

INSIGHTS DO VAREJO

Comportamentos de consumo, gastos e dívidas no Brasil

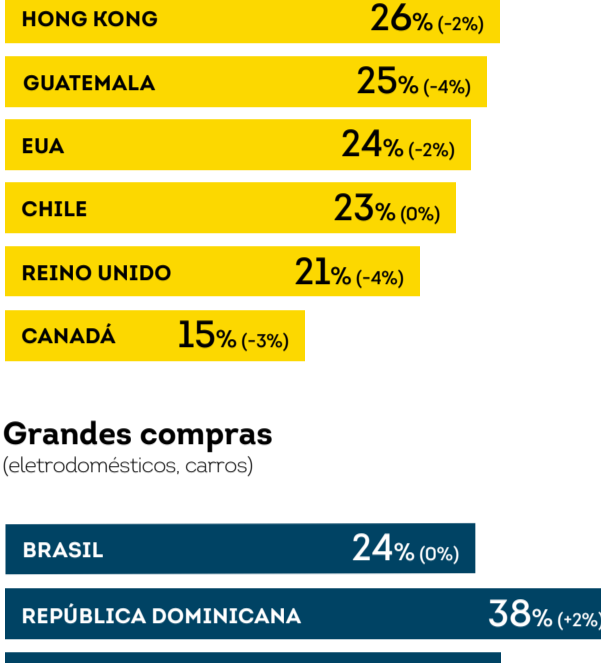
Nossa pesquisa trimestral Consumer Pulse explora como as finanças pessoais e as experiências com fraude afetaram as pessoas no período e quais mudanças são esperadas no futuro.

Confira abaixo o resumo das nossas descobertas mais recentes.

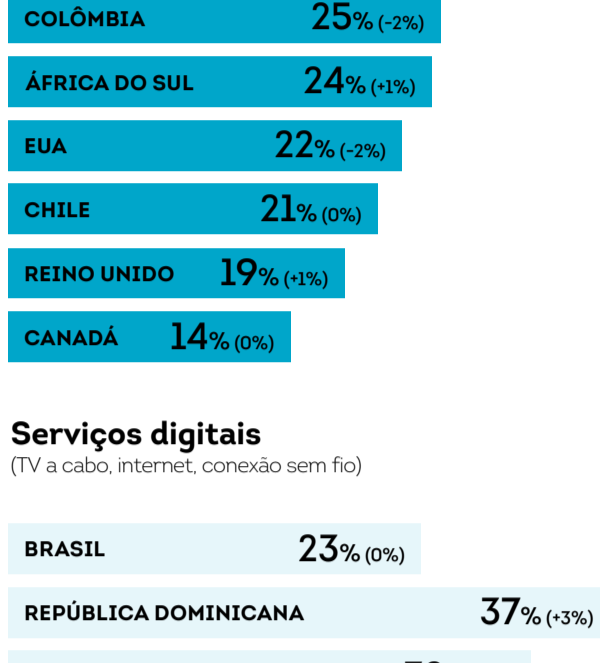
Expectativa de aumento nos gastos

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

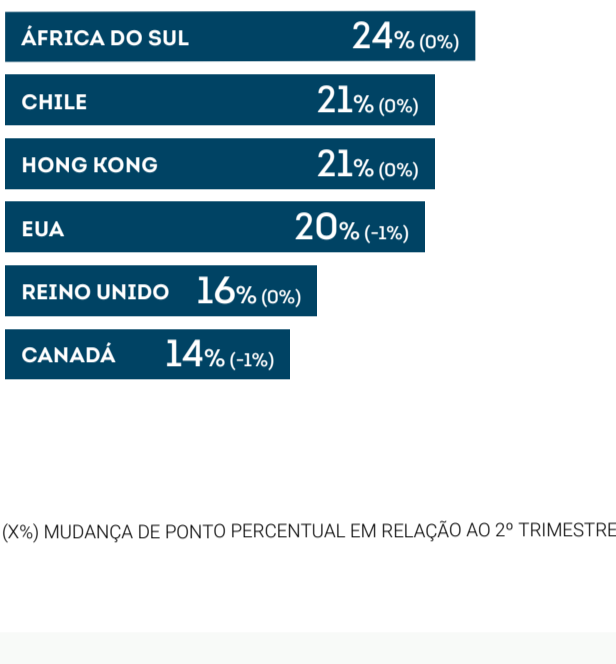
Compras em lojas físicas ou on-line (vestuário, bens duráveis, eletrônicos)



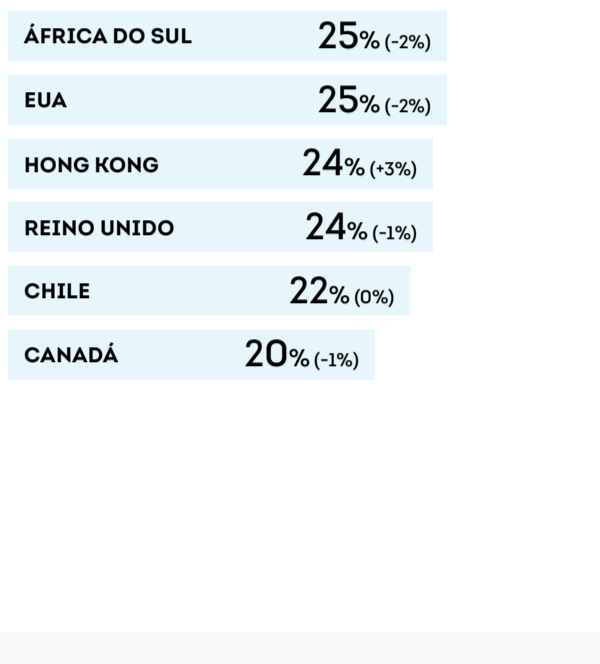
Gastos pessoais facultativos (alimentação fora de casa, entretenimento, viagem)



Grandes compras (eletrodomésticos, carros)



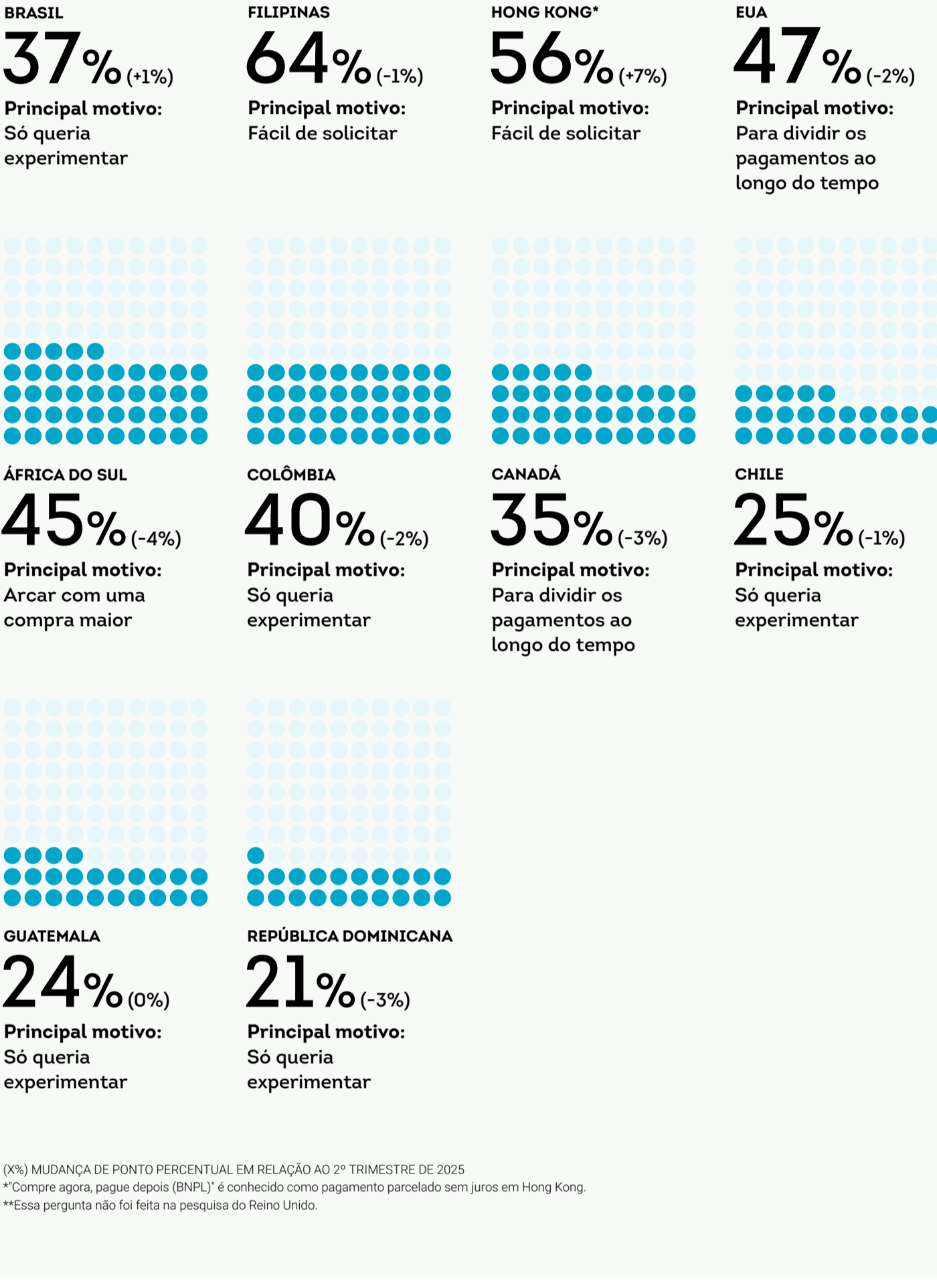
Serviços digitais (TV a cabo, internet, conexão sem fio)



(%) MUDANÇA DE PONTO PERCENTUAL EM RELAÇÃO AO 2º TRIMESTRE DE 2025

Compras com pagamento a prazo

Percentual de pessoas consumidoras que afirmou ter efetuado compras com pagamento a prazo e o principal motivo para a decisão.



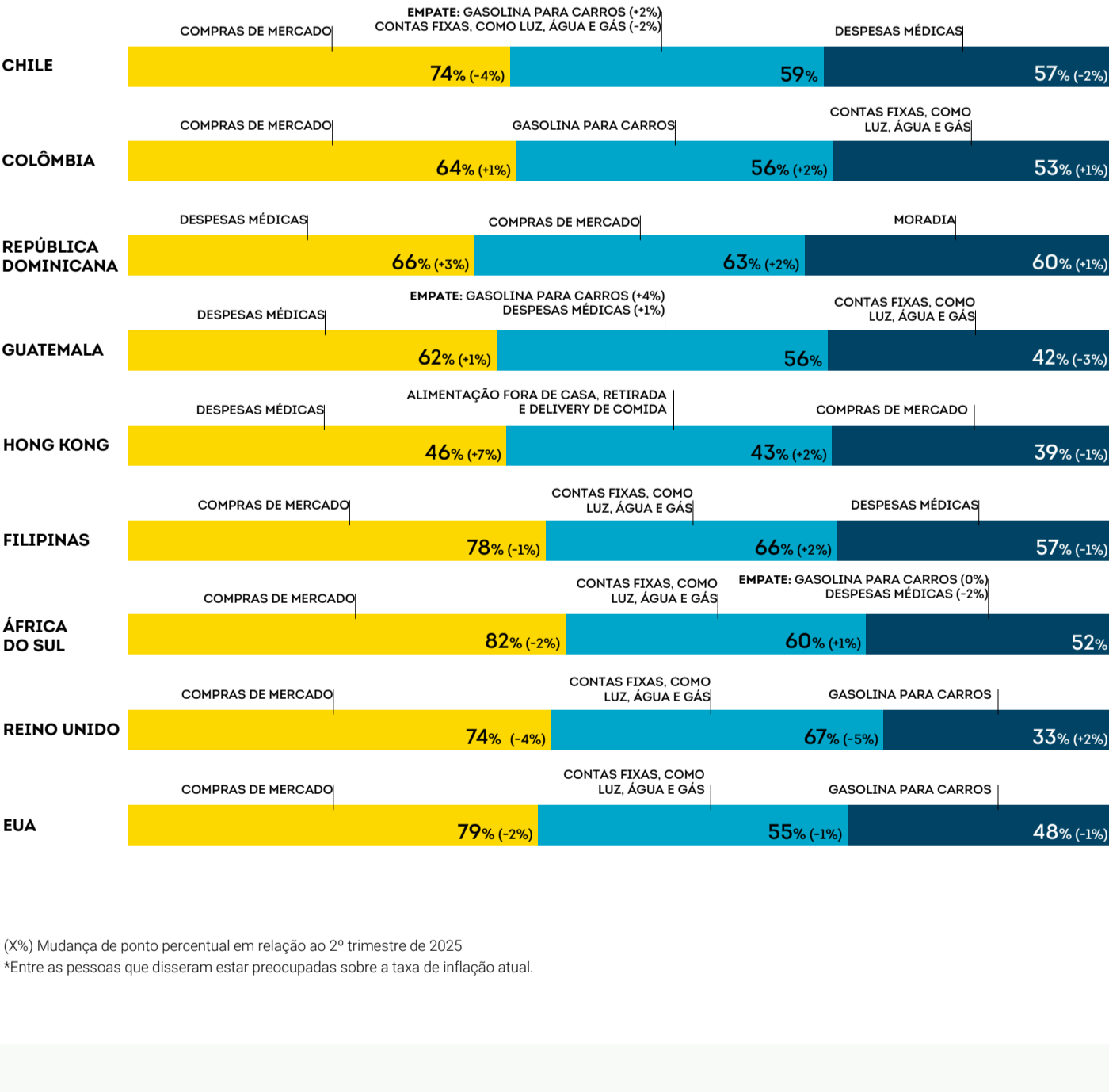
(%) MUDANÇA DE PONTO PERCENTUAL EM RELAÇÃO AO 2º TRIMESTRE DE 2025

*Compre agora, pague depois (BNPL) 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 a população consumidora experienciou e os percentuais correspondentes.*

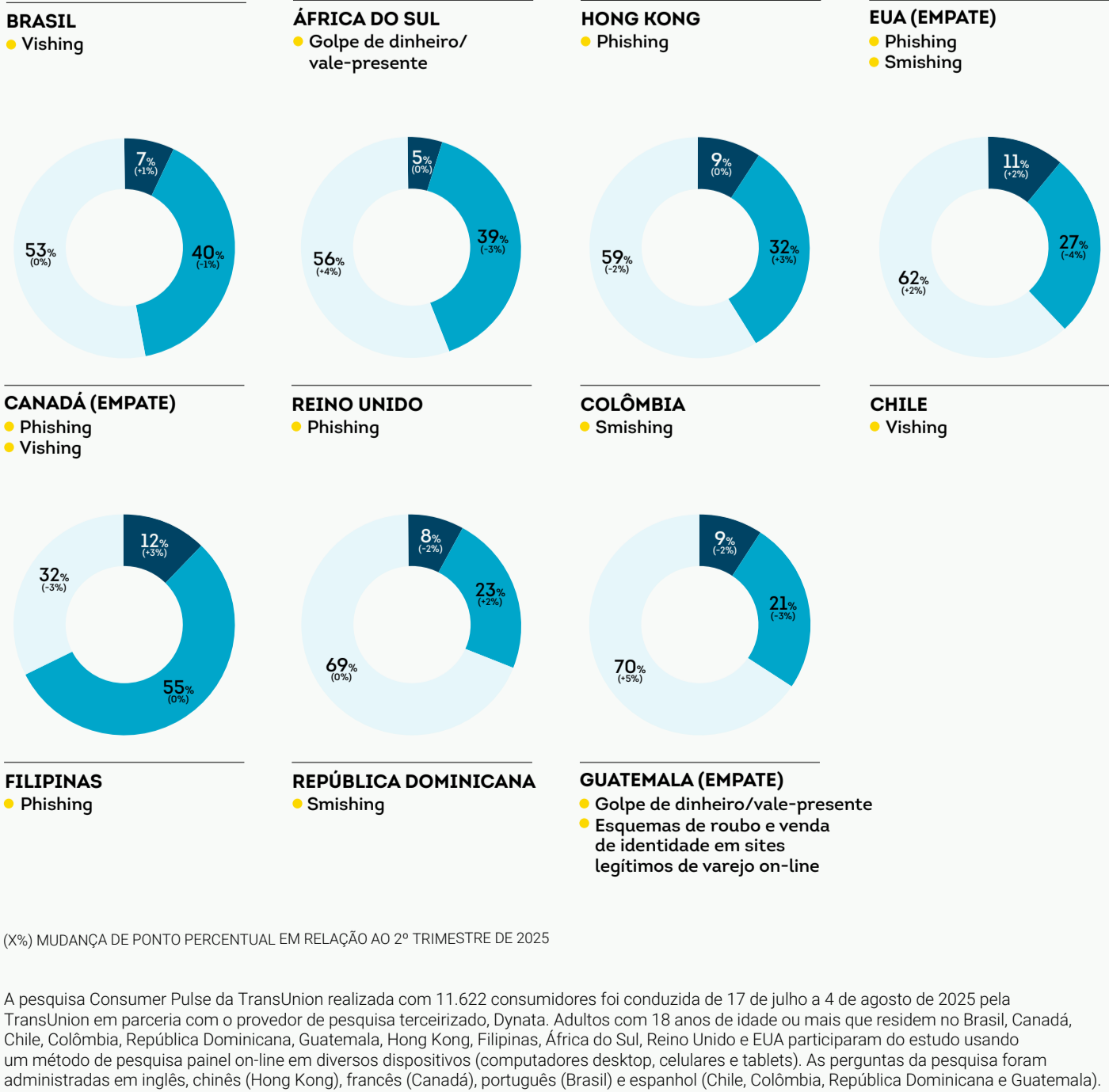


(%) Mudança de ponto percentual em relação ao 2º trimestre de 2025

*Entre as pessoas que disseram estar preocupadas sobre a taxa de inflação atual.

Consumidores alvo de fraude

Percentual de pessoas consumidoras que afirmaram que os fraudadores as abordaram com tentativas de fraude por e-mail, on-line, chamada telefônica ou mensagem de texto de abril a julho de 2025, e o esquema mais frequente do qual afirmaram ter sido alvo.



(%) MUDANÇA DE PONTO PERCENTUAL EM RELAÇÃO AO 2º TRIMESTRE DE 2025

A pesquisa Consumer Pulse da TransUnion realizada com 11.622 consumidores foi conduzida de 17 de julho a 4 de agosto de 2025 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 vários 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 28 anos; Millennials, entre 29 e 44 anos; Geração X, entre 45 e 60 anos; Baby Boomers, acima de 61 anos. Respostas 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 as pessoas consumidoras em diferentes canais, acesse: transunion.com.br/necessidades-de-negocio