

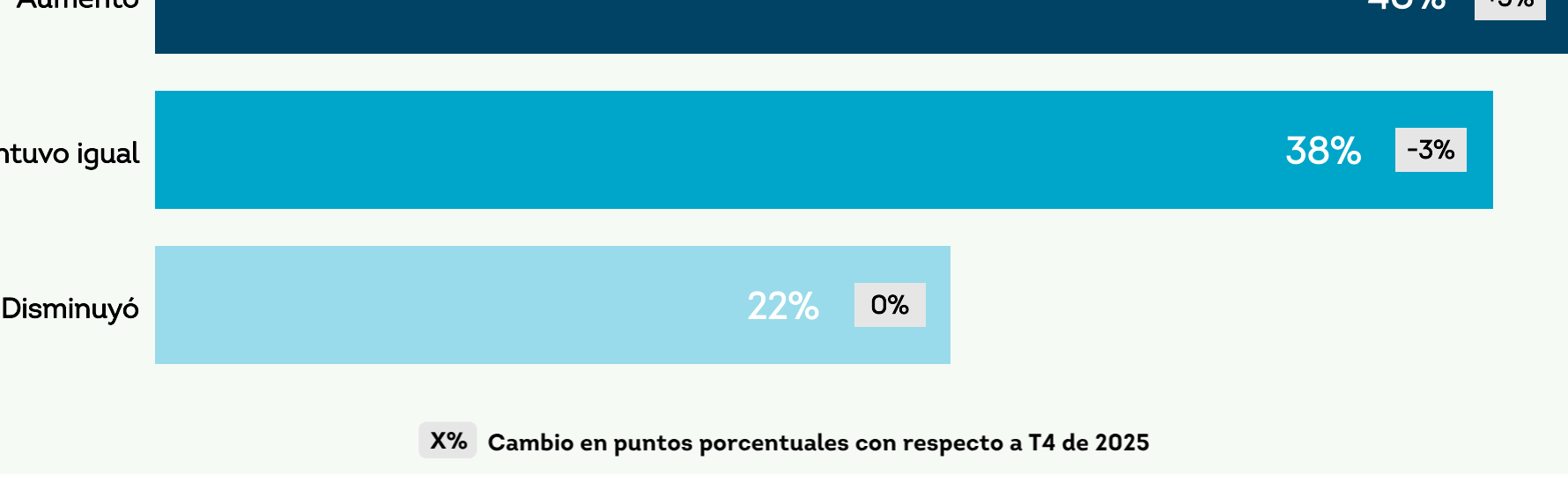
INFOGRAFÍA CONSUMER PULSE

La encuesta trimestral de TransUnion explora cómo han cambiado las finanzas personales de los consumidores y qué cambios esperan en el futuro. El estudio mide los cambios en las perspectivas y comportamientos de los consumidores en función de la dinámica de los ingresos, las deudas y el robo de identidad. Los análisis y las perspectivas proporcionan una voz a los consumidores y orientan la toma de decisiones de las entidades mientras buscan crear oportunidades económicas para los consumidores.

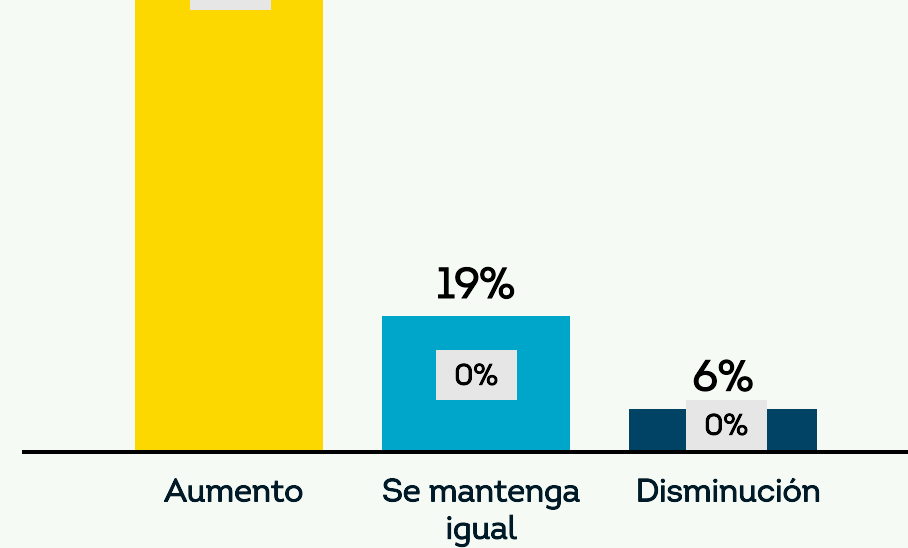
SALUD FINANCIERA

Impacto en el ingreso de los hogares, gastos y pago de obligaciones

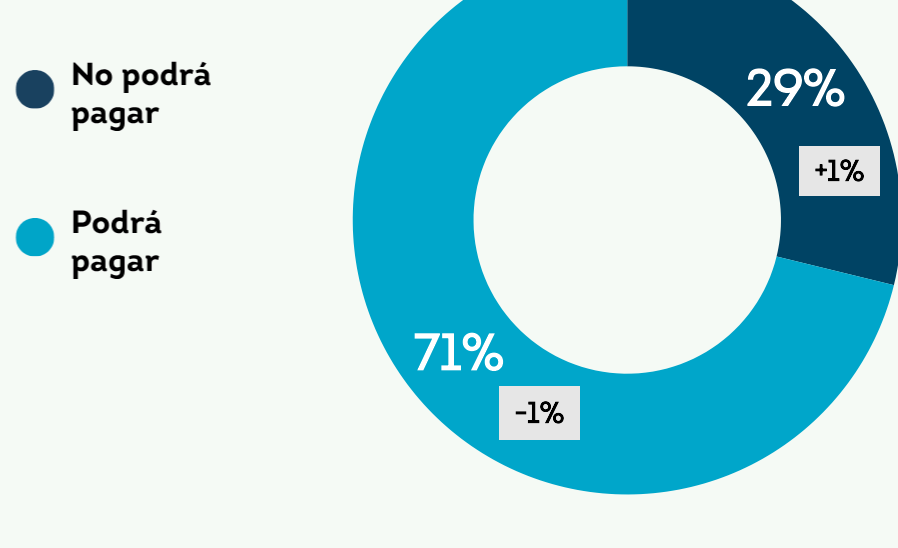
Variación de los ingresos del hogar en los últimos 3 meses



Variación esperada de los ingresos del hogar en los próximos 12 meses

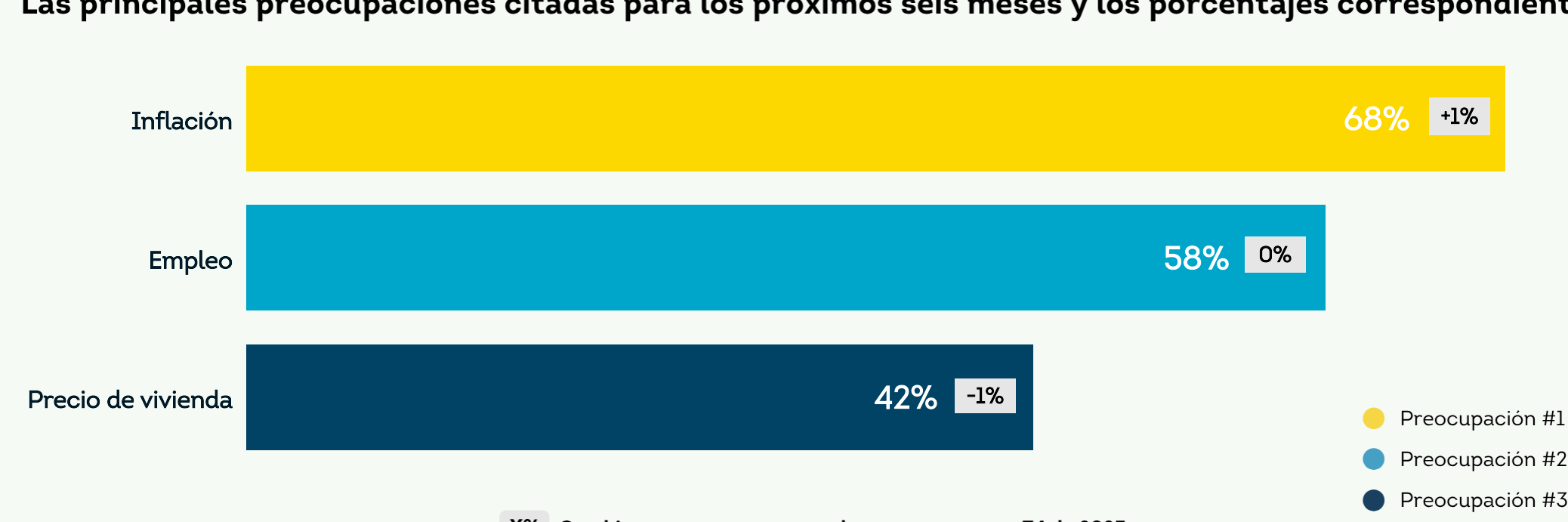


Porcentaje de consumidores que esperan no poder pagar al menos una de sus obligaciones actuales en su totalidad



Principales preocupaciones de los hogares

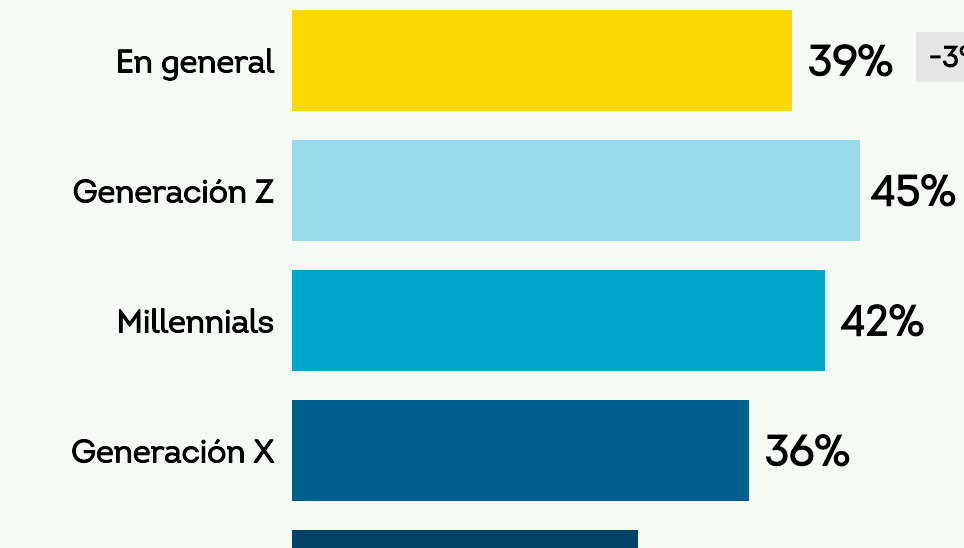
Las principales preocupaciones citadas para los próximos seis meses y los porcentajes correspondientes



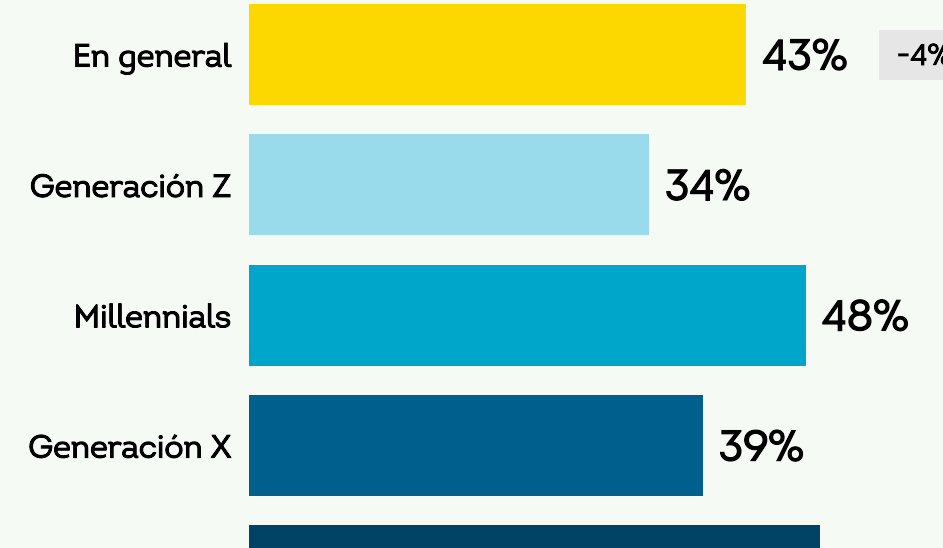
INCLUSIÓN FINANCIERA

Actitudes y planes de participación económica

Tienen previsto solicitar un nuevo crédito o refinanciar uno existente durante el próximo año

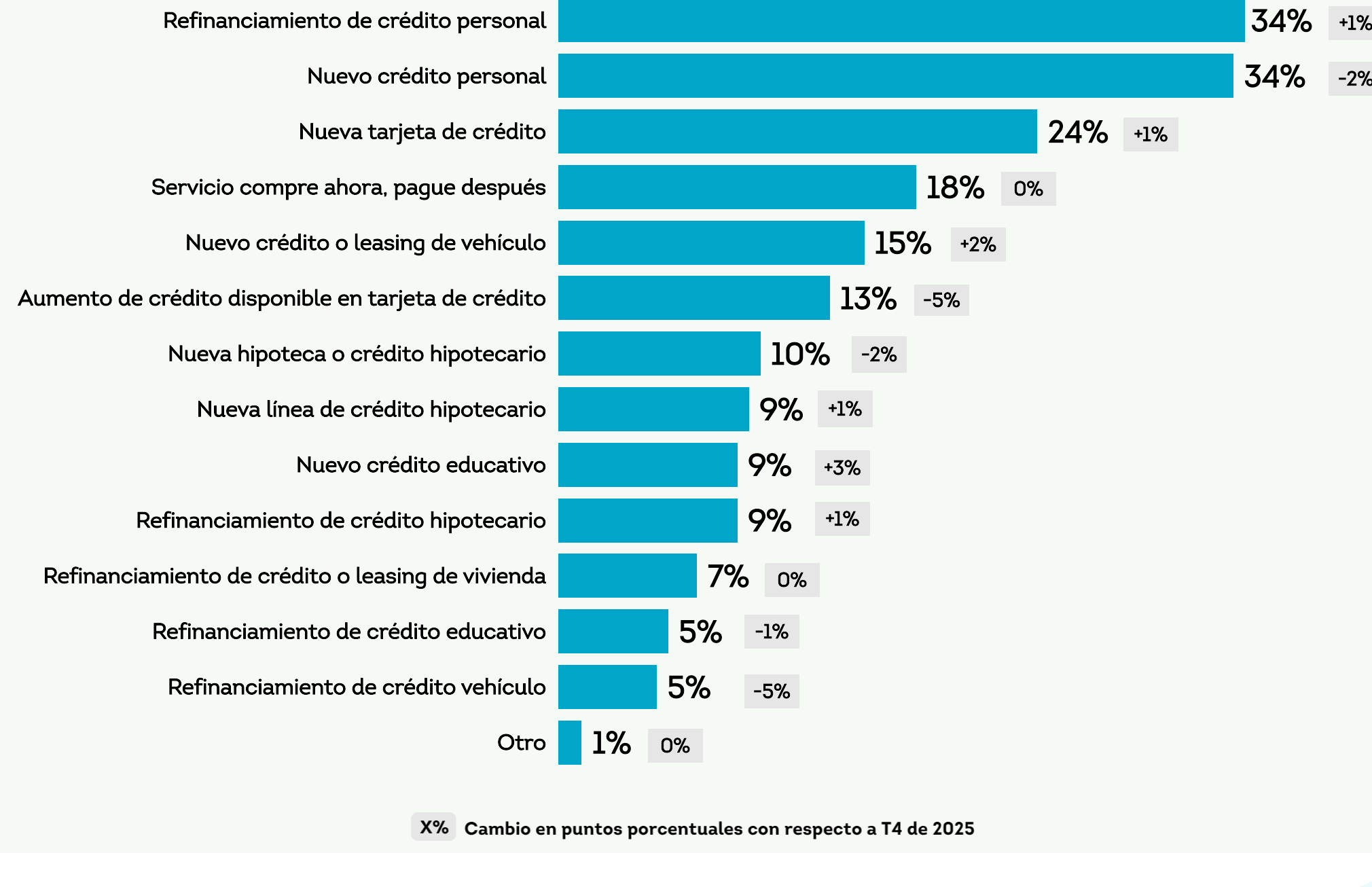


Creer tener acceso suficiente a productos de crédito

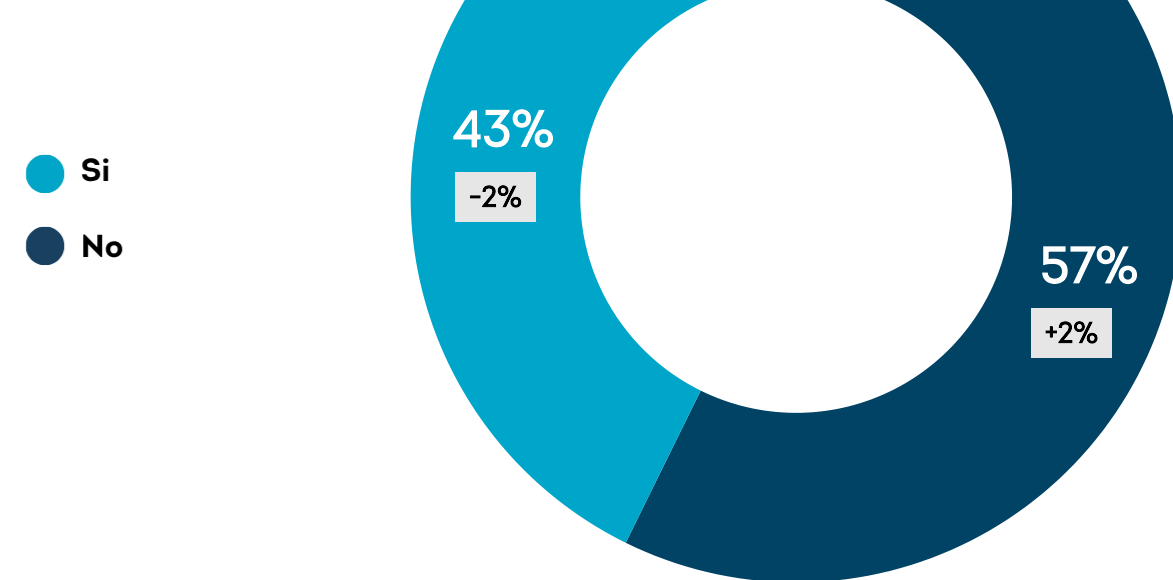


Tipo de nueva actividad de crédito prevista para los próximos 12 meses

(entre los que tienen previsto un nuevo crédito o refinanciar uno existente)



Abandonó el plan de solicitar un nuevo crédito o de refinanciar



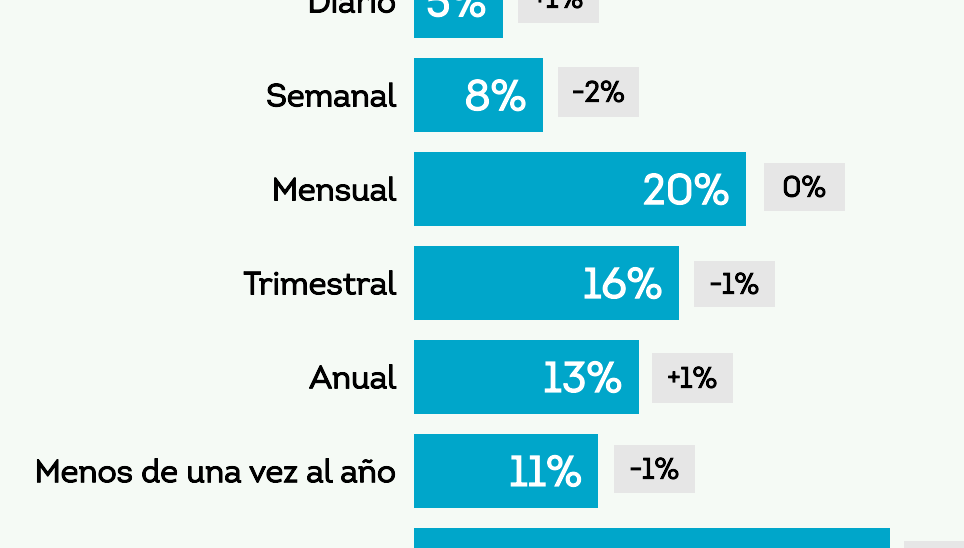
Motivos del abandono de la solicitud de un nuevo crédito o de una refinanciación



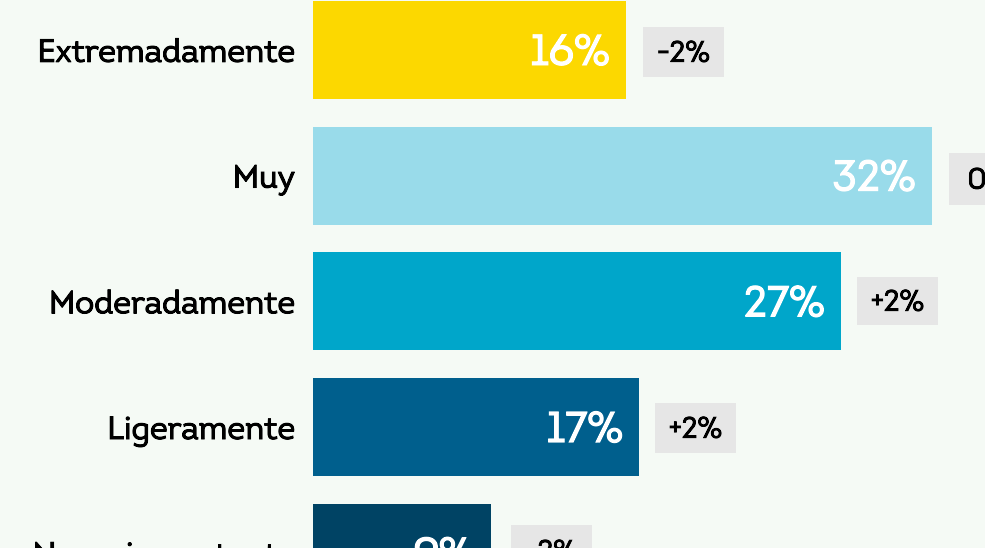
EMPODERAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Actitudes y comportamientos para manejar las decisiones financieras

Frecuencia del monitoreo del crédito



Creer que el monitoreo de crédito es importante

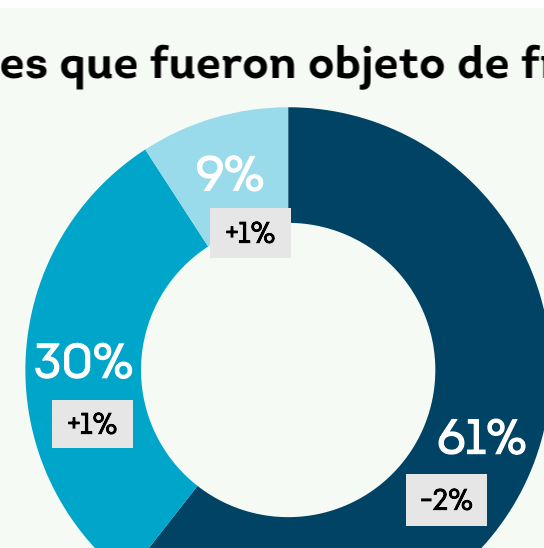


PROTECCIÓN DE IDENTIDAD

Riesgos y usos de la identidad

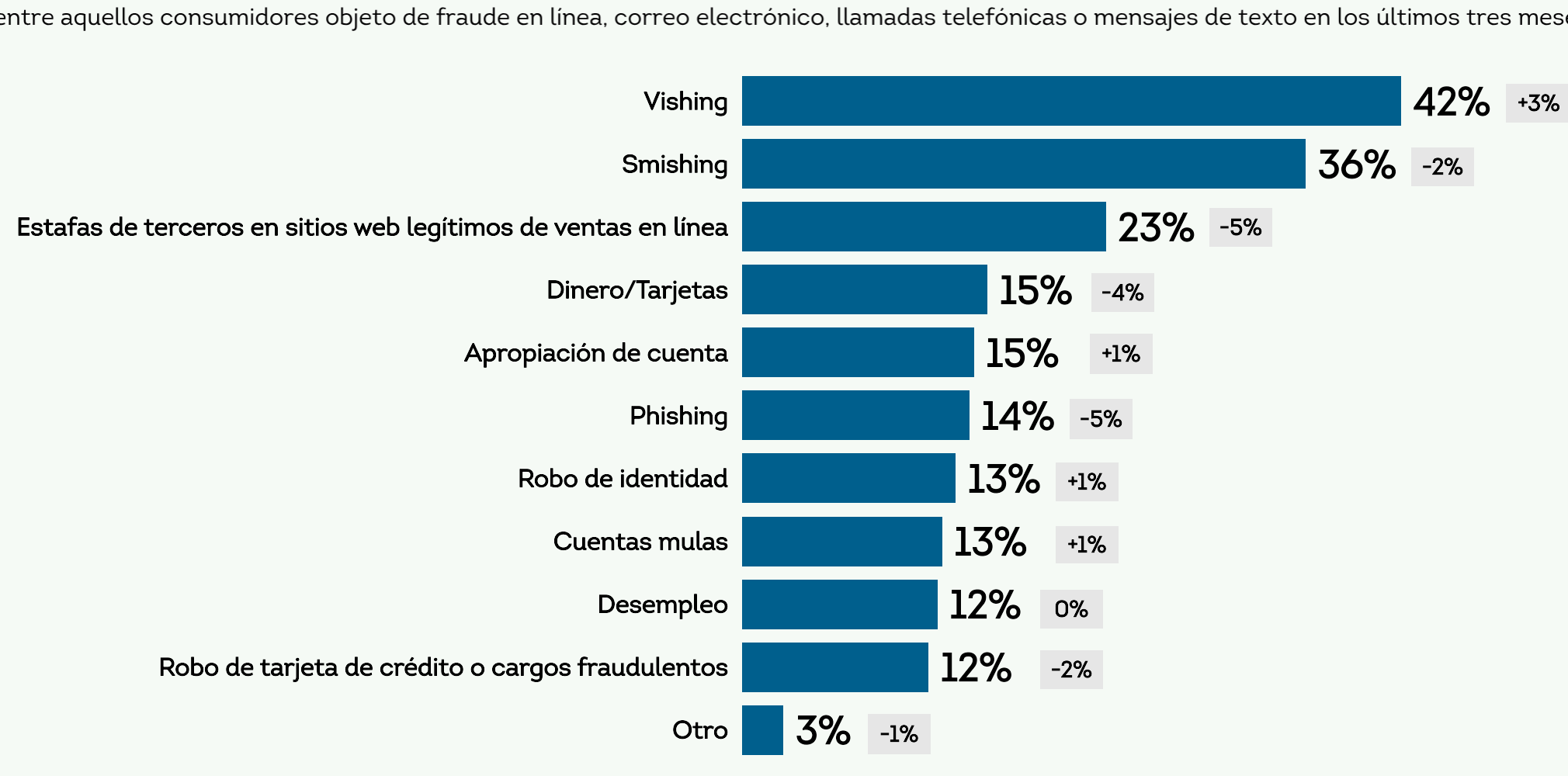
Consumidores que fueron objeto de fraude

Porcentaje de consumidores que declararon haber sido víctimas de un fraude por correo electrónico, Internet, llamada telefónica o mensaje de texto en los últimos tres meses, y el método más habitual por el que declararon haber sido víctimas.



Los esquemas de fraude más frecuentes contra los consumidores

(entre aquellos consumidores objeto de fraude en línea, correo electrónico, llamadas telefónicas o mensajes de texto en los últimos tres meses)



Acciones más frecuentes adoptadas por las víctimas de filtraciones de datos

(entre los consumidores notificados en los últimos tres meses de que los detalles de su identidad y/o cuentas en línea fueron robados)



La Encuesta Consumer Pulse de TransUnion, realizada a 885 consumidores en Colombia fue llevada a cabo del 10 de febrero al 2 de marzo de 2026 por TransUnion en colaboración con el proveedor de investigación de terceros, Dynata. Los adultos mayores de 18 años residentes en Colombia fueron encuestados utilizando 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 formularon en español.

Para garantizar la representatividad de la muestra de la población general en todos los aspectos 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 definieron en esta investigación de la siguiente manera: Gen Z, de 18 a 29 años; Millennials, de 30 a 45 años; Gen X, de 46 a 60 años; y Baby Boomers, de 61 años en adelante.

[Transunion.co](https://www.transunion.co)

© Copyright 2026 TransUnion, its subsidiaries and/or affiliates. All Rights Reserved | INT-LATAM-ENT-26-4136250