

Consumer Pulse - 2º trimestre de 2024

INSIGHTS DO VAREJO

# Comportamentos de consumo, gastos e dívidas no Brasil

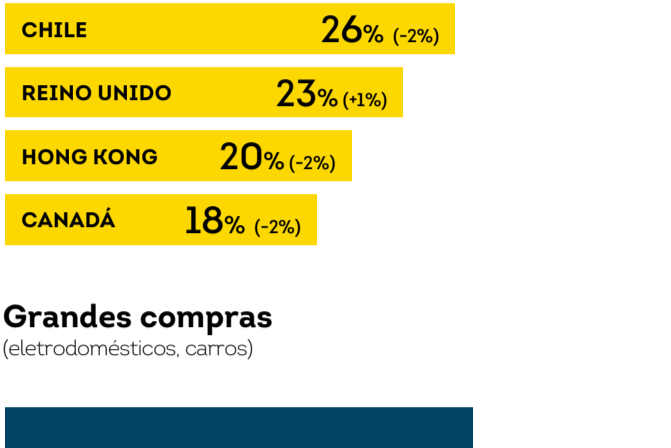
Nossa pesquisa trimestral Consumer Pulse explora como as finanças pessoais e experiência com fraude afetaram consumidores no período e quais mudanças são esperadas no futuro.

Confira abaixo o resumo das nossas descobertas mais recentes.

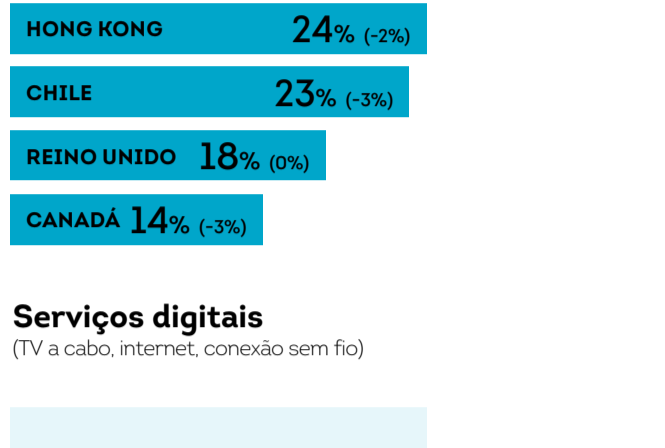
## Expectativa de aumento nos gastos

Percentual de consumidores que afirmou que aumentará seus gastos em cada área nos próximos três meses.

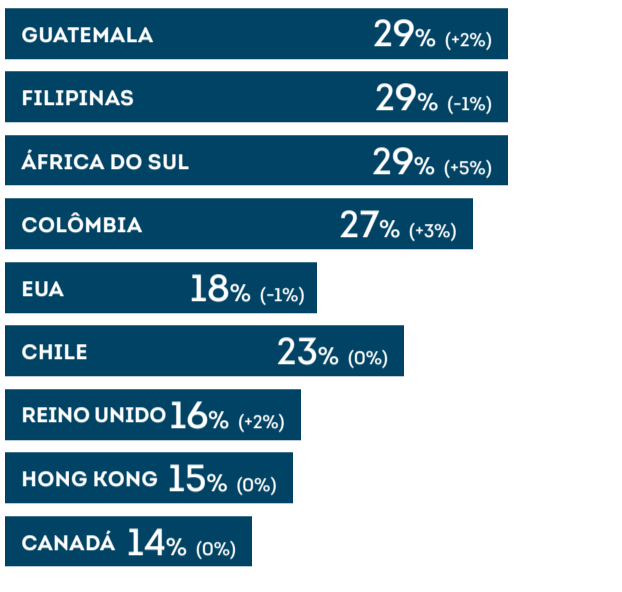
### Compras em lojas físicas ou on-line (roupas, eletrônicos)



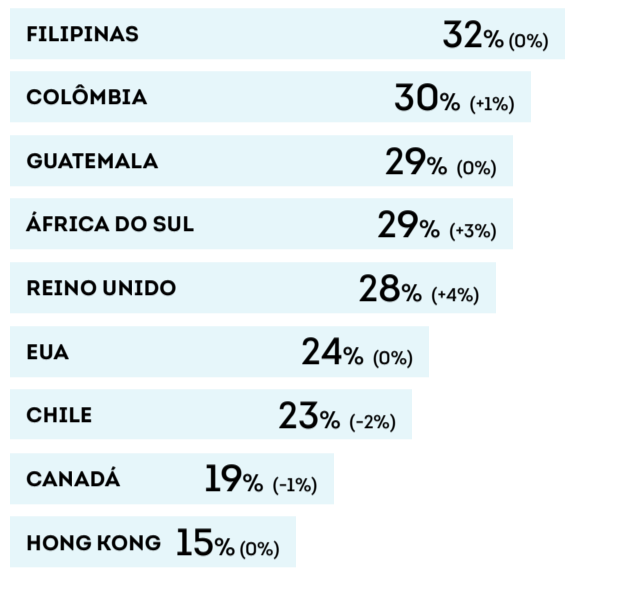
### Gastos pessoais facultativos (alimentação fora de casa, entretenimento, viagem)



### Grandes compras (eletrodomésticos, carros)



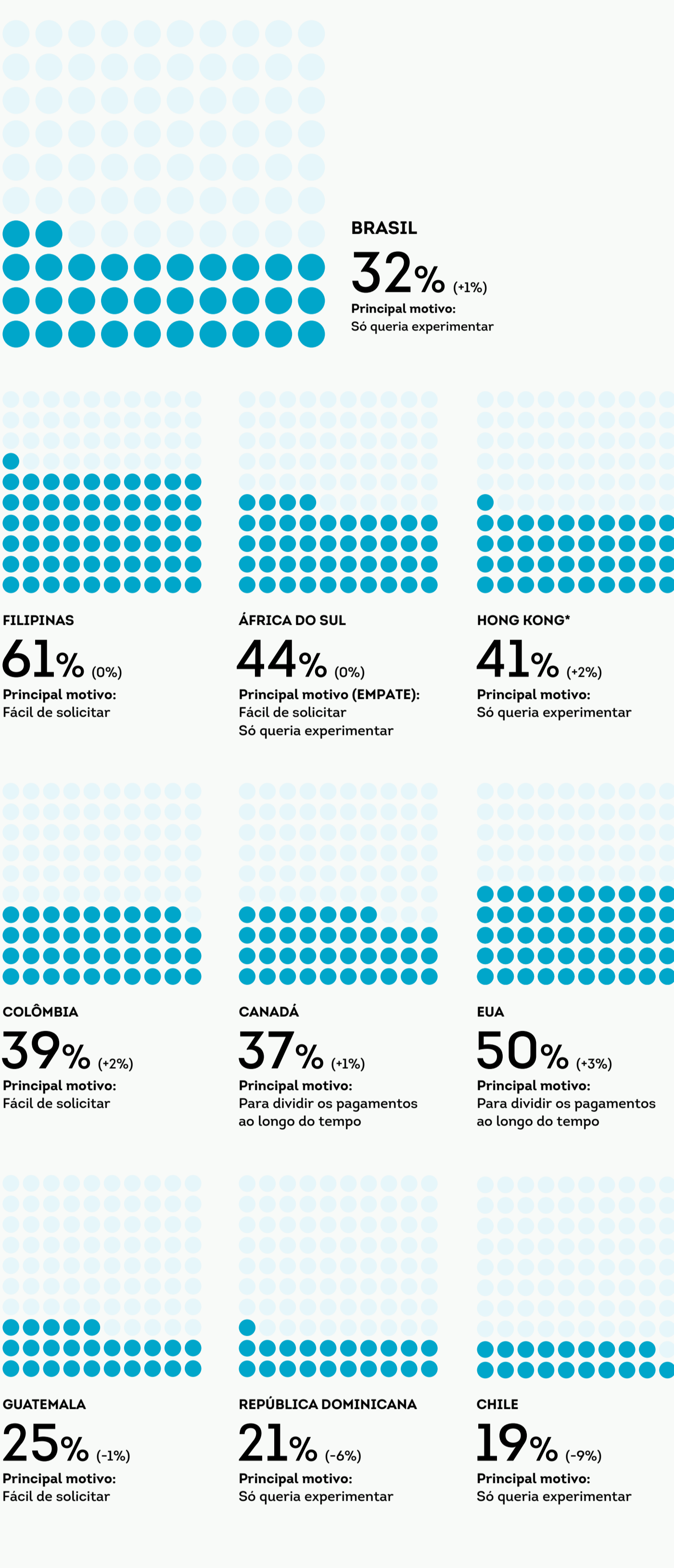
### Serviços digitais (TV a cabo, internet, conexão sem fio)



(%) Mudança de ponto percentual em relação ao 1º trimestre de 2024

## Compras com pagamento a prazo

Percentual de pessoas que afirmou ter usado "compre agora, pague depois" (BNPL) e o principal motivo para a decisão.



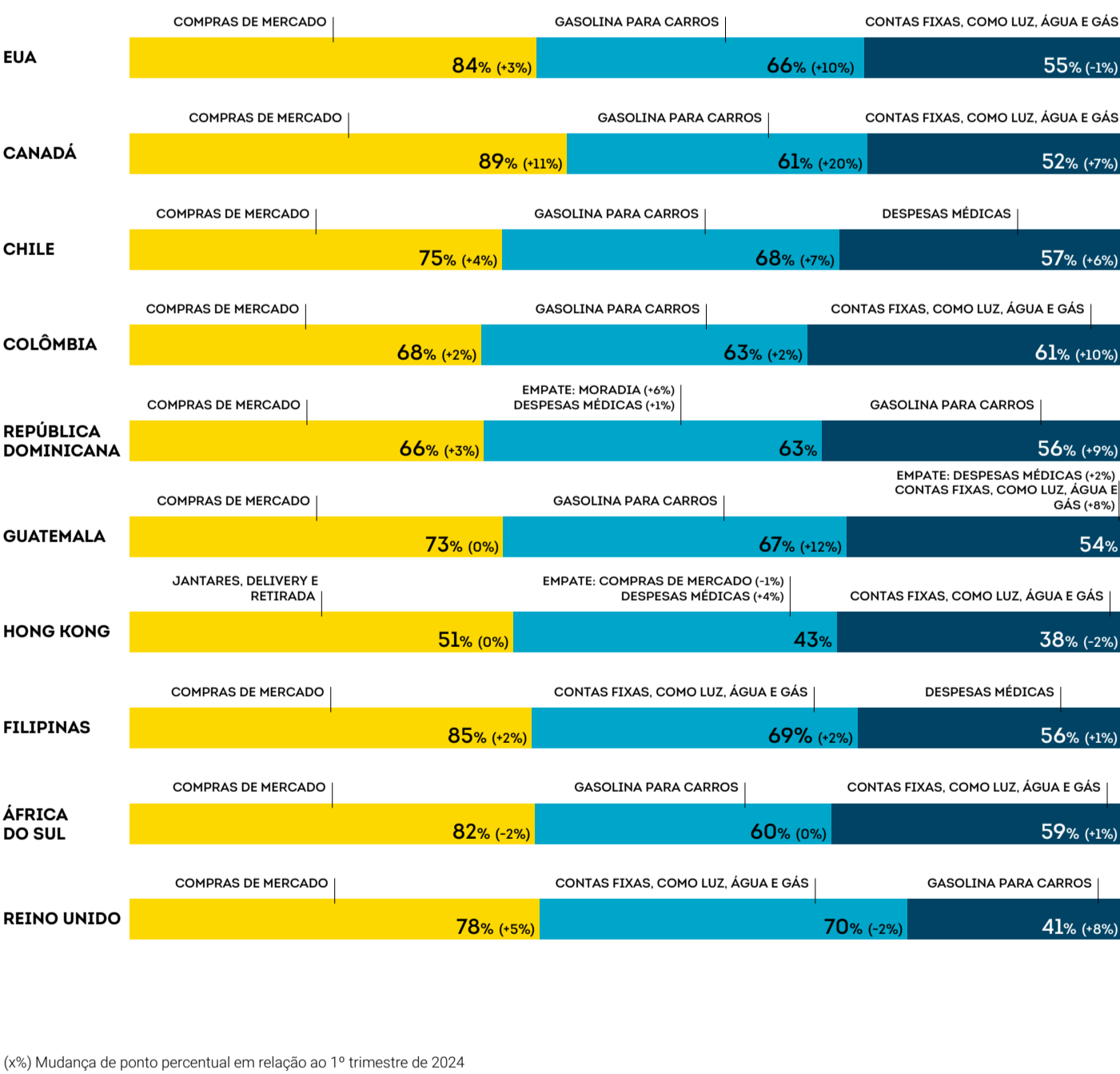
(%) Mudança de ponto percentual em relação ao 1º trimestre de 2024

\*"Compre agora, pague depois" é conhecido como pagamento parcelado sem juros em Hong Kong

\*\*Essa pergunta não foi feita na pesquisa do Reino Unido

## Preocupação com a inflação

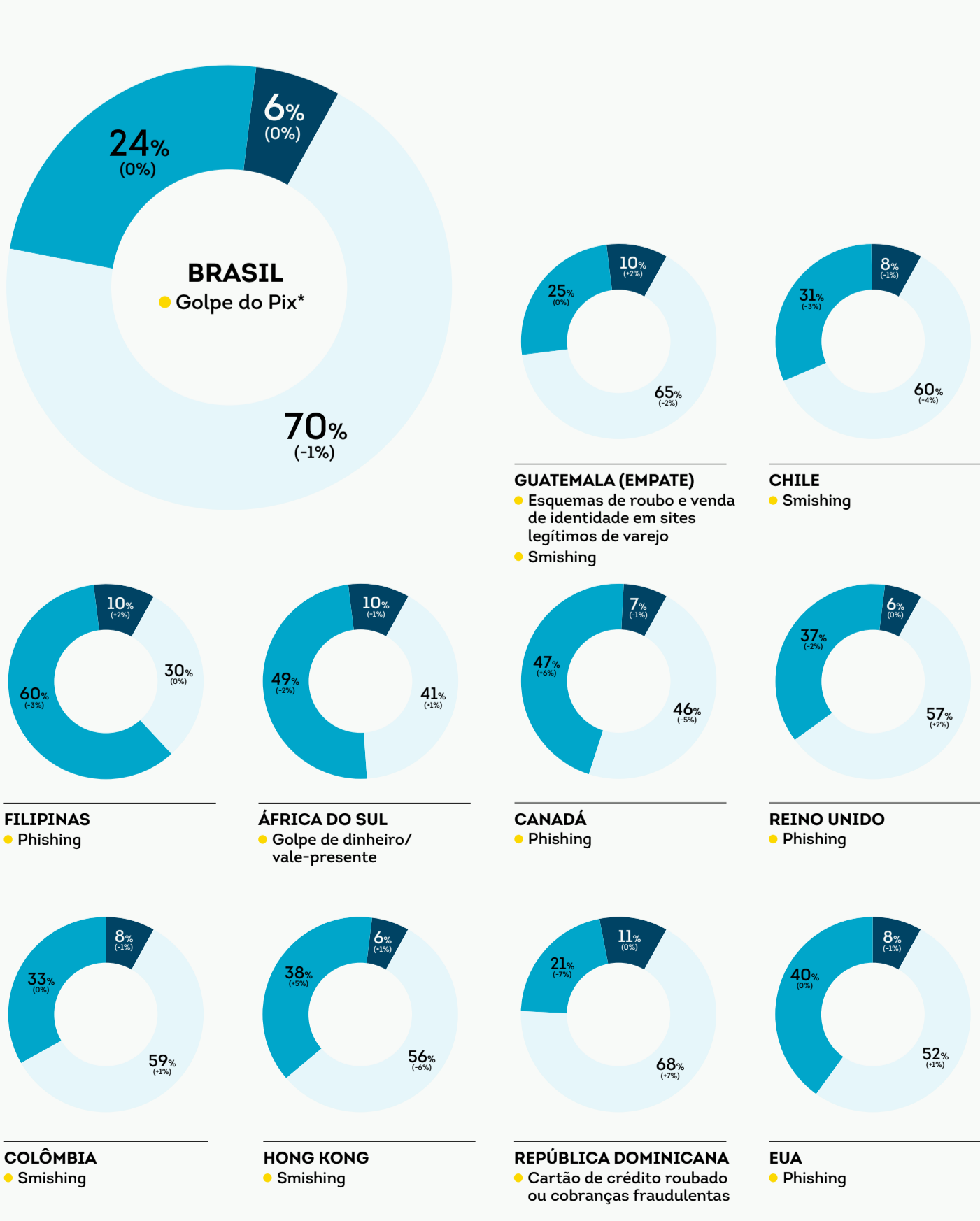
Os três principais tipos de aumento de preço que consumidores experienciaram e o percentual correspondente.



(%) Mudança de ponto percentual em relação ao 1º trimestre de 2024

## Consumidores alvo de fraude

Percentual de pessoas que foram alvo de tentativas de fraude on-line, por e-mail, chamadas telefônicas ou mensagens de texto de janeiro a maio de 2024, e qual o esquema mais comum usado nessas tentativas.



(%) Mudança de ponto percentual em relação ao 1º trimestre de 2024

\*Opção incluída somente para o Brasil

A pesquisa Consumer Pulse da TransUnion realizada com 11.639 pessoas consumidoras foi conduzida de 29 de abril a 13 de maio de 2024 pela TransUnion em parceria com o provedor de pesquisa terceirizado, Dynata. Adultos com 18 anos de idade ou mais que residem no Brasil, Canadá, Chile, Colômbia, República Dominicana, Guatemala, Hong Kong, Filipinas, África do Sul, Reino Unido e EUA participaram do estudo usando um método de pesquisa painel on-line em diversos dispositivos (computadores desktop, celulares e tablets). As perguntas da pesquisa foram administradas em inglês, chinês (Hong Kong), francês (Canadá), português (Brasil) e espanhol (Chile, Colômbia, República Dominicana e Guatemala). Para aumentar a representatividade nos dados demográficos dos residentes, a pesquisa incluiu cotas para equilibrar as respostas às dimensões estatísticas do censo de idade, gênero, renda familiar e região. As gerações são descritas nesta pesquisa da seguinte maneira: Geração Z, entre 18 e 26 anos; Millennials, entre 27 e 42 anos; Geração X, entre 43 e 58 anos; Baby Boomers, acima de 59 anos. Observe que alguns percentuais do gráfico podem não somar 100% devido ao arredondamento ou à variedade das respostas aceitas.

Para obter mais informações sobre como a TransUnion ajuda as empresas a entender, alcançar e proteger consumidores em diferentes canais, acesse:

[transunion.com.br/necessidades-de-negocio](https://transunion.com.br/necessidades-de-negocio)