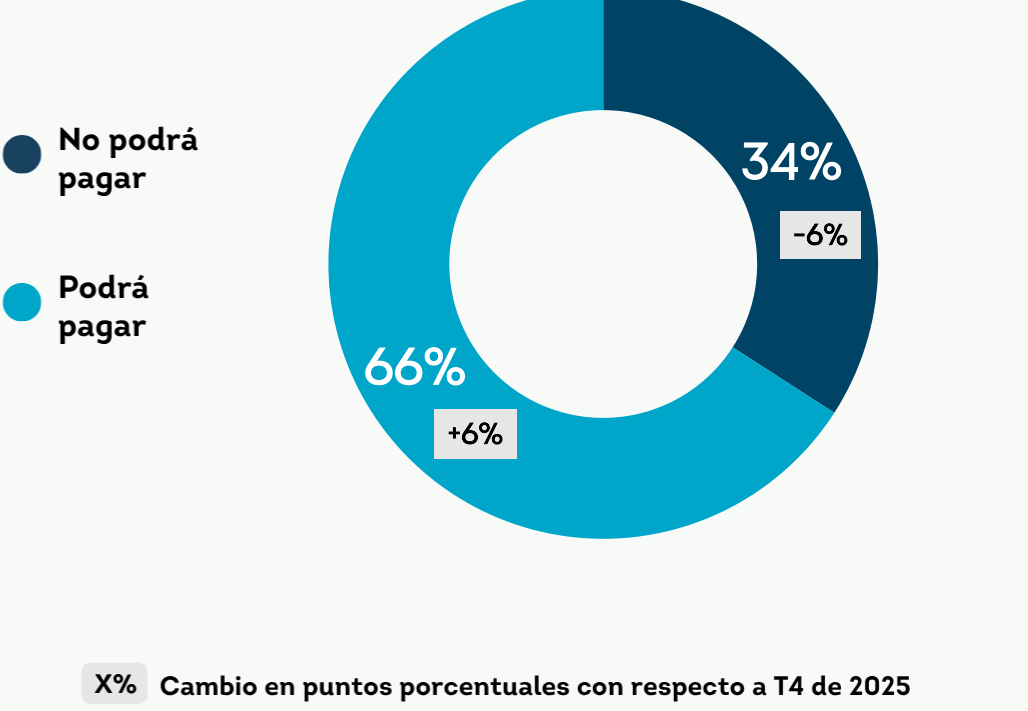
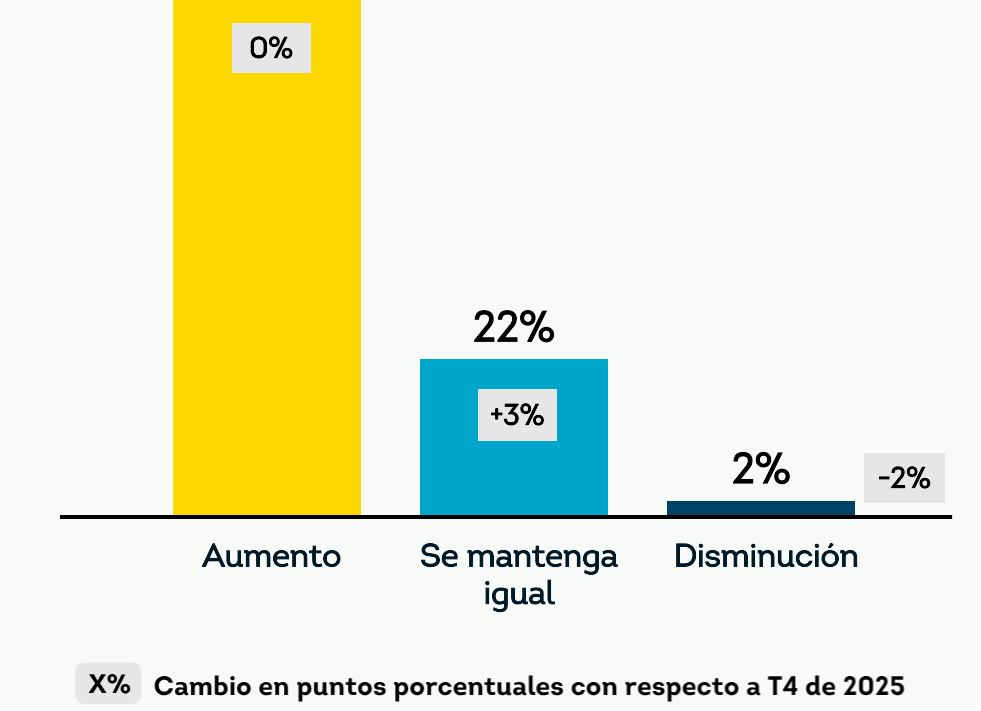
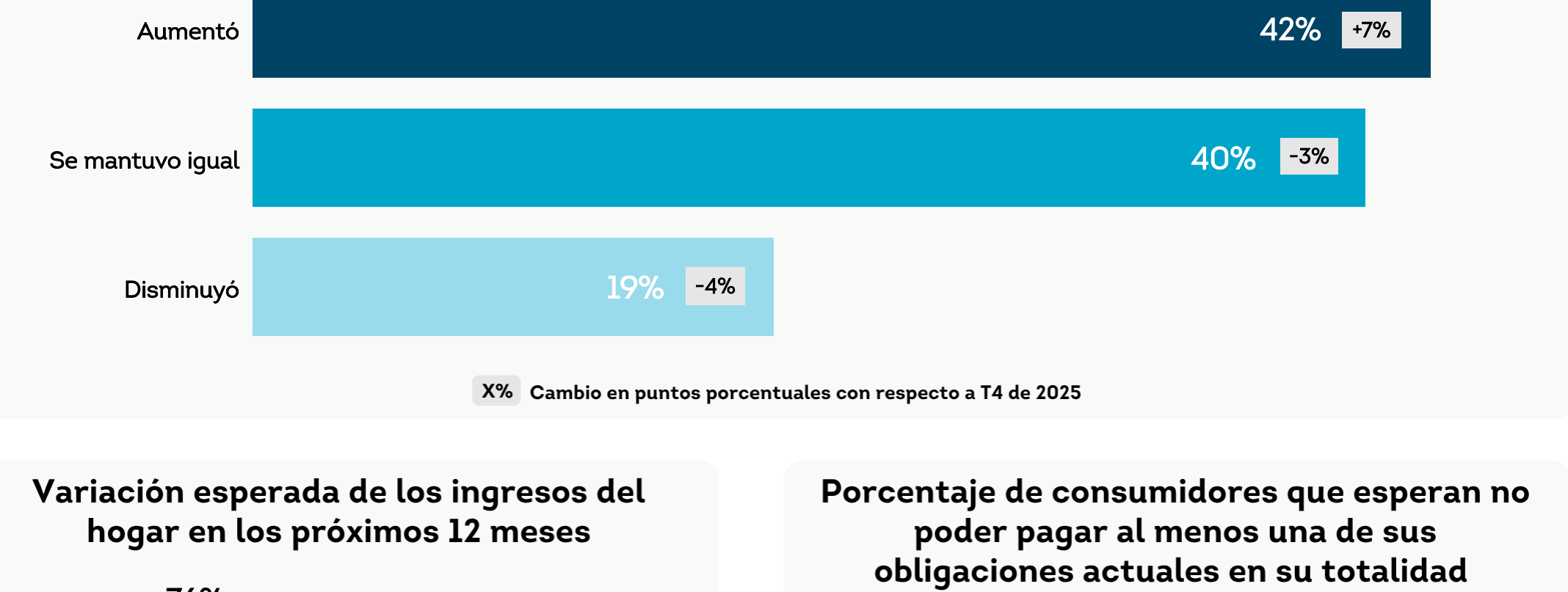


# INFOGRAFÍA CONSUMER PULSE

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.

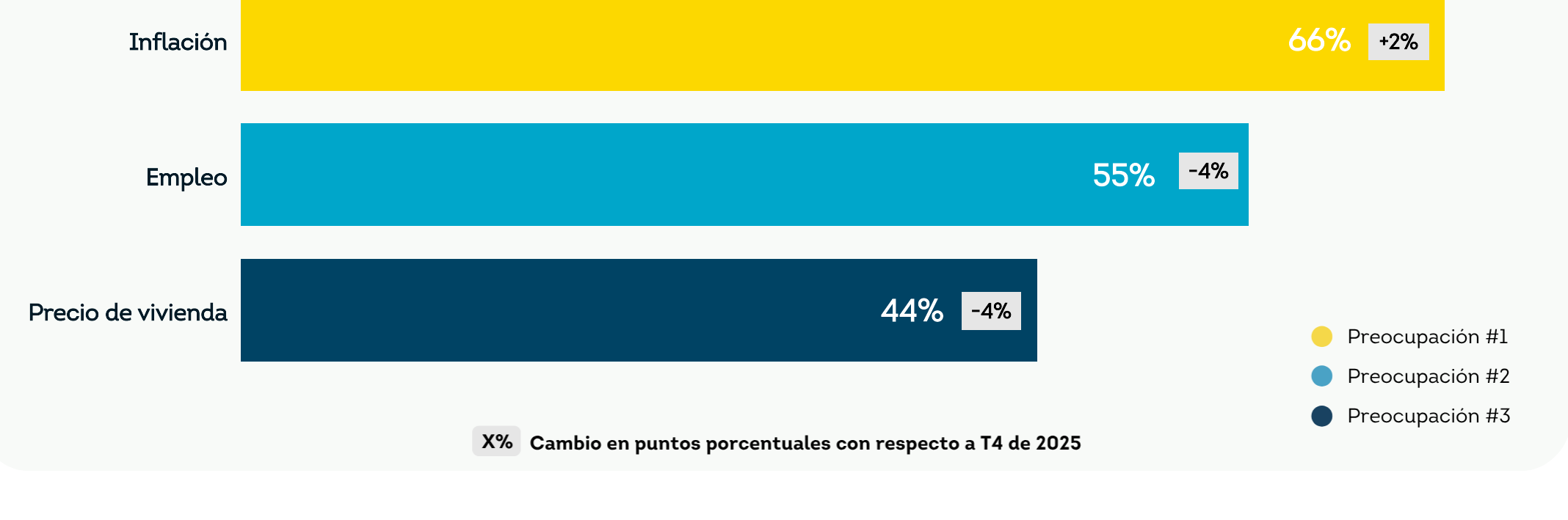
## SALUD FINANCIERA

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



## Principales preocupaciones de los hogares

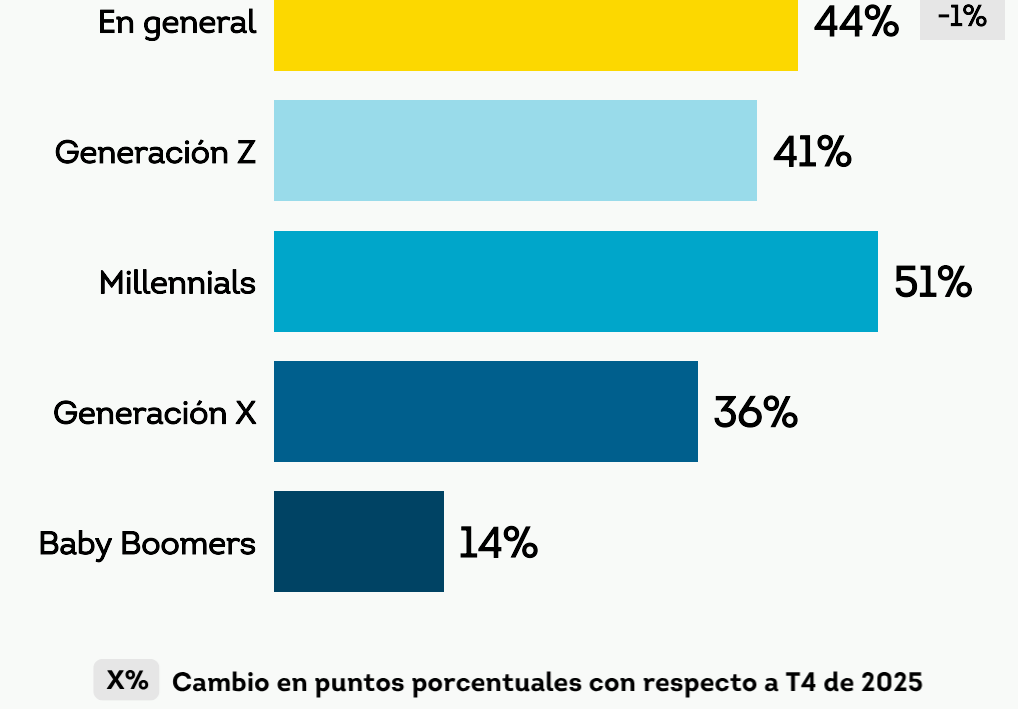
### Las principales preocupaciones citadas para los próximos seis meses y los porcentajes correspondientes



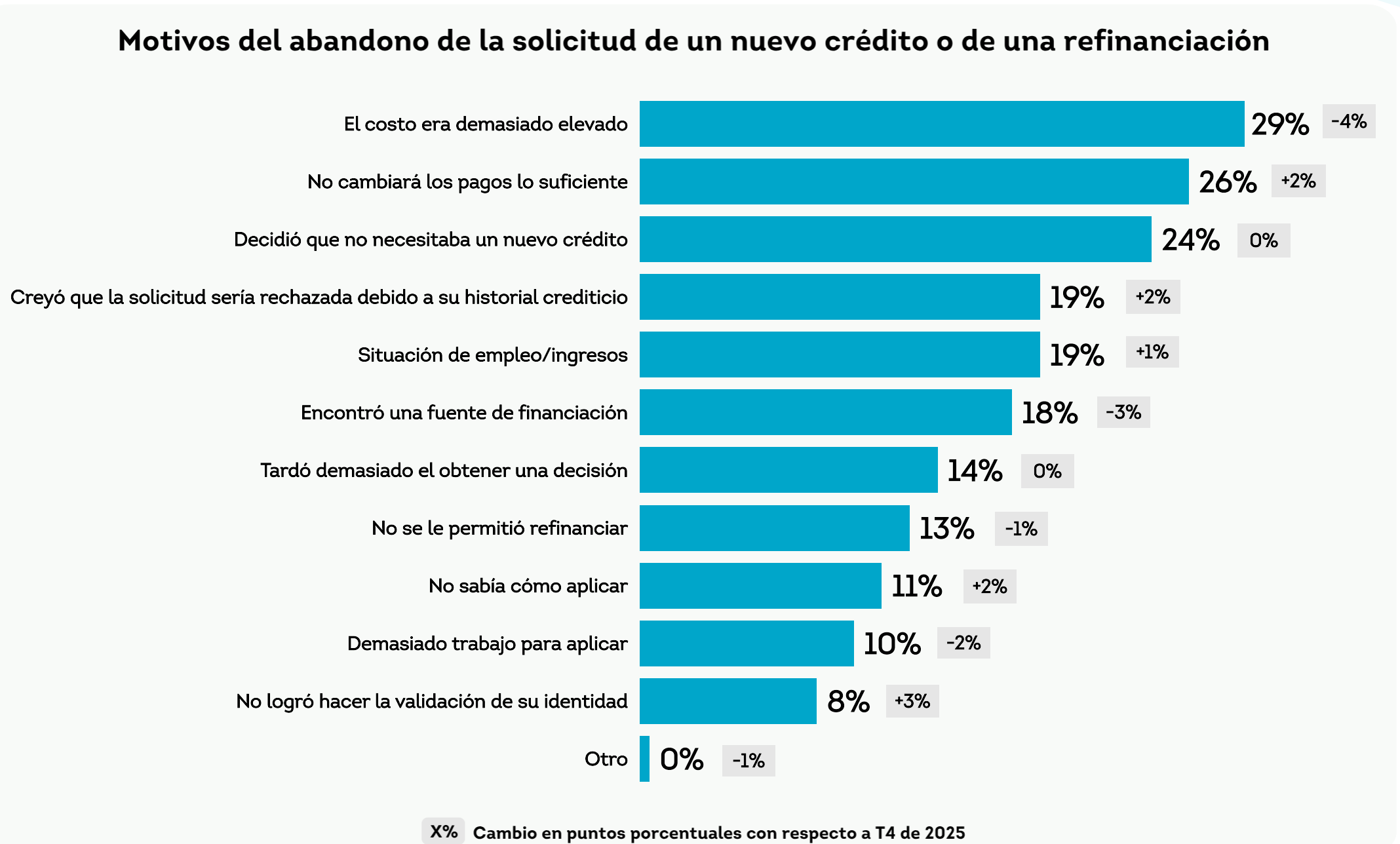
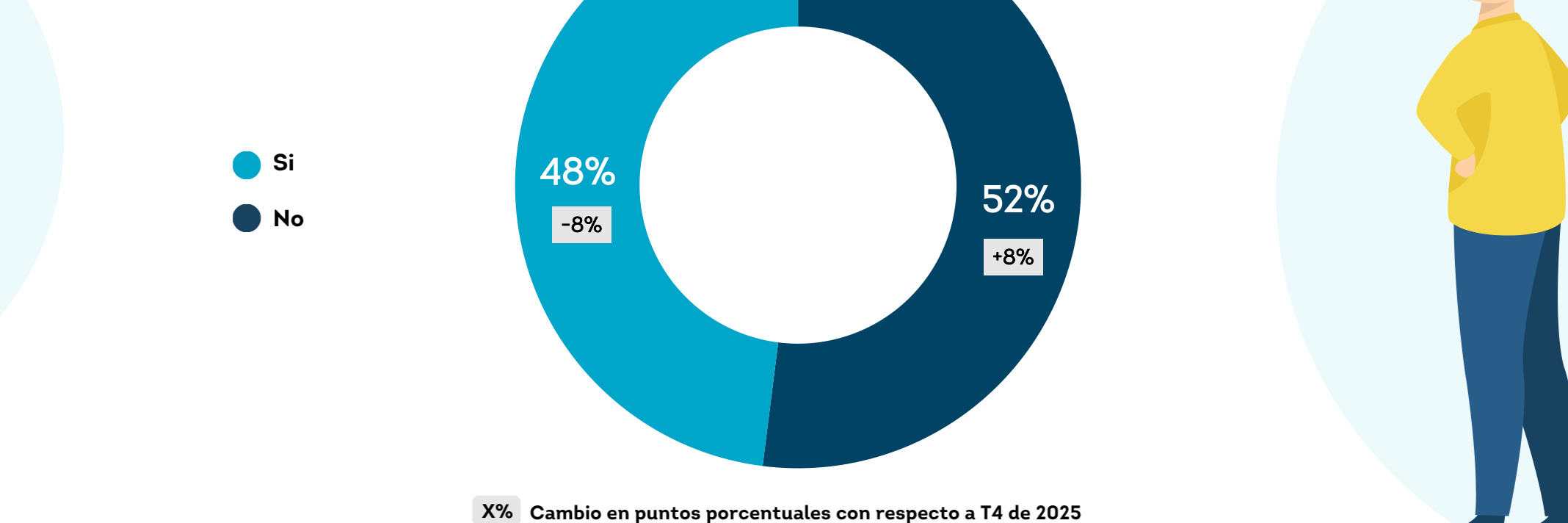
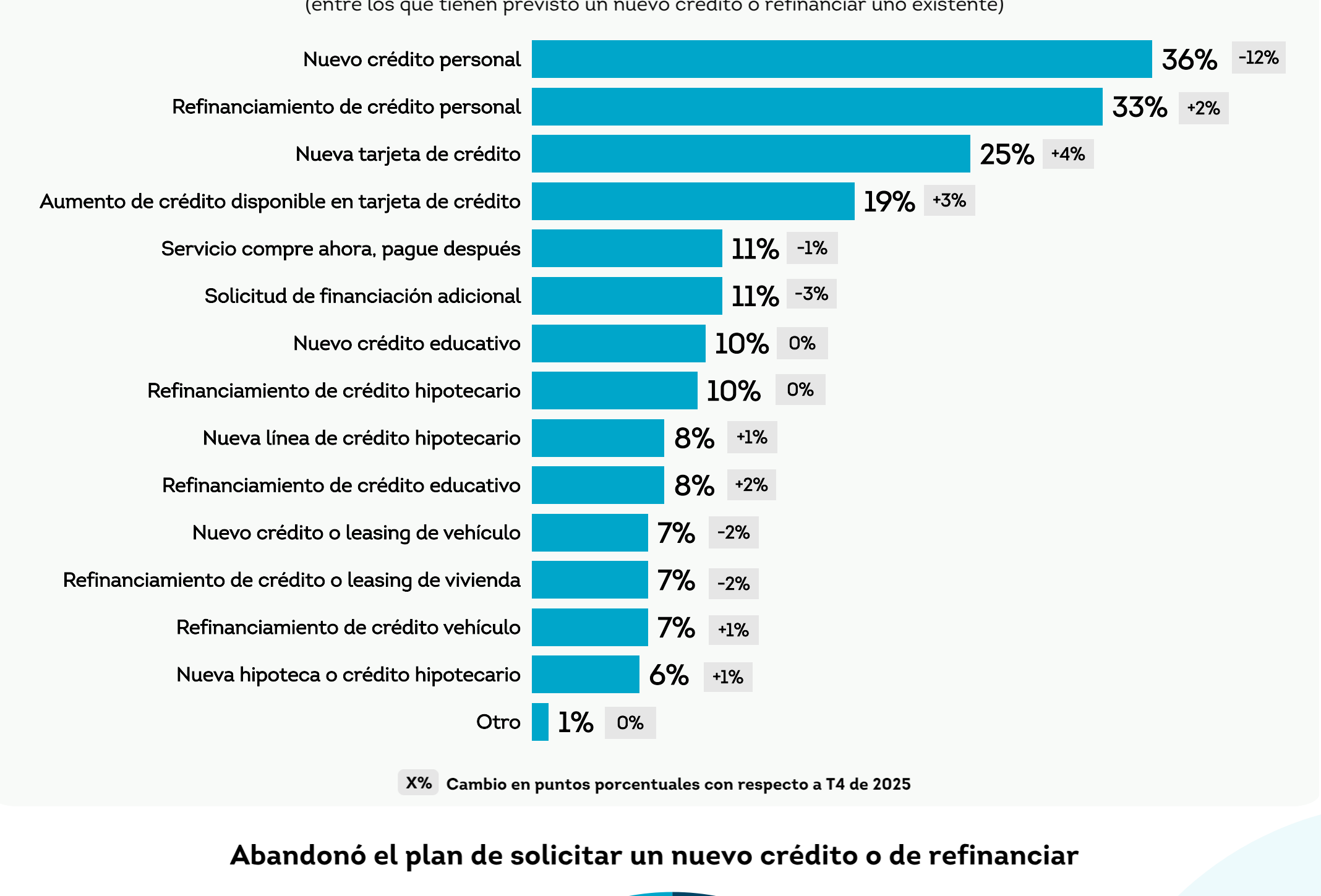
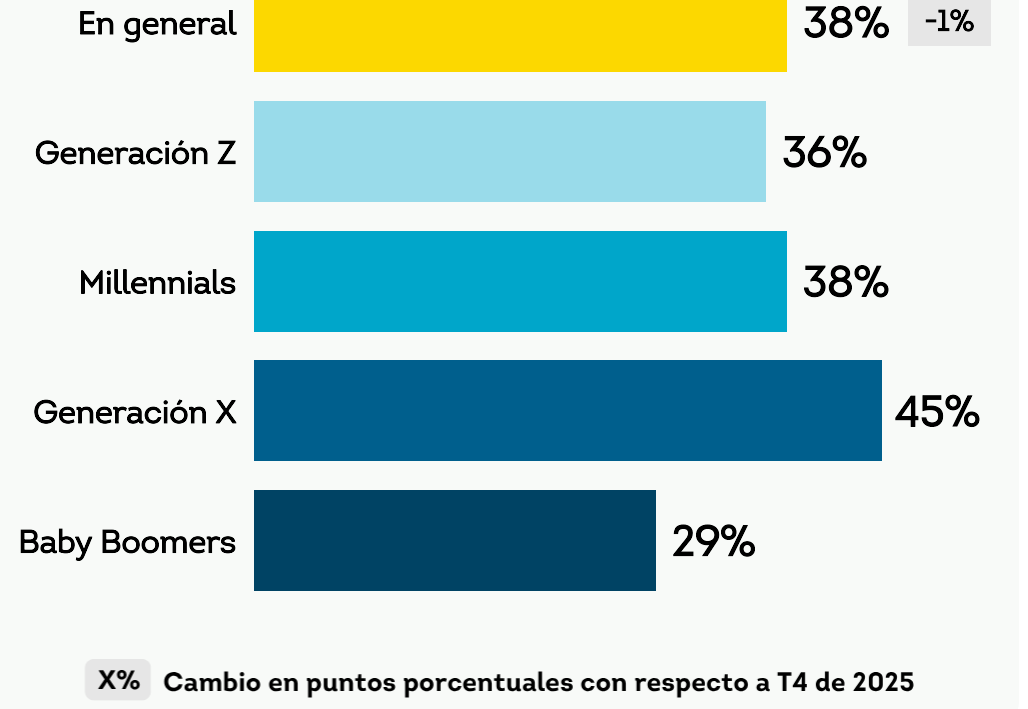
## INCLUSIÓN FINANCIERA

### Actitudes y planes de participación económica

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

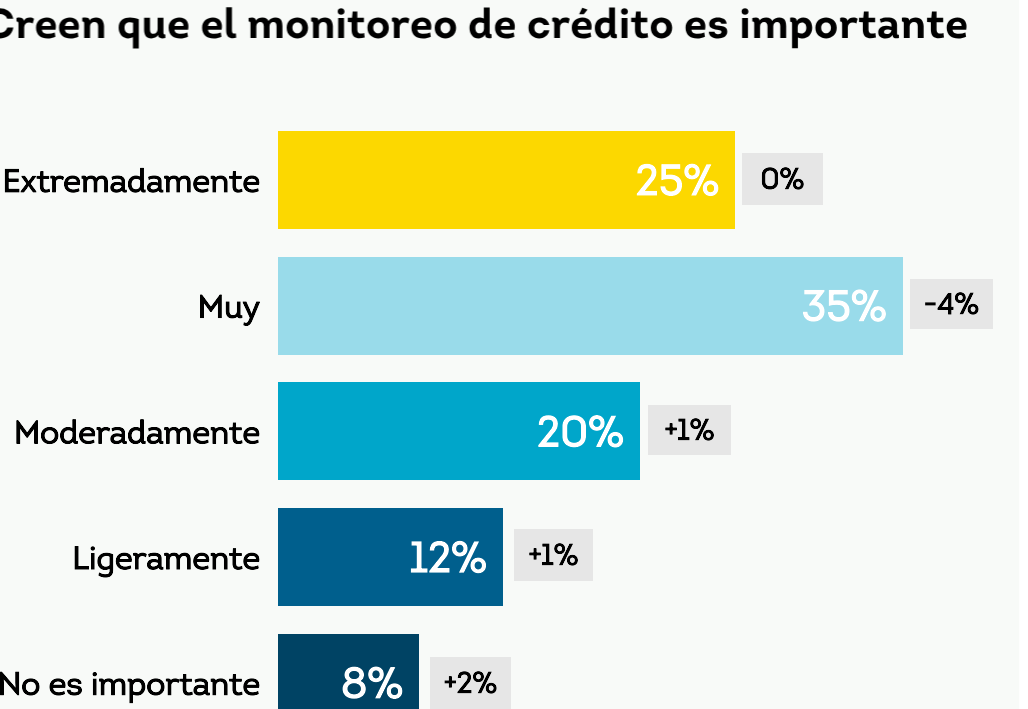
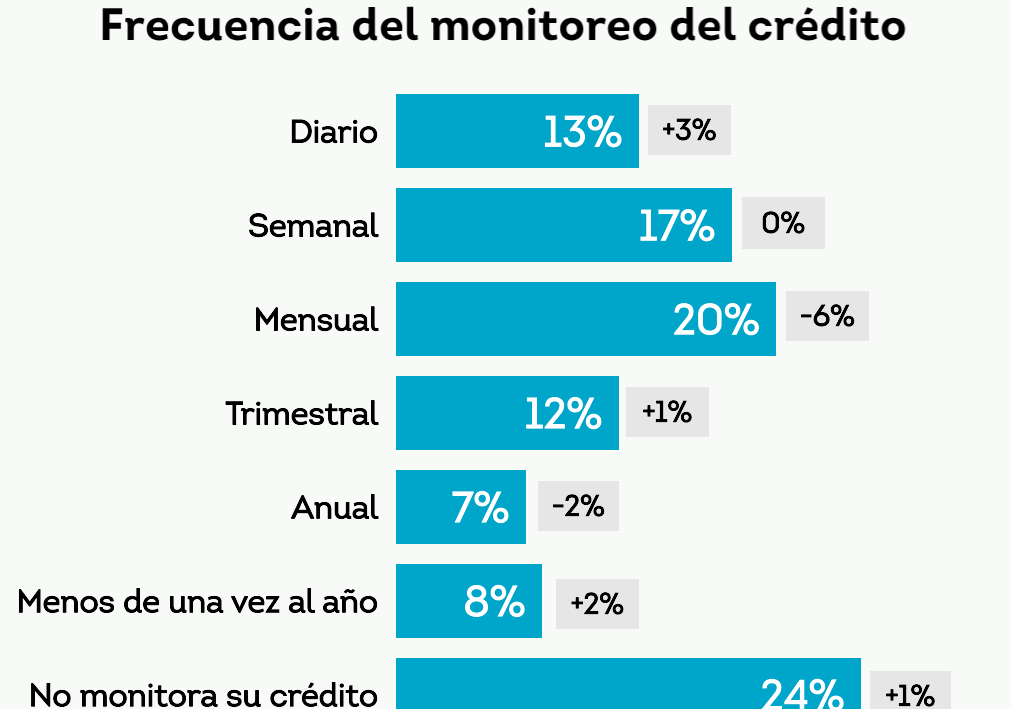


#### Creer tener acceso suficiente a productos de crédito



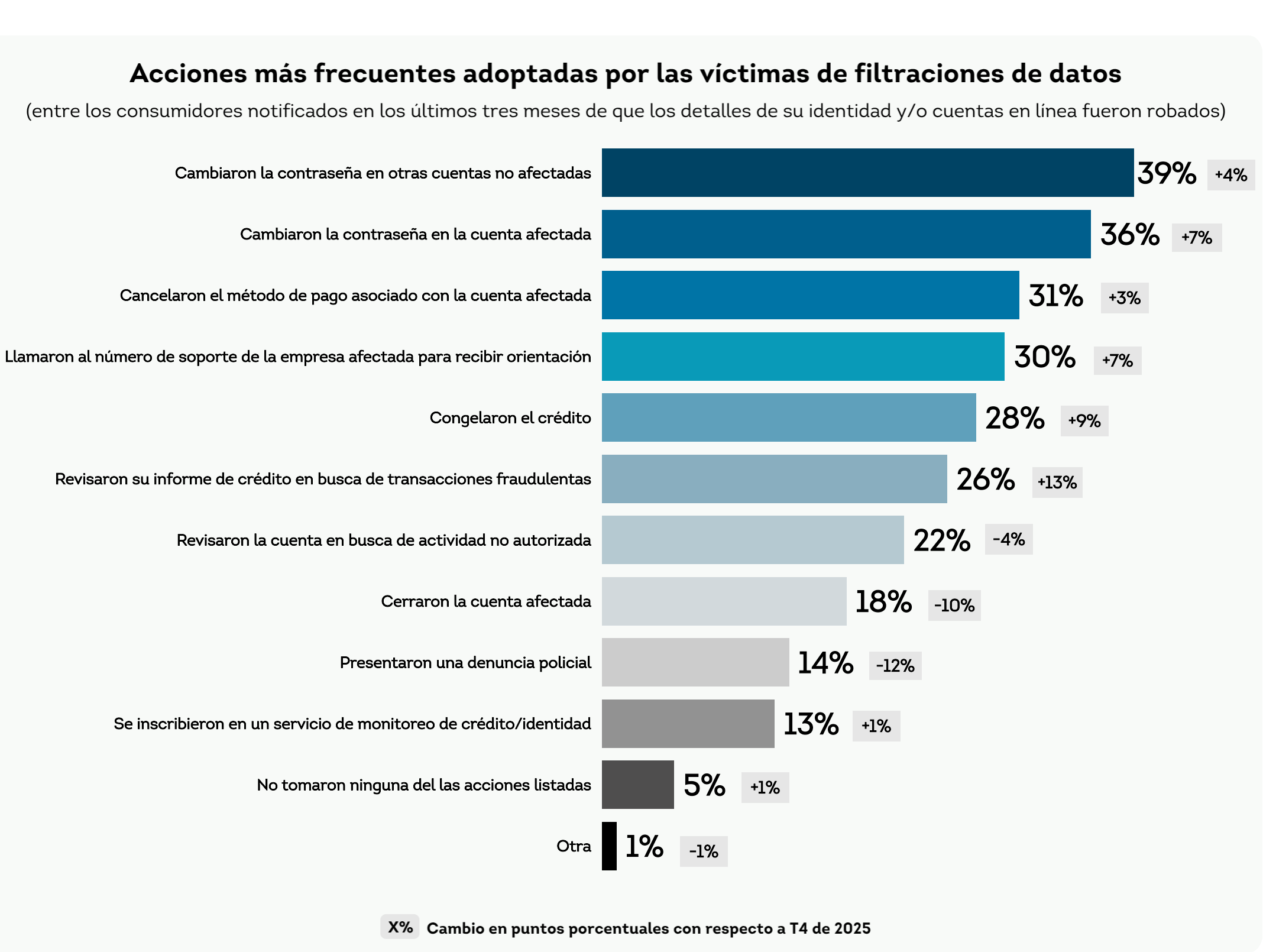
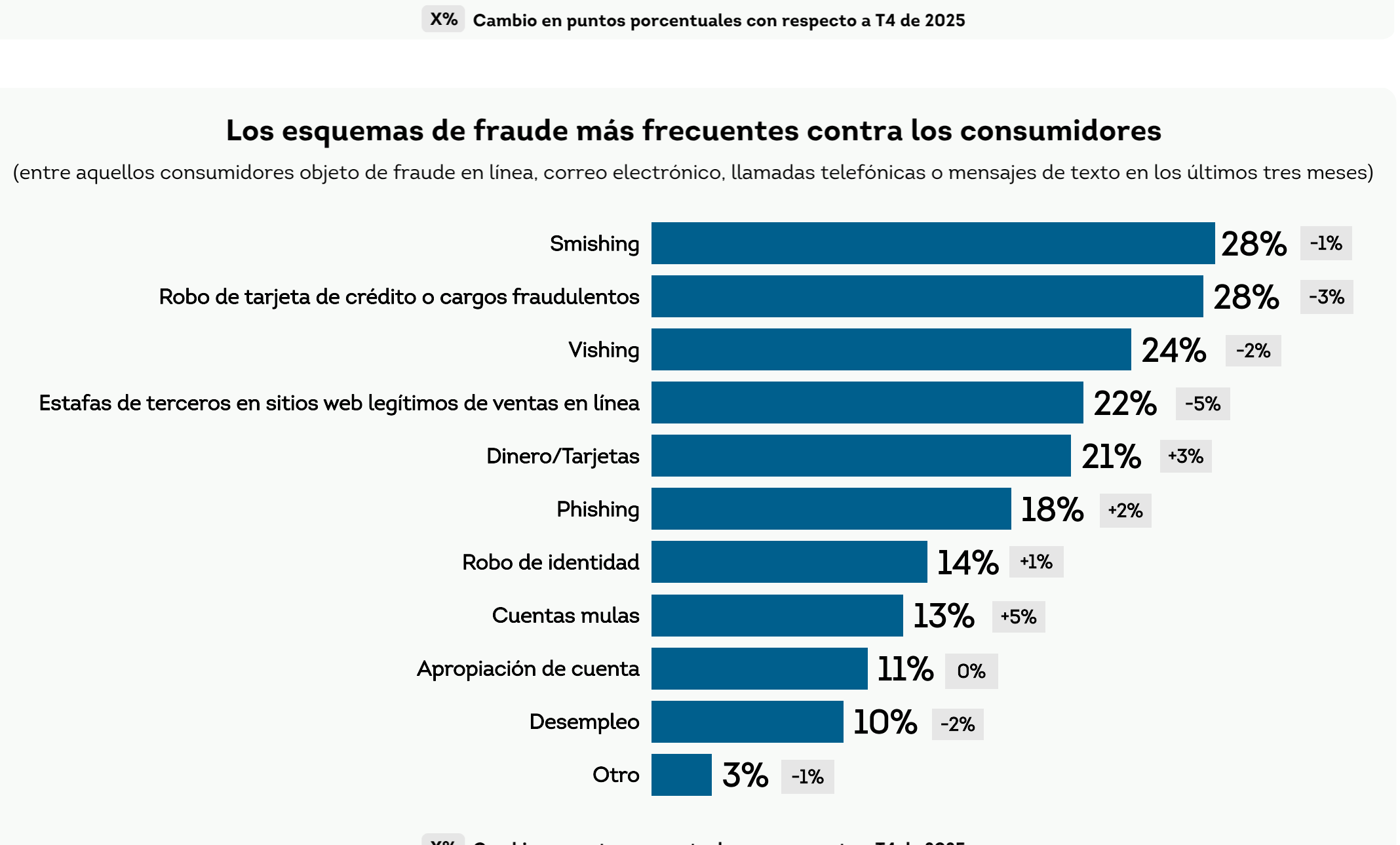
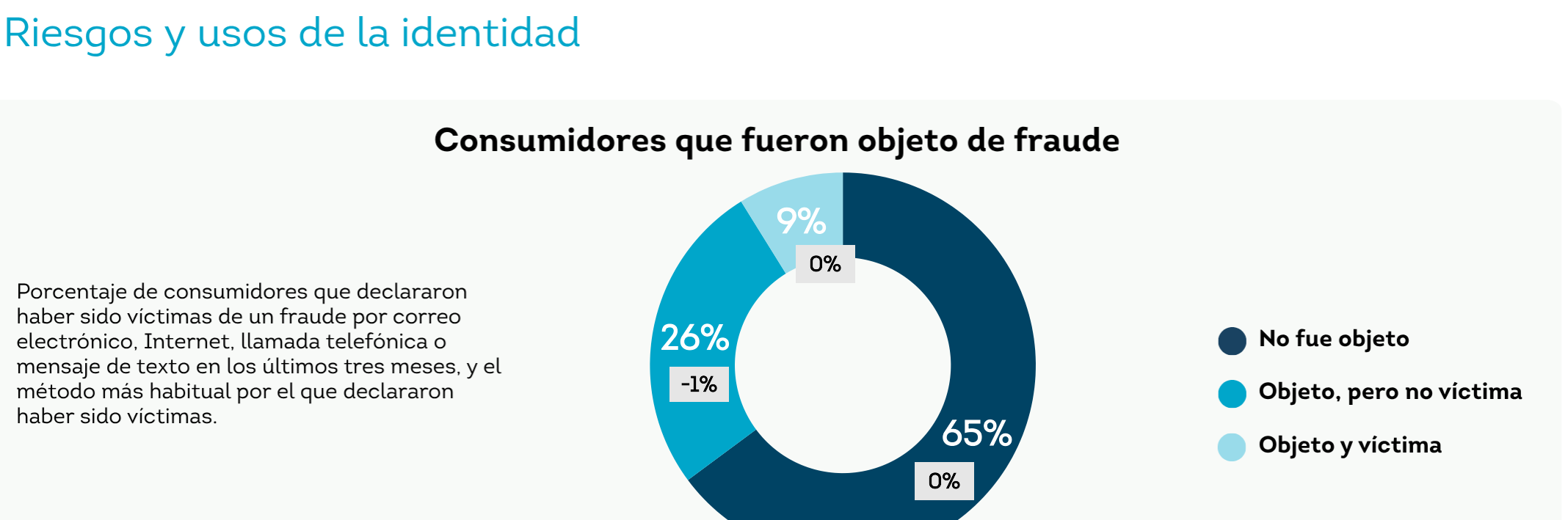
## EMPODERAMIENTO DEL CONSUMIDOR

### Actitudes y comportamientos para manejar las decisiones financieras



## PROTECCIÓN DE IDENTIDAD

### Riesgos y usos de la identidad



La Encuesta Consumer Pulse de TransUnion, realizada a 475 consumidores en Guatemala fue llevada a cabo del 10 de febrero al 24 de febrero de 2026 por TransUnion en colaboración con el proveedor de investigación de terceros, Dynata. Los adultos mayores de 18 años residentes en Guatemala 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 se utilizó la investigación 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 definen 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 Central America](#)