

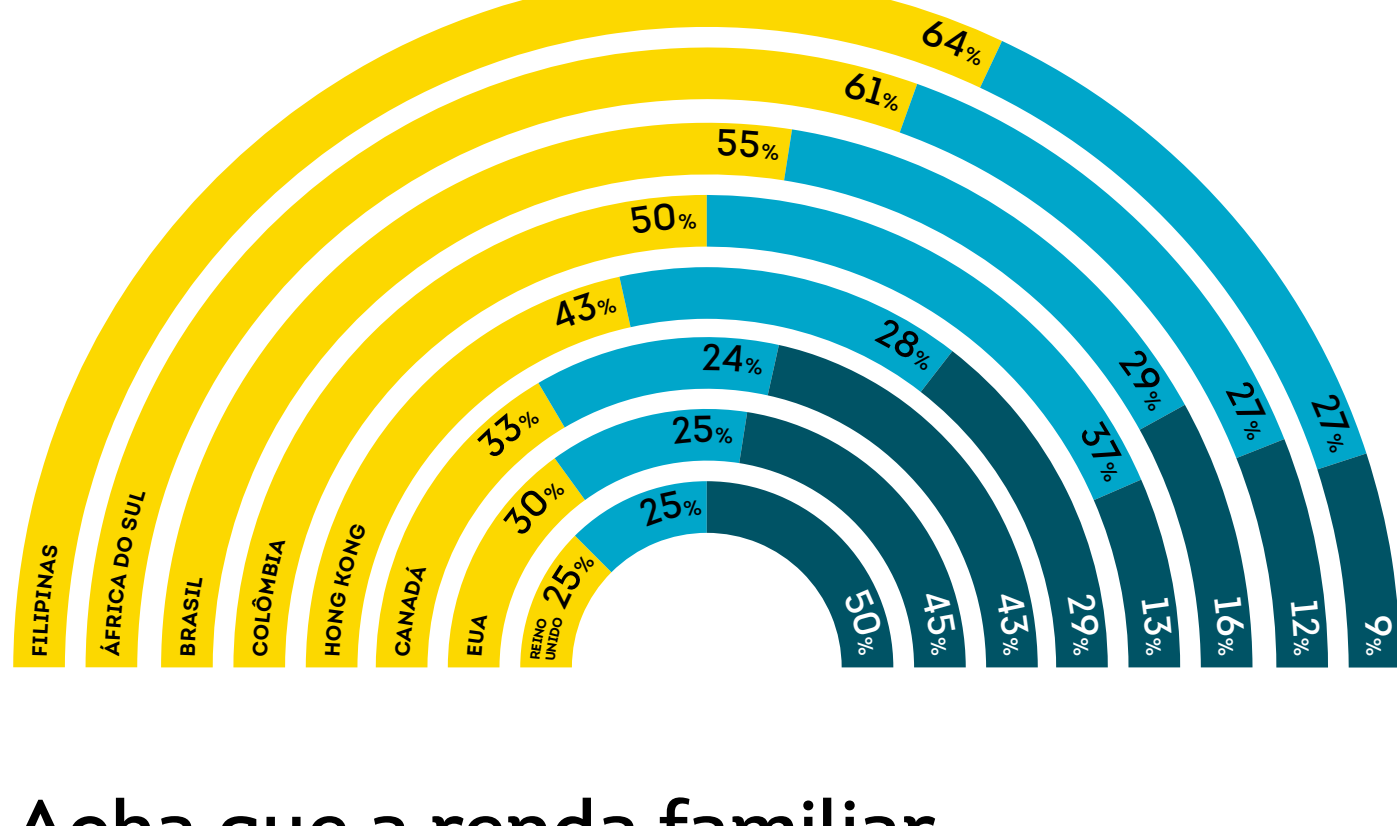
Impacto da COVID-19 no orçamento, gasto e dívida.

Nossa pesquisa trimestral explora como as finanças pessoais foram afetadas pela crise da COVID-19 e avalia as mudanças nas atitudes e nos comportamentos dos consumidores com base na renda, dívidas e roubo de identidade.

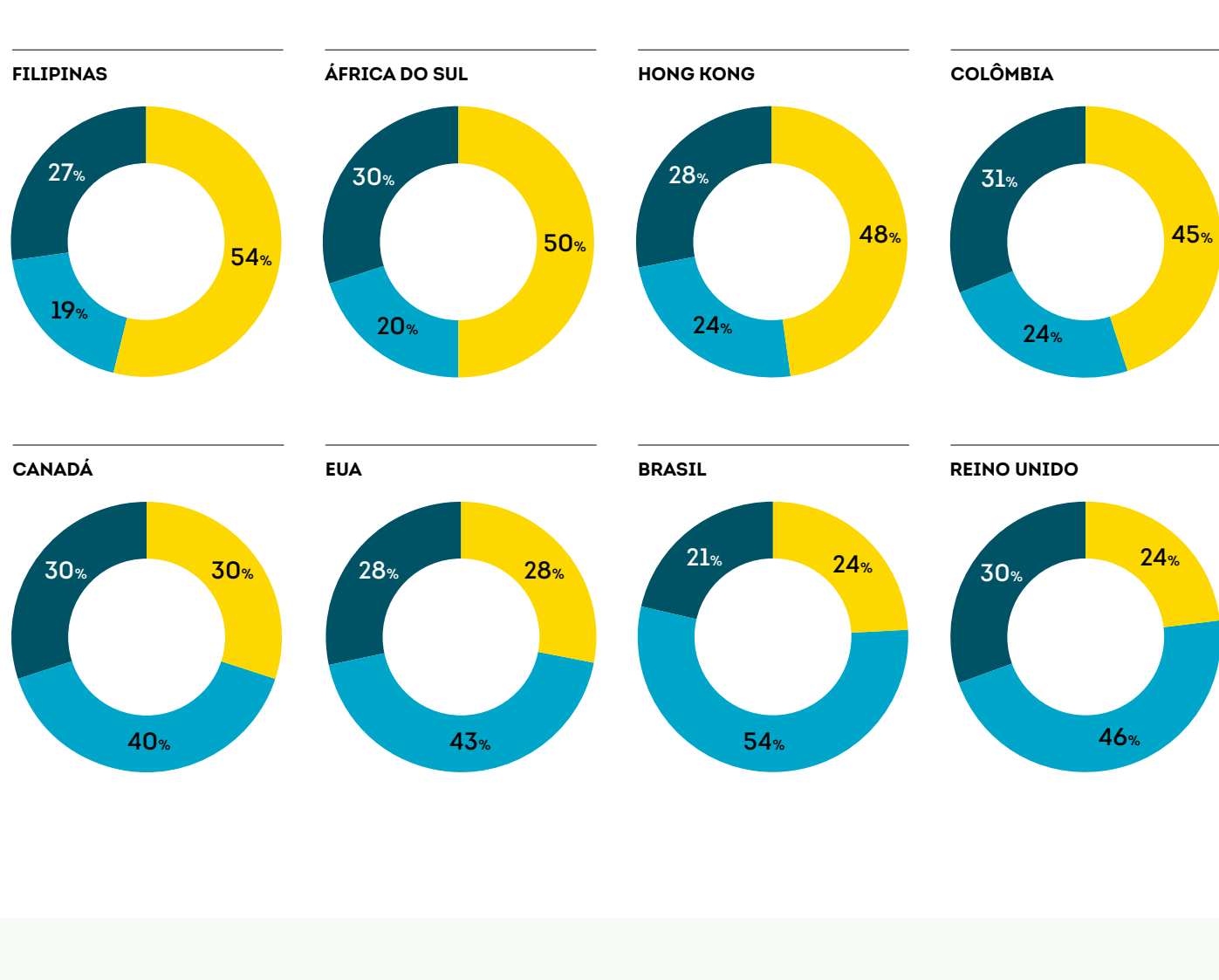
Confira abaixo um resumo das nossas descobertas. Os relatórios de mercado completos podem ser encontrados em:

transunion.com.br/consumer-pulse-study

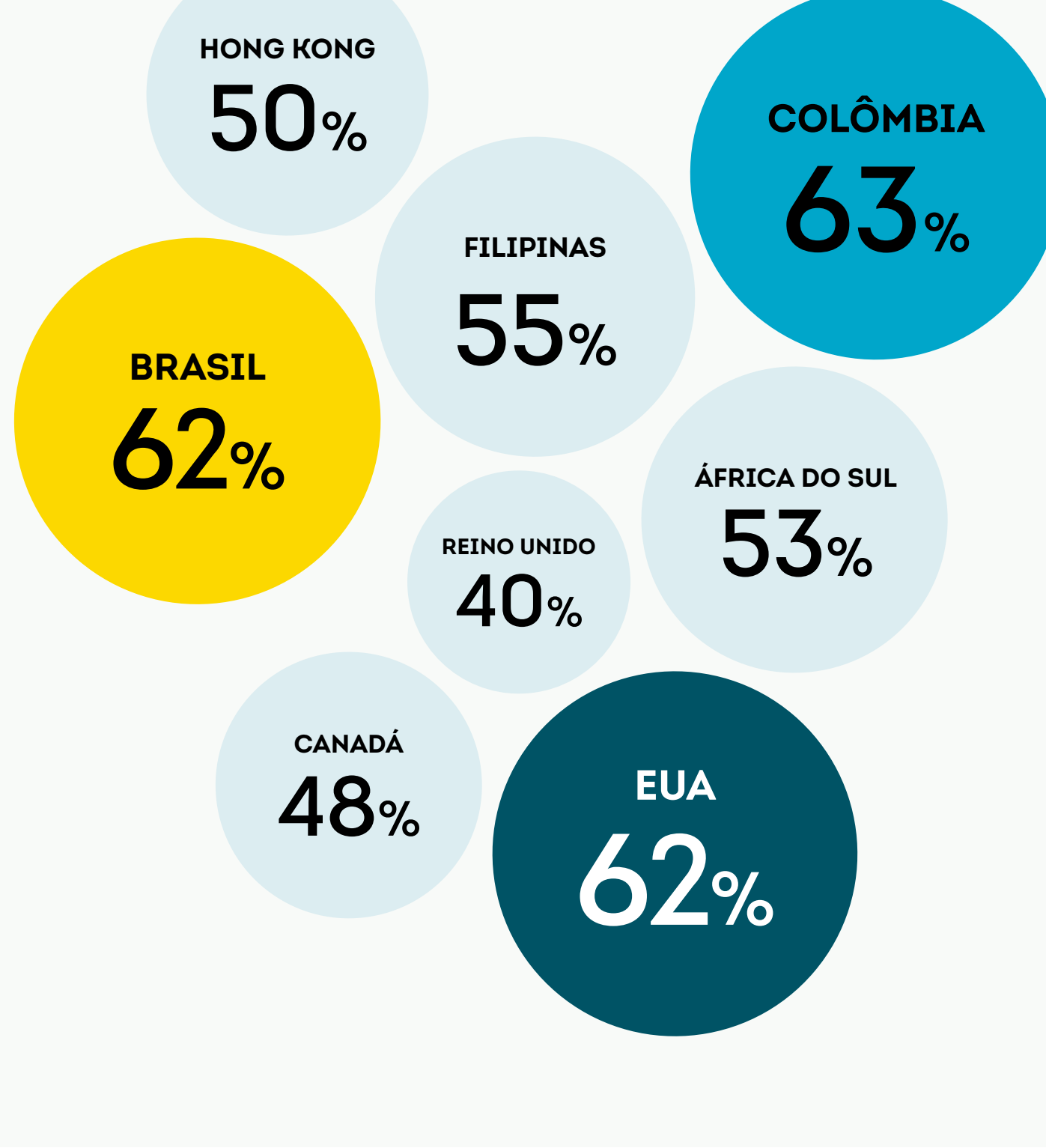
Dizem que a renda familiar diminuiu devido à pandemia



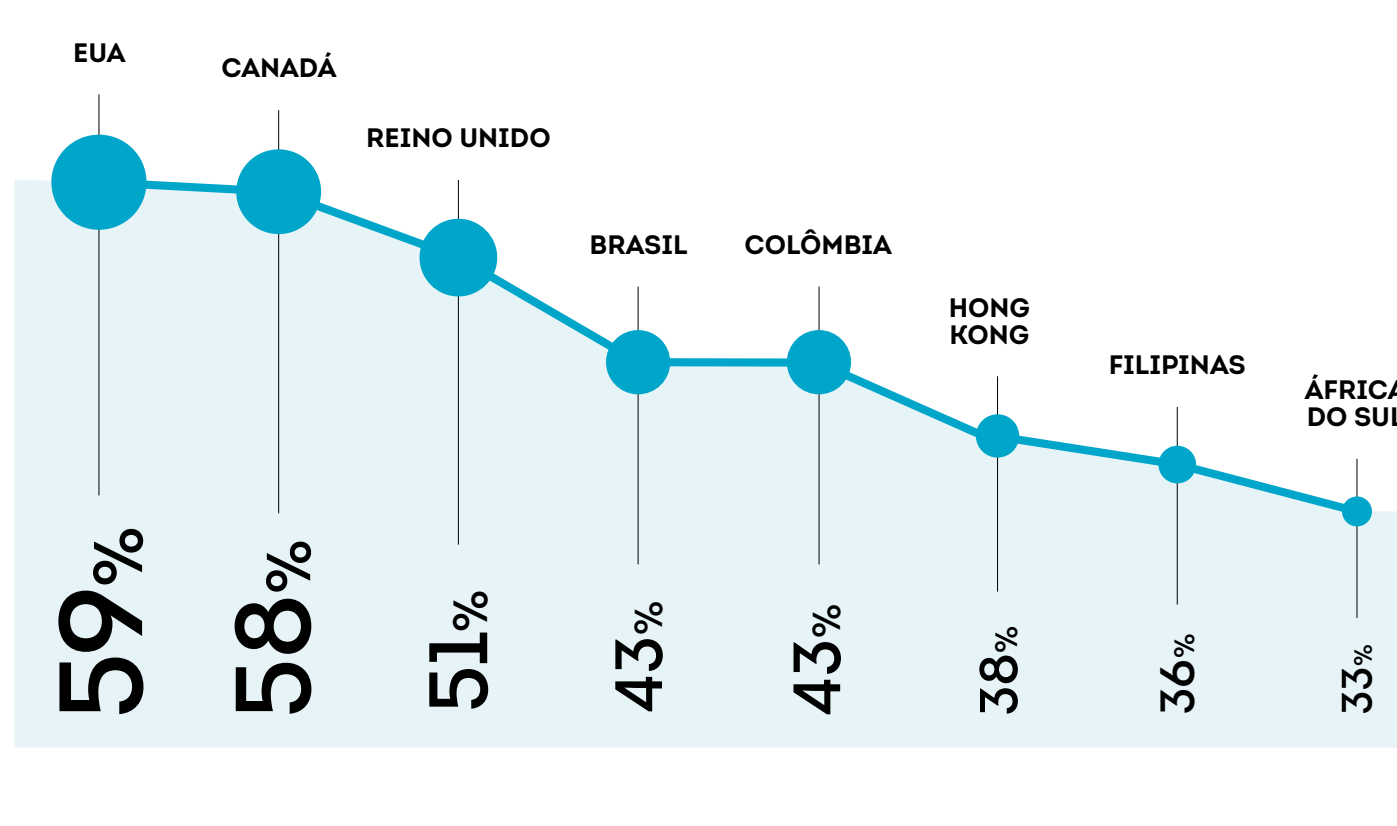
Acha que a renda familiar diminuirá no futuro devido à COVID-19



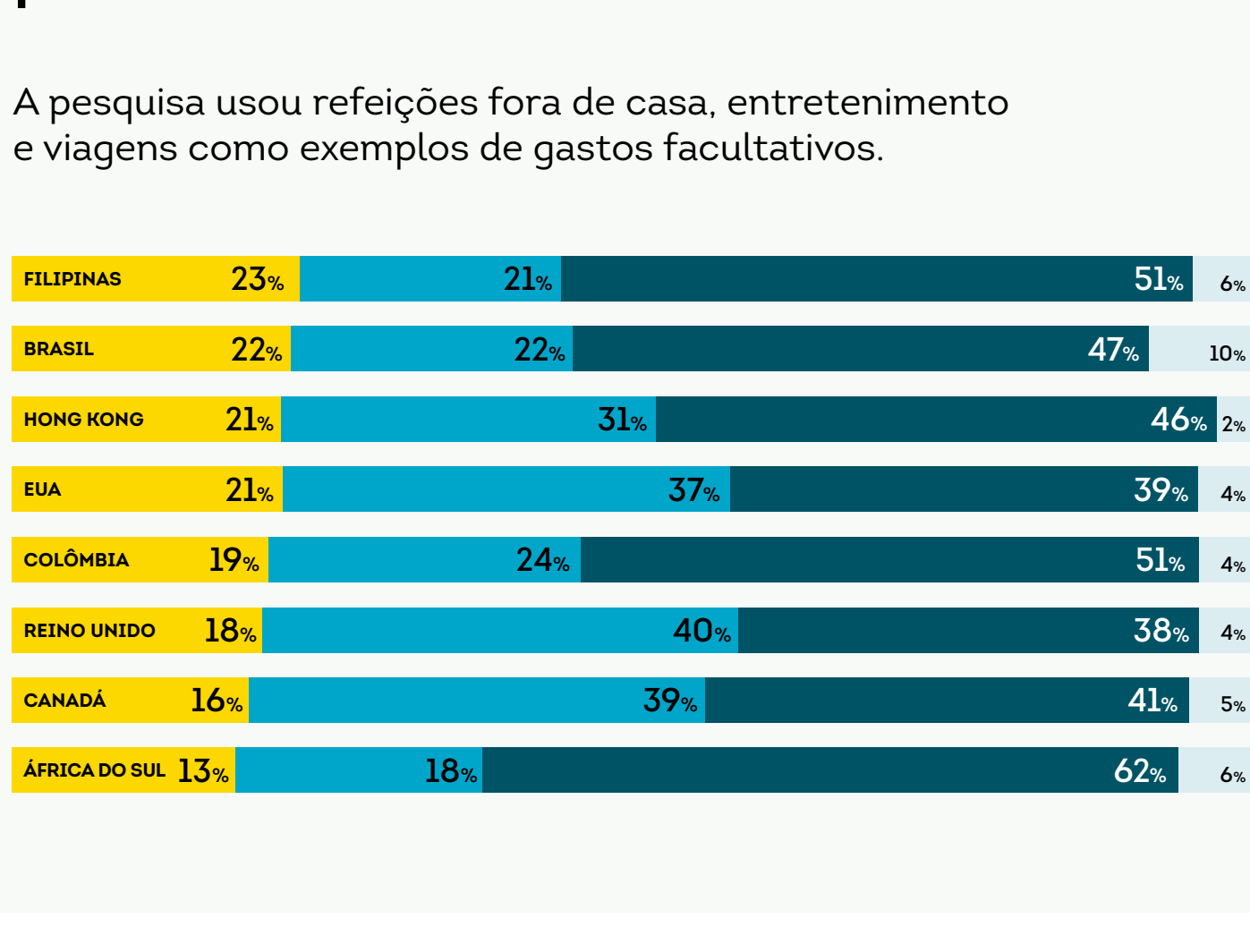
Consideram o acesso a crédito importante para atingir metas financeiras



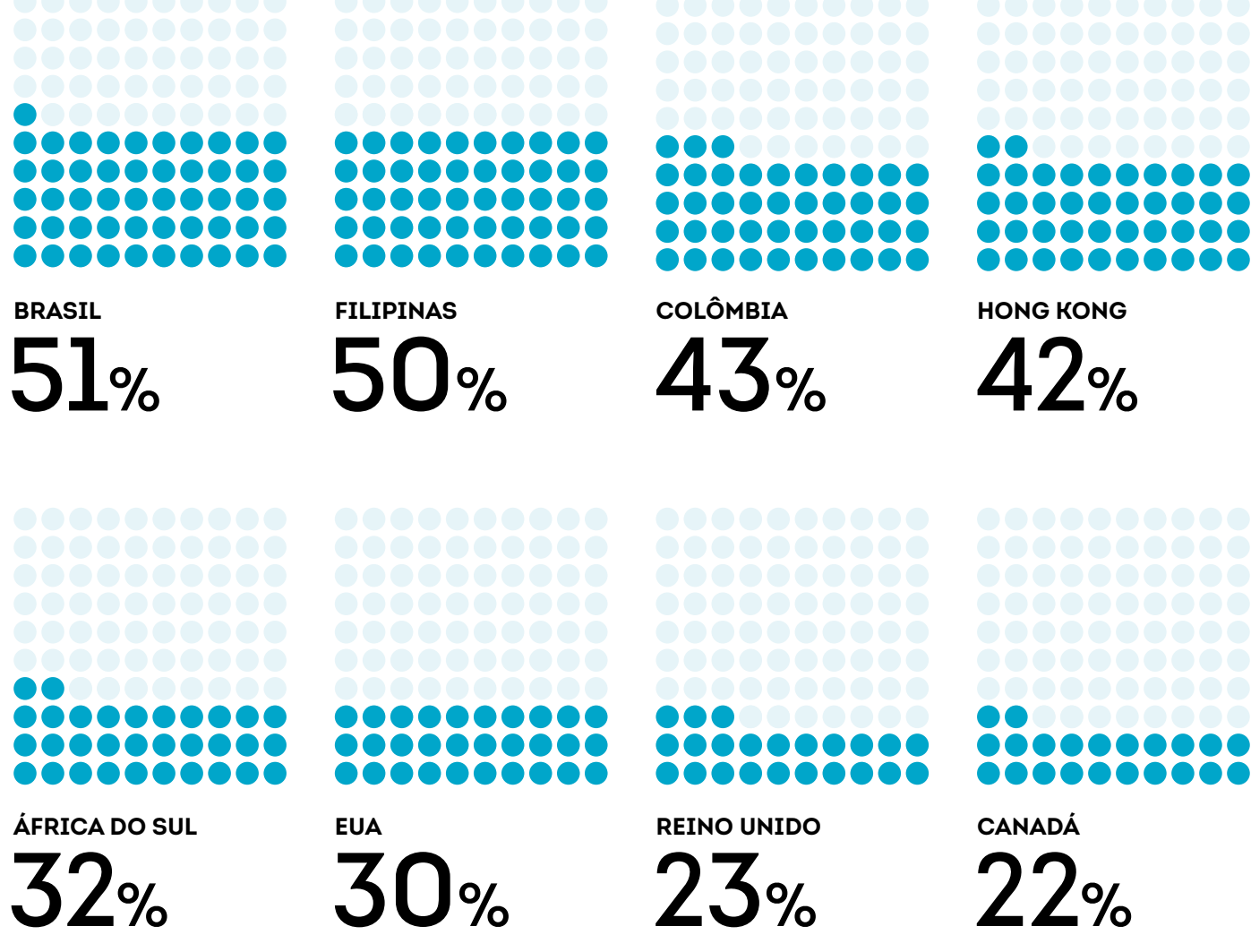
Acreditam ter acesso suficiente a crédito e produtos de empréstimo



Esperam mudança em gastos facultativos nos próximos três meses



Esperam fazer mais transações on-line nos próximos três meses



Esta pesquisa on-line com 10.667 adultos foi realizada de 3 a 31 de agosto 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, Filipinas, África do Sul, Reino Unido e Estados Unidos foram entrevistados usando um método de painel de pesquisa on-line em uma combinação de desktops, celulares e tablets. 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 do censo nas dimensões de idade, gênero, renda familiar, raça e região. As gerações são definidas da seguinte forma: Geração Z, nascidos entre 1995-2003, Mileniais, nascidos entre 1980-1994, Geração X, nascidos entre 1965-1979, e Baby Boomers, nascidos entre 1944-1964. Os resultados desta pesquisa não são ponderados e são estatisticamente significativos em um nível de confiança de 95% dentro de ± 0,95% pontos percentuais com base em uma margem de erro calculada.

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

transunion.com.br/consumer-pulse-study

