

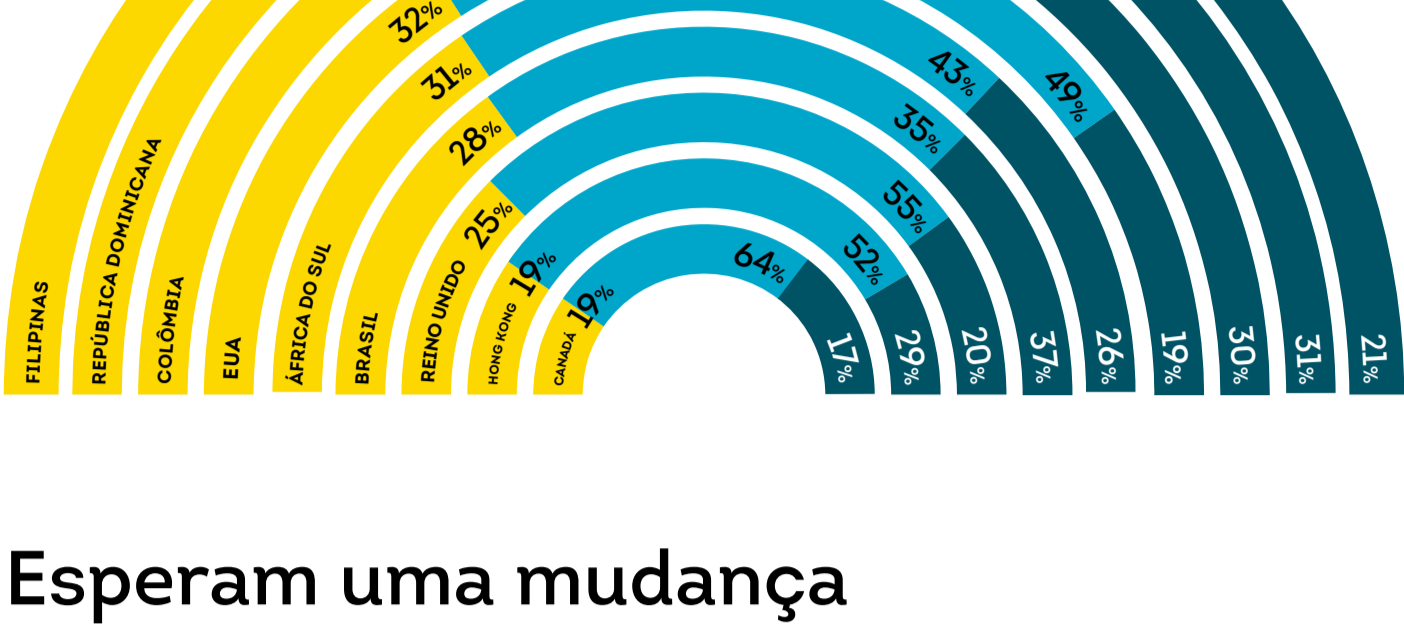
Consumer Pulse – 2º trimestre de 2022

# Comportamentos e atitudes sobre orçamentos, gastos e dívidas familiares.

Nossa pesquisa trimestral explora como as finanças pessoais foram afetadas e quais mudanças são esperadas no futuro.

Confira abaixo um resumo das nossas descobertas.

## Como a renda alterou nos últimos três meses



## Esperam uma mudança na renda familiar nos próximos 12 meses

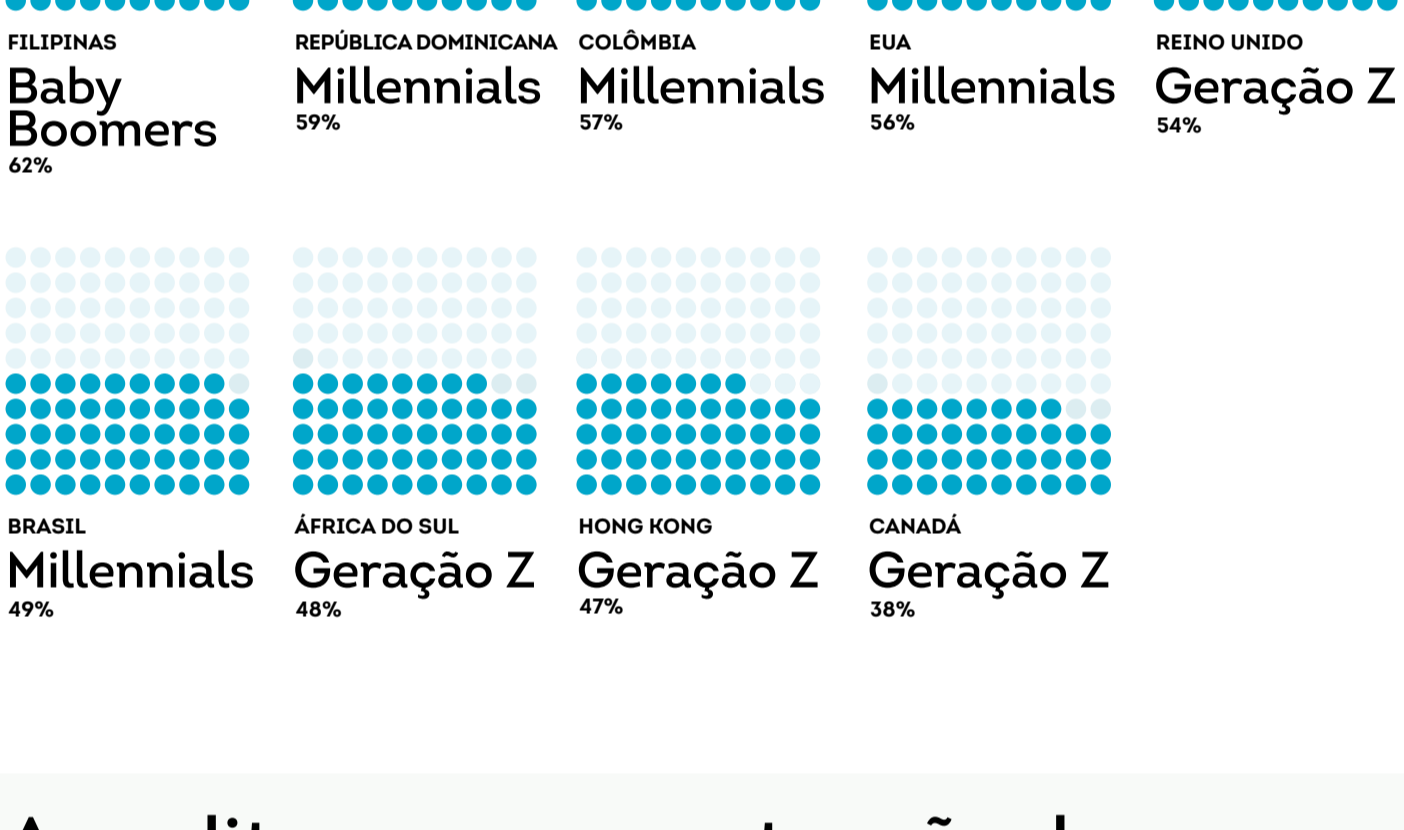


## Acreditam que o acesso ao crédito é importante vs. acreditam ter acesso suficiente



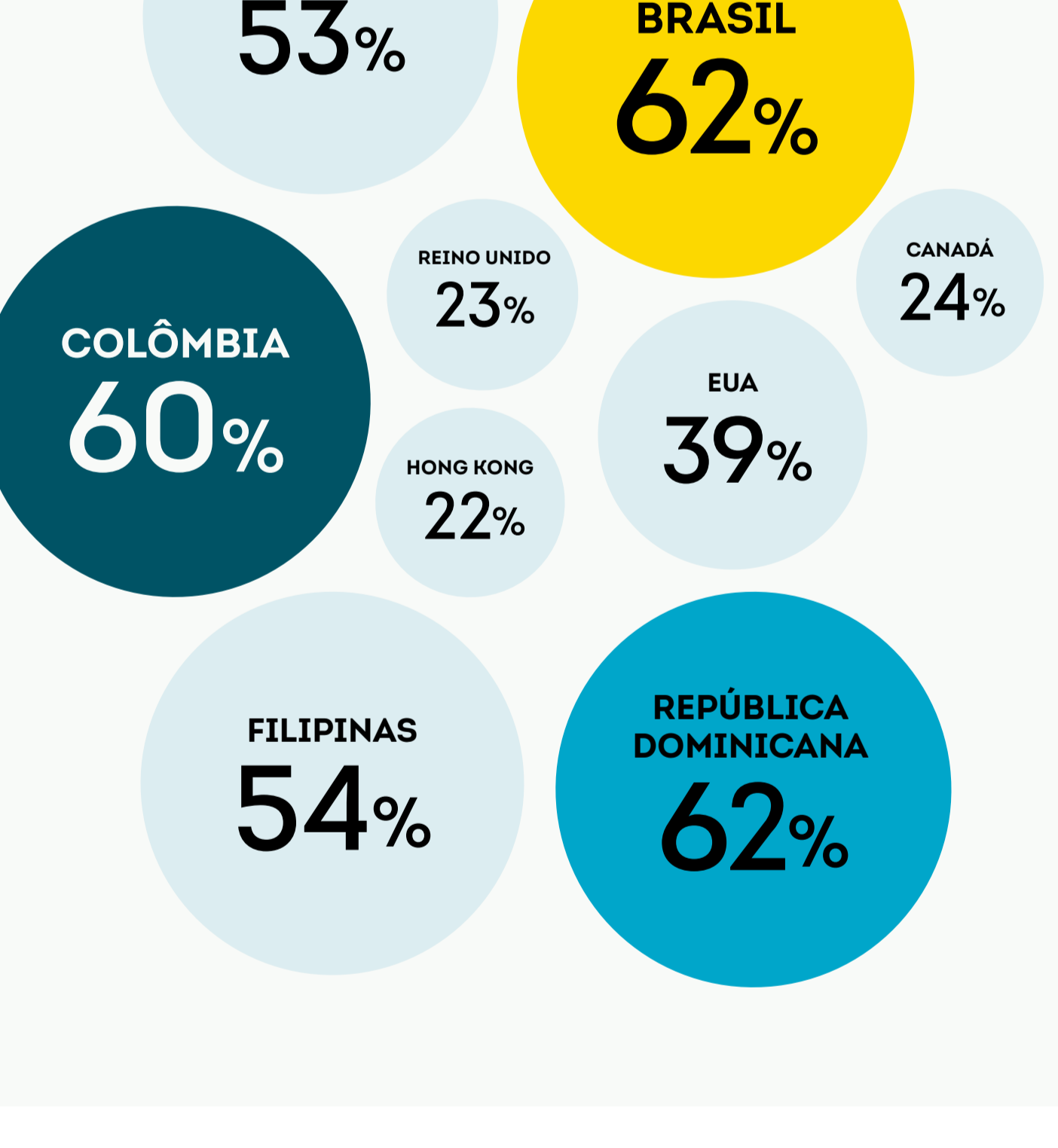
## Planejam solicitar um novo crédito ou refinar no próximo ano

Principal geração que planeja solicitar crédito, conforme país/região:



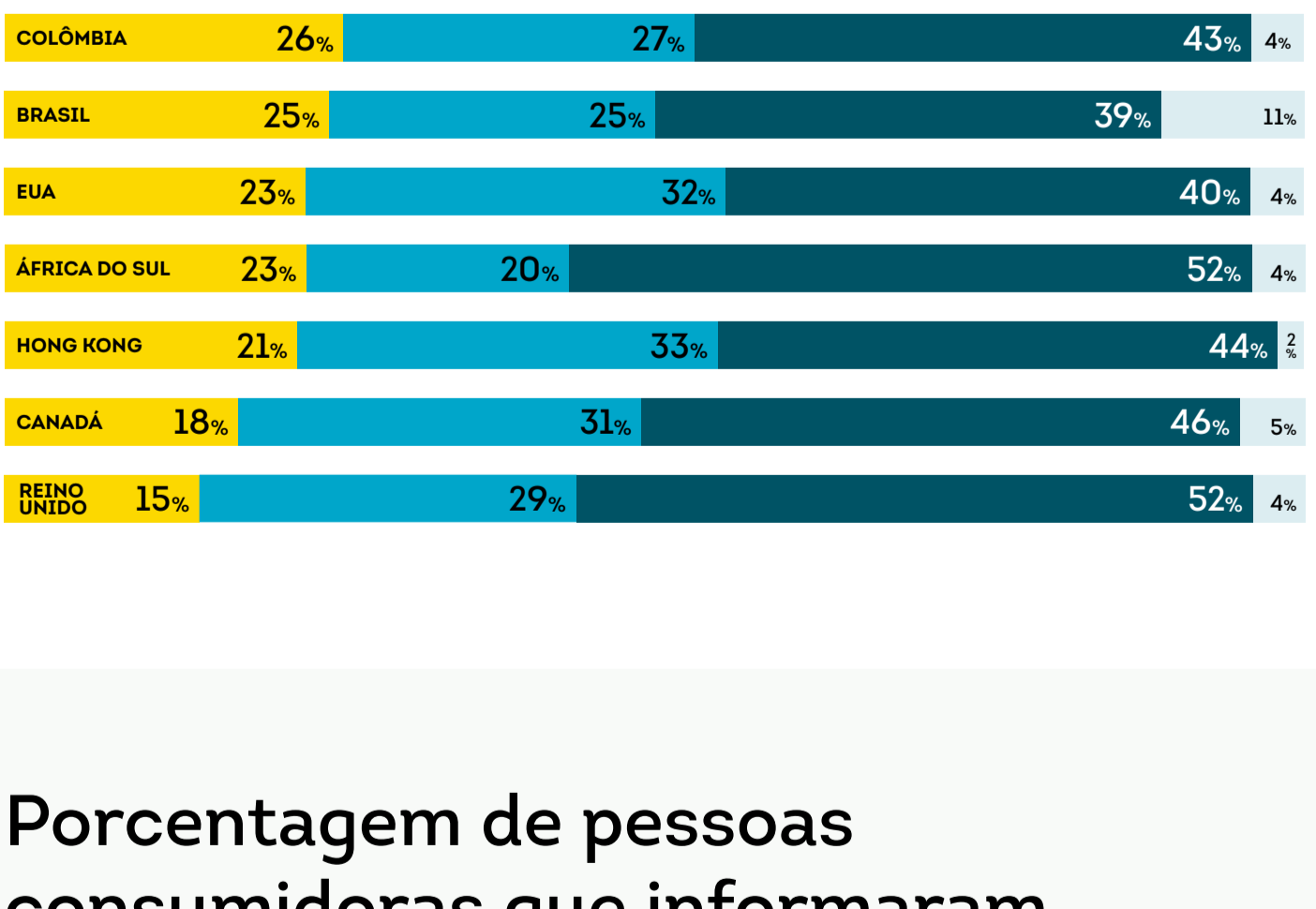
## Acreditam que a pontuação de crédito aumentaria se as empresas aproveitassem as informações complementares, típicas de um relatório de crédito padrão

Os exemplos fornecidos foram pagamentos de aluguel, de planos em academias, empréstimos consignado e para pagamento posterior.

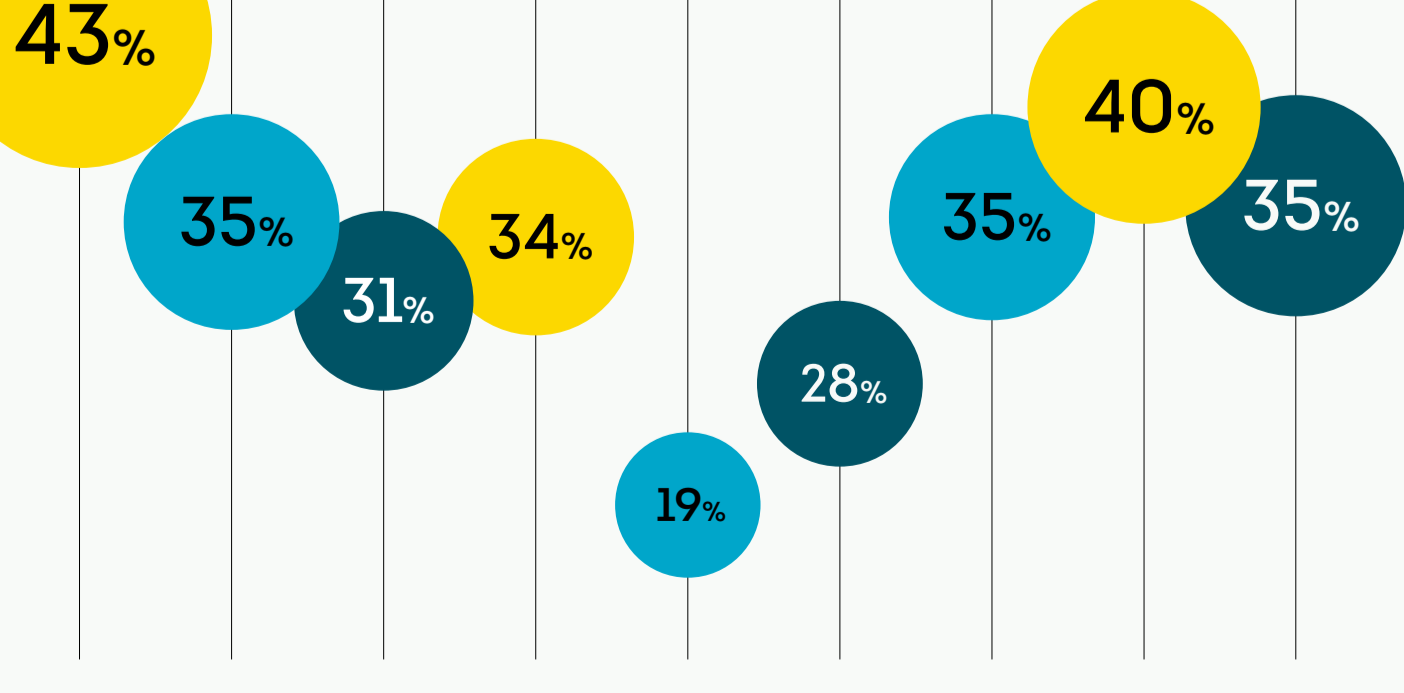


## Esperam mudanças em gastos facultativos nos próximos três meses

A pesquisa usou refeições em restaurantes, entretenimento e viagens como exemplos de gastos facultativos.



## Porcentagem de pessoas consumidoras que informaram que a maioria de suas transações foi feita on-line



A pesquisa Consumer Pulse da TransUnion com 10.798 adultos foi realizada de 12 de maio a 15 de junho 2022 pela TransUnion em parceria com um provedor de pesquisa de terceiros, Dynata. Adultos de 18 anos ou mais que residem no Brasil, Canadá, Colômbia, República Dominicana, Hong Kong, Filipinas, África do Sul, Reino Unido e Estados Unidos foram entrevistados usando um método de pesquisa painel on-line em uma combinação de computadores, celulares e tablets. As perguntas da pesquisa foram administradas em chinês (Hong Kong), inglês, francês (Canadá), português (Brasil) e espanhol (Colômbia e República Dominicana). Para aumentar a representatividade entre os dados demográficos dos residentes, a pesquisa incluiu cotas para equilibrar as respostas com as estatísticas do censo nas dimensões de idade, gênero, renda familiar e região. As gerações são definidas da seguinte forma: Geração Z, nascidos entre 1995 e 2004; Millennials, nascidos entre 1980 e 1994; Geração X, nascidos entre 1965 e 1979; e Baby Boomers, nascidos entre 1944 e 1964. Os resultados desta pesquisa são imparciais e estatisticamente significativos em um nível de confiança de 95% dentro de ±0,94 ponto percentual com base em uma margem de erro calculada.

Para conferir mais descobertas sobre as alterações em orçamentos, gastos e dívidas familiares ao longo do tempo e em mercados específicos, visite:

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

