

INSIGHTS DO VAREJO

Comportamentos e atitudes sobre orçamentos, gastos e fraudes das famílias

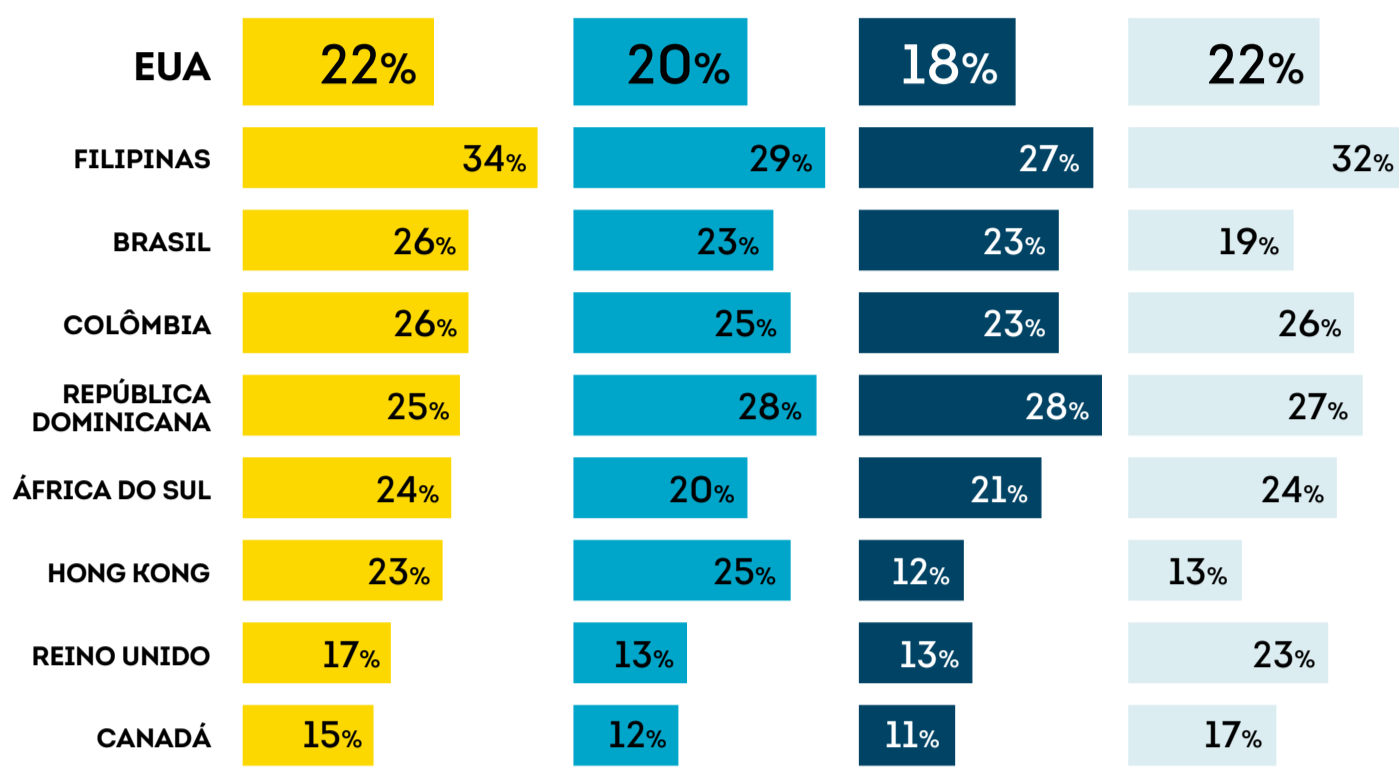
Nossa pesquisa trimestral explora como as finanças pessoais foram afetadas e quais mudanças são esperadas no futuro.

Confira abaixo um resumo das nossas descobertas.

Expectativa de aumento nos gastos

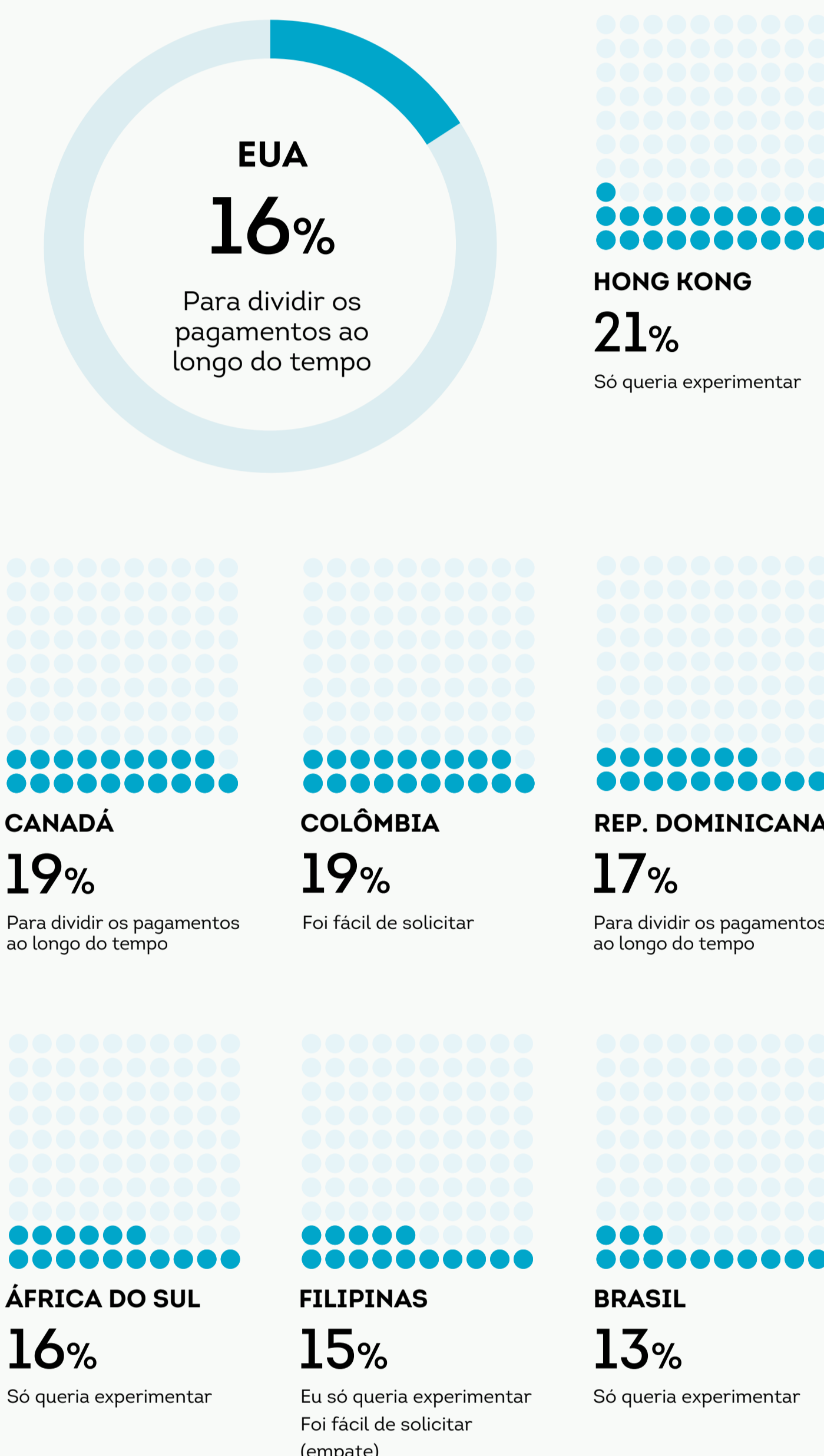
Porcentagem de pessoas que afirmaram que aumentarão seus gastos em cada área nos próximos três meses.

- **Compras em lojas físicas ou on-line** (roupas, eletrônicos, etc.)
- **Gastos pessoais facultativos** (alimentação fora de casa, entretenimento, viagem, etc.)
- **Grandes compras** (eletrodomésticos, carros, imóveis)
- **Serviços digitais** (TV a cabo, internet, conexão sem fio, serviços de streaming, etc)



Uso do Compre agora, pague depois

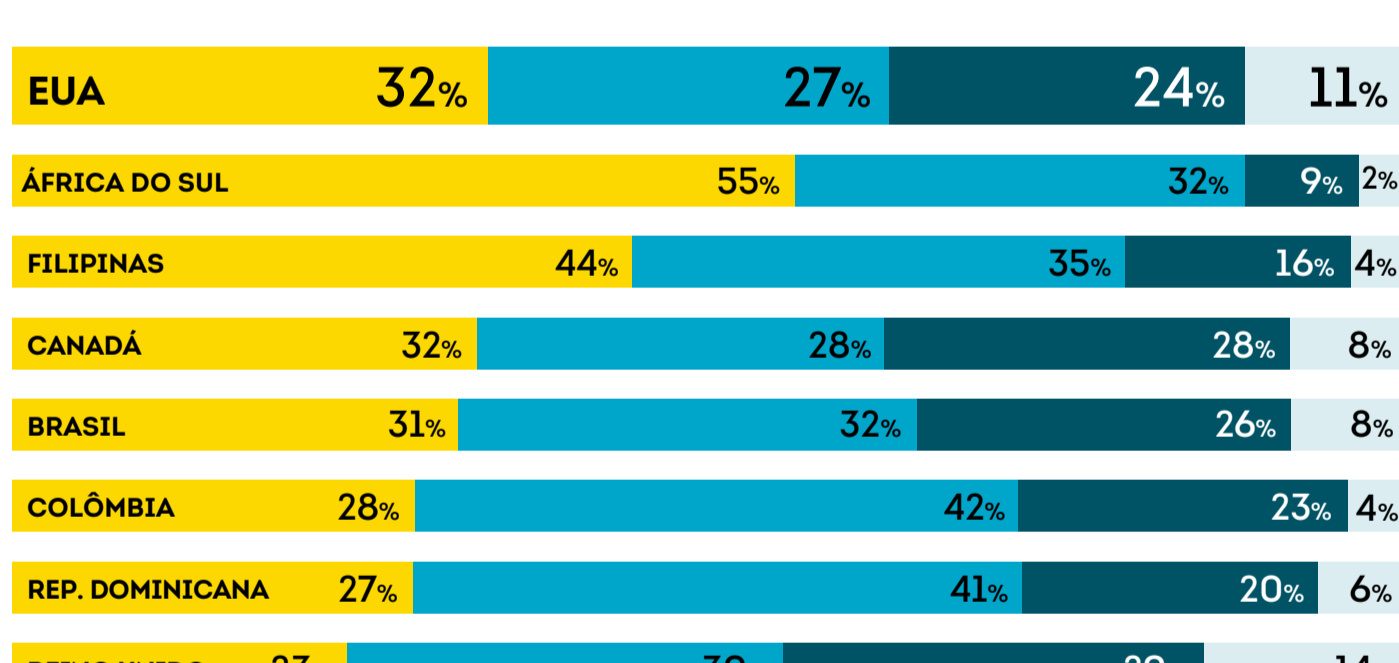
A resposta mais comum por país e região sobre por que as pessoas disseram ter utilizado o serviço no último ano.



* Essa pergunta não foi feita na pesquisa do Reino Unido

Preocupação de consumidores com a inflação

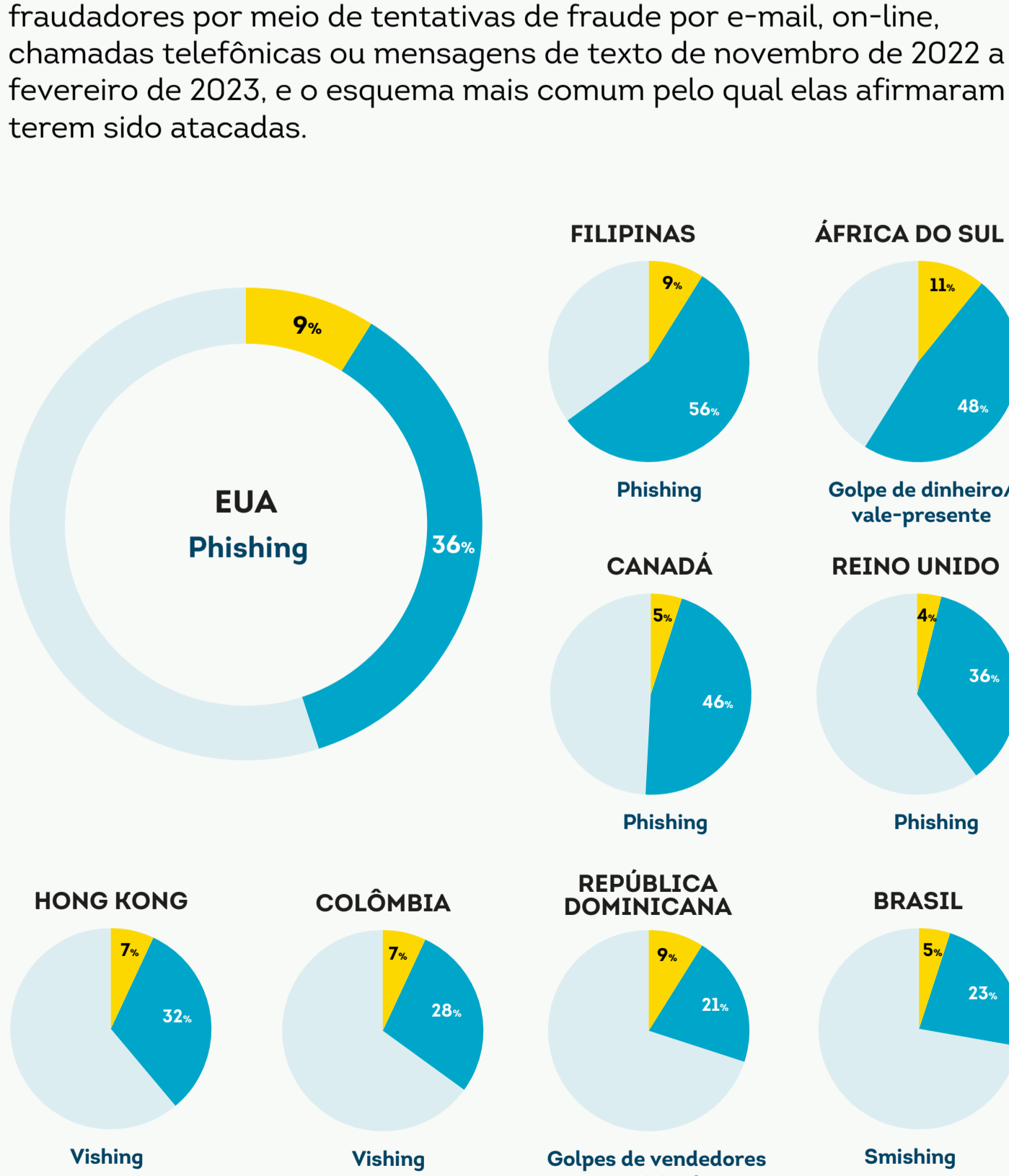
- **NÍVEIS DE PREOCUPAÇÃO**
- Extremamente
- Muito
- Moderadamente
- Levemente



Pessoas que foram alvo de fraude

- Foi alvo e vítima
- Foi alvo, mas não foi vítima
- Não foi alvo
- Esquema de fraude mais relatado

Porcentagem de pessoas que disseram terem sido alvo de fraudadores por meio de tentativas de fraude por e-mail, on-line, chamadas telefônicas ou mensagens de texto de novembro de 2022 a fevereiro de 2023, e o esquema mais comum pelo qual elas afirmaram terem sido atacadas.



A pesquisa Consumer Pulse da TransUnion realizada com (9.550) pessoas adultas foi conduzida de 6 a 24 de fevereiro de 2023 pela TransUnion em parceria com o provedor de pesquisa terceirizado, Dynata. Pessoas 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 entrevistadas usando um método de pesquisa painel 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 e República Dominicana). Para aumentar a representatividade entre os dados demográficos das pessoas 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, pessoas nascidas entre 1995 e 2005; Millennials, pessoas nascidas entre 1980 e 1994; Geração X, pessoas nascidas entre 1965 e 1979; e Baby Boomers, pessoas nascidas entre 1944 e 1964. Tenha em mente que algumas porcentagens dos gráficos podem não somar 100% devido a arredondamentos ou aceitação de múltiplas respostas.

Para obter mais informações sobre como a TransUnion ajuda as empresas a entender, alcançar e proteger seus clientes, acesse:

www.transunion.com.br

