

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

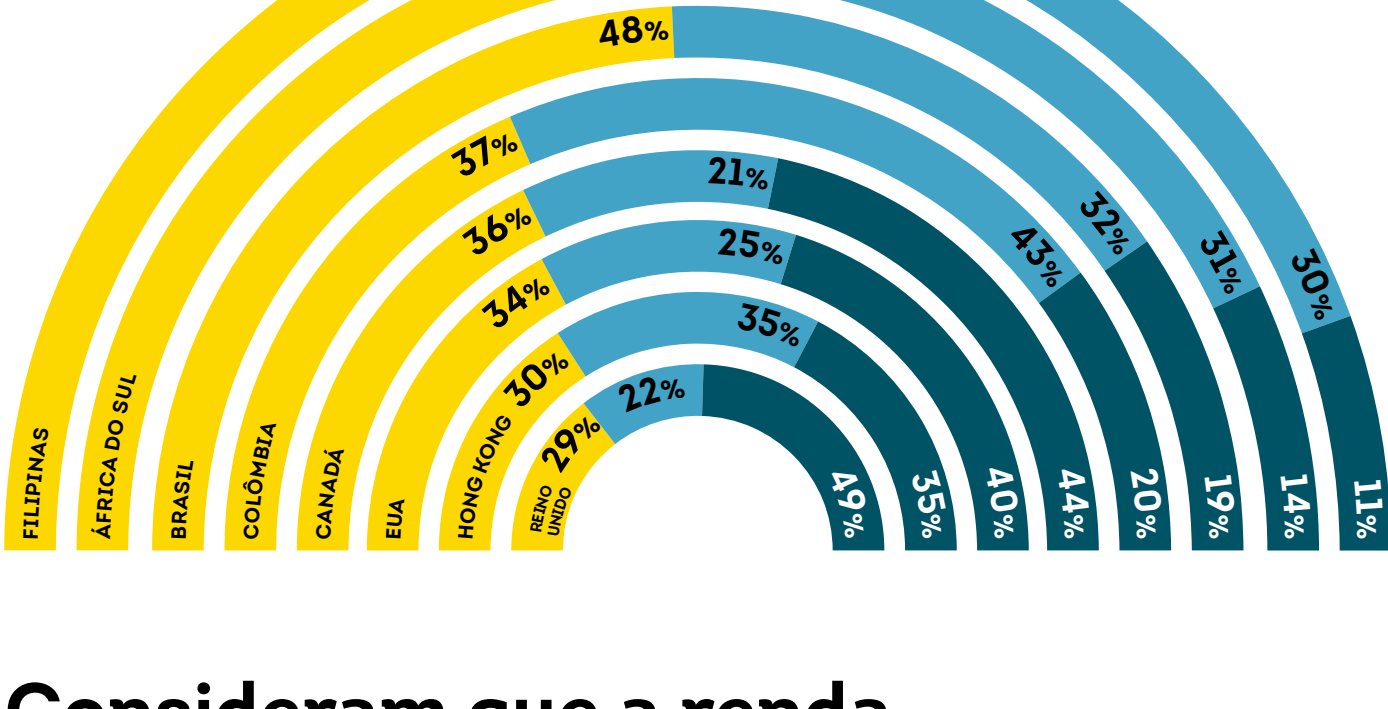
Nossa pesquisa trimestral explora como as finanças pessoais foram afetadas pela crise da COVID-19 e avalia as mudanças nas atitudes e nos comportamentos dos consumidores com base na renda, dívidas e roubo de identidade.

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

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

## Afirmam que a renda familiar diminuiu devido à pandemia.

● ATUALMENTE MENOR  
● ANTERIORMENTE MENOR  
● NUNCA DIMINUIU

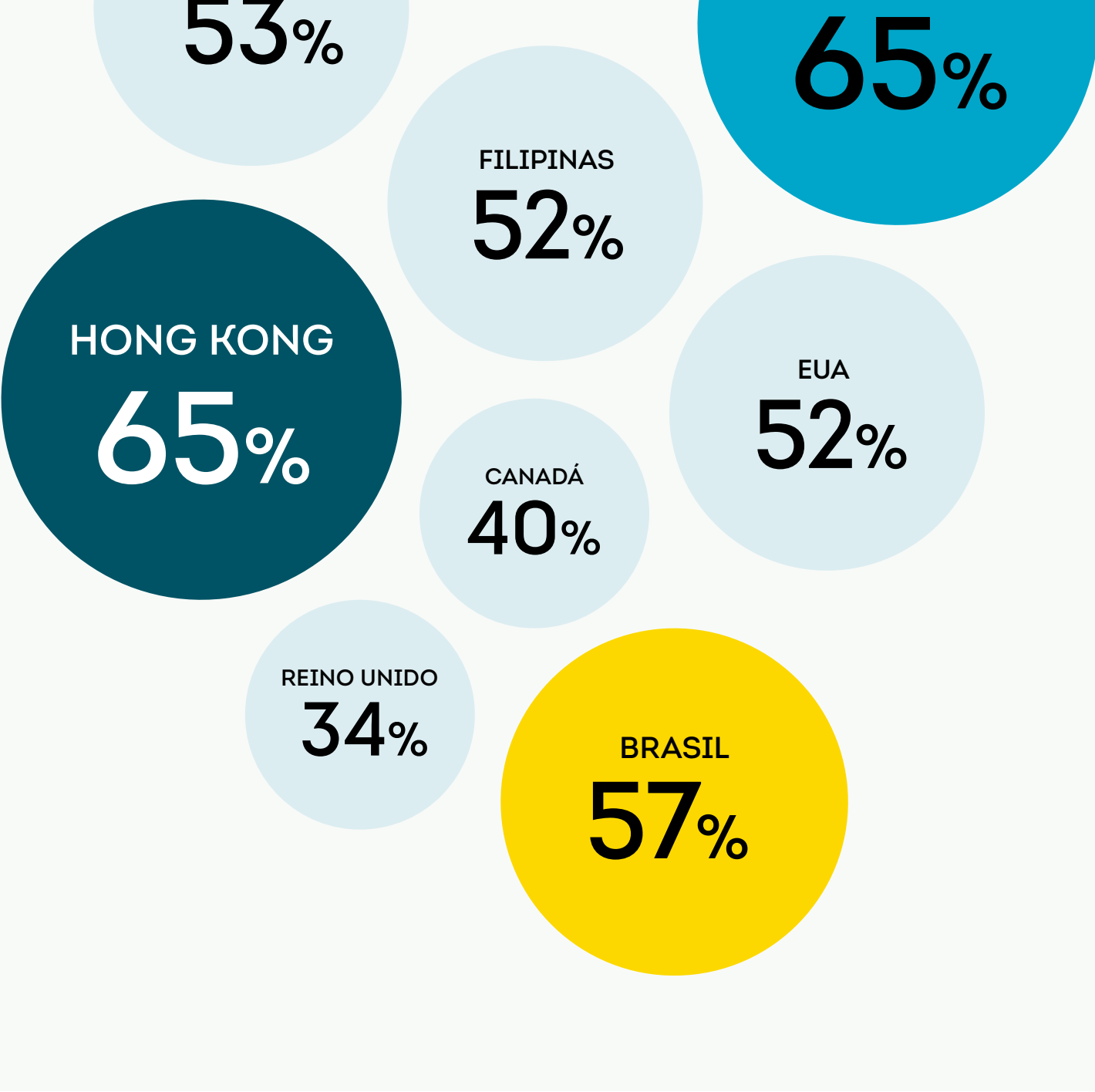


## Consideram que a renda familiar diminuirá no futuro devido à COVID-19

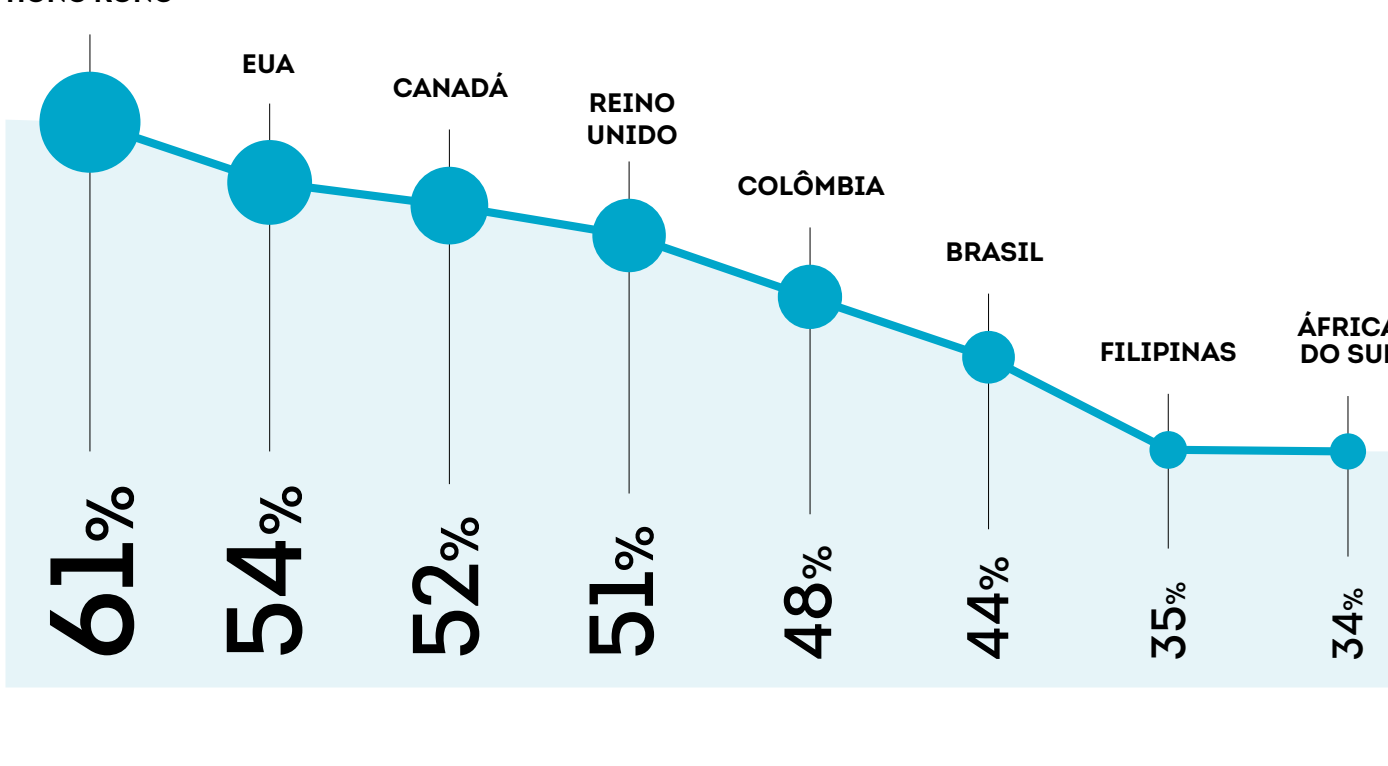
● SIM  
● NÃO  
● NÃO TEM CERTEZA



## Consideram o acesso ao crédito importante para atingir metas financeiras

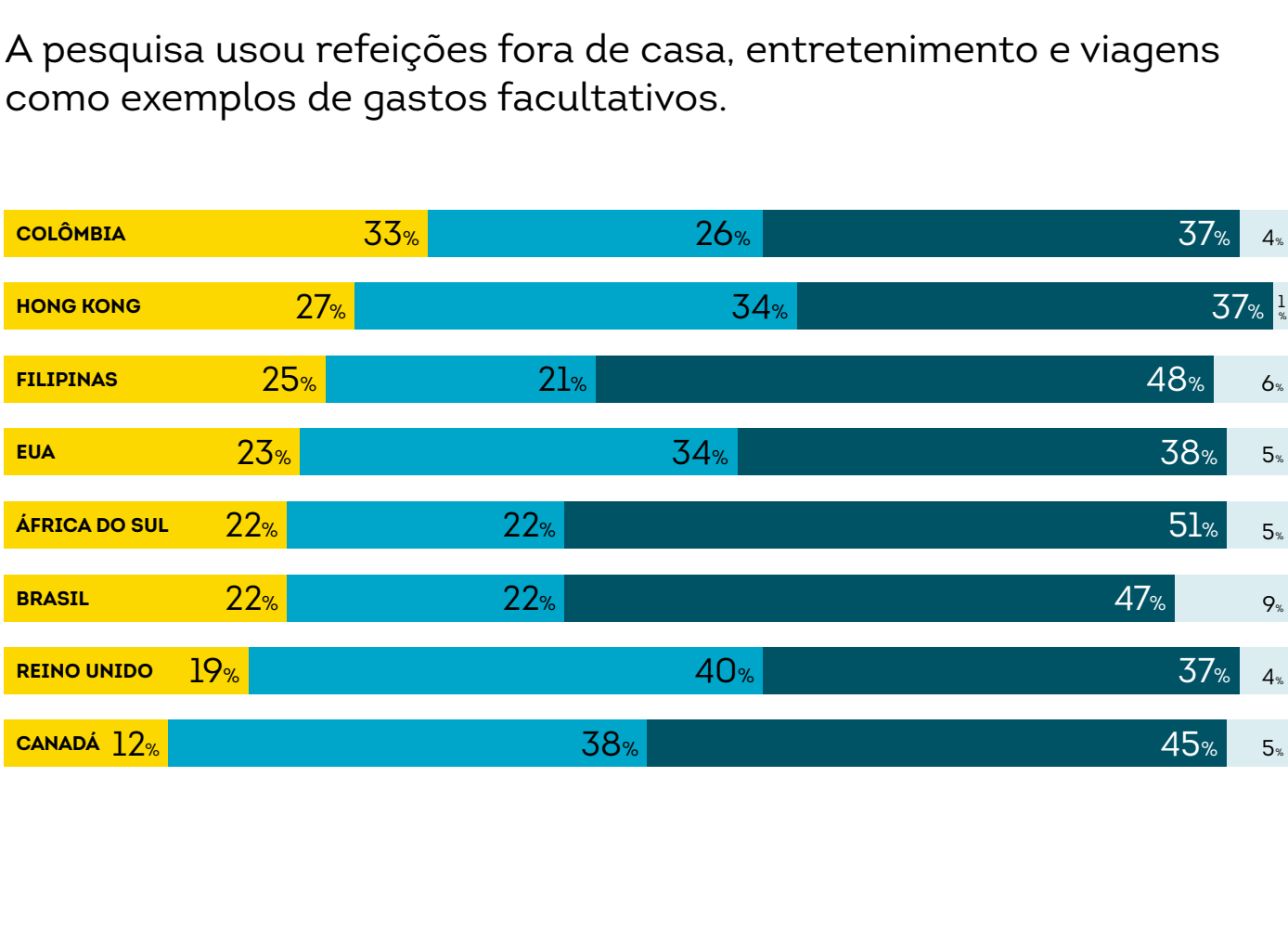


## Acreditam ter acesso suficiente ao crédito e aos produtos de empréstimo

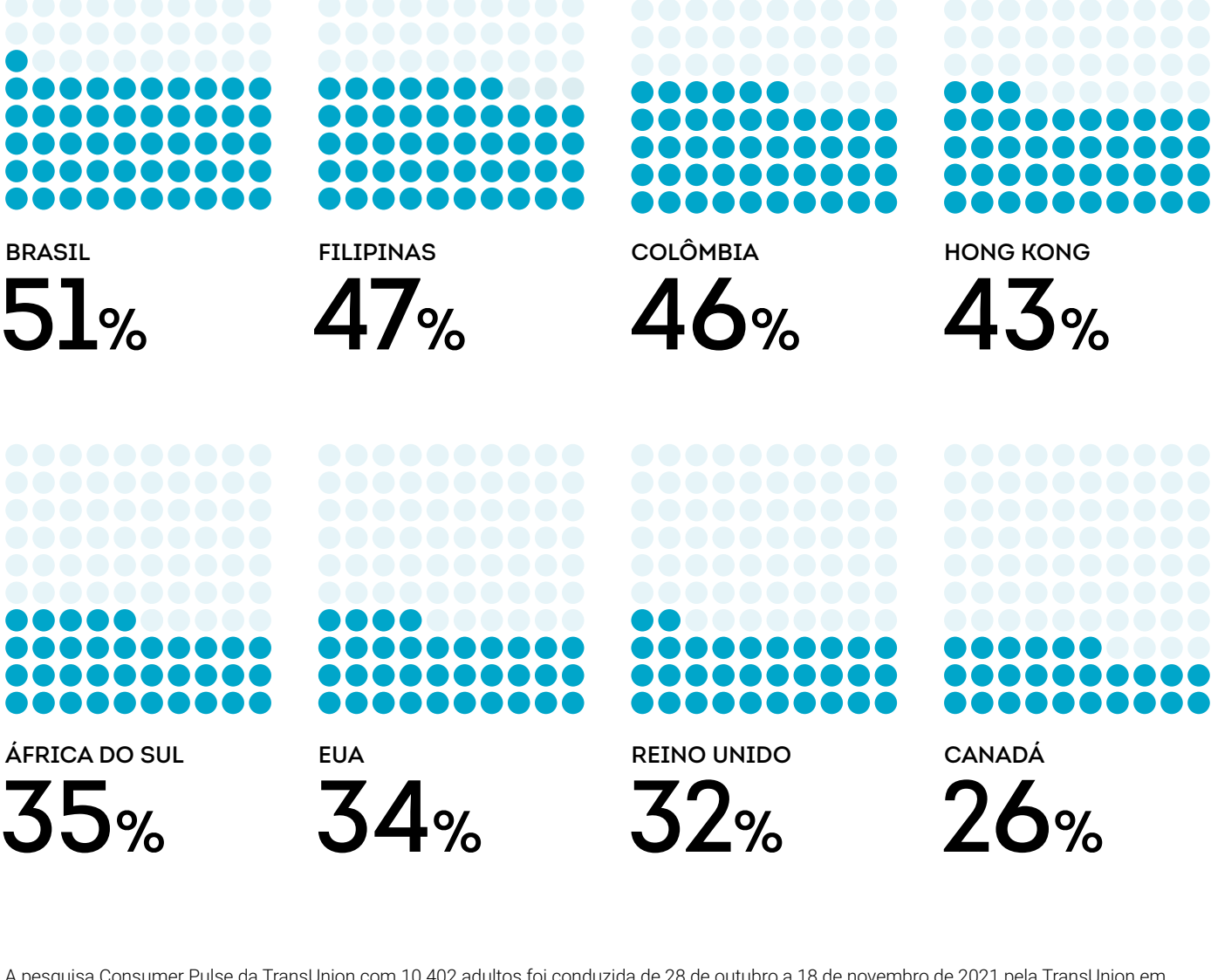


## Esperam mudança em gastos facultativos nos próximos três meses

● AUMENTAR  
● PERMANECER O MESMO  
● DIMINUIR  
● N/A



## Esperam fazer mais transações on-line nos próximos três meses



A pesquisa Consumer Pulse da TransUnion com 10.402 adultos foi conduzida de 28 de outubro a 18 de novembro 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 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). Para aumentar a representatividade entre os dados demográficos dos residentes, a pesquisa incluiu cortes 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 2003; 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 não são ponderados e são estatisticamente significativos em um nível de confiança de 95% dentro de + 0,96 pontos percentuais com base em uma margem de erro calculada.

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

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

