

**Consumer Pulse - 1º trimestre de 2024**

**INSIGHTS DO VAREJO**

# Comportamentos de consumo, orçamentos, gastos e dívidas no Brasil

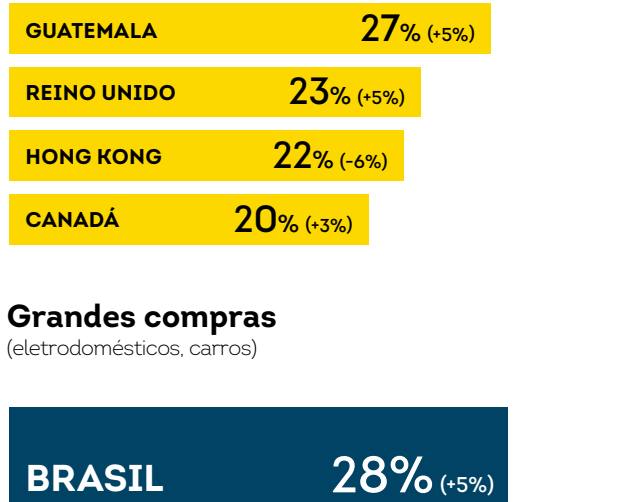
Nossa pesquisa trimestral explora como as finanças pessoais e experiência com fraude afetaram consumidores no período e quais mudanças são esperadas no futuro.

Confira abaixo um resumo das nossas descobertas mais recentes.

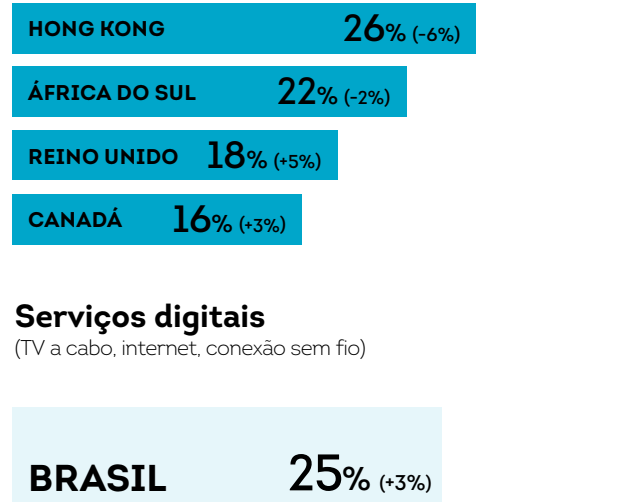
## Expectativa de aumento nos gastos

Percentual de consumidores que afirmaram que aumentarão seus gastos em cada área nos próximos três meses.

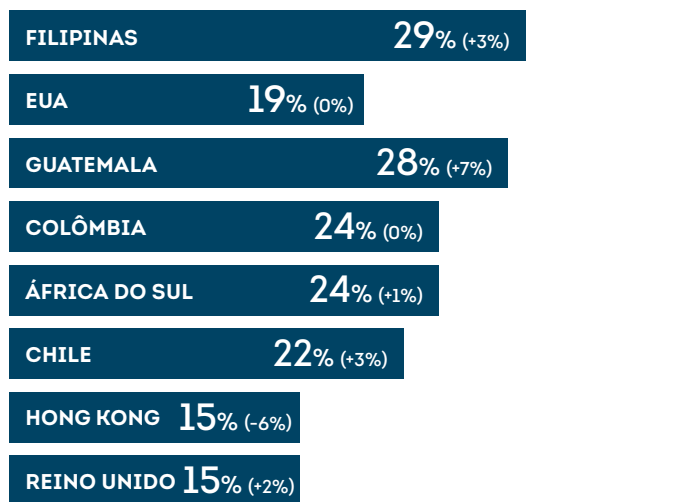
**Compras em lojas físicas ou on-line**  
(roupas, eletrônicos)



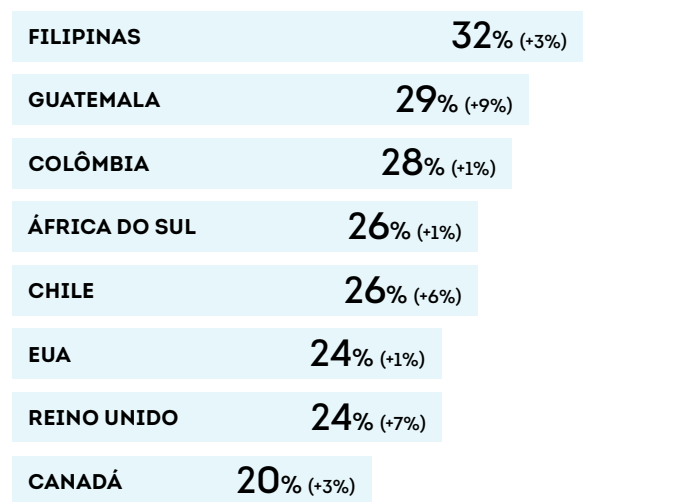
**Gastos pessoais facultativos**  
(alimentação fora de casa, entretenimento, viagem)



**Grandes compras**  
(eletrodomésticos, carros)



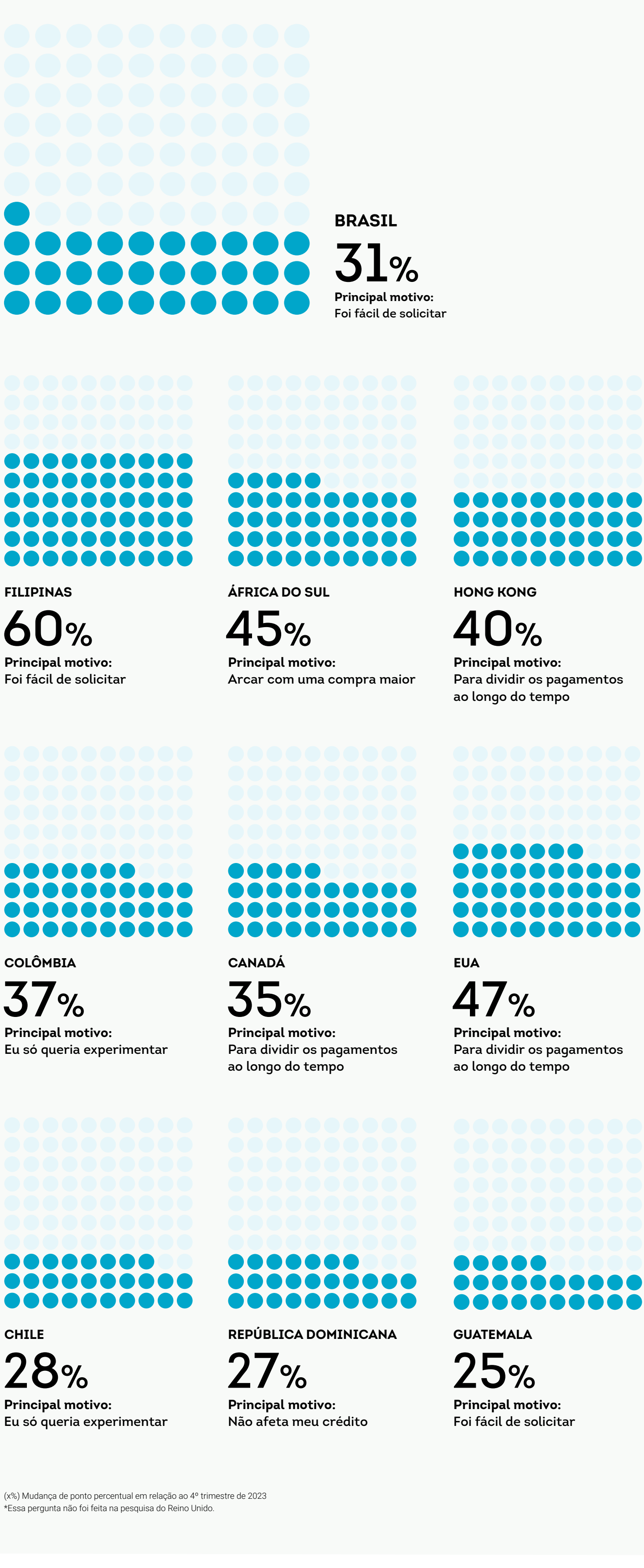
**Serviços digitais**  
(TV a cabo, internet, conexão sem fio)



(%) Mudança de ponto percentual em relação ao 4º trimestre de 2023

## Compras com pagamento a prazo

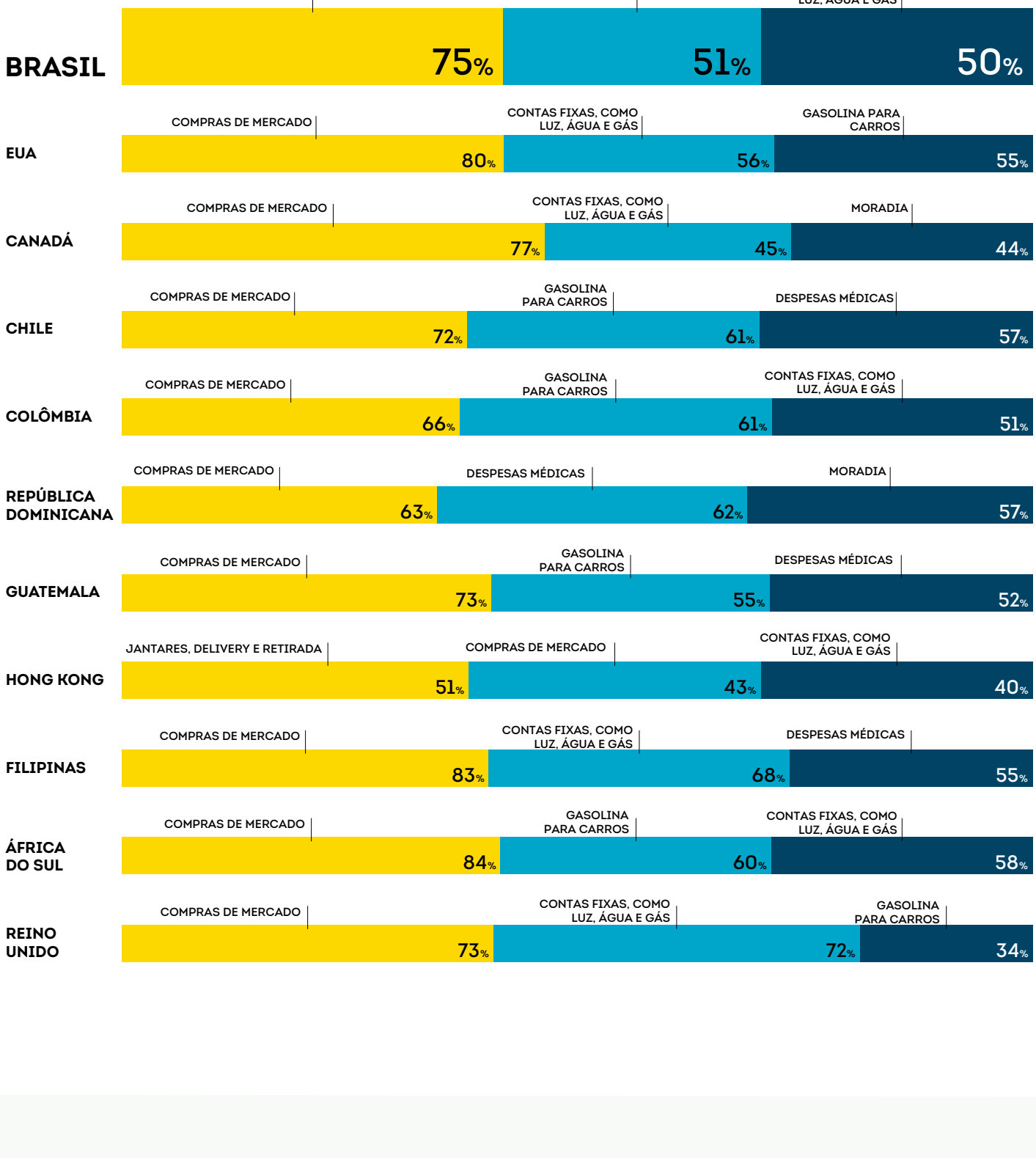
Percentual de pessoas que afirmou ter usado compre agora, pague depois (BNPL) e o principal motivo para a decisão.



(%) Mudança de ponto percentual em relação ao 4º trimestre de 2023  
\*Essa pergunta não foi feita na pesquisa do Reino Unido.

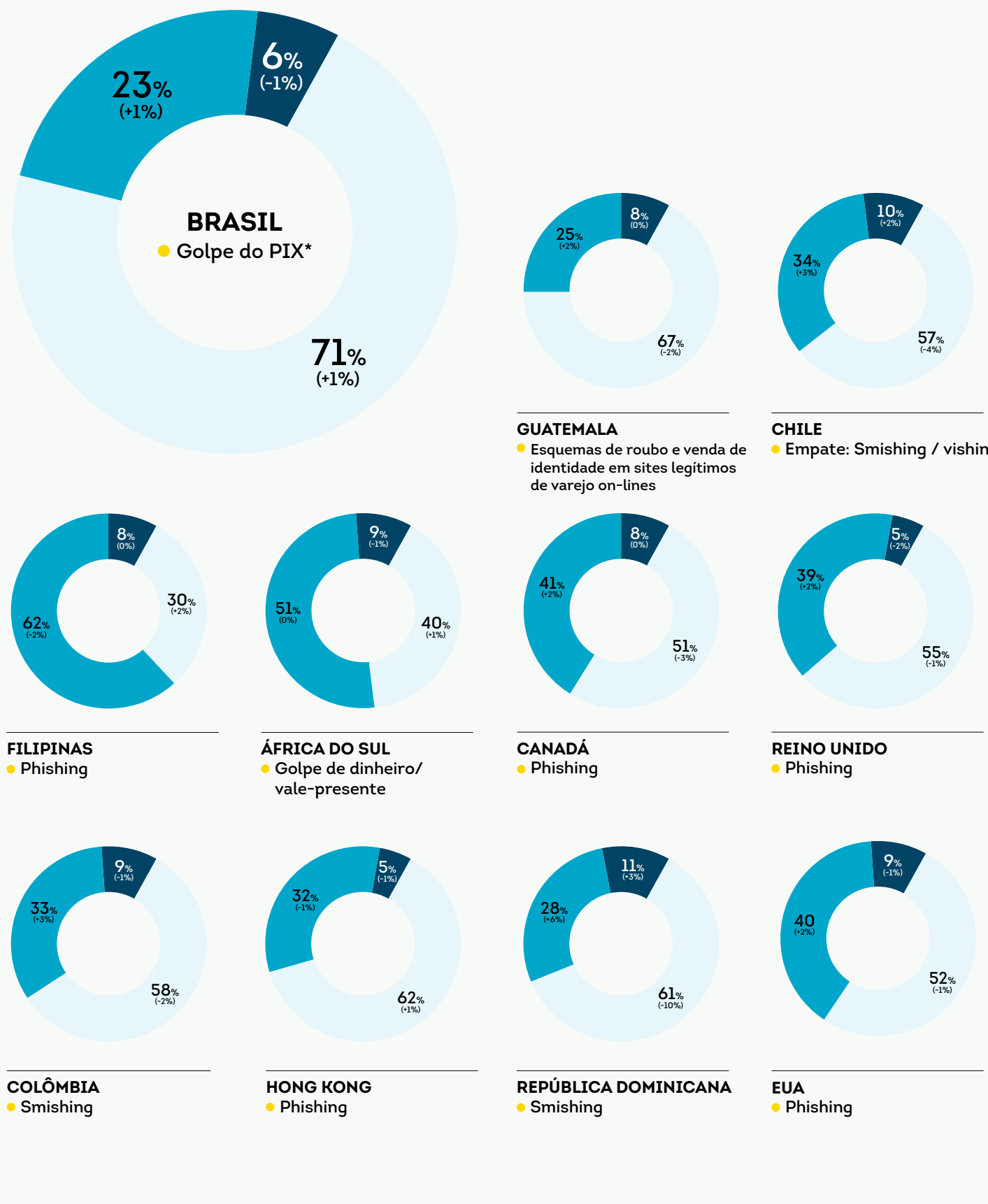
## Preocupação com a inflação

Os três principais e mais preocupantes tipos de aumentos de preço que consumidores responderiam e o percentual correspondente.



## Consumidores alvo de fraude

Percentual de pessoas que foram alvo de tentativas de fraude on-line, por e-mail, chamadas telefônicas ou mensagens de texto de novembro de 2023 a fevereiro de 2024, e qual o esquema mais comum usado nessas tentativas.



(%) Mudança de ponto percentual em relação ao 4º trimestre de 2023  
\*Opção incluída somente para o Brasil na pesquisa do 1º trimestre.

A pesquisa Consumer Pulse da TransUnion realizada com 11.468 pessoas consumidoras foi conduzida de 5 a 23 de fevereiro de 2024 pela TransUnion em parceria com o provedor de pesquisa terceirizado, Dynata. Pessoas de 18 anos ou mais que residem no Brasil, Canadá, Chile, Colômbia, Guatemala, República Dominicana, Hong Kong, Filipinas, África do Sul, Reino Unido e EUA foram entrevistadas por meio de um método de pesquisa painel on-line combinando o uso de dispositivos como computador desktop, celular e tablet. As perguntas da pesquisa foram administradas em chinês (Hong Kong), inglês, francês (Brasil) e espanhol (Chile, Colômbia, República Dominicana e Guatemala). Para aumentar a representatividade nos dados demográficos dos residentes, a pesquisa incluiu cotas para equilibrar as respostas às dimensões estatísticas do censo de idade, gênero, renda familiar e região. As gerações são descritas da seguinte maneira: Geração Z, entre 18 e 26 anos; Millennials, entre 27 e 42 anos; Geração X, entre 43 e 58 anos; Baby Boomers, acima de 59 anos. Observe que alguns percentuais do gráfico podem não somar 100% devido ao arredondamento ou à variedade das respostas aceitas.

Para obter mais informações sobre como a TransUnion ajuda as empresas a entender, alcançar e proteger consumidores em diferentes canais, acesse: [transunion.com.br/solution/analticas-de-prevencao-a-fraude](https://transunion.com.br/solution/analticas-de-prevencao-a-fraude)

