

PERSPECTIVAS DE SERVICIOS FINANCIEROS

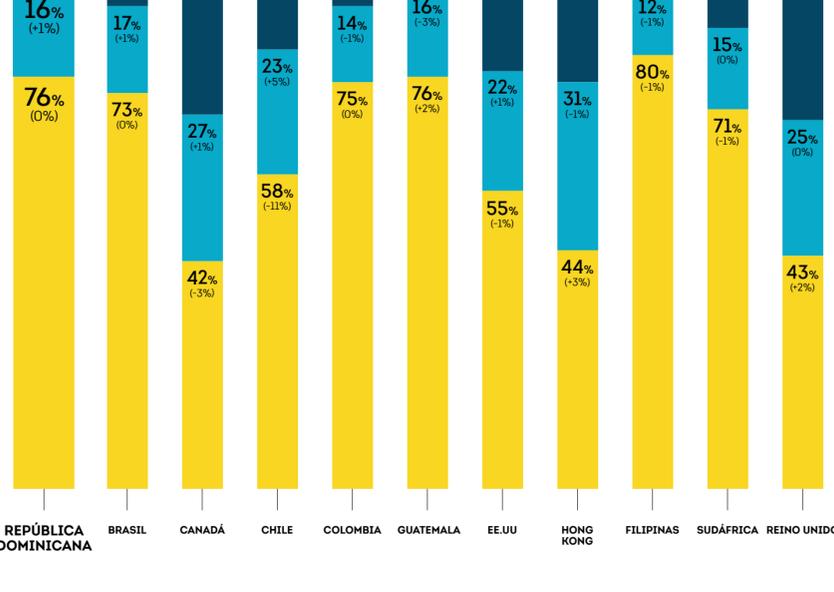
Comportamientos y actitudes de los consumidores respecto a los presupuestos, gastos y endeudamiento de los hogares

La encuesta trimestral de TransUnion explora cómo han cambiado las finanzas personales de los consumidores y qué cambios esperan en el futuro.

A continuación presentamos los principales hallazgos.

Optimismo sobre el presupuesto de los hogares en el próximo año

● Pesimista
● Neutral
● Optimista



(%) Variación en puntos porcentuales respecto al T1 2024

Principales preocupaciones financieras de los hogares

● Preocupación #1
● Preocupación #2
● Preocupación #3

Las principales preocupaciones citadas para los próximos seis meses y los porcentajes correspondientes.

REPÚBLICA DOMINICANA



BRASIL



CANADÁ



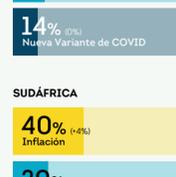
CHILE



COLOMBIA



GUATEMALA



EE.UU.



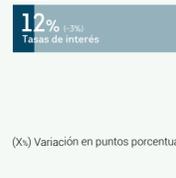
HONG KONG



FILIPINAS



SUDÁFRICA



REINO UNIDO

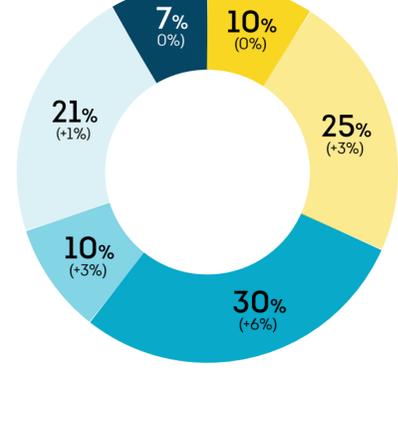


(%) Variación en puntos porcentuales respecto al T1 2024

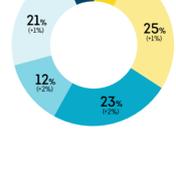
Cambios en las deudas y el ahorro de los consumidores reportados en los últimos tres meses

● Redujo el ahorro para la jubilación
● Utilizó más el crédito disponible
● Redujo más rápidamente las deudas
● Aumentó el ahorro para la jubilación
● Ahorró más en el fondo de emergencia (y stokvel en Sudáfrica)
● Utilizó los ahorros de jubilación

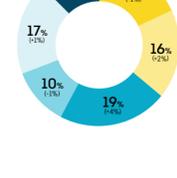
REPÚBLICA DOMINICANA



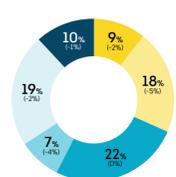
BRASIL



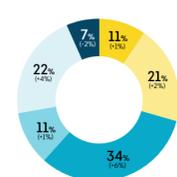
CANADÁ



CHILE



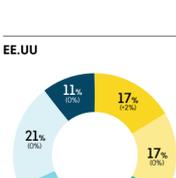
COLOMBIA



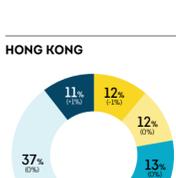
GUATEMALA



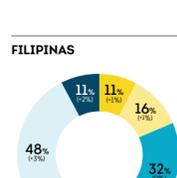
EE.UU.



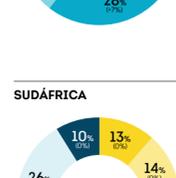
HONG KONG



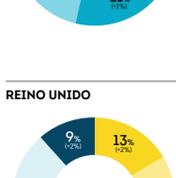
FILIPINAS



SUDÁFRICA



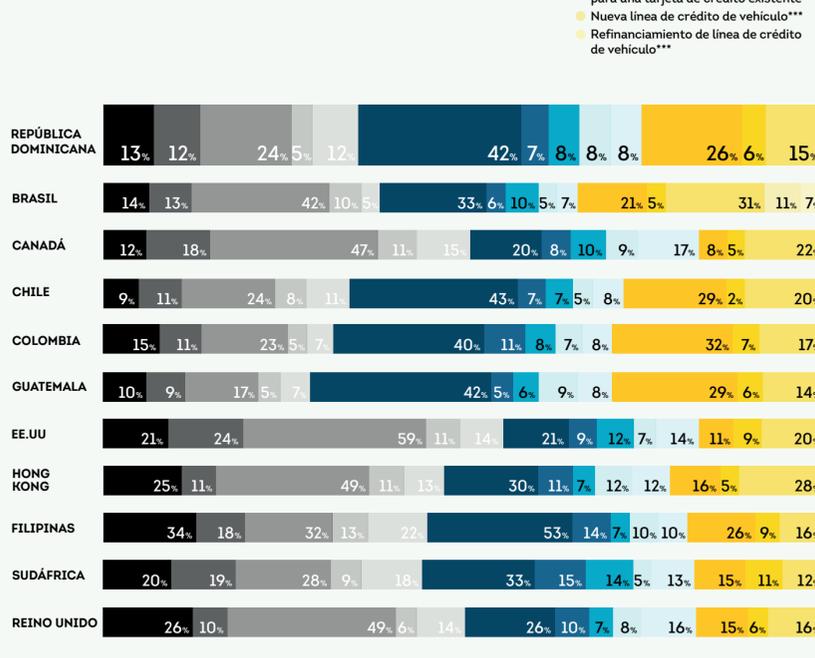
REINO UNIDO



(%) Variación en puntos porcentuales respecto al T1 2024

Tipos de nuevos créditos previstos para el próximo año*

● Nuevo préstamo de Compre Ahora, Pague Después**
● Nuevo crédito o leasing de vehículo
● Nueva tarjeta de crédito
● Nueva línea de crédito hipotecario
● Nueva línea de crédito de vivienda
● Nuevo crédito personal
● Nuevo crédito educativo
● Refinanciamiento de crédito de vehículo
● Refinanciamiento de línea de crédito hipotecario
● Refinanciamiento de crédito de o leasing de vivienda
● Refinanciamiento de crédito personal
● Refinanciamiento de crédito educativo
● Solicitar un aumento del crédito disponible para una tarjeta de crédito existente
● Nueva línea de crédito de vehículo***
● Refinanciamiento de línea de crédito de vehículo***



*Entre los que tienen previsto solicitar un nuevo crédito o refinanciar el existente
**Compre ahora, pague después se conoce como planes de pago a plazos sin intereses en Hong Kong
***Opciones de respuesta solo para Brasil

Esta encuesta en línea de 11,639 participantes fue realizada de Abril 29 a Mayo 13 del 2024 por TransUnion en asociación al proveedor de investigación de terceros, Dynata. Los adultos mayores de 18 años residentes en Colombia, Brasil, Canadá, República Dominicana, Hong Kong, Filipinas, Sudáfrica, Reino Unido y Estados Unidos fueron encuestados usando un método de panel de investigación en línea a través de una combinación de dispositivos de escritorio, móviles y tabletas. Las preguntas de la encuesta se administraron en mandarín (Hong Kong), inglés, francés (Canadá), portugués (Brasil) y español (Colombia, Chile, Guatemala y República Dominicana). Para garantizar la representatividad de la muestra de población general en todos los aspectos demográficos, la encuesta incluyó cuotas para equilibrar las respuestas en las dimensiones de edad, género, ingresos familiares y región. Las generaciones se definen de la siguiente manera: Generación Z, nacidos entre 1995 y 2004; Millennials, nacidos entre 1980 y 1994; Generación X, nacidos entre 1965 y 1979; y Baby Boomers, nacidos entre 1944 y 1964. Tenga en cuenta que algunos porcentajes de los gráficos pueden no sumar el 100% debido al redondeo o a la posibilidad de aceptar varias respuestas.

Para más información sobre la evolución de las perspectivas de los consumidores alrededor del presupuesto, gasto y endeudamiento de los hogares, por país, visite o escribanos:

transunion.do/estudio-del-pulso-del-consumidor