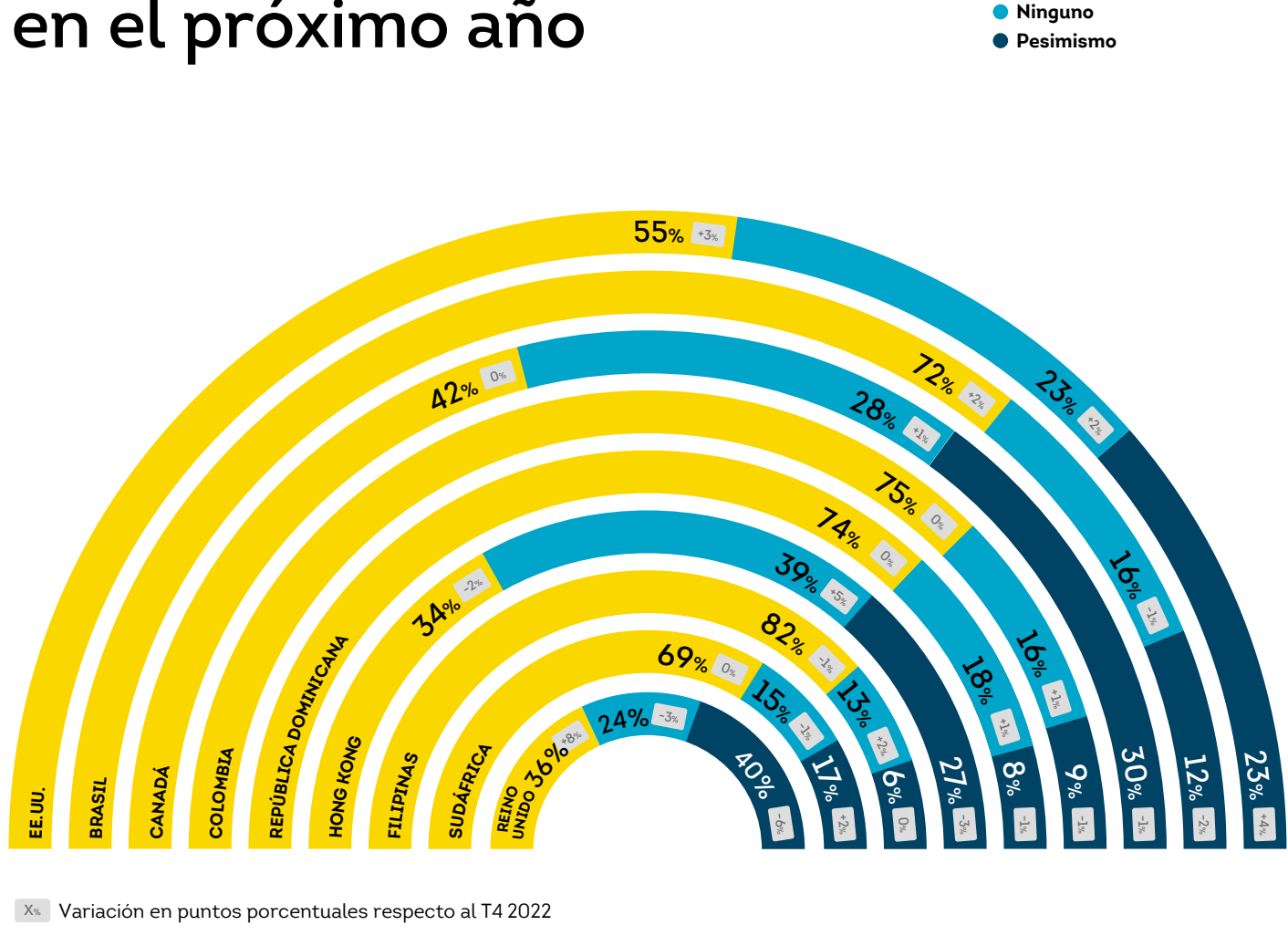


# Comportamientos y actitudes de los consumidores respecto a los presupuestos, gastos y endeudamiento de los hogares

La encuesta trimestral de TransUnion explora cómo han cambiado las finanzas personales de los consumidores y qué cambios esperan en el futuro.

A continuación presentamos los principales hallazgos.

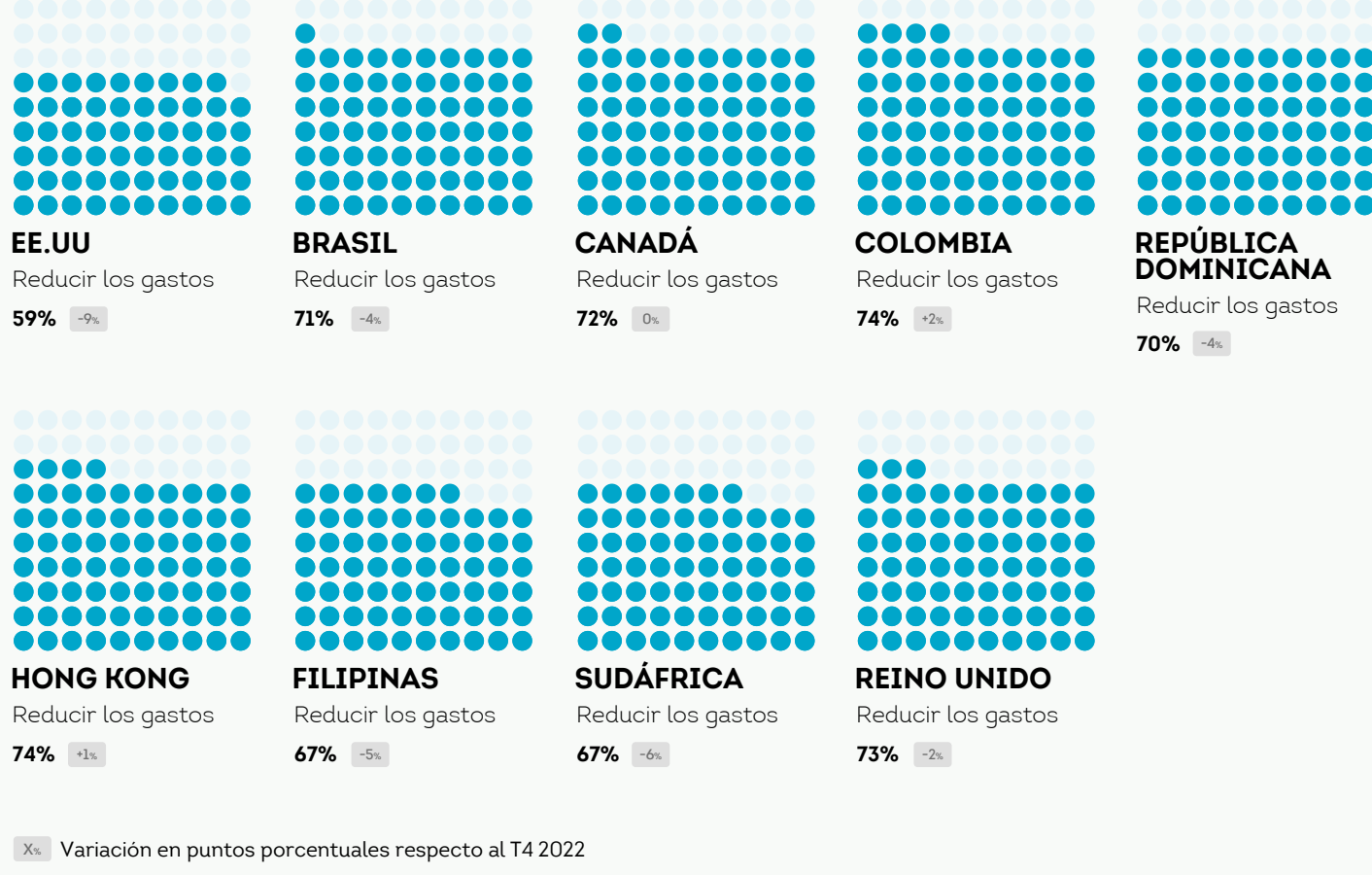
## Optimismo sobre el presupuesto de los hogares en el próximo año



Xs Variación en puntos porcentuales respecto al T4 2022

## ¿Cómo se preparan para una posible recesión?

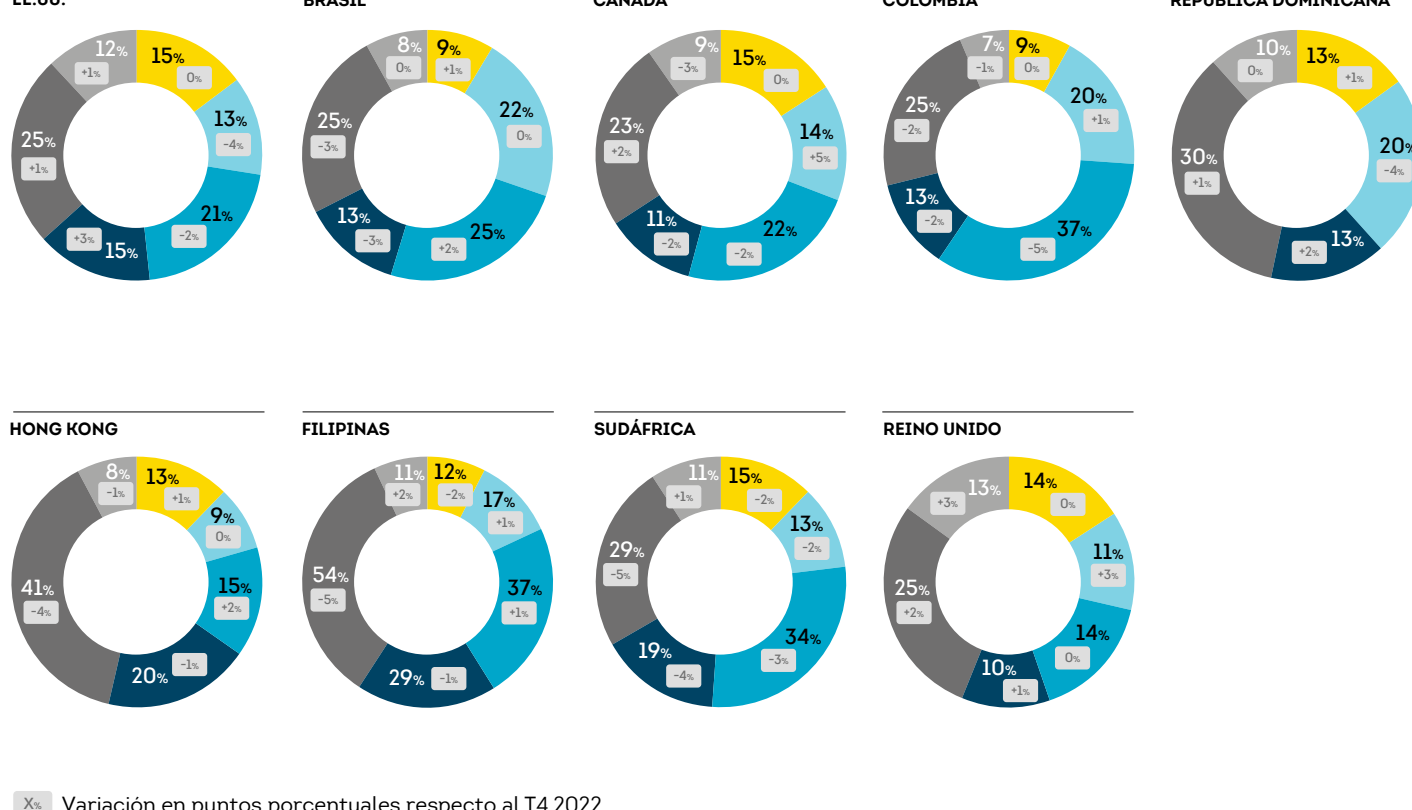
La principal respuesta por país de los consumidores que creen que entraremos en una recesión en 2023.



Xs Variación en puntos porcentuales respecto al T4 2022

## Cambios en las deudas y el ahorro de los consumidores reportados en los últimos tres meses

- Redujo el ahorro para la jubilación
- Utilizó más el crédito disponible
- Redujo más rápidamente las deudas
- Aumentó el ahorro para la jubilación
- Aumentó el ahorro para la jubilación (y stokvel en Sudáfrica)
- Utilizó los ahorros de jubilación

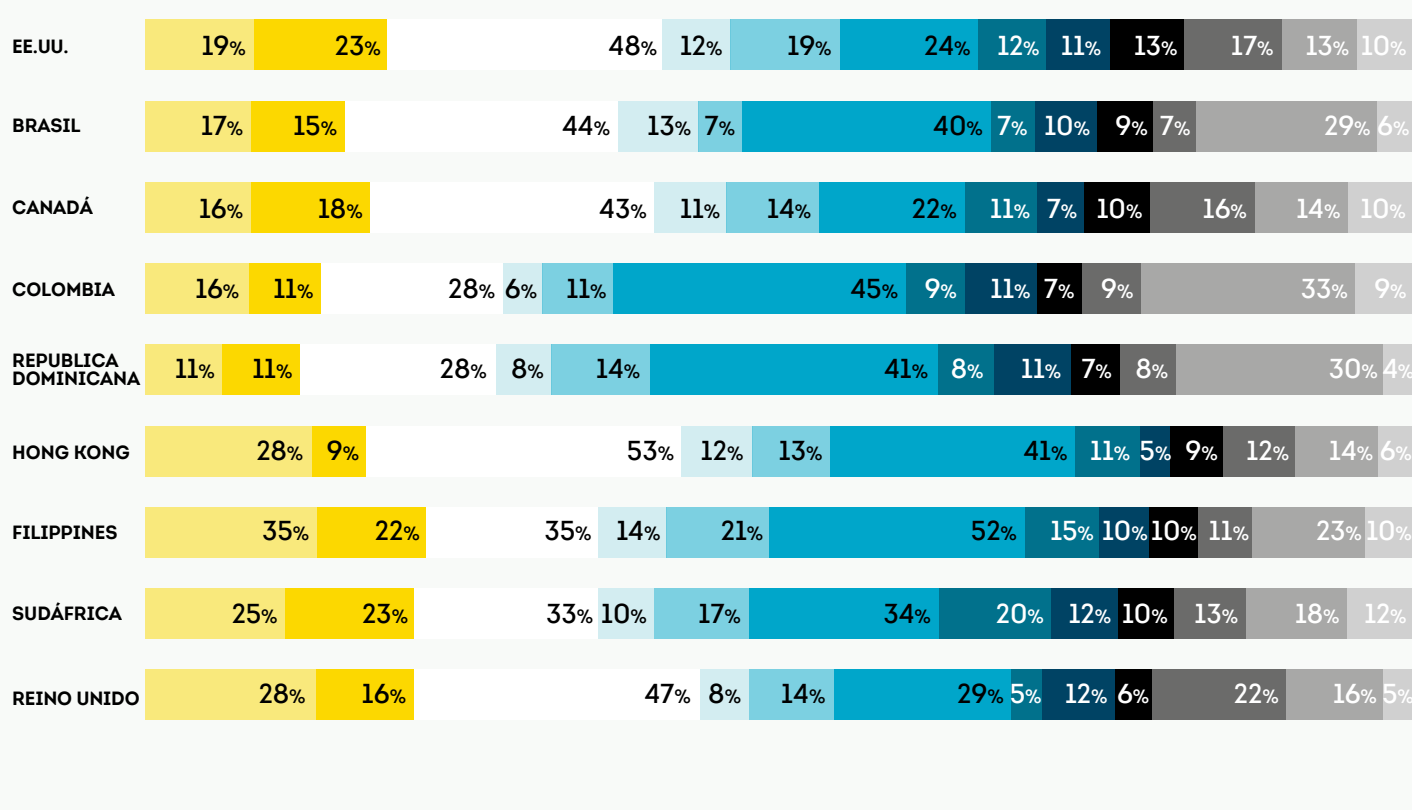


Xs Variación en puntos porcentuales respecto al T4 2022

## Tipos de nuevos créditos y préstamos previstos para el próximo año

- Nuevo préstamo de Compre Ahora. Pague Después
- Nuevo crédito o leasing de vehículo
- Nueva tarjeta de crédito
- Nueva línea de crédito hipotecario
- Nuevo crédito de vivienda
- Nuevo crédito personal
- Nuevo crédito educativo
- Refinanciamiento de línea de crédito hipotecario
- Refinanciamiento de crédito de vivienda
- Refinanciamiento de crédito personal
- Refinanciamiento de crédito educativo

Entre los que tienen previsto solicitar un nuevo crédito o refinanciar uno existente.



Esta encuesta en línea de 9.550 adultos de 18 años de edad del 6 al 24 de febrero de 2023 por TransUnion asociación con el proveedor de investigaciones de terceros, Dynata. Los adultos mayores de 18 años residentes en Colombia, Brasil, Canadá, República Dominicana, Hong Kong, Filipinas, Sudáfrica, Reino Unido y Estados Unidos fueron encuestados usando un método de investigación en línea a través de una combinación de dispositivos de escritorio, móviles y tabletas. Las preguntas de la encuesta se administraron en mandarín (Hong Kong), inglés, francés (Canadá), portugués (Brasil) y español (Colombia y República Dominicana). Para garantizar la representatividad de la muestra de población general en todos los aspectos demográficos, la encuesta incluyó cuotas para equilibrar las respuestas en las dimensiones de edad, género, ingresos familiares y región. Las generaciones se definen de la siguiente manera: Generación Z, nacidos entre 1995 y 2004; Millennials, nacidos entre 1980 y 1994; Generación X, nacidos entre 1965 y 1979; y Baby Boomers, nacidos entre 1944 y 1964. Tenga en cuenta que algunos porcentajes de los gráficos pueden no sumar el 100 % debido al redondeo o a la posibilidad de aceptar varias respuestas.

Para más información sobre la evolución de las perspectivas de los consumidores alrededor del presupuesto de hogares, por país, visite:

[transunion.co/consumer-pulse-study](https://transunion.co/consumer-pulse-study)

