

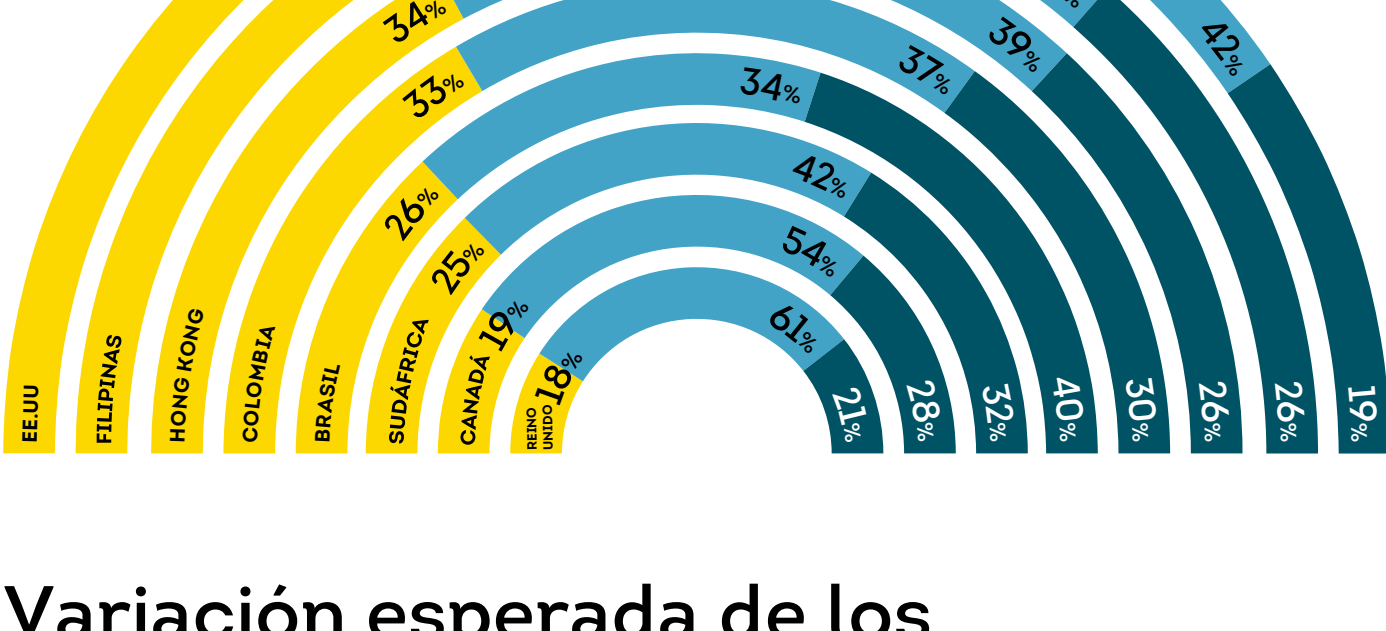
Comportamientos y actitudes de los consumidores respecto a los presupuestos, gastos y deudas actuales y futuras de los hogares

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

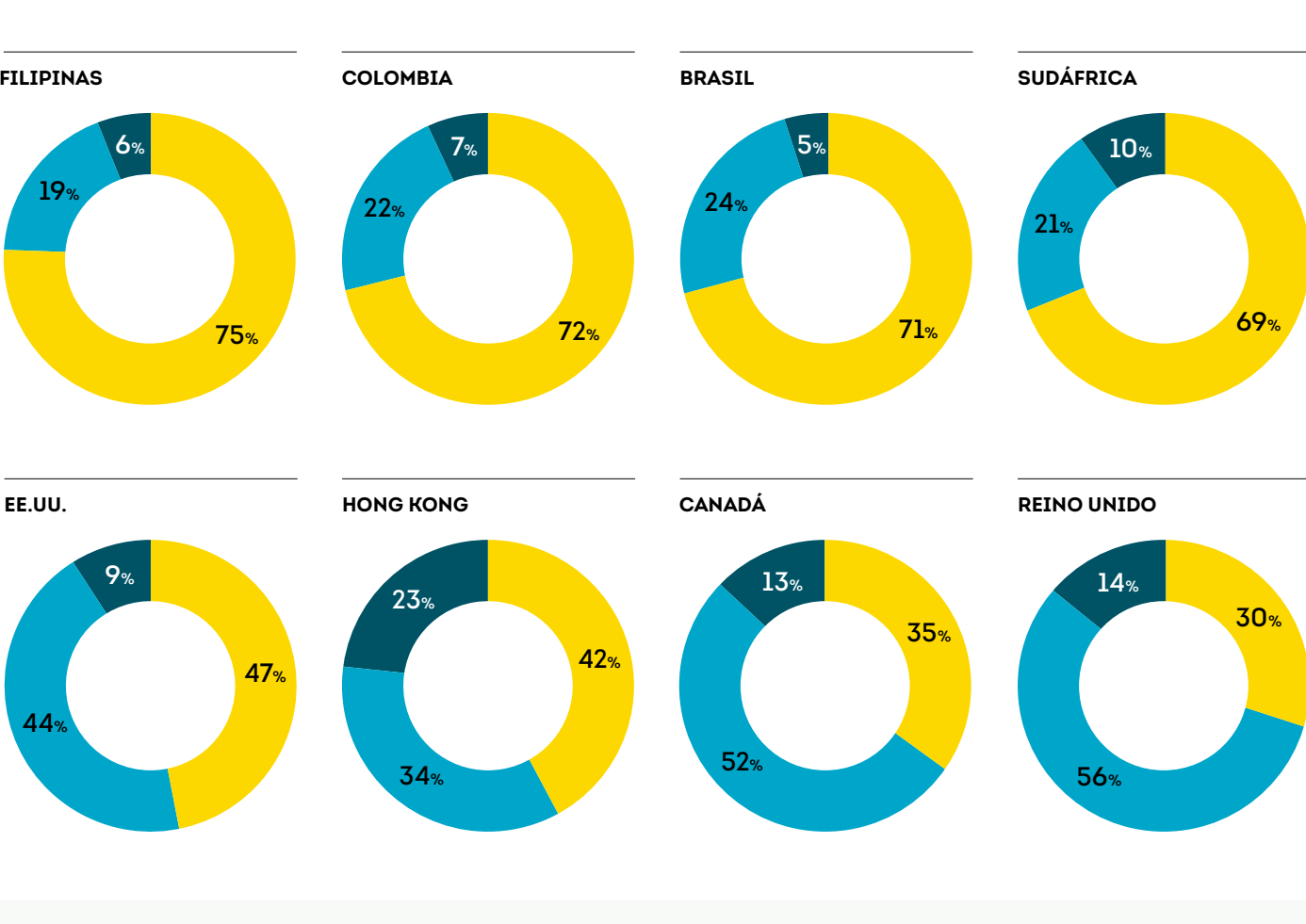
A continuación, presentamos los principales hallazgos. Encuentre los informes completos para cada mercado en:

transunion.co/consumer-pulse-study

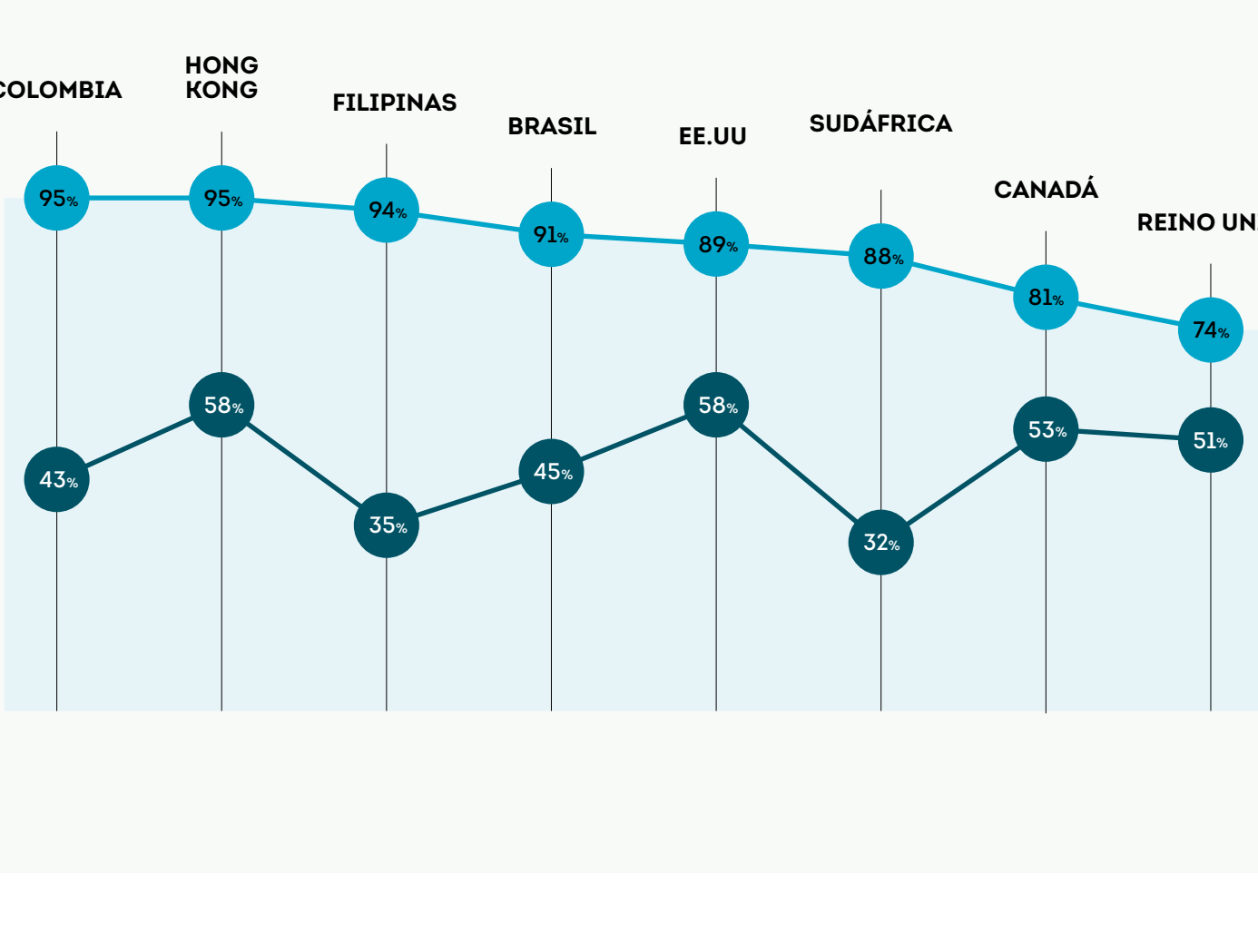
¿Cómo cambiaron los ingresos de los hogares en los últimos tres meses?



Variación esperada de los ingresos del hogar en los próximos doce meses

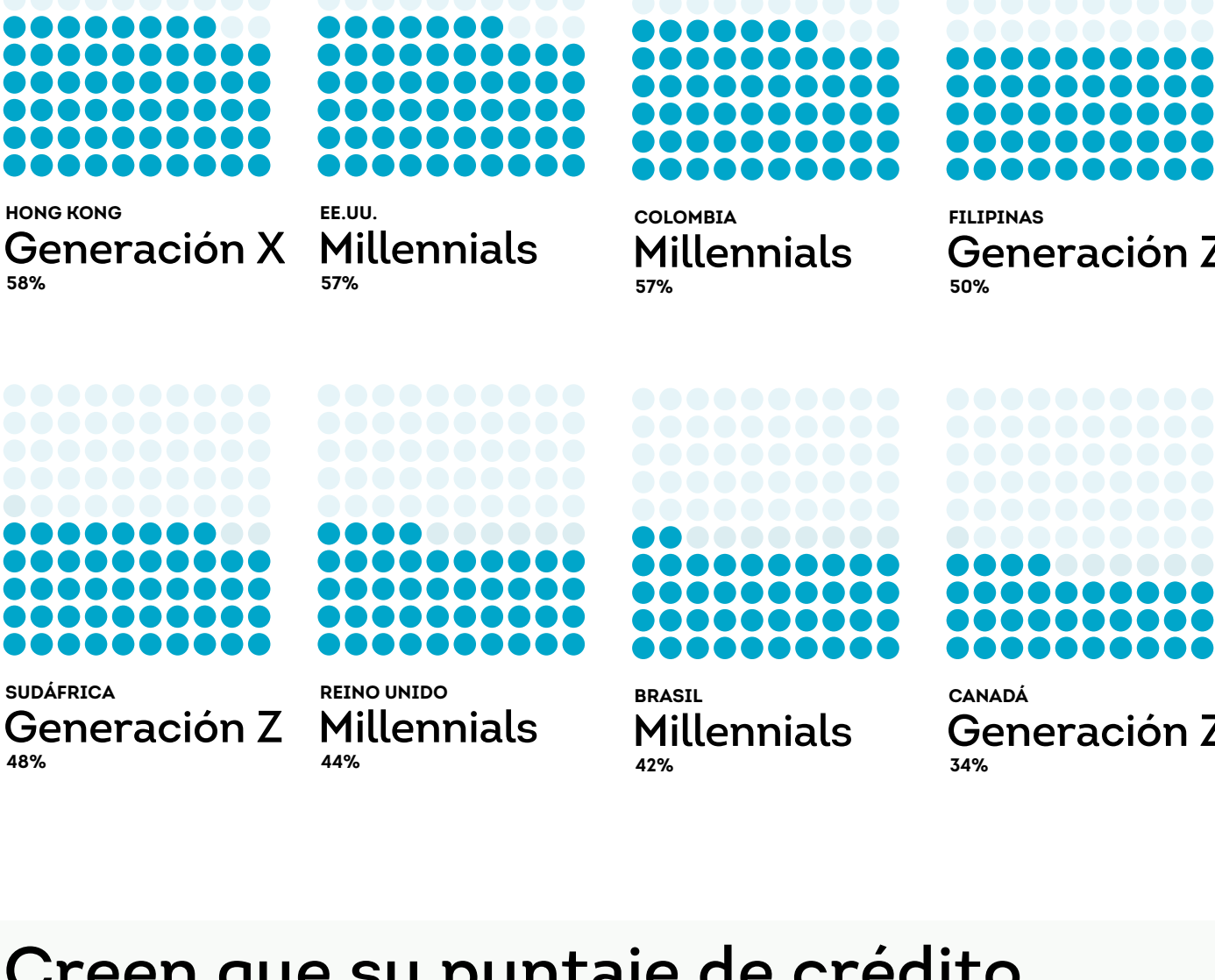


Creen que tener acceso al crédito es importante vs Creen que tienen suficiente acceso a productos de crédito



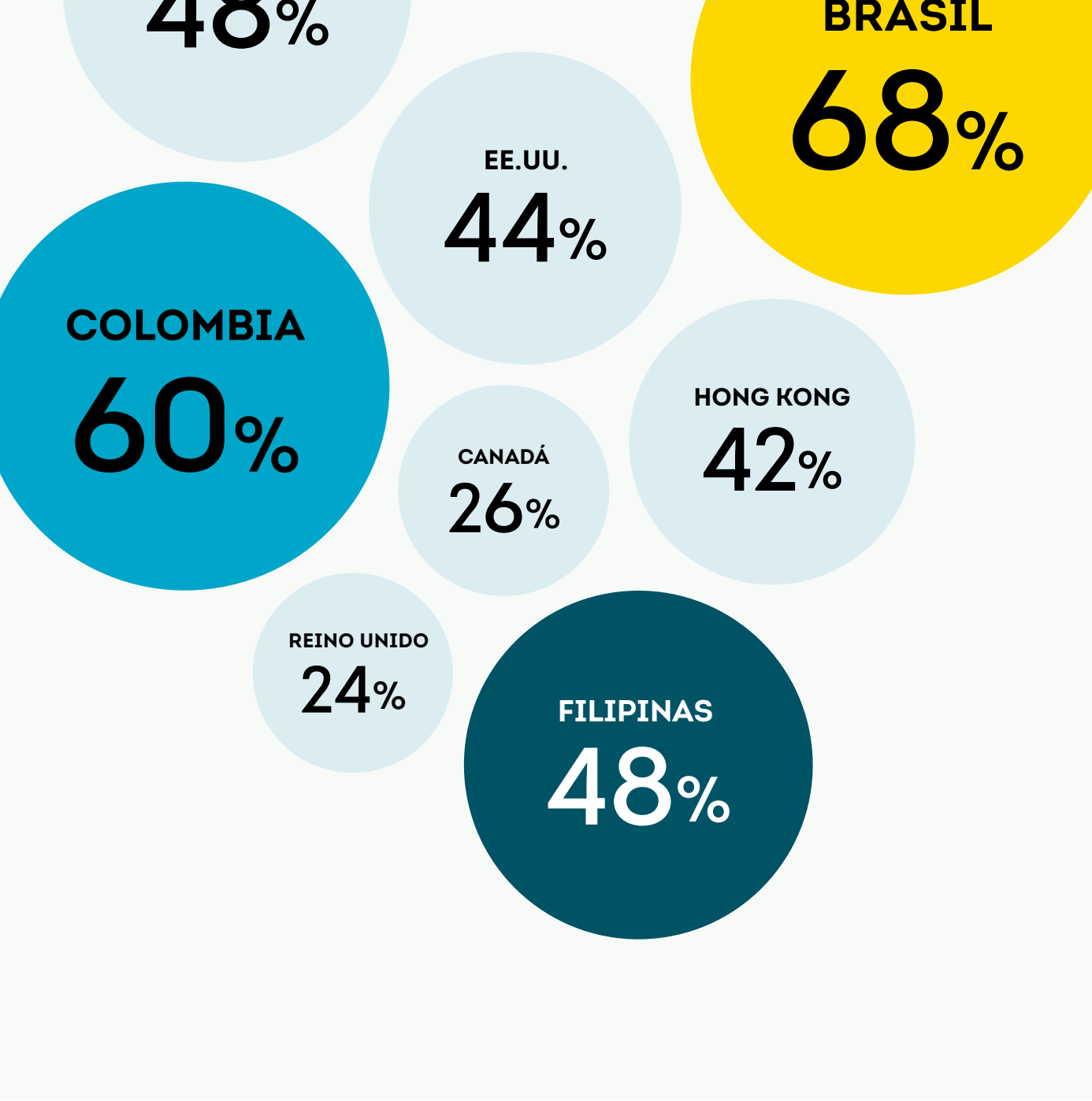
Planean solicitar un nuevo crédito o refinanciar uno existente durante el próximo año

Principales generaciones que planean aplicar a un crédito por país.



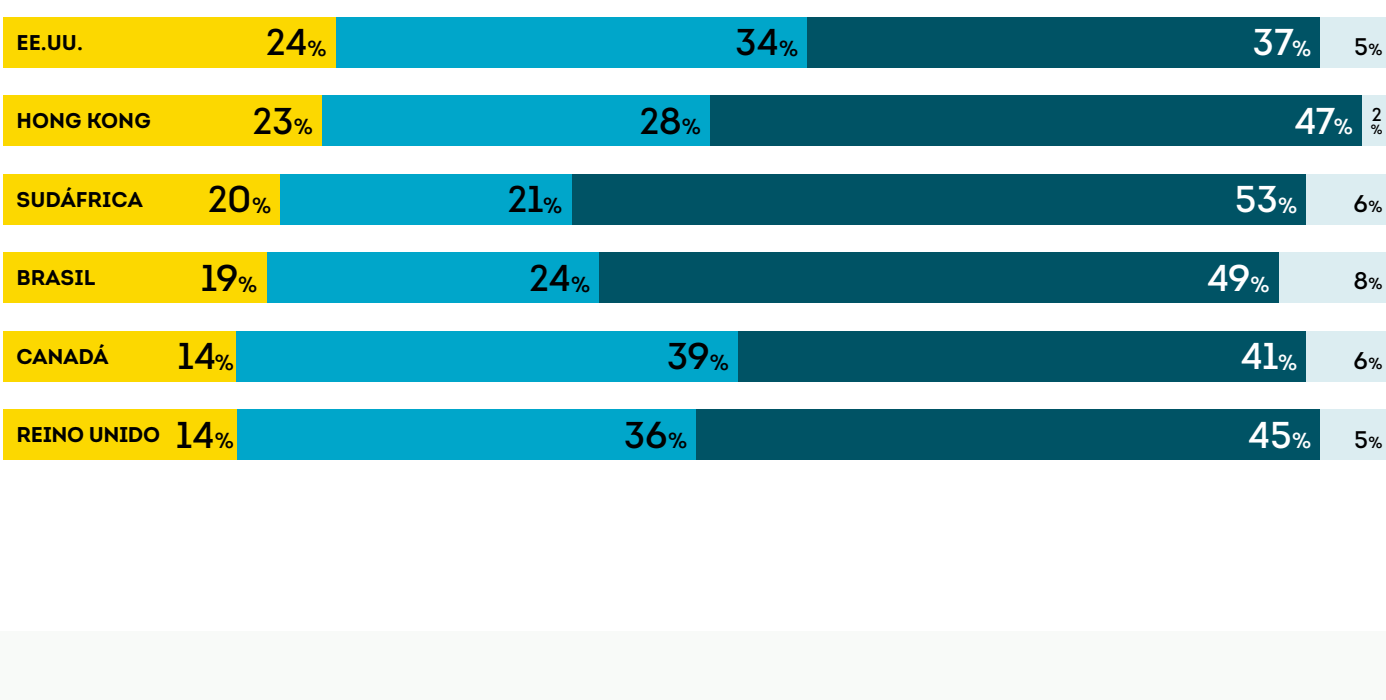
Creen que su puntaje de crédito mejoraría si las empresas aprovecharan información que no figura en su historial de crédito tradicional

Algunos ejemplos proporcionados fueron pagos de alquileres, pagos de membresías de gimnasio, créditos a corto plazo y créditos tipo "compre ahora, pague después".

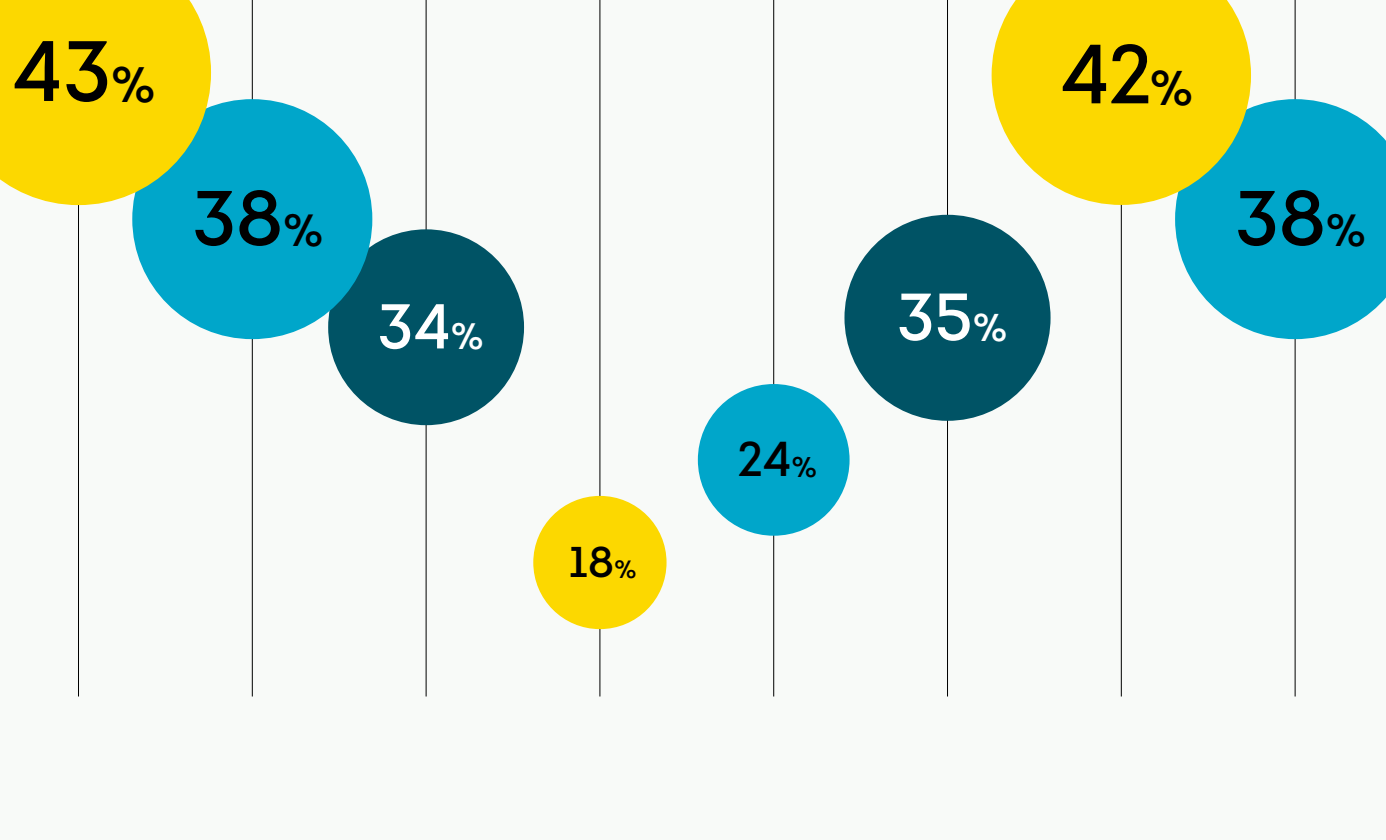


Cambios previstos en el gasto discrecional en los próximos tres meses

La encuesta usó salidas a cenar a restaurantes, entretenimiento y viajes como ejemplos de gastos discrecionales.



Porcentaje de consumidores que dijeron que la mayoría de transacciones fueron realizadas en línea



Esta encuesta online de 10.391 adultos fue realizada del 28 de octubre al 18 de noviembre de 2021 por TransUnion en colaboración con el proveedor de investigación Qualtrics Research Services. Los adultos mayores de 18 años residentes en Brasil, Canadá, Colombia, Hong Kong, Filipinas, Sudáfrica, Reino Unido y Estados Unidos fueron encuestados utilizando un método de panel de investigación en línea a través de una combinación de dispositivos de escritorio, móviles y tabletas. Las preguntas de la encuesta se administraron en chino (Hong Kong), inglés, francés (Canadá), portugués (Brasil) y español (Colombia). Para aumentar la representatividad de los datos demográficos de los residentes, la encuesta incluyó cuotas para equilibrar las respuestas con las estadísticas del censo en las dimensiones de edad, género, ingresos del hogar, raza y región. Las generaciones se definen de la siguiente manera: Generación Z, nacida entre 1995 y 2003; Millennials, nacida entre 1980 y 1994; Generación X, nacida entre 1965 y 1979; y Baby Boomers, nacida entre 1944 y 1964. Los resultados de esta investigación no están ponderados y son estadísticamente significativos con un nivel de confianza del 95% dentro de un margen de error calculado de ±0,96%.

