

Consumer Pulse - T2 2025

PERSPECTIVAS DEL SEGMENTO RETAIL

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

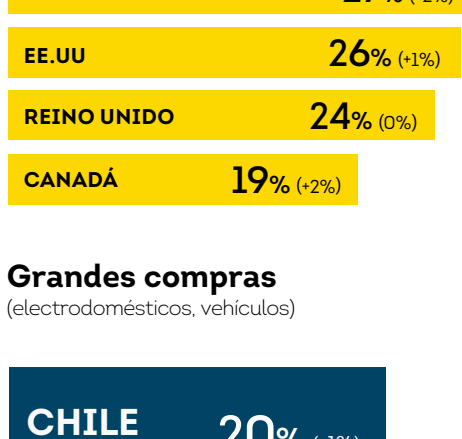
La encuesta trimestral de TransUnion explora cómo han cambiado las finanzas personales de los consumidores, así como sus experiencias con el fraude, y qué cambios esperan en el futuro.

A continuación presentamos los principales hallazgos.

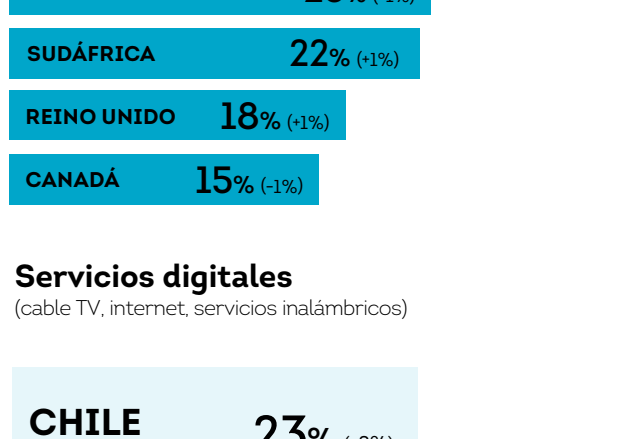
Aumento previsto del gasto

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

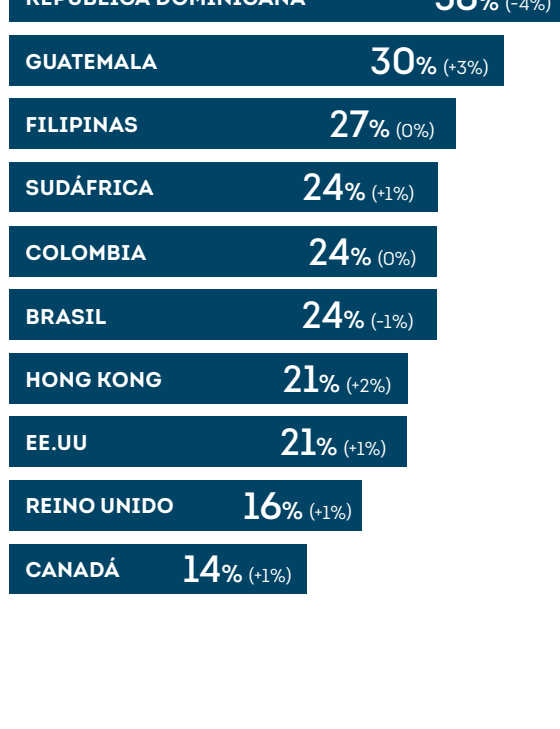
Compras en tiendas y en línea
(ropa, electrónica)



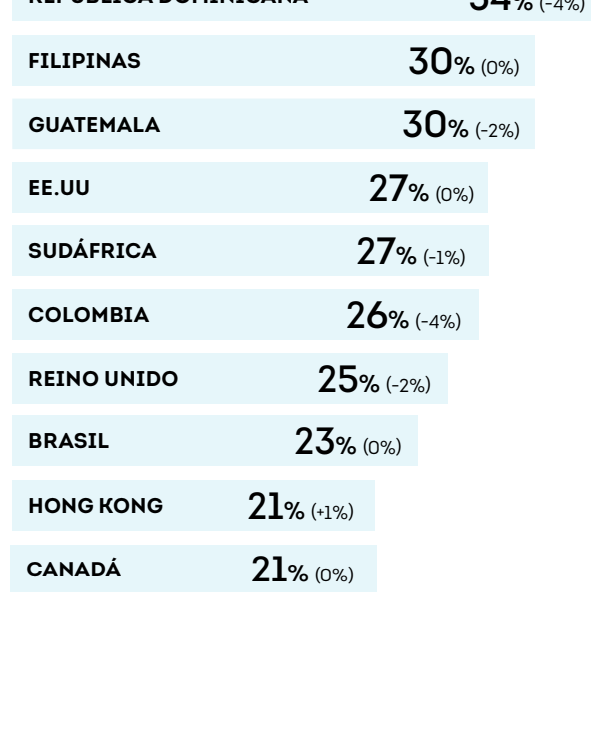
Gasto discrecional
(salir a comer, entretenimientos, viajes)



Grandes compras
(electrodomésticos, vehículos)



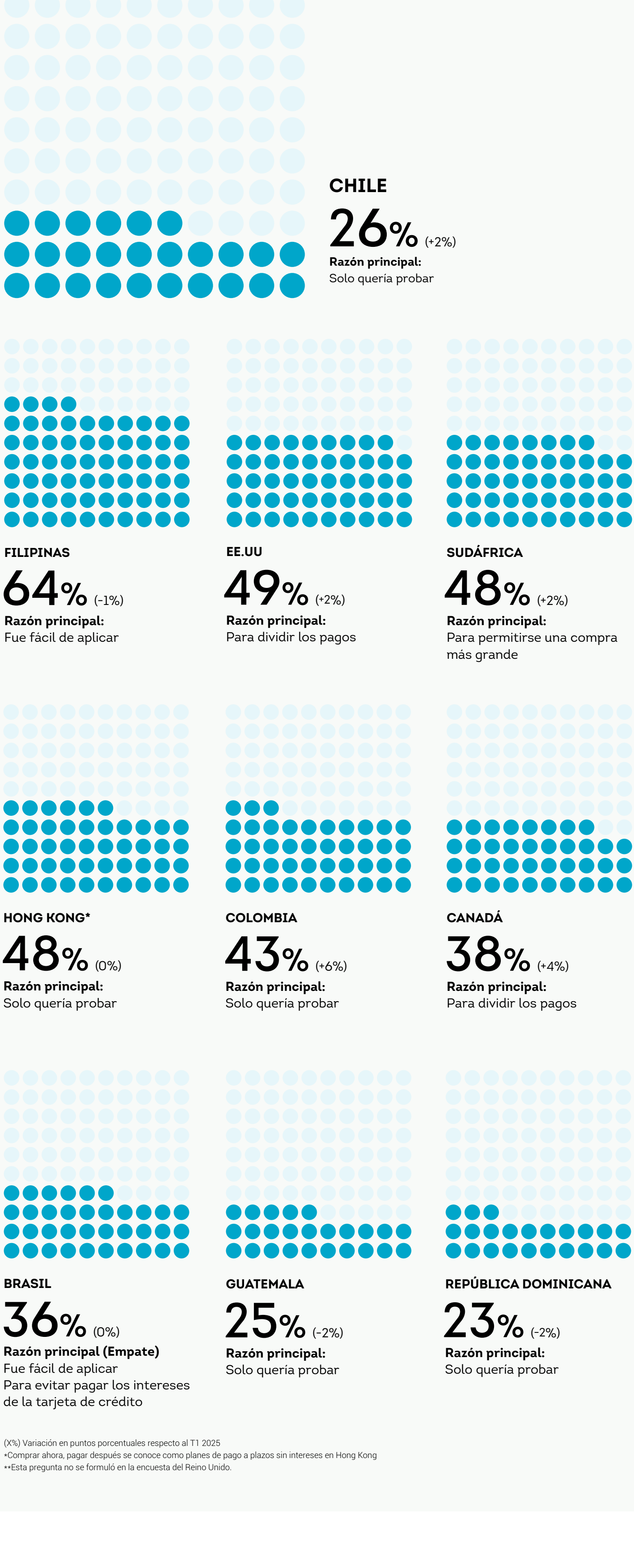
Servicios digitales
(cable TV, internet, servicios inalámbricos)



(%) Variación en puntos porcentuales respecto al T1 2025

Uso del método de pago Compre Ahora, Pague Después

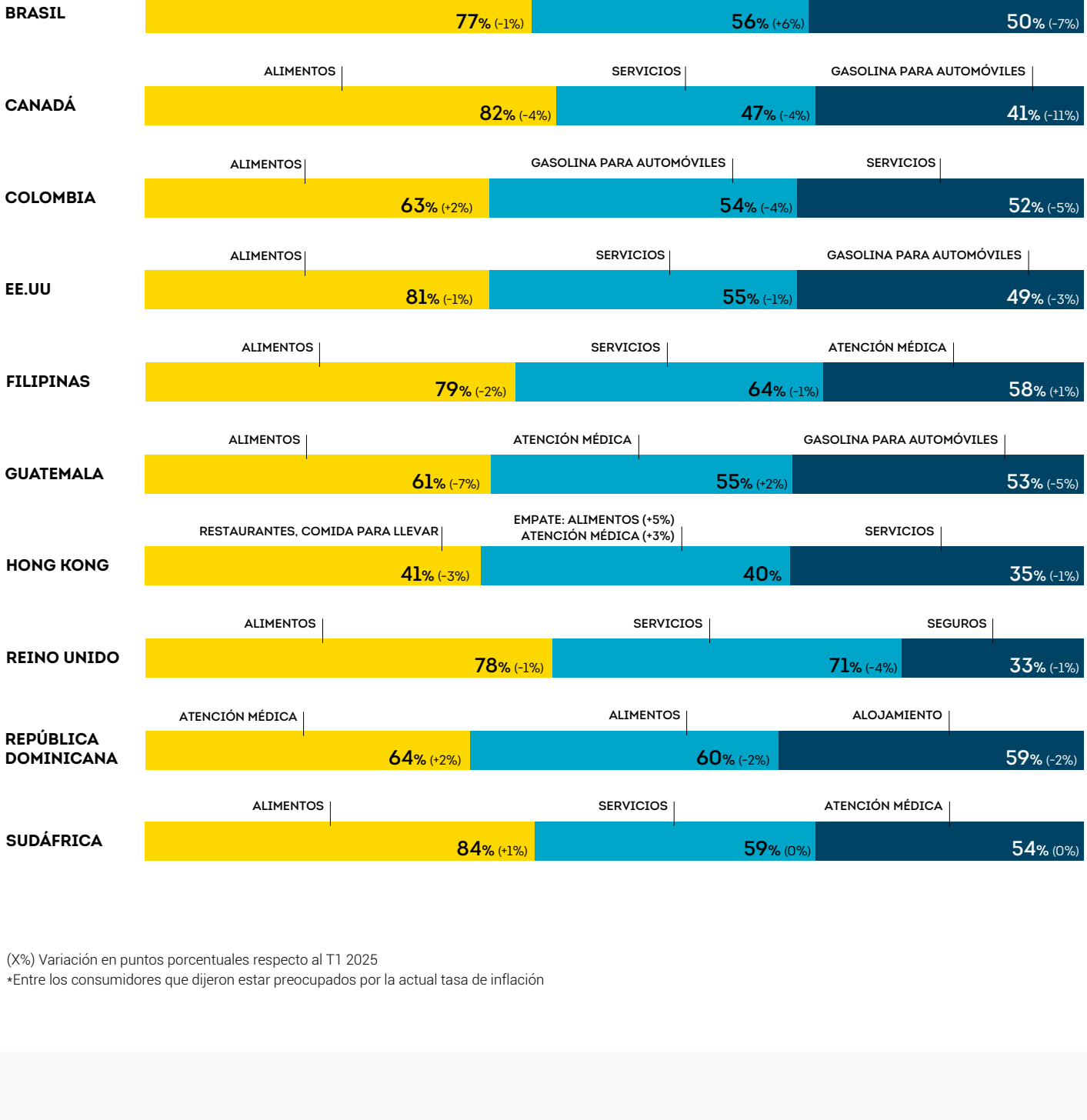
Porcentaje de consumidores que indican haber usado este método de pago, y la principal razón para haberlo usado.



(%) Variación en puntos porcentuales respecto al T1 2025
*Comprar ahora, pagar después se conoce como planes de pago a plazos sin intereses en Hong Kong
**Esta pregunta no se formuló en la encuesta del Reino Unido.

Principales preocupaciones sobre el aumento de precios

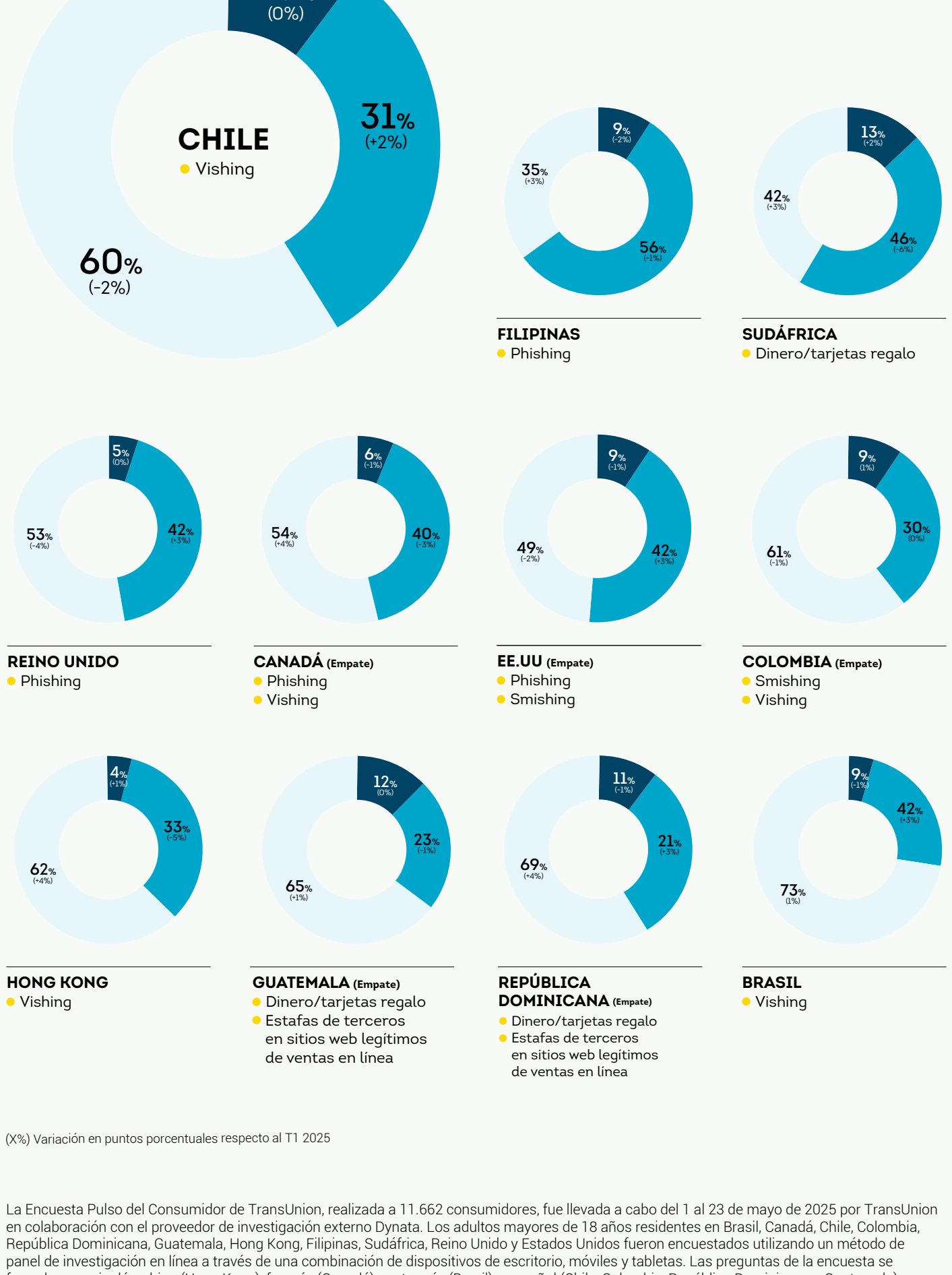
Los tres tipos de subidas de precios que más preocupan a los consumidores y el porcentaje correspondiente.*



(%) Variación en puntos porcentuales respecto al T1 2025
*Entre los consumidores que dijeron estar preocupados por la actual tasa de inflación

Consumidores que fueron objeto de fraude

Porcentaje de consumidores que afirmaron que los estafadores les atacaron con intentos de fraude por correo electrónico, en línea, llamada telefónica o mensaje de texto de febrero a mayo de 2025, y el método más frecuente por el que declararon haber sido objeto.



(%) Variación en puntos porcentuales respecto al T1 2025

La Encuesta Pulso del Consumidor de TransUnion, realizada a 11 662 consumidores, fue llevada a cabo del 1 al 23 de mayo de 2025 por TransUnion en colaboración con el proveedor de investigación externo Dynata. Los adultos mayores de 18 años residentes en Brasil, Canadá, Chile, Colombia, República Dominicana, Guatemala, Hong Kong, Filipinas, Sudáfrica, Reino Unido y Estados Unidos fueron encuestados utilizando un método de panel de encuesta en línea a través de una combinación de dispositivos de escritorio, móviles y tabletas. Las preguntas de la encuesta se formularon en inglés, chino (Hong Kong), francés (Canadá), portugués (Brasil) y español (Chile, Colombia, República Dominicana y Guatemala). Para aumentar la representatividad de los datos demográficos de los residentes, la encuesta incluyó cuotas para equilibrar las respuestas con las dimensiones de las estadísticas censales de edad, sexo, ingresos familiares y región. Las generaciones se definen en esta investigación de la siguiente manera: Gen Z, de 18 a 28 años; Millennials, de 29 a 44 años; Gen X, de 45 a 60 años; y Baby Boomers, de 61 años en adelante. Tenga en cuenta que algunos porcentajes de los gráficos pueden no sumar el 100% debido al redondeo o a la aceptación de varias respuestas.

Para más información sobre la evolución de las perspectivas de los consumidores alrededor de sus presupuestos, gastos y el fraude, por país, visite:

chile.transunion.com/consumer-pulse-study