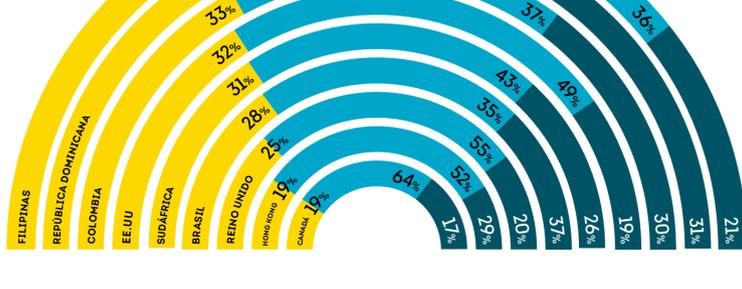


Comportamientos y actitudes de los consumidores respecto a los presupuestos, gastos y deudas actuales y futuras de los hogares

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.

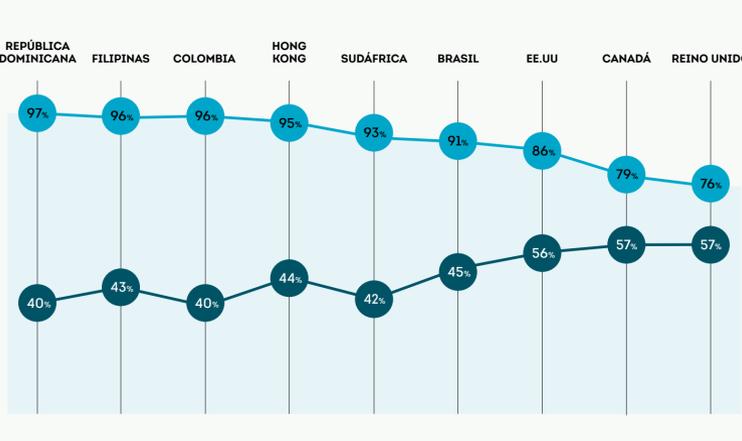
¿Cómo cambiaron los ingresos de los hogares en los últimos tres meses?



Variación esperada de los ingresos del hogar en los próximos 12 meses

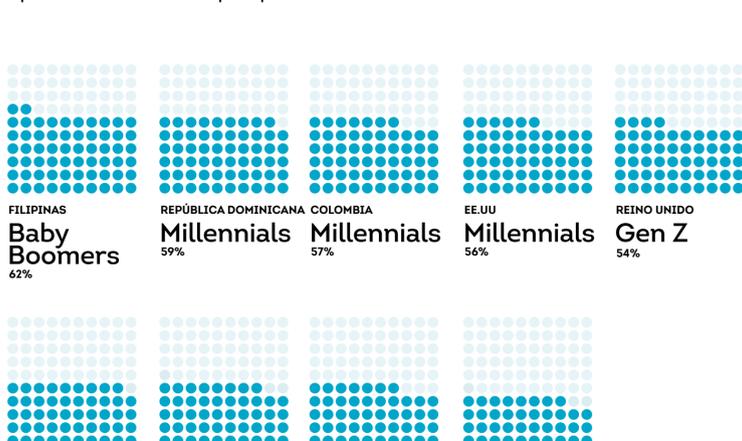


Creen que tener acceso al crédito es importante vs Creen tener suficiente acceso a productos de crédito



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

Principales generaciones que planean aplicar a un crédito por país.



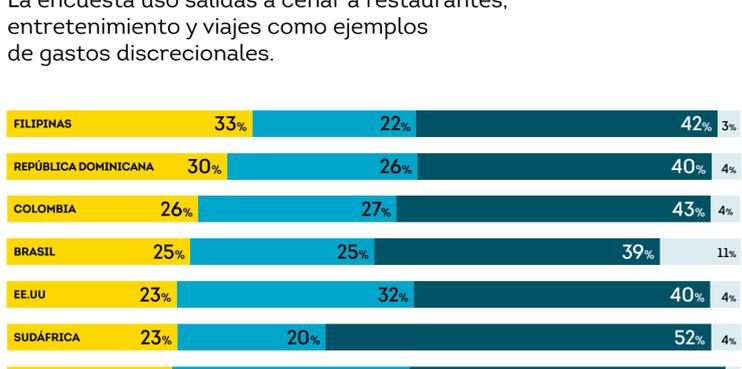
Creen que su puntaje de crédito mejoraría si las empresas aprovecharan información que no figura en su historial de crédito tradicional

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 discretivos.



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



La encuesta Consumer Pulse de TransUnion, realizada a 10.798 adultos, fue llevada a cabo del 12 de mayo al 15 de junio de 2022 por TransUnion en colaboración con el proveedor de investigación de terceros proveedor de investigación, Dynata. Los adultos mayores de 18 años que residen en Brasil, Canadá, Colombia, República Dominicana, Hong Kong, Filipinas, Reino Unido y EE.UU. fueron encuestados mediante el uso de una encuesta. África, y el 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. La encuesta se formuló en chino (Hong Kong), inglés, francés (Canadá), portugués (Brasil) y español (Colombia y República Dominicana). Para aumentar la representatividad de todos los aspectos demográficos de los residentes, la encuesta incluyó cuotas para equilibrar las respuestas a las estadísticas del censo de edad, género, ingresos del hogar y región. Las generaciones se definen de la siguiente manera: Gen Z, nacidos de 1995 a 2004; Millennials, nacidos de 1980 a 1994; Generación X, nacidos de 1965 a 1979; y Baby Boomers, nacidos de 1944 a 1964. Estos resultados de la investigación no están ponderados y son estadísticamente significativos con un nivel de confianza del 95% dentro de ±0.94, de confianza del 95% con un margen de error calculado de ±0,94 puntos porcentuales.