

Consumer Pulse - segundo trimestre 2021

# O impacto da COVID-19 nos orçamentos, gastos e dívidas.

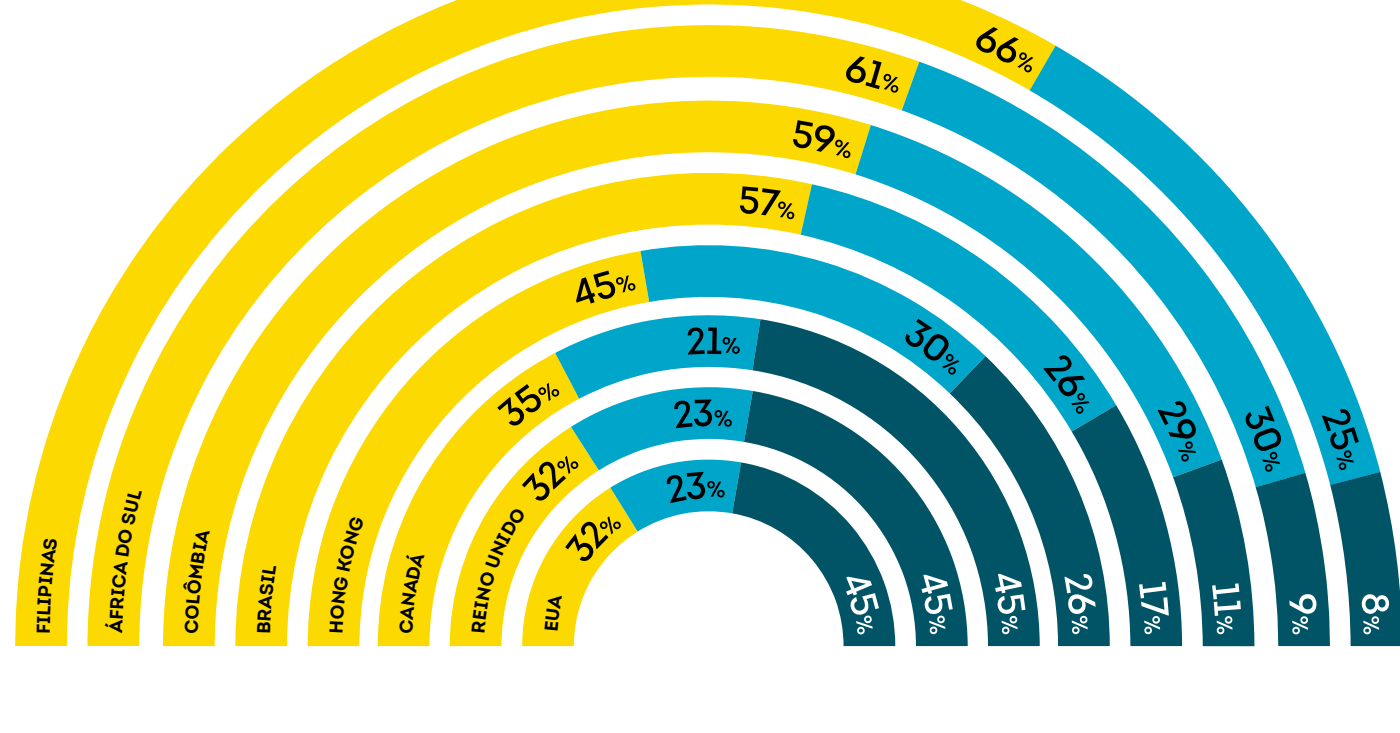
Nossa pesquisa trimestral explora como as finanças pessoais foram impactadas com a crise da COVID-19 e avalia as mudanças nas atitudes e nos comportamentos dos consumidores baseados na renda, dívida e roubo de identidade.

Encontre abaixo um resumo das nossas descobertas. Os relatórios completos do mercado estão em:

[www.transunion.com.br/consumer-pulse-study](http://www.transunion.com.br/consumer-pulse-study)

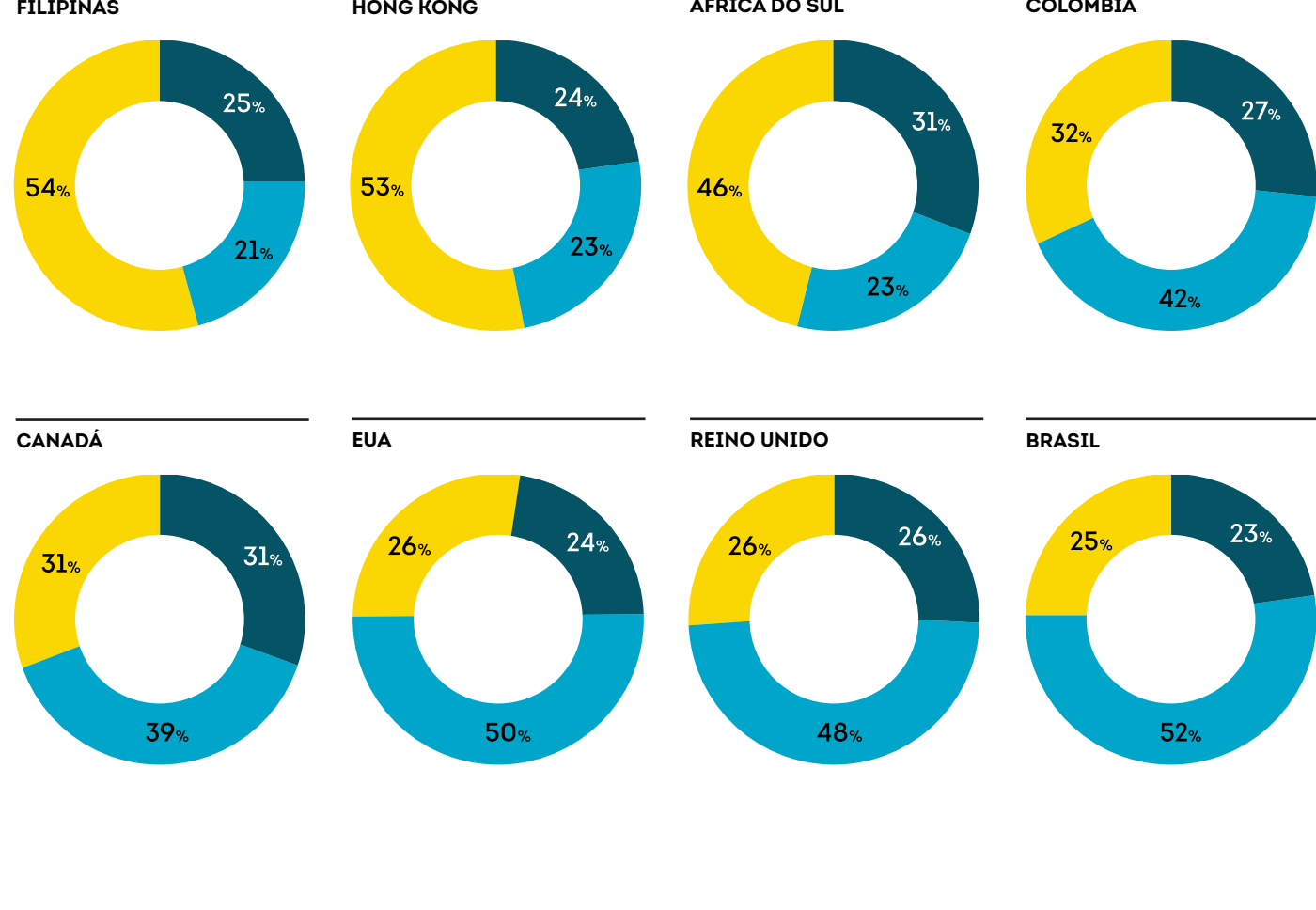
## Dizem que a renda familiar diminuiu devido à pandemia

● ATUALMENTE MENOR  
● ANTERIORMENTE DIMINUIU  
● NUNCA DIMINUIU

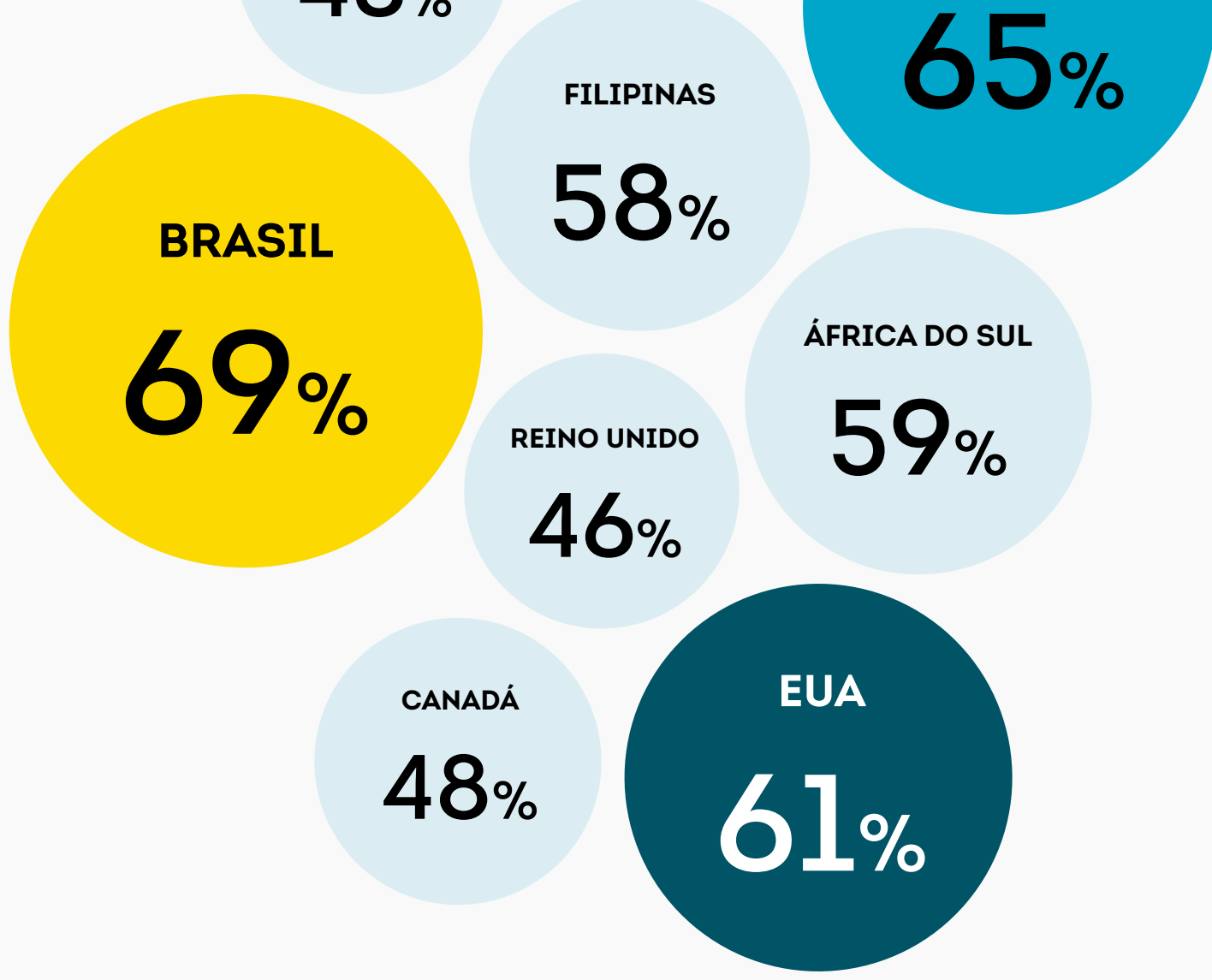


## Acreditam que a renda familiar diminuirá no futuro devido à COVID-19

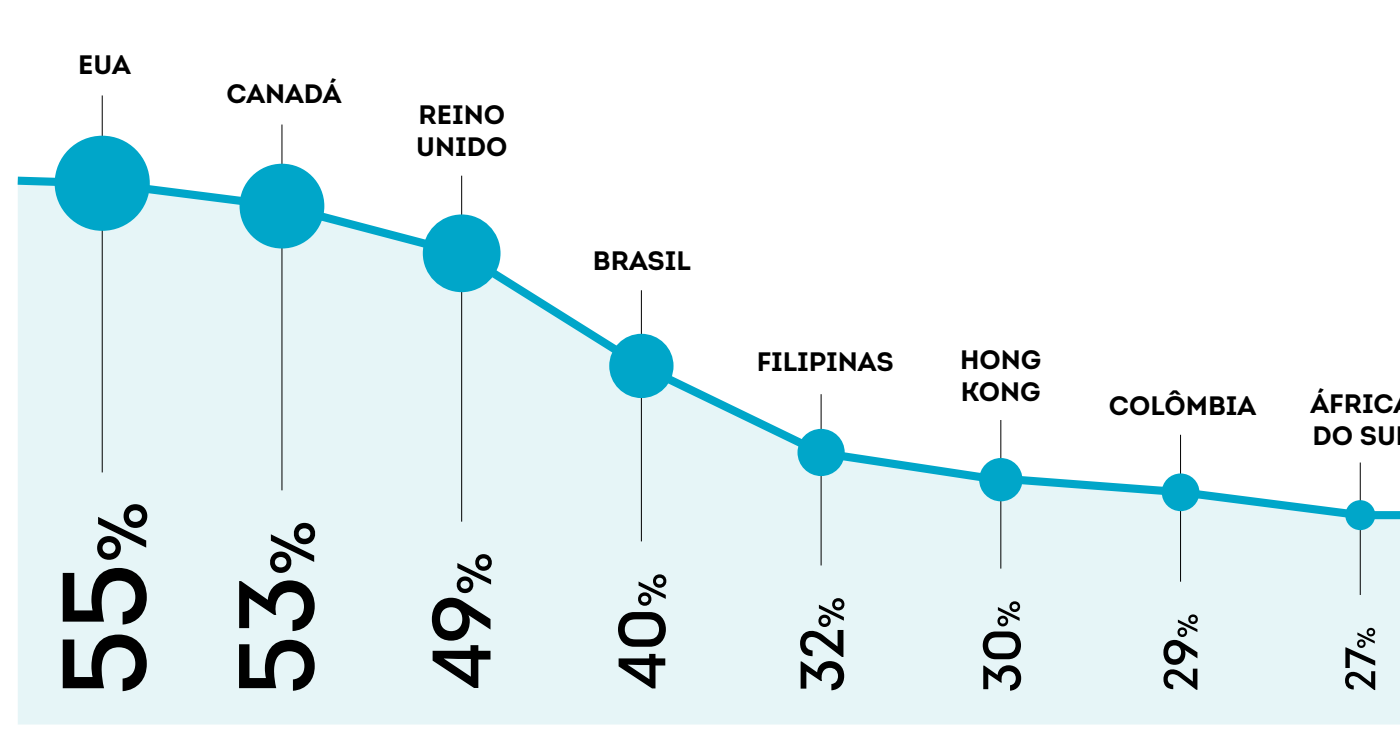
● SIM  
● NÃO  
● NÃO TEM CERTEZA



## Acreditam que ter acesso ao crédito é importante para atingir metas financeiras



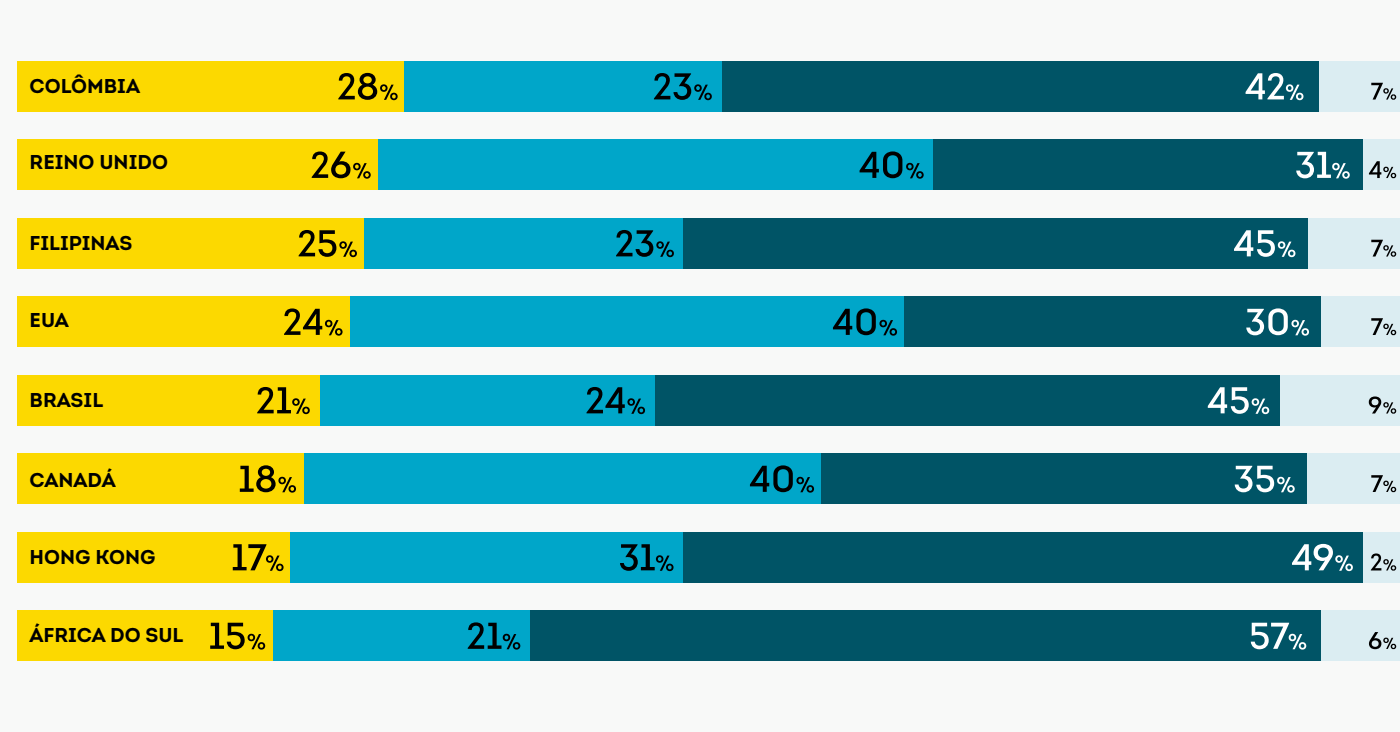
## Acreditam ter acesso suficiente ao crédito e produtos de empréstimo



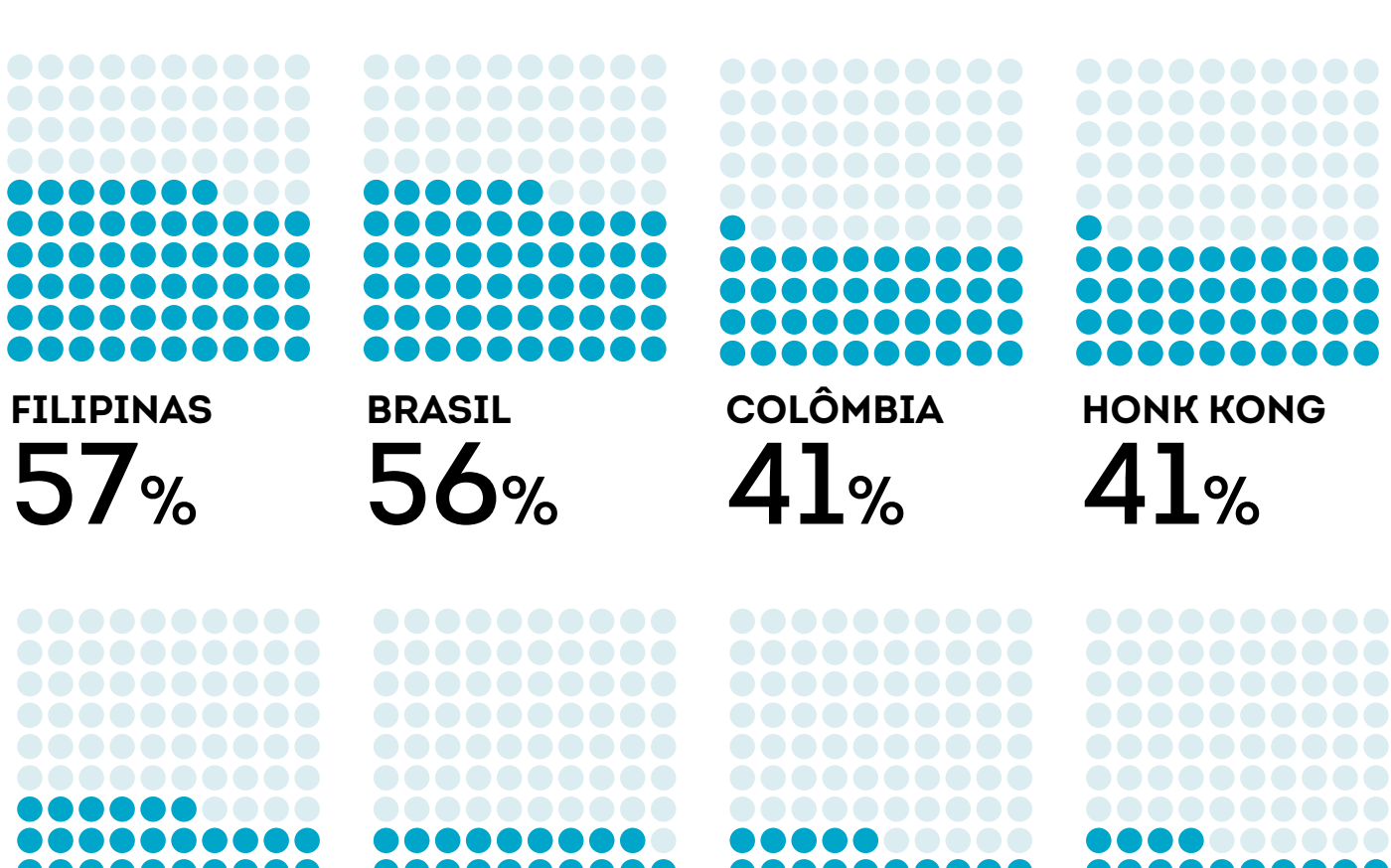
## Esperam uma mudança nos gastos facultativos durante os próximos três meses

● AUMENTO  
● PERMANEÇA O MESMO  
● DIMINUIÇÃO  
● N/A

A pesquisa utilizou restaurantes, entretenimento e viagens como exemplos de gastos facultativos.



## Esperam mais transações on-line durante os próximos três meses



Esta pesquisa on-line com 9.942 adultos foi realizada do dia 24 de maio até 21 de junho de 2021 pela TransUnion em parceria com o provedor de pesquisa terceirizado Qualtrics® Research-Services. Adultos de 18 anos ou mais que residem no Brasil, Canadá, Colômbia, Hong Kong, nas Filipinas, África do Sul, Reino Unido e EUA foram entrevistados por meio de um método de painel de pesquisa on-line em uma combinação de computador, celular e tablet. As perguntas da pesquisa foram administradas em chinês (Hong Kong), inglês, francês (Canadá), português (Brasil) e espanhol (Colômbia). Para aumentar a representatividade entre os dados demográficos dos residentes, a pesquisa incluiu cotas para equilibrar as respostas às estatísticas populacionais nas dimensões de idade, gênero, renda familiar, raça e região. As gerações são definidas da seguinte forma: Geração Z, nascida entre 1995 a 2003; Millennials, nascidos entre 1980 a 1994; Geração X, nascida entre 1965 a 1979; e Baby Boomers, nascidos entre 1944 a 1964. Os resultados desta pesquisa não são ponderados e são estatisticamente significativos em um nível de confiança de 95% dentro de ± 0,98% pontos percentuais com base em uma margem de erro calculada.

Para mais informações sobre como a renda familiar, gastos e débitos mudaram ao longo do tempo em mercados específicos, visite:

[www.transunion.com.br/consumer-pulse-study](http://www.transunion.com.br/consumer-pulse-study)

