que esto abarca empieza a notarse en los niveles medios: comidas afuera del hogar, transacciones financieras, etc. El tipo de recreación varía significativamente en el nivel 3, a pesar de que el nivel medio también gasta en promedio más en este rubro, el segmento alto invierte más en libros, periódicos y paquetes turísticos. Comunicación y transporte también varía notablemente al pasar al nivel medio con respecto a bajo, aunque el bajo por ejemplo, gasta de manera importante en el servicio del transporte (público) y menos en mantener un vehículo (porque su tenencia es baja).

## CONCLUSIONES

Después de analizar los datos de 4231 hogares que incluyó variables del hogar, zona de clasificación, perfil del hogar, variables sociodemográficas de los miembros del hogar, se encontraron 6 segmentos claramente diferenciados según su patrón de gasto. Se logró comprobar la hipótesis planteada de que el patrón de gastos de las familias costarricenses está afectado por las variables de ciclo de vida de la familia, características del jefe del hogar, estructura del ingreso (visualizado a través del nivel socioeconómico), nivel de ahorro, zona y región de residencia.

Para efectos de análisis se identificaron los segmentos con letras de la A a la F, donde el segmento A corresponde al que realiza mayor nivel de gastos y el F el de más bajo nivel e gastos.

1. A pesar de que el segmento A concentra al 14% de la población, realiza el 46% del total de gastos de hogares del país.

2. Por otro lado, los segmentos E y F, representan más de la mitad de los hogares (53%), pero su peso en el gasto de los hogares es solamente del 21%. Estos dos segmentos tienen una estructura de gastos muy básica, comida y servicios públicos. El segmento E además tiene gastos en ropa.

3. El segmento F tiene mayor proporción de hogares residentes de zona rural y del Resto del País. El jefe del hogar suele estar inactivo y ser de mayor edad y además, el hogar cuenta con pocos miembros. Mientras que el que sigue, segmento E, vive en zonas urbanas, con más miembros en el hogar, con más niños, con más jefes de hogar que trabajan (asalariados) y que son más jóvenes que el promedio. En ambos segmentos los jefes de hogar tienen bajo nivel educativo, el ahorro es prácticamente nulo y su nivel socioeconómico está muy por debajo del promedio de los hogares.

4. En el espectro medio de gastos encontramos también los hogares de nivel socioeconómico medio. Sin embargo hay diferencias entre los tres grupos. El segmento D tiene el menor nivel de gastos de los tres y menor presencia de niños menores de 12 años. El segmento C tiene mayor proporción de jefaturas masculinas, de mayor edad y un 10% logra ahorrar. En ambos segmentos el nivel educativo del jefe es medio, tienen casa y vehículo propios y laboran como cuenta propia y patronos. El segmento B, que es el de mayor gasto en este grupo, tiene jefaturas más jóvenes, con mayor nivel educativo (una quinta parte con educación universitaria), con mayor proporción que trabaja (asalariados) y residentes de zonas urbanas. Además viven en casas propias que están pagando o las están alquilando. Su nivel de ahorros es de 8%. Estos tres segmentos están en capacidad de gastar más allá de lo básico, como deudas, recreación, teléfono, vehículo, etc., siendo el nivel B el que hace la mayor proporción de gastos discrecionales.

5. El segmento A que realiza el mayor nivel de gastos es a su vez el de más alto nivel socioeconómico. Está concentrado en zonas urbanas y en la Región Central. Tres de cada cuatro jefes cuentan con educación universitaria. Viven en casa propia de mayor tamaño,

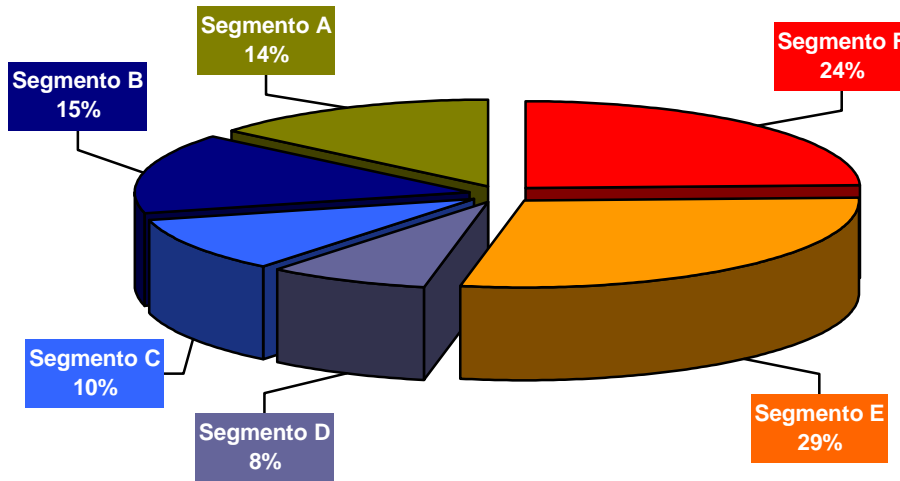


pero la están pagando. Más de la quinta parte logra ahorrar. Casi dos terceras partes no tiene niños menores de 12 años y un tercio cuenta con empleada doméstica que come en el hogar. Al igual que el segmento B destina una mayor proporción de sus gastos a rubros discrecionales. El segmento A sobresale en gastos como transacciones financieras, vehículos, recreación, salud y educación privada.

6. Hay un abismo entre el segmento A y el F. Ejemplo de ello es que mientras el gasto en alimentos representa solamente el 10% en el segmento A, en términos absolutos, este gasto es 4 veces lo que el segmento F gasta en este rubro (para quienes representa una tercera parte de su presupuesto). En otras palabras, con lo que gasta en alimentos una familia del segmento A, comen cuatro familias del segmento F, sin tomar en cuenta que la canasta de alimentos es diferente.

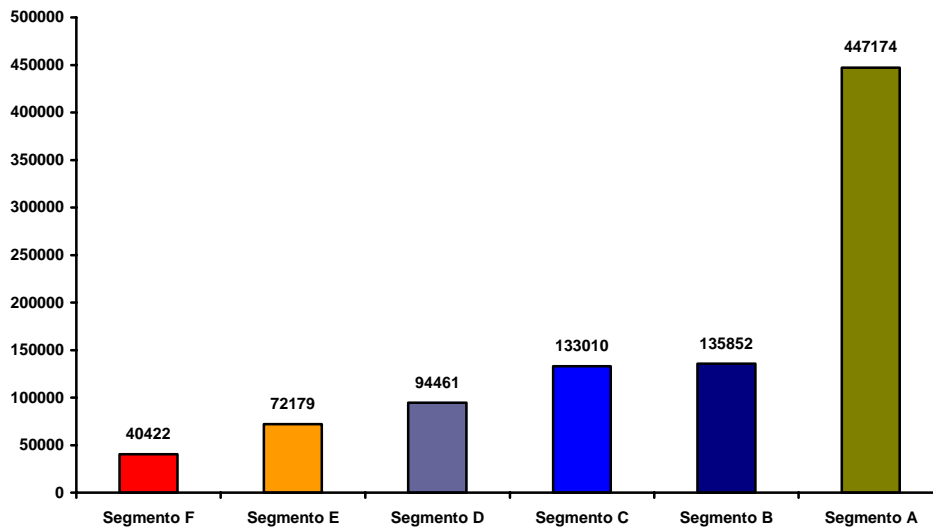
## CUADROS Y GRAFICOS

Gráfico # 1  
Participación de los segmentos según total de hogares.



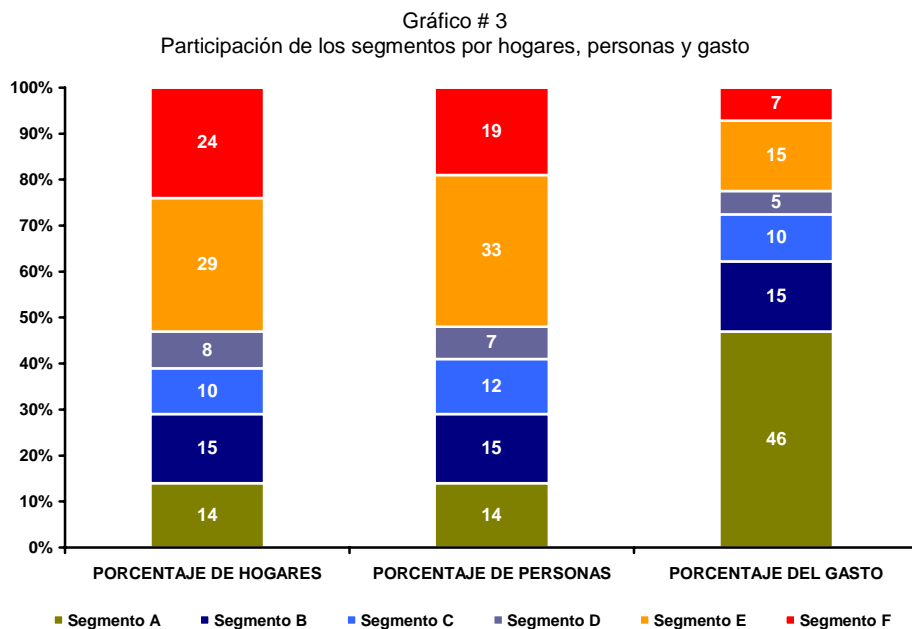
Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2004-2005. Instituto Nacional de Estadística y Censos

Gráfico # 2  
Gasto Mensual Per cápita por segmento en colones corrientes

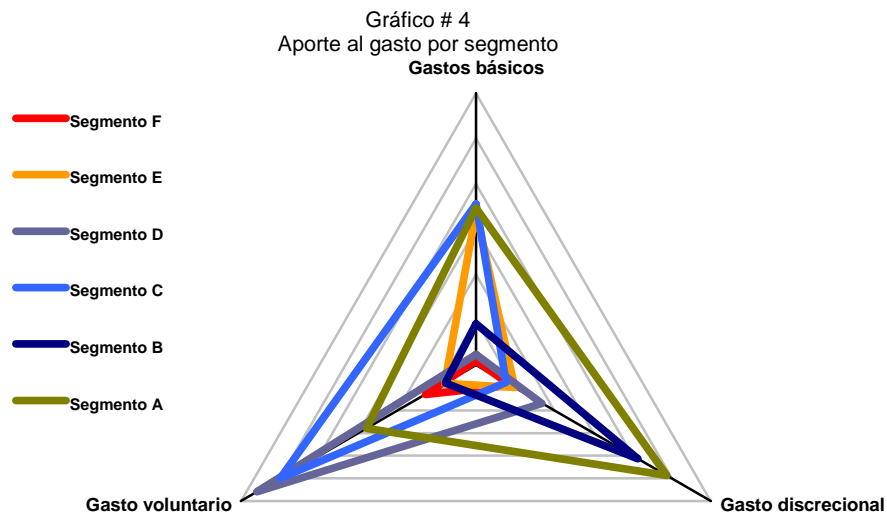


Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2004-2005. Instituto Nacional de Estadística y Censos

*Patrones en Gasto de Consumo:  
Segmentación de los hogares costarricenses de acuerdo con la estructura del gasto*



Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2004-2005. Instituto Nacional de Estadística y Censos

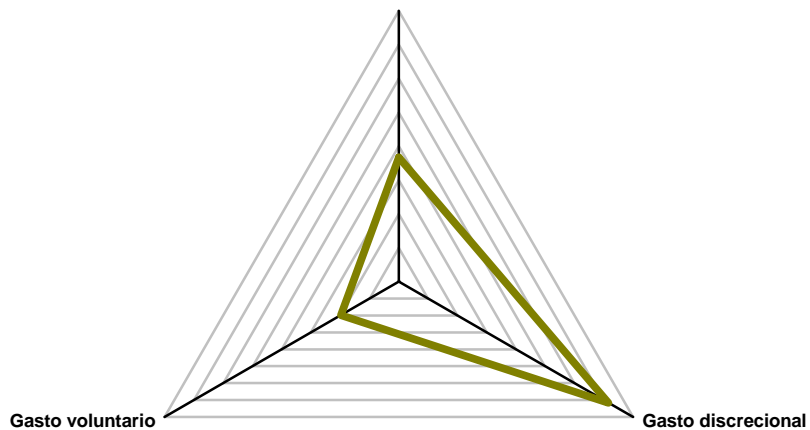


Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2004-2005. Instituto Nacional de Estadística y Censos

*Patrones en Gasto de Consumo:  
Segmentación de los hogares costarricenses de acuerdo con la estructura del gasto*

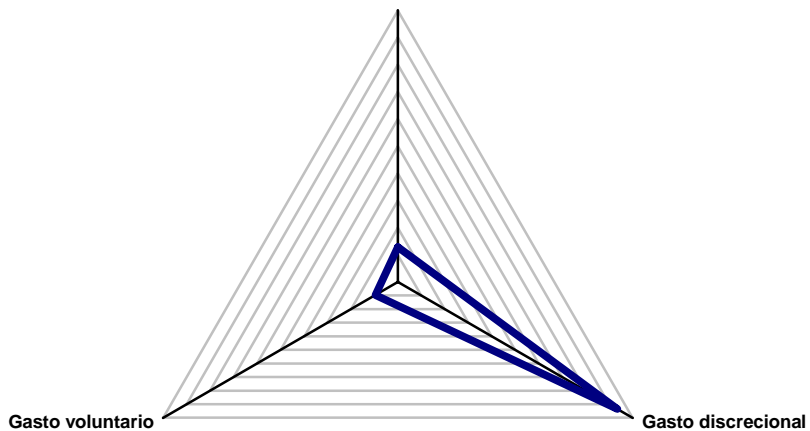
---

Gráfico # 5  
Aporte al gasto del Segmento A  
**Gastos básicos**



Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2004-2005. Instituto Nacional de Estadística y Censos

Gráfico # 6  
Aporte al gasto del Segmento B  
**Gastos básicos**

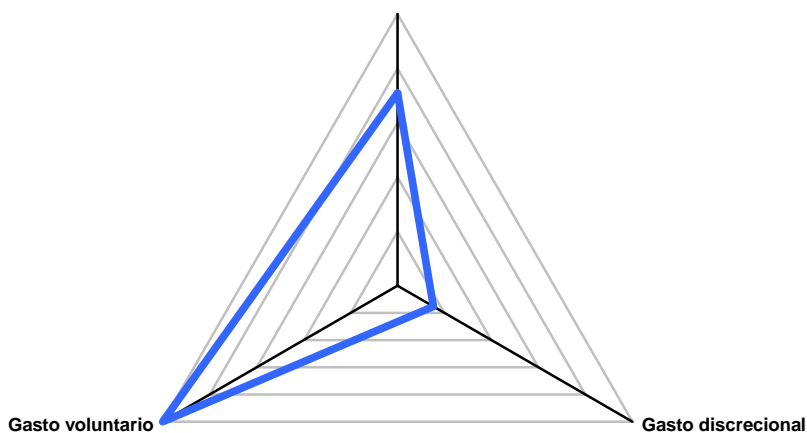


Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2004-2005. Instituto Nacional de Estadística y Censos

*Patrones en Gasto de Consumo:  
Segmentación de los hogares costarricenses de acuerdo con la estructura del gasto*

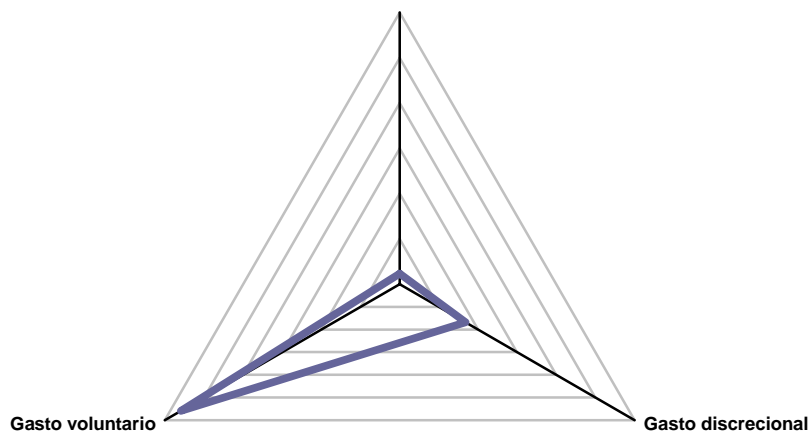
---

Gráfico # 7  
Aporte al gasto del segmento C  
**Gastos básicos**



Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2004-2005. Instituto Nacional de Estadística y Censos

Gráfico # 8  
Aporte al gasto del segmento D  
**Gastos básicos**

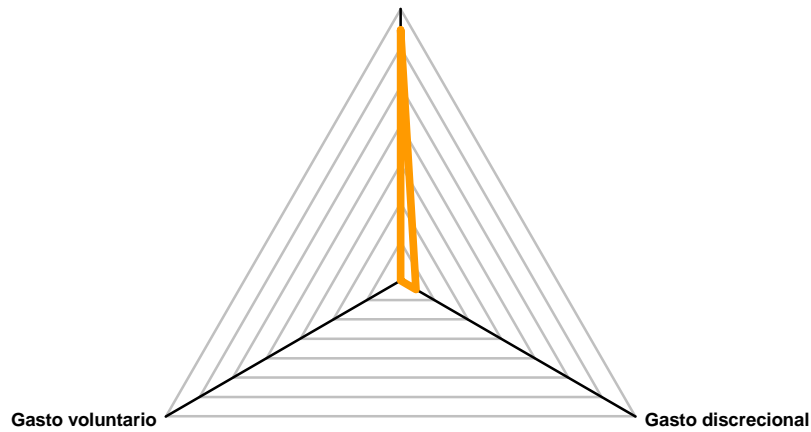


Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2004-2005. Instituto Nacional de Estadística y Censos

*Patrones en Gasto de Consumo:  
Segmentación de los hogares costarricenses de acuerdo con la estructura del gasto*

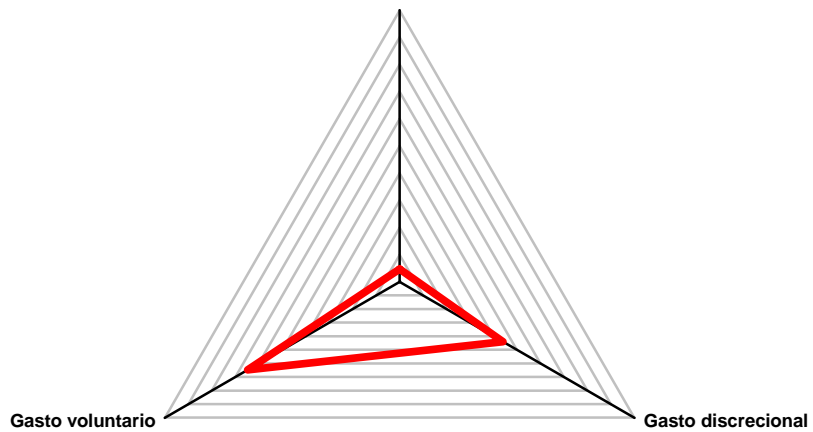
---

Gráfico # 9  
Aporte al gasto del segmento E  
**Gastos básicos**



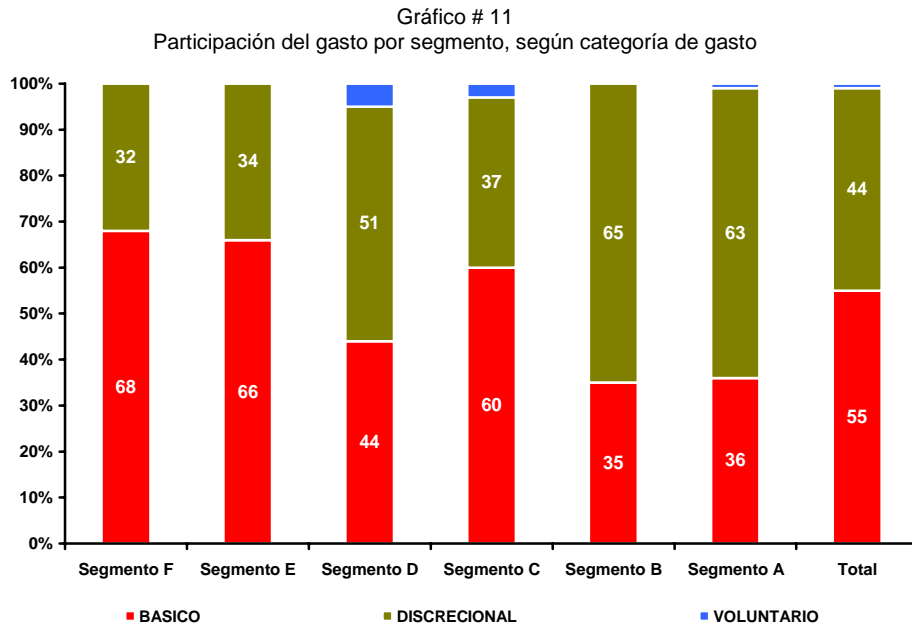
Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2004-2005. Instituto Nacional de Estadística y Censos

Gráfico # 10  
Aporte al gasto del segmento F  
**Gastos básicos**

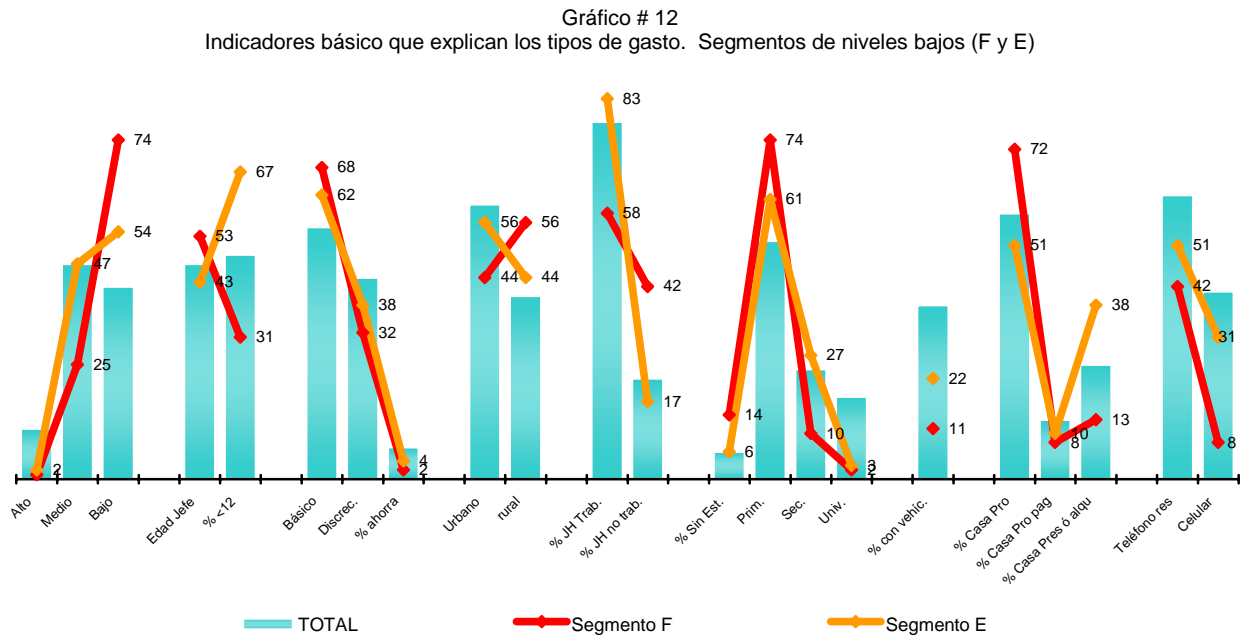


Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2004-2005. Instituto Nacional de Estadística y Censos

*Patrones en Gasto de Consumo:  
Segmentación de los hogares costarricenses de acuerdo con la estructura del gasto*



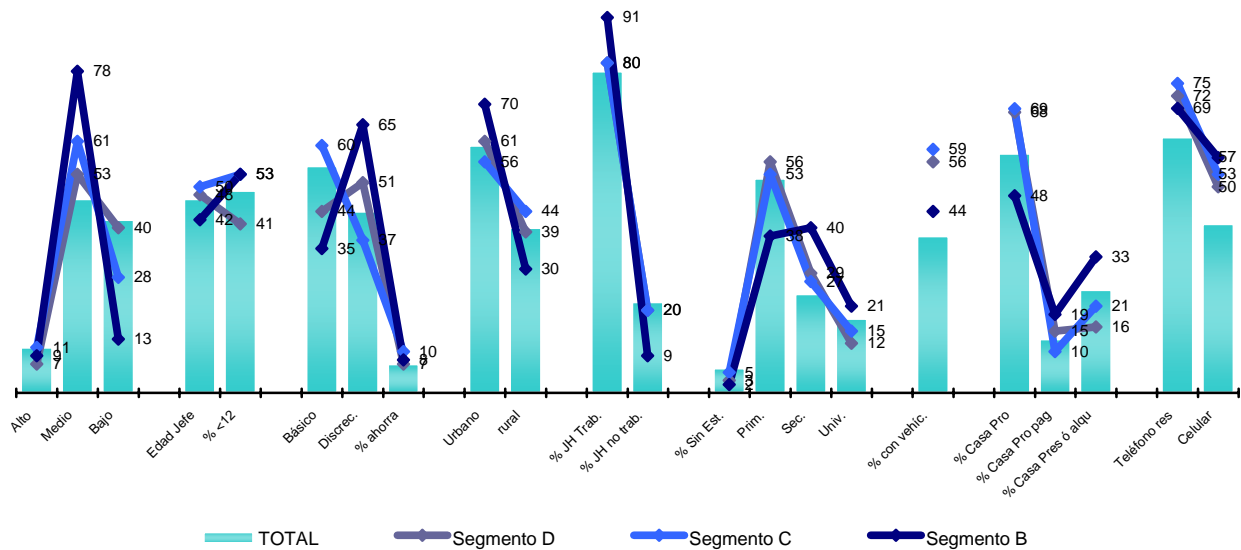
Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2004-2005. Instituto Nacional de Estadística y Censos



Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2004-2005. Instituto Nacional de Estadística y Censos

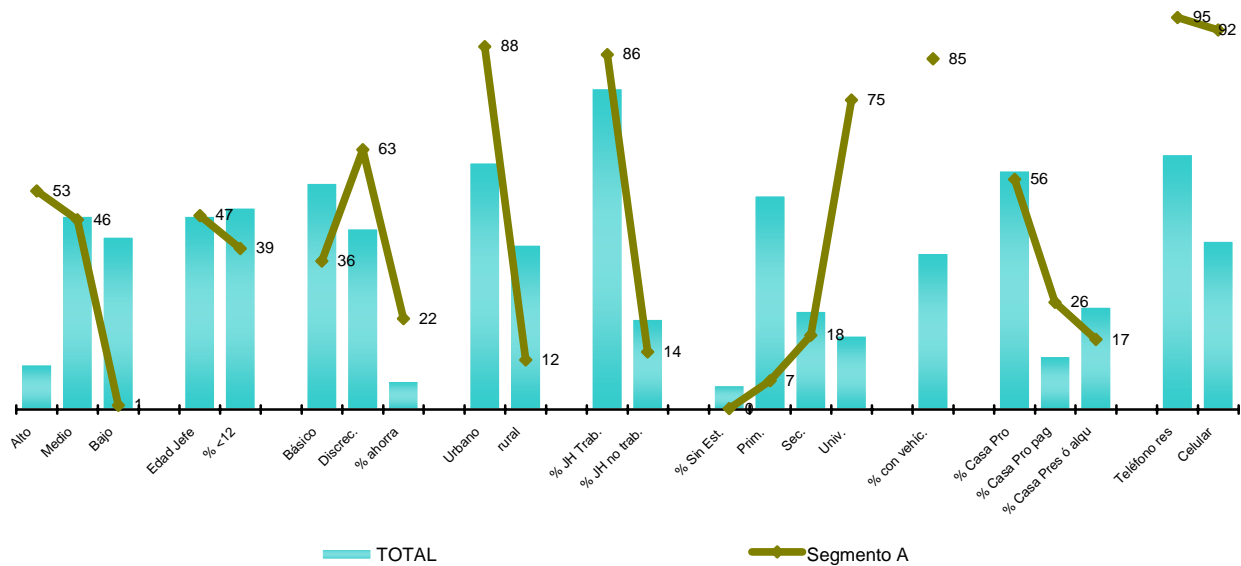
*Patrones en Gasto de Consumo:*  
*Segmentación de los hogares costarricenses de acuerdo con la estructura del gasto*

Gráfico # 13  
 Indicadores básico que explican los tipos de gasto. Segmentos de niveles medios (D, C y B)



Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2004-2005. Instituto Nacional de Estadística y Censos

Gráfico # 14  
 Indicadores básico que explican los tipos de gasto. Segmento de nivel alto (A)



Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2004-2005. Instituto Nacional de Estadística y Censos



*Patrones en Gasto de Consumo:  
Segmentación de los hogares costarricenses de acuerdo con la estructura del gasto*

Cuadro # 1  
Indicadores demográficos y económicos según segmento

	<b>Seg. F</b>	<b>Seg. E</b>	<b>Seg. D</b>	<b>Seg. C</b>	<b>Seg. B</b>	<b>Seg. A</b>	<b>TOTAL</b>
Porcentaje de hogares	24.4%	28.7%	7.7%	10.4%	14.9%	13.9%	100%
Porcentaje de personas	19.4%	33.3%	7.2%	11.6%	14.7%	13.8%	100%
Porcentaje de gasto	7.3%	15.4%	5.4%	10.3%	15.1%	46.4%	100%
Distribución por Nivel Socioeconómico	Bajo	73.8%	54.3%	39.5%	28.3%	12.8%	41.6%
	Medio	25.0%	43.7%	53.4%	61.0%	78.4%	47.2%
	Alto	1.2%	2.1%	7.1%	10.7%	8.7%	11.2%
	<i>Total</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>
Promedio de personas por hogar	2.94	4.29	3.49	4.12	3.64	3.65	3.70
Promedio de edad del jefe de hogar	53.8	42.7	48.0	50.0	42.1	47.1	47.0
Gasto per cápita	¢40.422	¢72.179	¢94.461	¢133.010	¢135.852	¢447.174	¢134.179

Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2004-2005. Instituto Nacional de Estadística y Censos

*Patrones en Gasto de Consumo:  
Segmentación de los hogares costarricenses de acuerdo con la estructura del gasto*

Cuadro # 2  
Perfil sociodemográfico del jefe del hogar y características de la vivienda según segmentos

	SEGMENTO F	SEGMENTO E	SEGMENTO D	SEGMENTO C	SEGMENTO B	SEGMENTO A
<b>JEFE DEL HOGAR</b>						
Sexo	38% jefaturas femeninas (144)			82% jefaturas masculinas (111)		
Edad	58% 50 años o más (149)	18% menos de 30 años (148), 28% 30 a 39 años (122)	44% 50 años o más (112)	28% 40 a 49 años (107), 46% 50 años o más (118)	17% menos de 30 años (132), 29% 30 a 39 años (128)	30% 40 a 49 años (117)
Nivel educativo	14% sin estudios (231), 74% algún nivel de primaria (143)	61% algún nivel de primaria (118), 27% algún nivel de secundaria (115)	29% algún nivel de secundaria (121)	27% algún nivel de secundaria (113)	40% algún nivel de secund. (168), 21% algún nivel de univers. (114)	75% algún nivel de univers. (412)
Estado Civil	18% separados (175), 14% viudos (214), 16% solteros (158)	27% en unión libre (158)	61% casados (120)	71% casados (140)	6% divorciados (117)	69% casados (137), 9% divorciados (164)
Actividad	42% no trabaja (191), 6% es servidor doméstico (181)	66% es asalariado (123), 5% es servidor doméstico (133),	35% es cuenta propia (228), 12% es patrono (213)	31% es cuenta propia (201), 14% es patrono (264)	85% es asalariado (158)	14% es patrono (256)
<b>HOGAR Y VIVIENDA</b>						
Región de Residencia	52% en el Resto del País (143)					87% en la Región Central (141)
Zona de Residencia	56% en Zona rural (140)				70% en Zona urbana (117)	88% en Zona urbana (146)
Tipología del hogar	19% monoparental (143), 22% unipersonal (231)	22% extenso (118)	11% unipersonal (119)	3% compuesto (123)		66% nuclear conyugal (118)
No. miembros en el hogar	50% con 2 o - personas (184)	86% con + de 2 personas (118)		84% con + de 2 personas (116)		
Tenencia de vivienda	8% viven en casa propia, por regalo o donación (153) 11% viven en casa cedida o prestada por fam. o amigos (151)	24% viven en casa alquilada (146), 6% viven en casa cedida o prestada por trabajo (163)	66% vive en casa propia, totalmente pagada (117)	68% vive en casa propia, totalm. pagada (121)	19% viven en casa propia, pero la están pagando (143), 22% viven en casa alquil. (132), 5% viven en casa cedida o prestada por trabajo (137)	26% viven en casa propia, pero la están pagando (196)
Tamaño de vivienda	66% viviendas de 60 m2 o - (151)	54% viviendas de 60 m2 o - (124)	44% viviendas de 61 a 100 m2 (135), 16% viviendas de 101 a 150 m2 (122)	19% viviendas de 101 a 150 m2 (144), 11% viviendas de 151 a 200 m2 (227)	42% viviendas 61 a 100 m2 (129), 16% viviendas 101 a 150 m2 (118)	28% viviendas 101 a 150 m2 (209), 13% viviendas 151 a 200 m2 (275), 25% viv. de + de 200 m2 (444)
Hacinamiento en el hogar	52% con 1 o - pers. por dormitorio (148)	28% con + de 2 personas por dormitorio (168)	9% con + de 2 personas por dormitorio (177)	59% con + de 1 pero - de 2 pers. por dormitorio (122)	56% con + de 1 pero - de 2 pers. por dormitorio (115)	48% con 1 o - pers. por dormitorio (136)
Tipo de vivienda	63% casa independiente (119), 36% en fila o contigua (80)		3% en edificio apartamentos (162)	60% casa independiente (112)	54% en fila o contigua (122)	57% en fila o contigua (128), 5% en edificio apartamento (252)
Hogares por vivienda	2% Vivienda con + de 1 hogar (128)	2% Vivienda con + de 1 hogar (171)				
Material de paredes exteriores	29% casas de madera (158), 10% prefabricado (114),	22% casas de madera (119), 10% prefabricado (119), 6% casas de otro material (144)	6% prefabricado (134), 4% casas de otro material (110)	68% casas de block o ladrillo (115)	66% casas block o ladrillo (111), 11% prefabricado (130)	89% casas block o ladrillo (151)
Ahorran?				10% si ahorra (132)	8% si ahorra (108)	22% si ahorra (308)
Cunetan con empleada doméstica que come en el hogar?				10% si cuenta con 1 empleada domést. que come en el hogar (148)		26% si cuenta con 1 empl. domés. que come en el hogar (414), 4% si cuenta con 2/3 emp. dom. que comen en el hogar (557)
Hay niños menores de 12 años	69% NO hay niños menores 12 años (135)	67% SI hay niños menores 12 años (138)	59% NO hay niños menores 12 años (115)			61% NO hay niños menores 12 años (119)

Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2004-2005. Instituto Nacional de Estadística y Censos

*Patrones en Gasto de Consumo:  
Segmentación de los hogares costarricenses de acuerdo con la estructura del gasto*

Cuadro # 3  
Tenencia de artefactos y servicios en el hogar según segmentos

	SEGMENTO F	SEGMENTO E	SEGMENTO D	SEGMENTO C	SEGMENTO B	SEGMENTO A
<b>ARTEFACTOS Y SERVICIOS</b>						
<b>Baño:</b>	4% no tiene (280)					
<b>Ducha:</b>	80% no tiene (138)	67% no tiene (116)	54% si tiene (127)	55% si tiene (129)	49% si tiene (117)	77% si tiene (182)
<b>Cocina:</b>	7% no tiene (194)					
<b>Refrigeradora:</b>	23% no tiene (219)					99.7% si tiene (111)
<b>Lavadora:</b>	29% no tiene (208)					98% si tiene (114)
<b>Microondas:</b>	78% no tiene (157)	58% no tiene (117)	58% si tiene (115)	63% si tiene (125)	63% si tiene (125)	91% si tiene (181)
<b>TV a color:</b>	24% no tiene (247)					99% si tiene (110)
<b>TV por cable:</b>	97% no tiene (120)	90% no tiene (112)		26% si tiene (131)		66% si tiene (335)
<b>Teléfono Residencial:</b>	58% no tiene (152)	49% no tiene (128)	72% si tiene (117)	75% si tiene (121)	69% si tiene (112)	95% si tiene (153)
<b>Teléfono Celular:</b>	92% no tiene (157)	69% no tiene (118)	50% si tiene (121)	53% si tiene (128)	57% si tiene (137)	92% si tiene (221)
<b>Equipo de sonido:</b>	70% no tiene (150)			64% si tiene (121)	63% si tiene (119)	77% si tiene (144)
<b>Cámara de video:</b>	99.7% no tiene (105)		5% si tiene (111)	7% si tiene (140)		20% si tiene (423)
<b>Computadora:</b>	98% no tiene (128)	88% no tiene (115)		27% si tiene (113)	29% si tiene (123)	77% si tiene (324)
<b>Acceso a Internet:</b>	99.7% no tiene (109)					42% si tiene (495)
<b>Vehículo:</b>	89% no tiene (143)	78% no tiene (125)	56% si tiene (149)	59% si tiene (157)	44% si tiene (115)	85% si tiene (224)
<b>Agua caliente para toda la vivienda:</b>				6% si posee (136)		22% si posee (493)
<b>Servicio de Abastecimiento de agua y alcantarillado:</b>	2% cuenta con tubería fuera de la vivienda (211), 4% no cuenta con agua por tubería (281) 34% de un acueducto rural (144) 17% de otra fuente (pozo, río, otros) (168)	12% de otra fuente (pozo, río, otros) (117)	19% de un acueducto municipal (123),	18% de un acueducto municipal (115), 27% de un acueducto rural (116)	54% cuenta con servicio de agua del AyA (118), 18% de un acueducto municipal (116), 6% de una cooperativa (120)	65% cuenta con servicio de agua del AyA (141), 10% de una cooperativa (196)
<b>Servicios de Desechos Sanitarios:</b>	11% con pozo negro o letrina (236)	5% con pozo negro o letrina (115)			29% tienen servicio sanitario conectado a alcantarilla o cloaca (117)	46% tienen servicio sanitario conectado a alcantarilla o cloaca (185)
<b>Servicio de Suministro de Alumbrado Eléctrico:</b>	55% cuenta con servicio de ICE (124) 15% otra empresa o cooperativa (132) 5% No tiene alumbrado eléctrico (276)	10% JASEC ó ESPH (117)	16% otra empresa o cooperativa (134) 2% No tiene alumbrado eléctrico (112)	14% otra empresa o cooperativa (122)	43% de la CNFL (129),	56% de la CNFL (168),
<b>Servicios de Tratamiento de la Basura:</b>	13% la arrojan a un hueco (178) 1% la arrojan a un lote baldío (175) 26% la queman (173)		16% la queman (111), 1% la arrojan a un lote baldío (112)	17% la queman (111),	88% la recoge camión recolector (116)	96.6% la recoge camión recolector (127)

Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2004-2005. Instituto Nacional de Estadística y Censos

*Patrones en Gasto de Consumo:  
Segmentación de los hogares costarricenses de acuerdo con la estructura del gasto*

Cuadro # 4  
Participación del gasto por segmento por conglomerado e índice de variación con respecto al promedio

	Segmento F		Segmento E		Segmento D		Segmento C		Segmento B		Segmento A		Total
Gasto Básico	67,7	1,22	66,3	1,20	43,9	0,8	59,8	1,08	34,8	0,63	36,0	0,65	55,3
Gasto Discrecional	32,1	0,73	33,6	0,77	51,0	1,2	37,4	0,85	65,1	1,49	63,5	1,45	43,8
Gasto Voluntario	0,2	0,27	0,1	0,11	5,2	6,0	2,8	3,26	0,1	0,09	0,5	0,63	0,9
Total	100	1,00	100	1,00	100	1,00	100	1,00	100	1,00	100	1,00	100

Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2004-2005. Instituto Nacional de Estadística y Censos  
Notas: Color Verde=sobre el promedio (total), Color Rojo=bajo el promedio, Amarillo=promedio (Total)

*Patrones en Gasto de Consumo:  
Segmentación de los hogares costarricenses de acuerdo con la estructura del gasto*

Cuadro # 5

Participación del gasto por segmento por grandes grupos de gastos e índice de variación con respecto al promedio. (Según clasificación del INEC).

Gasto mensual en...	Segmento F		Segmento E		Segmento D		Segmento C		Segmento B		Segmento A		Total
Alimentos y bebidas no alcohólicas+bebidas alcohólicas consumidas en el hogar	32,9	1,37	30,9	1,29	16,9	0,7	26,5	1,11	10,8	0,45	10,3	0,43	24,0
Alquiler de vivienda, agua, electricidad, gas sin locativo	17,5	1,52	11,9	1,03	10,5	0,9	8,5	0,74	9,7	0,84	5,3	0,45	11,6
Gastos de transacciones financieras	5,0	0,47	5,8	0,55	13,8	1,3	7,8	0,73	18,4	1,73	22,6	2,12	10,7
Transporte	7,2	0,80	7,2	0,80	11,7	1,3	9,3	1,04	11,1	1,25	11,5	1,29	8,9
Alimentos y bebidas no alcohólicas+bebidas alcohólicas consumidas fuera del hogar	7,0	1,03	5,7	0,83	8,2	1,2	6,0	0,88	9,5	1,40	5,6	0,83	6,8
Muebles y artículos para el hogar	5,4	0,85	8,2	1,29	3,8	0,6	8,1	1,27	4,1	0,64	6,7	1,05	6,4
Prendas de vestir y calzado	5,0	0,91	6,5	1,18	5,5	1,0	6,2	1,13	4,9	0,89	4,5	0,81	5,5
Bienes y servicios diversos	4,1	0,81	6,7	1,32	3,5	0,7	6,2	1,22	3,6	0,70	5,1	0,99	5,1
Recreación y cultura	3,8	0,76	5,3	1,04	4,6	0,9	5,9	1,17	4,9	0,97	6,5	1,30	5,0
Gasto en contribuciones sociales obligatorias	2,3	0,63	3,4	0,96	1,6	0,4	1,0	0,27	7,7	2,15	4,9	1,35	3,6
Comunicaciones	3,2	0,93	3,0	0,87	5,0	1,4	3,6	1,05	3,9	1,12	3,4	0,99	3,5
Transferencias de dinero	2,4	0,77	1,9	0,61	2,9	0,9	1,1	0,36	7,1	2,29	4,2	1,35	3,1
Salud	2,7	0,94	2,1	0,75	3,5	1,2	4,3	1,51	1,8	0,64	4,2	1,48	2,8
Educación	0,7	0,45	1,0	0,62	2,0	1,3	1,8	1,09	1,9	1,21	3,7	2,32	1,6
Gasto en contribuciones sociales voluntarias	0,2	0,27	0,1	0,11	5,2	6,0	2,8	3,26	0,1	0,09	0,5	0,63	0,9
Impuestos y pagos por licencias	0,6	0,86	0,3	0,49	1,3	1,9	1,0	1,51	0,5	0,85	1,0	1,56	0,6
<b>Total</b>	<b>100,0</b>		<b>100,0</b>		<b>100,0</b>		<b>100,0</b>		<b>100,0</b>		<b>100,0</b>		<b>100,0</b>

Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2004-2005. Instituto Nacional de Estadística y Censos

Notas: Color Verde=sobre el promedio (total), Color Rojo=bajo el promedio, Amarillo=promedio (Total)

*Patrones en Gasto de Consumo:  
Segmentación de los hogares costarricenses de acuerdo con la estructura del gasto*

Cuadro # 6

Participación del gasto por segmento por grandes grupos de gastos e índice de variación con respecto al promedio. (Según clasificación del INEC).

<b>Alimentos y bebidas</b>	<b>Segmento F</b>		<b>Segmento E</b>		<b>Segmento D</b>		<b>Segmento C</b>		<b>Segmento B</b>		<b>Segmento A</b>		<b>Total</b>
<b>ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>													
Pan y cereales	27,3	1,17	22,8	0,98	24,4	1,05	20	0,86	24,6	1,06	18,1	0,78	23,3
Carne	15,1	0,9	18,2	1,08	15	0,89	17,5	1,04	16,6	0,98	17,6	1,04	16,9
Pescado	2,9	0,8	3,8	1,05	3,7	1,03	4,7	1,3	2,8	0,78	4,4	1,22	3,6
Leche, queso y huevos	17,4	1,04	15,7	0,94	18	1,08	15,6	0,94	17,2	1,03	17	1,02	16,7
Aceites y grasas	3,2	1,06	3,8	1,24	2,2	0,73	3,2	1,06	2,3	0,76	2,2	0,73	3
Frutas	4,5	0,8	4,1	0,74	7,2	1,3	6,8	1,23	5,7	1,02	8,5	1,53	5,6
Legumbres, hortalizas	10,2	0,97	10,7	1,02	10,6	1,01	12	1,14	9,4	0,9	10,5	1	10,5
Azúcar y otros dulces	6	1,16	6	1,17	3,8	0,75	5,4	1,06	4,1	0,79	3,4	0,67	5,1
Otros productos alimenticios	3,1	0,75	4,9	1,18	3,6	0,85	4,6	1,11	4,1	0,98	4,4	1,05	4,2
Café, te y cacao	3,4	1,31	2,8	1,08	2,6	0,99	2,6	1,02	1,6	0,6	1,8	0,69	2,6
Refrescos	2,9	0,58	4,1	0,83	5,8	1,18	4,7	0,95	7,1	1,44	7,8	1,57	5
Bebidas alcohólicas	0,5	0,59	0,5	0,52	0,2	0,25	1	1,06	1,3	1,48	2,3	2,56	0,9
Tabaco	3,5	1,32	2,4	0,91	2,7	1	1,7	0,63	3,2	1,18	2	0,75	2,7
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>1</b>	<b>100</b>
<b>PRENDAS DE VESTIR Y CALZADO</b>													
Prendas de vestir	61,4	0,92	65,6	0,99	65,4	0,98	69,3	1,04	66,3	1,00	73,1	1,10	66,5
Calzado	38,6	1,15	34,4	1,03	34,6	1,03	30,7	0,92	33,7	1,01	26,9	0,80	33,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>1,00</b>	<b>100,0</b>	<b>1,00</b>	<b>100,0</b>	<b>1,00</b>	<b>100,0</b>	<b>1,00</b>	<b>100,0</b>	<b>1,00</b>	<b>100,0</b>	<b>1,00</b>	<b>100,0</b>
<b>ALQUILER DE VIVIENDA, AGUA, ELECTRICIDAD, GAS</b>													
Alquiler	10,2	0,61	23,7	1,43	7,8	0,47	12,6	0,76	22,9	1,38	13,5	0,82	16,6
Conservación y reparación de la vivienda	4,1	0,71	5,2	0,89	4,7	0,82	6,1	1,06	6,6	1,14	9,3	1,61	5,8
Aguas y otros servicios	24,4	1,03	19,4	0,82	26,3	1,11	22,3	0,94	22,7	0,96	32,1	1,35	23,7
Servicio de electricidad y otros combustibles	61,3	1,14	51,7	0,96	61,3	1,14	59,0	1,09	47,9	0,89	45,1	0,84	53,9
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>1,00</b>	<b>100,0</b>	<b>1,00</b>	<b>100,0</b>	<b>1,00</b>	<b>100,0</b>	<b>1,00</b>	<b>100,0</b>	<b>1,00</b>	<b>100,0</b>	<b>1,00</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2004-2005. Instituto Nacional de Estadística y Censos

Notas: Color Verde=sobre el promedio (total), Color Rojo=bajo el promedio, Amarillo=promedio (Total)

*Patrones en Gasto de Consumo:  
Segmentación de los hogares costarricenses de acuerdo con la estructura del gasto*

CONTINUACION

	Segmento F		Segmento E		Segmento D		Segmento C		Segmento B		Segmento A		Total
<b>MUEBLES Y ARTICULOS PARA EL HOGAR</b>													
En muebles y accesorios	9,2	0,60	16,3	1,07	15,3	1,00	12,9	0,84	20,0	1,31	17,9	1,17	15,3
En productos textiles para el hogar	13,8	1,28	8,2	0,76	19,1	1,77	9,6	0,89	14,2	1,31	6,5	0,60	10,8
Artefactos eléctricos para el hogar	22,8	1,04	23,2	1,05	20,8	0,94	21,3	0,97	27,2	1,24	15,0	0,68	22,0
Artículos de vidrio, vajillas y herramientas	14,8	1,41	8,5	0,81	14,8	1,41	9,8	0,94	11,4	1,09	6,9	0,66	10,5
Conservación del hogar	35,8	1,24	37,4	1,30	20,2	0,70	32,0	1,11	16,3	0,56	15,9	0,55	28,8
Servicio domestico para el hogar	3,6	0,28	6,4	0,50	9,8	0,78	14,5	1,15	10,9	0,86	37,8	3,00	12,6
Total	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0
<b>ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS Y ALCOHÓLICAS CONSUMIDAS FUERA DEL HOGAR</b>													
Alimentos y bebidas no alcohólicas consumidas fuera del hogar	95,5	1,01	95,0	1,00	95,2	1,01	92,9	0,98	95,1	1,01	93,4	0,99	94,6
Bebidas alcohólicas consumidas fuera del hogar	4,5	0,83	5,0	0,92	4,8	0,88	7,1	1,31	4,9	0,90	6,6	1,21	5,4
Total	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0
<b>BIENES Y SERVICIOS DIVERSOS</b>													
Cuidados personales	73,0	1,04	74,9	1,07	64,5	0,92	71,9	1,03	66,4	0,95	60,4	0,86	69,9
Efectos personales	14,5	1,21	10,3	0,86	15,9	1,32	9,9	0,82	14,7	1,23	9,5	0,79	12,0
Seguros	1,3	0,32	2,2	0,55	3,5	0,89	3,1	0,78	3,9	0,98	11,9	2,99	4,0
Otros servicios diversos	11,2	0,79	12,6	0,89	16,1	1,14	15,1	1,07	15,0	1,06	18,3	1,29	14,1
Total	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0
<b>SALUD</b>													
Productos, artefactos y equipo medico	77,4	1,23	69,4	1,10	58,0	0,92	56,2	0,89	62,8	1,00	49,7	0,79	62,9
Servicios medicos y de hospital	22,6	0,61	30,6	0,82	42,0	1,13	43,8	1,18	37,2	1,00	50,3	1,36	37,1
Total	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0
<b>TRANSPORTE</b>													
Adquisición de vehículos	1,0	0,12	10,7	1,27	9,0	1,06	16,0	1,89	1,6	0,19	14,4	1,71	8,4
Repuestos, accesorios y mantenimiento de transporte	6,8	0,57	4,9	0,41	18,0	1,51	13,9	1,17	14,5	1,21	23,4	1,96	11,9
Combustible y lubricantes	3,8	0,27	5,3	0,37	19,3	1,34	21,6	1,50	18,4	1,28	31,0	2,16	14,4
Servicio de transporte	88,4	1,35	79,1	1,21	53,7	0,82	48,5	0,74	65,5	1,00	31,1	0,48	65,2
Total	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0

*Patrones en Gasto de Consumo:  
Segmentación de los hogares costarricenses de acuerdo con la estructura del gasto*

CONTINUACIÓN

	Segmento F		Segmento E		Segmento D		Segmento C		Segmento B		Segmento A		Total
<b>COMUNICACIONES</b>													
Servicio postal	0,0	0,00	0,1	2,05	0,0	0,00	0,0	0,64	0,0	0,55	0,1	1,42	0,1
Equipo telefónico y facsimil	4,1	0,78	5,2	1,00	3,4	0,65	4,2	0,81	6,1	1,16	6,9	1,31	5,3
Servicio telefónico y facsimil	95,9	1,01	94,7	1,00	96,6	1,02	95,7	1,01	93,9	0,99	93,0	0,98	94,7
Total	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0
<b>RECREACION Y CULTURA</b>													
Equipo audiovisual y fotográfico	20,6	1,29	24,3	1,52	18,2	1,14	19,0	1,19	24,2	1,52	12,2	0,76	16,0
Otro equipo de recreación	27,4	1,06	29,8	1,15	25,9	1,00	27,0	1,05	24,8	0,96	12,9	0,50	25,9
Servicio de recreación	10,7	0,57	13,7	0,73	23,9	1,28	19,7	1,05	19,9	1,06	24,6	1,31	18,8
Periódicos, libros y otros	40,1	1,08	31,4	0,85	29,9	0,81	30,3	0,82	28,9	0,78	45,9	1,24	37,0
Paquetes turísticos	1,2	0,48	0,9	0,37	2,1	0,85	4,0	1,65	2,2	0,91	4,5	1,84	2,4
Total	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0
<b>EDUCACION</b>													
Enseñanza formal	7,8	0,28	10,8	0,39	26,7	0,97	24,3	0,88	31,4	1,13	67,0	2,42	27,7
Enseñanza no atribuible a ningún nivel	92,2	1,28	89,2	1,23	73,3	1,01	75,7	1,05	68,6	0,95	33,0	0,46	72,3
Total	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0	1,00	100,0