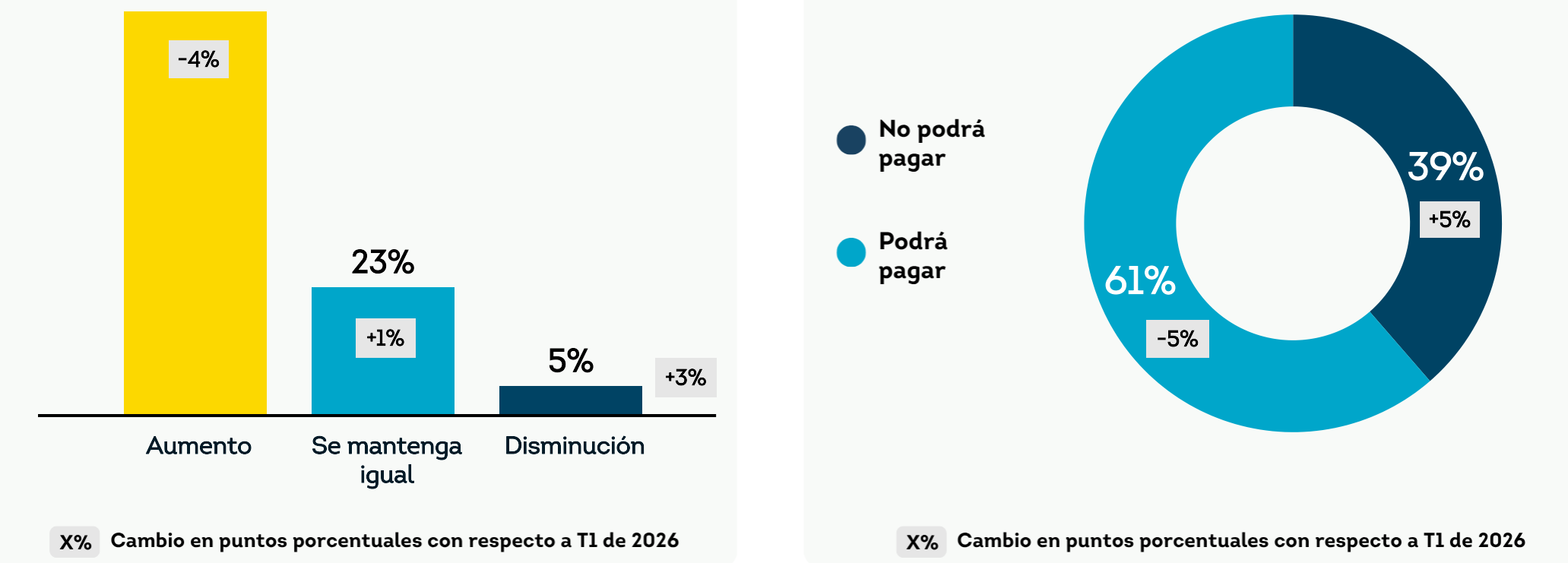
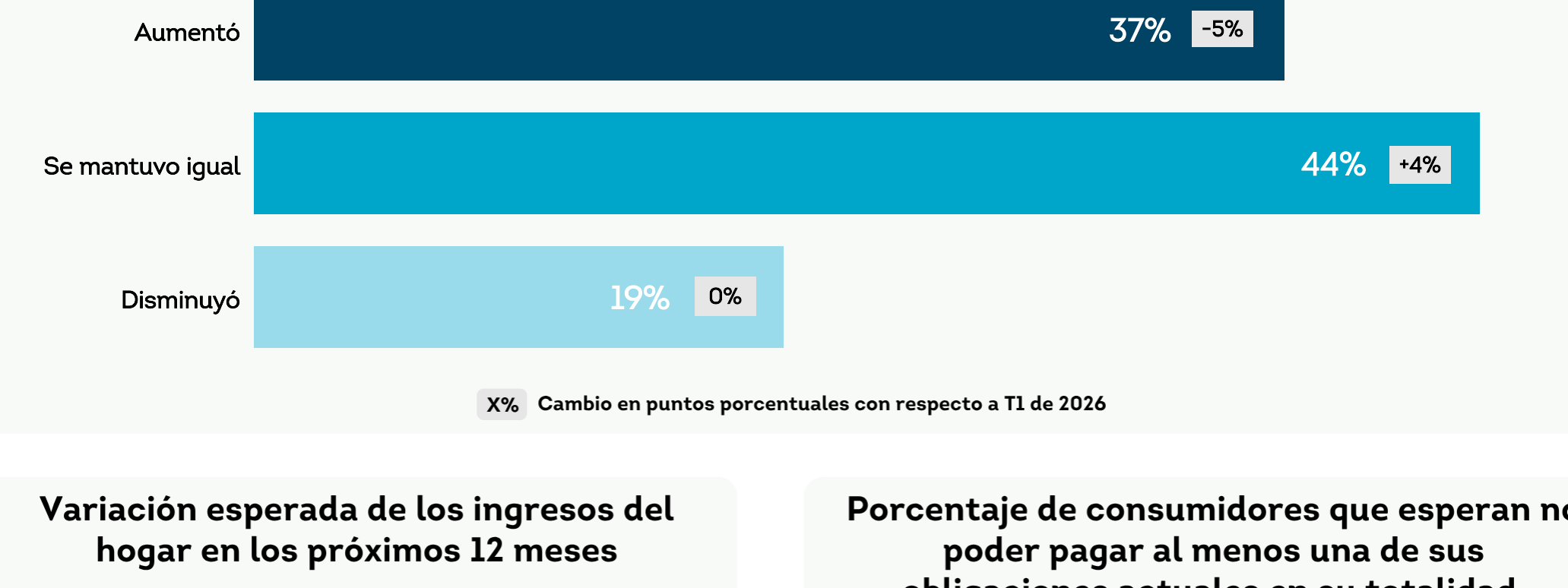


INFOGRAFÍA CONSUMER PULSE

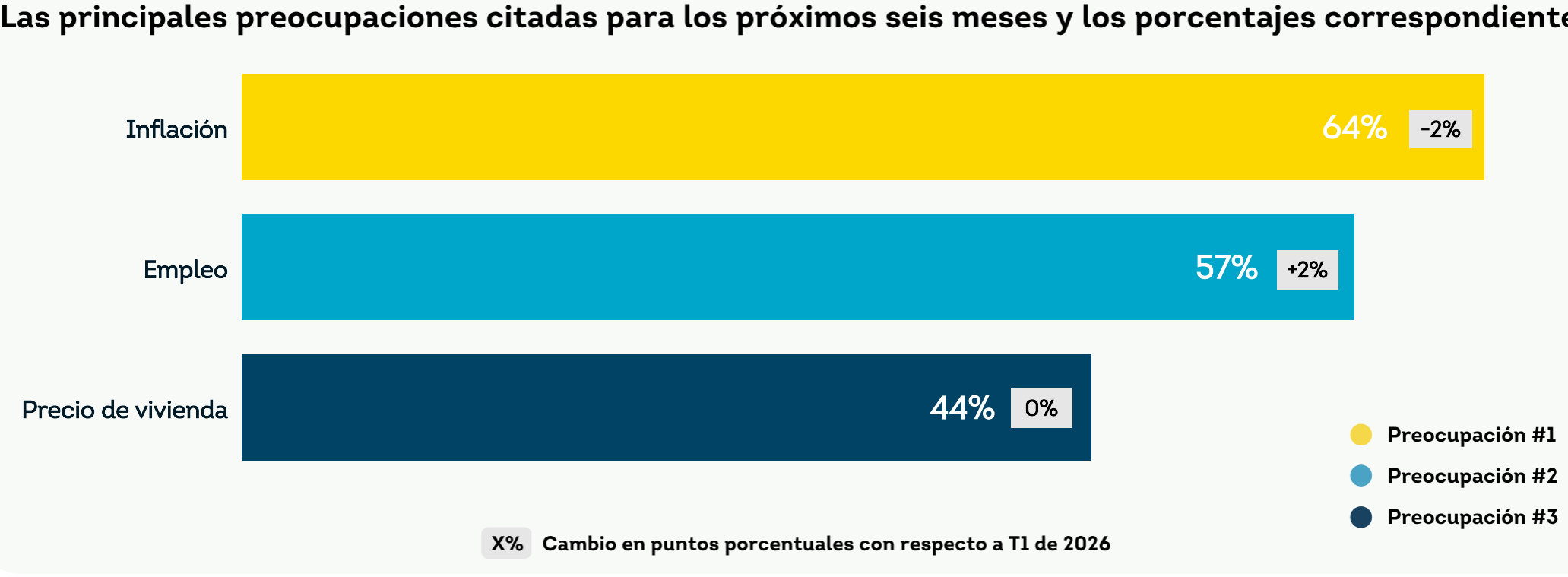
La encuesta trimestral de TransUnion explora cómo han cambiado las finanzas personales de los consumidores y qué cambios esperan en el futuro. El estudio mide los cambios en las perspectivas y comportamientos de los consumidores en función de la dinámica de los ingresos, las deudas y el robo de identidad. 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

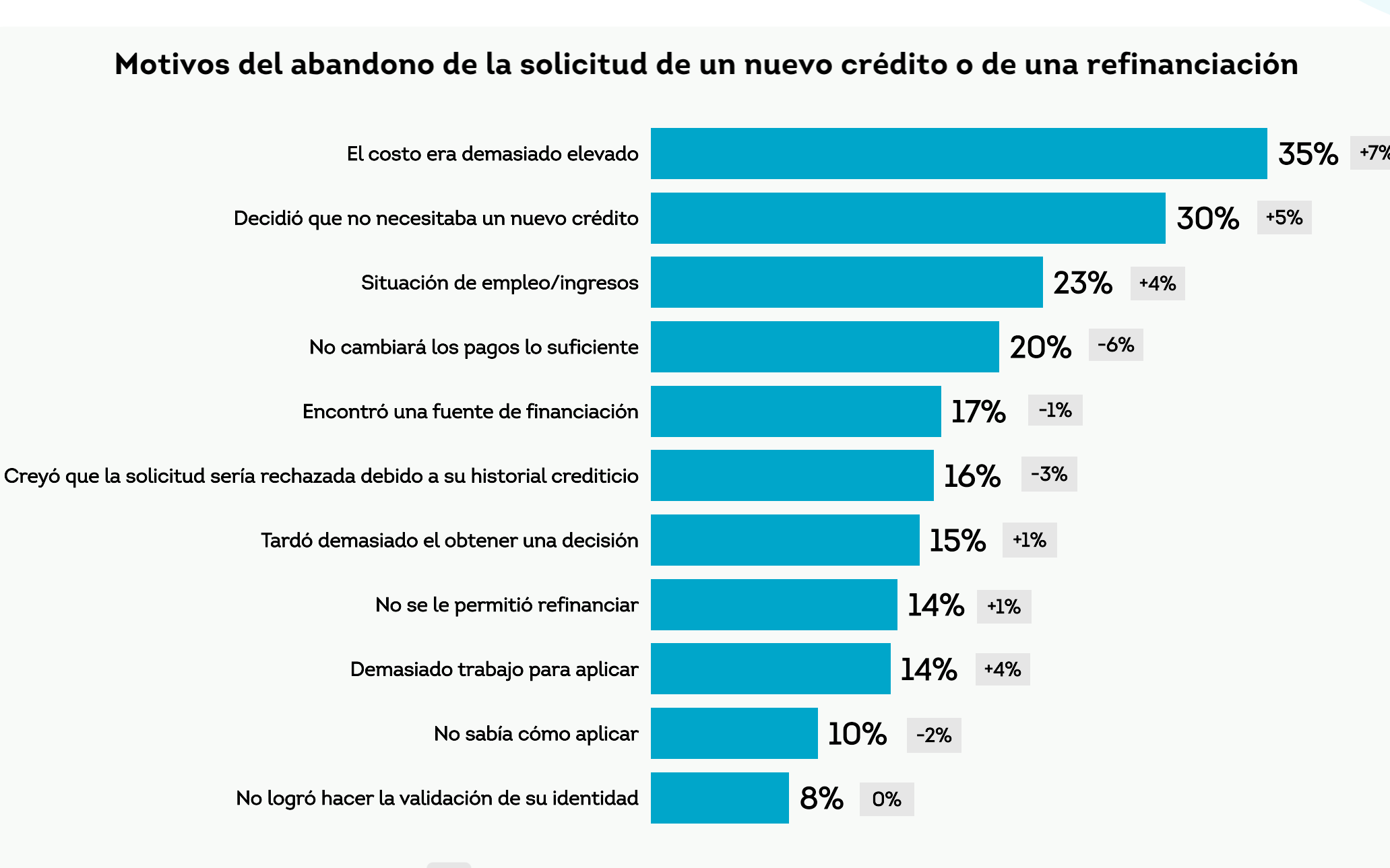
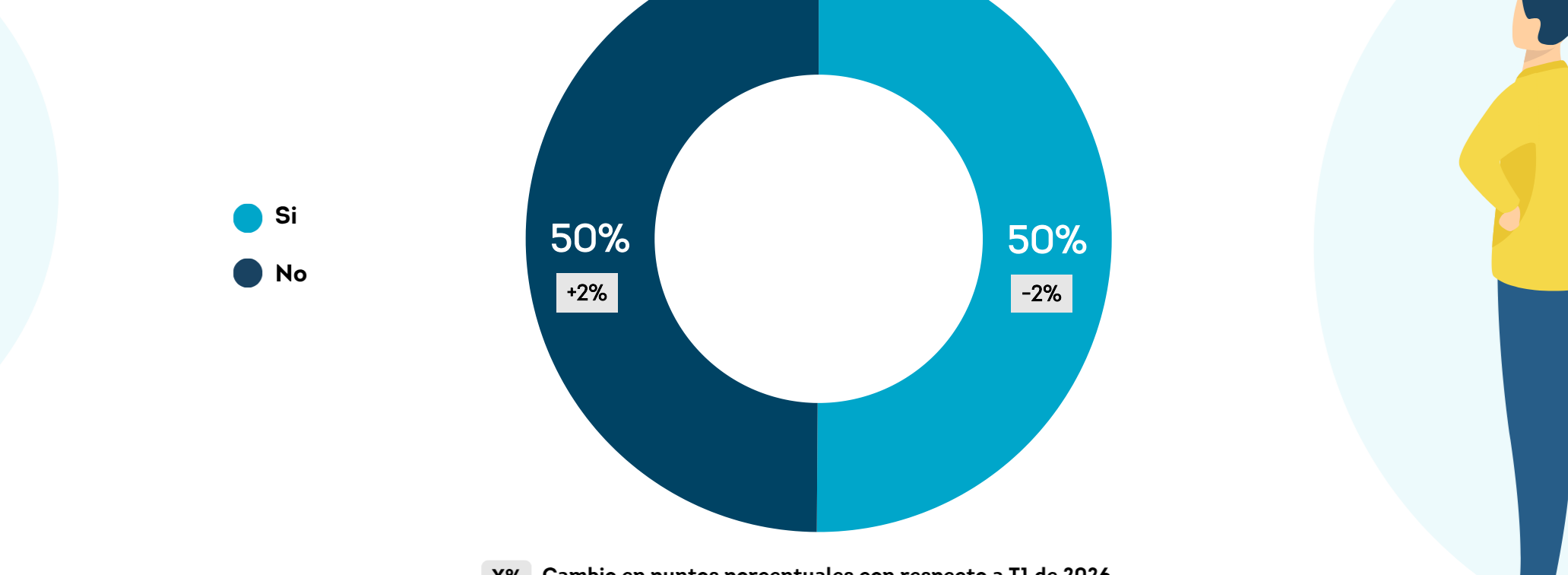
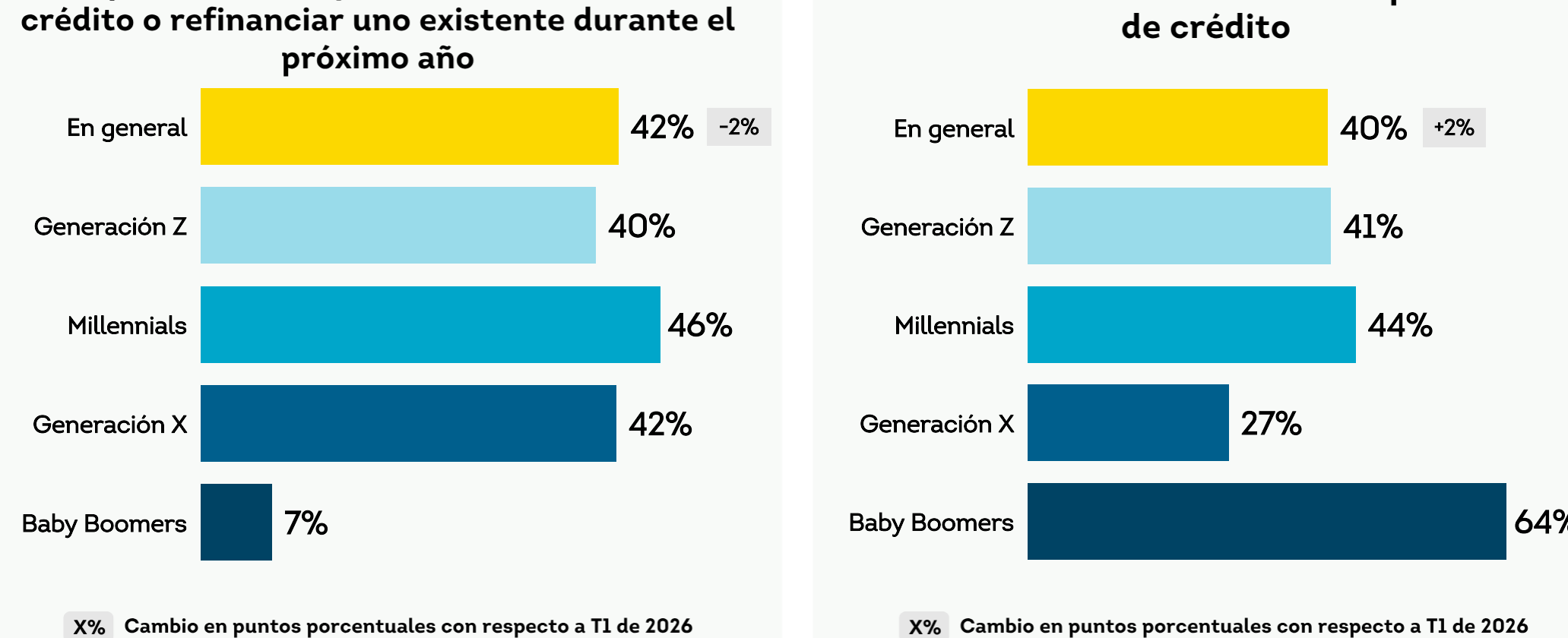


Principales preocupaciones de los hogares



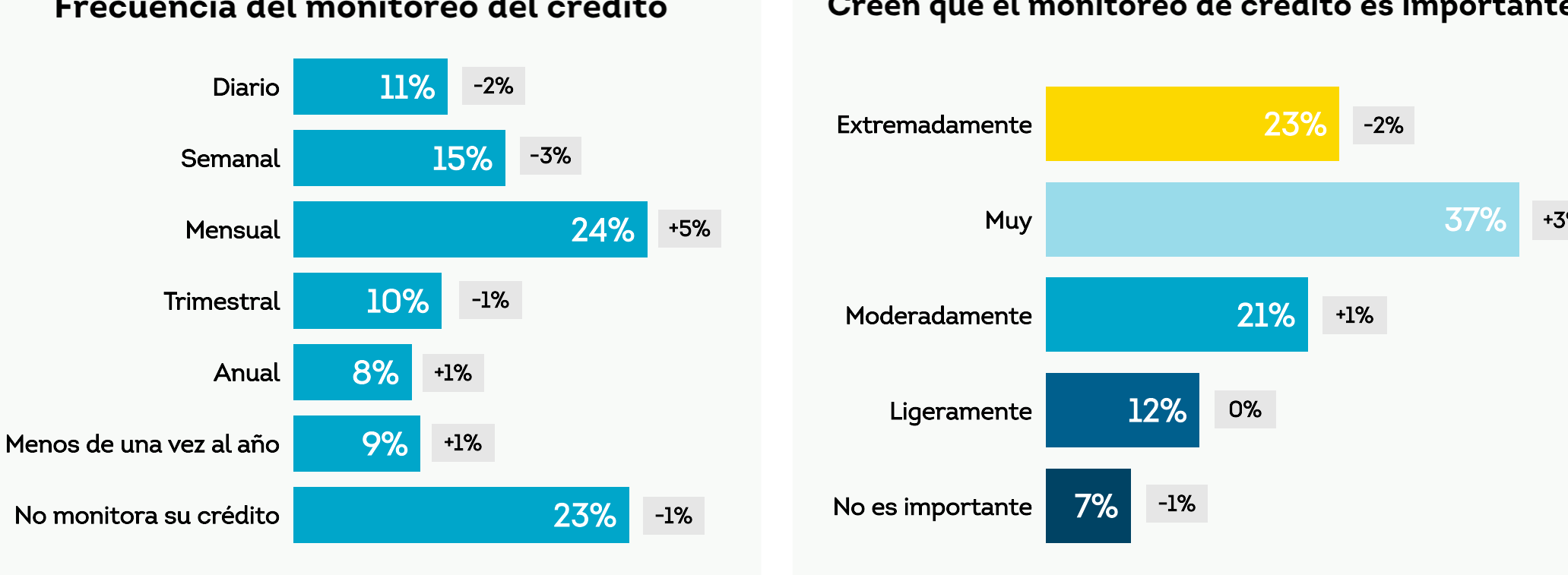
INCLUSIÓN FINANCIERA

Actitudes y planes de participación económica



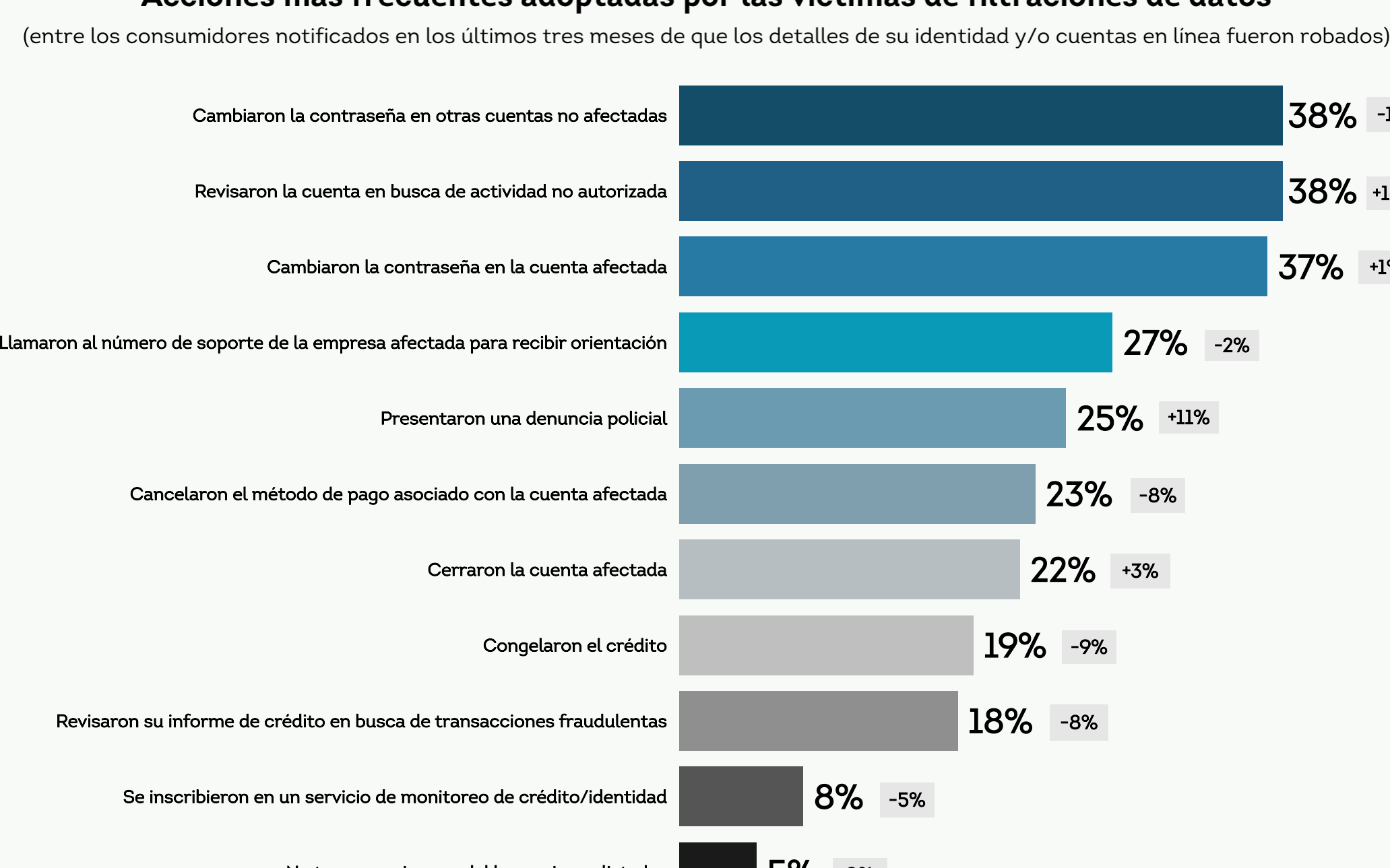
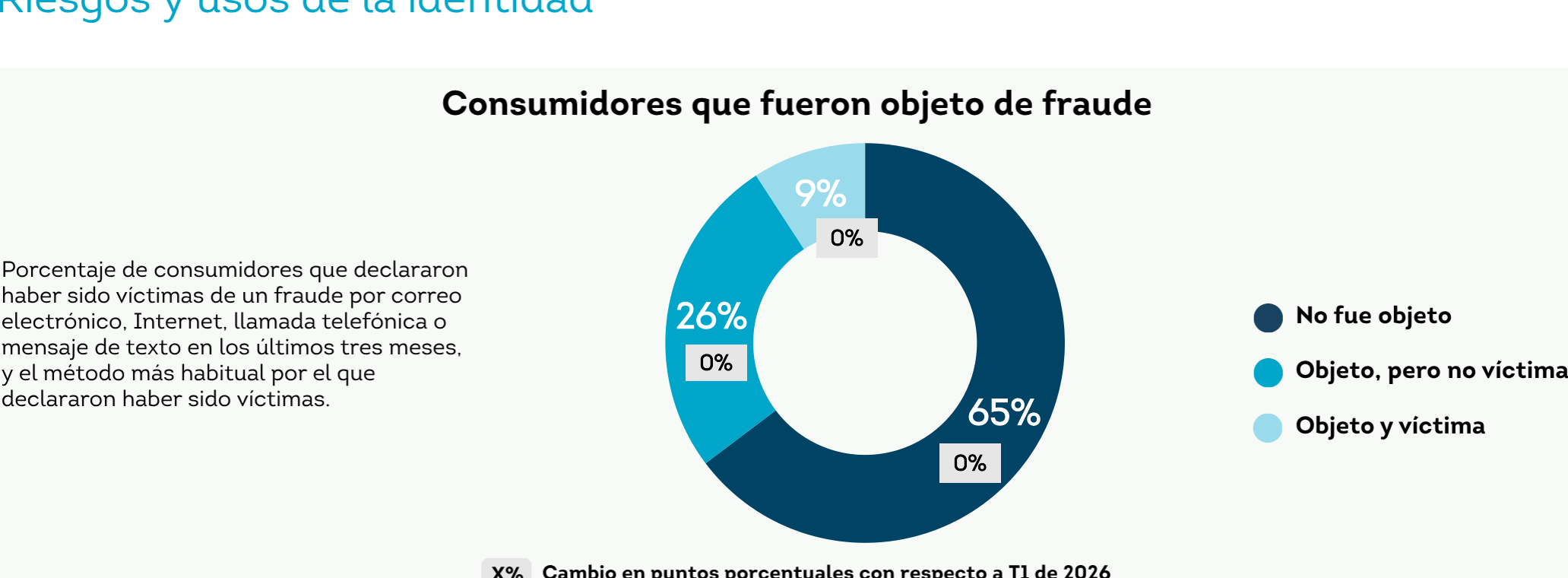
EMPODERAMIENTO DEL CONSUMIDOR

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 479 consumidores en Guatemala fue llevada a cabo del 29 de abril al 13 de mayo 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 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 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](#)