

Consumer Pulse - T3 2024

PERSPECTIVAS DEL SEGMENTO RETAIL

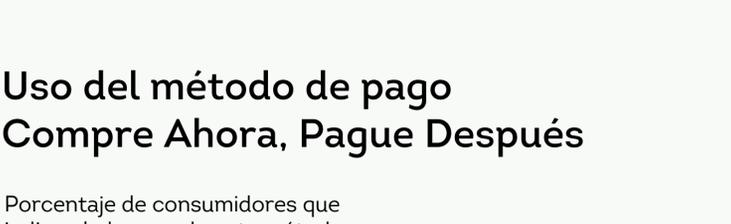
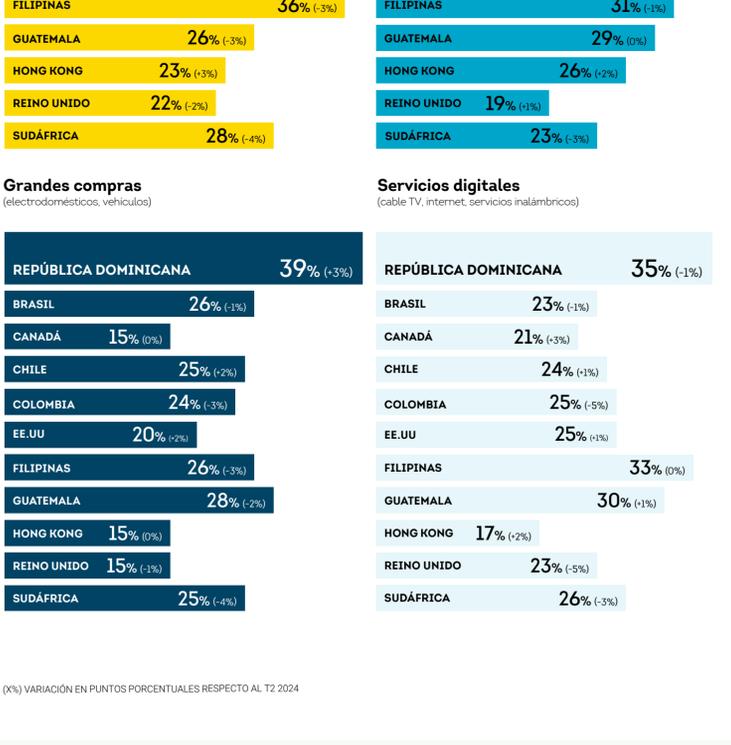
Comportamientos y perspectivas de los consumidores respecto a los presupuestos, gastos y el fraude

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.

Aumento previsto del gasto

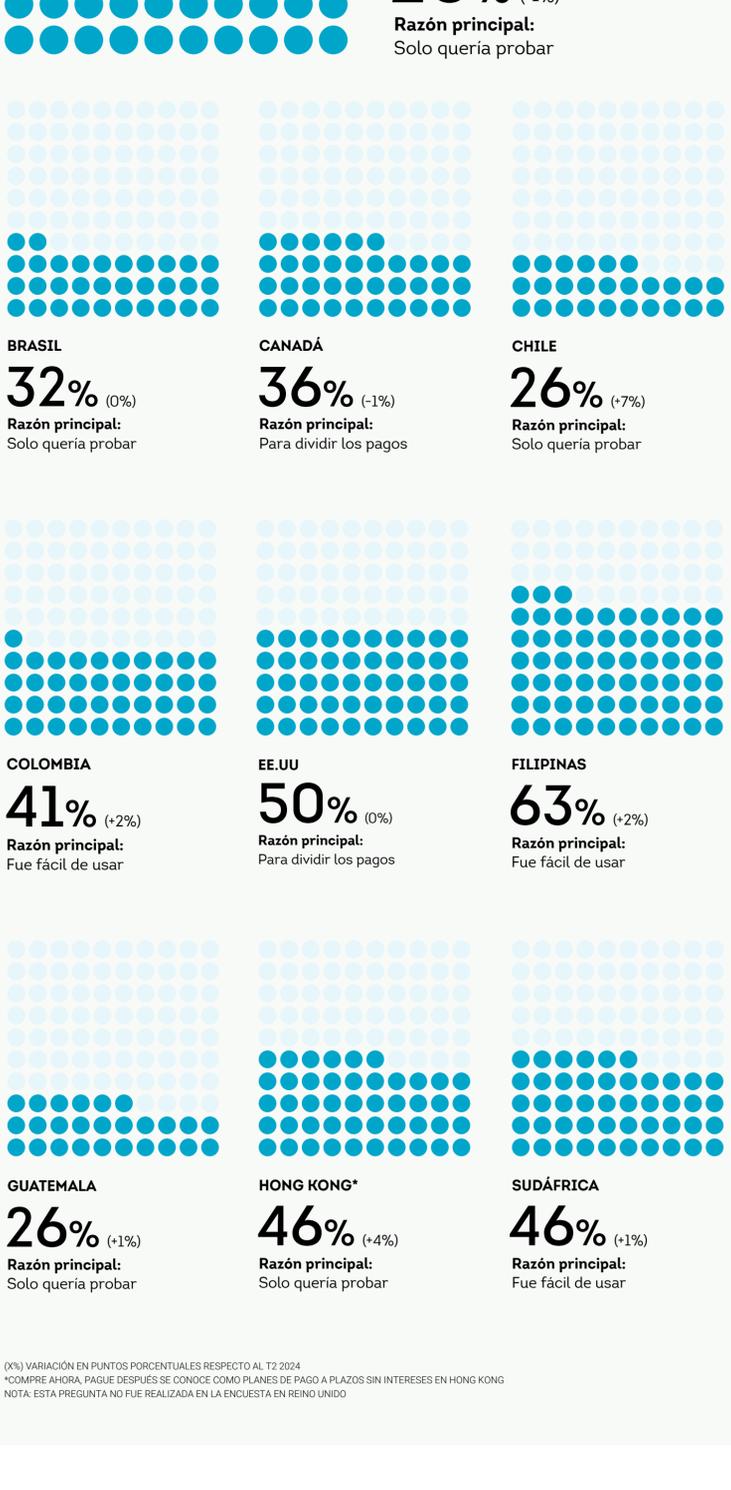
Porcentaje de consumidores que afirmaron que aumentarían el gasto en cada área en los próximos tres meses.



(%) VARIACIÓN EN PUNTOS PORCENTUALES RESPECTO AL T2 2024

Uso del método de pago Compre Ahora, Pague Después

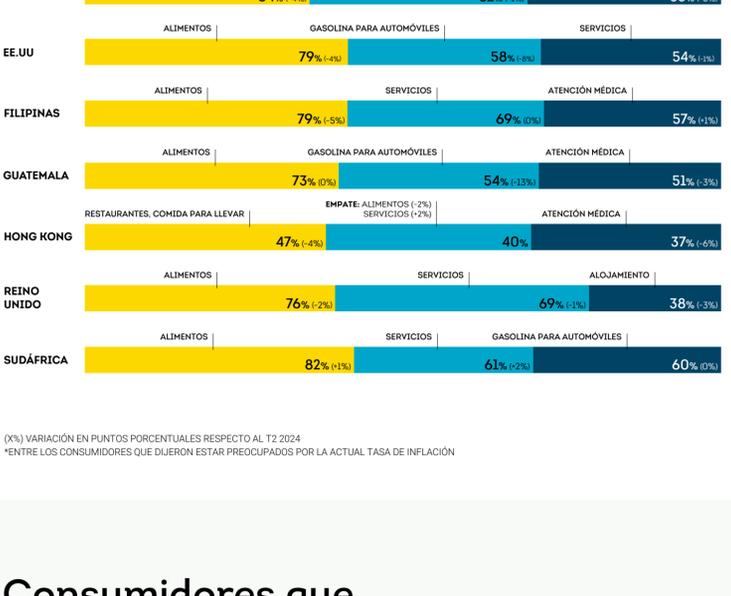
Porcentaje de consumidores que indican haber usado este método de pago, y la principal razón para haberlo usado.



(%) VARIACIÓN EN PUNTOS PORCENTUALES RESPECTO AL T2 2024
 *COMPRE AHORA, PAGUE DESPUÉS SE CONOCE COMO PLANES DE PAGO A PLAZOS SIN INTERESES EN HONG KONG
 NOTA: ESTA PREGUNTA NO FUE REALIZADA EN LA ENCUESTA EN REINO UNIDO

Principales preocupaciones sobre el aumento de precios

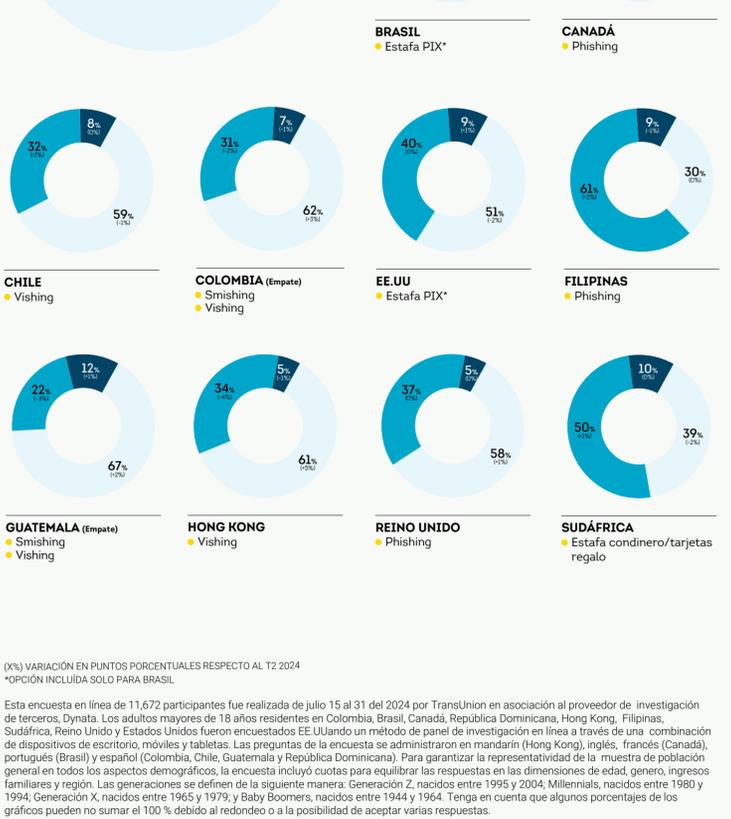
Los tres tipos de subidas de precios que más preocupan a los consumidores y el porcentaje correspondiente.



(%) VARIACIÓN EN PUNTOS PORCENTUALES RESPECTO AL T2 2024
 *ENTRE LOS CONSUMIDORES QUE DIJERON ESTAR PREOCUPADOS POR LA ACTUAL TASA DE INFLACIÓN

Consumidores que fueron objeto de fraude

Porcentaje de consumidores que declararon haber sido objeto de fraude por correo electrónico, en línea, llamada telefónica o mensaje de texto desde enero a mayo del 2024, y el método más frecuente por el que declararon haber sido víctimas.



(%) VARIACIÓN EN PUNTOS PORCENTUALES RESPECTO AL T2 2024
 *OPCIÓN INCLUIDA SOLO PARA BRASIL

Esta encuesta se realizó en línea de julio 15 al 31 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 EE.UU. 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 de hogares, por país, visite:

transunion.do/consumer-pulse-study