

**Barómetro Oney 'Hábitos de Consumo e Formas de Pagamento'**  
**BLACK FRIDAY CONVENCE 66% DOS CONSUMIDORES**  
**- Natal mantém-se como época de maior consumo -**

**11 de novembro de 2025** – Os meses de novembro e de dezembro são marcados por uma propensão elevada para o consumo, devido à Black Friday e ao Natal. De acordo com o recente Barómetro do Oney Bank 'Hábitos de Consumo e Formas de Pagamento', o Natal continua a ser a época do ano de maior consumo, de modo mais generalizado, embora a Black Friday incentive ao consumo para 66% das pessoas entrevistadas. Na Black Friday, que acontecerá dia 28 deste mês, 43.8% dos consumidores preveem compras inferiores a 200€ e 13.4% estimam gastar entre 201 e 400€. Praticamente 34% afirmam não aproveitar esta altura de promoções.

Com a maioria dos inquiridos a referir que compra a pronto pagamento (76.9%) ou a crédito sem juros (11.5%), 2% reconhece que na Black Friday vai utilizar o método Buy Now, Pay Later - BNPL para pagar as suas compras. Surge depois o pagamento parcelado (1.4%) e o recurso ao crédito com juros (1.1%) como método de pagamento preferencial. Por outro lado, 6.5% dos inquiridos não planeiam com antecedência estes gastos.

**Compras de Natal: 65% dos consumidores gastam até €400**

Ao contrário do que se verifica na Black Friday, no Natal apenas uma pequena percentagem dos inquiridos, 5.8%, afirmam que não fará compras. Em contraponto, mais de 65% preveem gastar até 400€, com mais de 80% a considerarem o pagamento a pronto das suas compras. O crédito sem juros é o plano seguinte, para 8.6%, seguido do pagamento parcelado, do crédito com juros e do método BNPL. Em menor percentagem, 1.3%, assumem gastar mais de 1.200€ no Natal.

**Valorização dos métodos de pagamento disponíveis**

Segundo o Barómetro, 41% dos inquiridos afirmam que preferem comparar preços online antes de decidir onde comprar, enquanto cerca de 27% dizem pesquisar online, mas optam por comprar na loja física.

Quanto à compra em si, os dados revelam que os aspetos mais valorizados nas compras online recaem sobre a rapidez na entrega (31.9%) e a comodidade que este canal de compra oferece (29.1%), bem como a variedade de produtos disponíveis (28.8%) e a segurança transmitida (27.4%). Os inquiridos também

destacam os métodos de pagamento disponíveis ao fazerem compras online como um dos principais critérios de escolha (24%).

No que diz respeito às preocupações com estas compras online, as fraudes em sites não confiáveis (53.4%), o possível roubo de informações do cartão ou dados pessoais (50.3%) e as compras não serem entregues/existirem problemas com devoluções (48.4%) são as principais inquietações. Para cerca de 36% dos inquiridos, existe também o receio dos dados pessoais serem comprometidos na utilização de *third party apps* no pagamento.

Relativamente aos meios de pagamento mais utilizados, os dados revelam que existem três meios de pagamento preferidos, tanto em compras presenciais como em compras online: o cartão de débito, cartão de crédito e o MB WAY (este último mais popular entre os mais jovens).

Os dados permitem também perceber que 18.1% dos consumidores já utilizaram cartões de crédito associados a empresas de retalho nas suas compras, online ou presenciais. Este tipo de crédito é visto como estratégico pelos inquiridos, não apenas pelo seu custo competitivo, mas também pela flexibilidade de pagamento e vantagens adicionais.

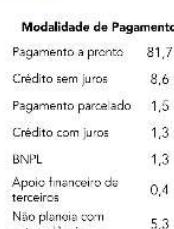
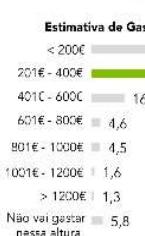
## Estimativa de Gastos para 2025



Black Friday



Total



### Estimativa de Gastos

< 200€	43,8
201€ - 400€	13,4
401€ - 600€	5,2
601€ - 800€	2,1
801€ - 1000€	0,8
1001€ - 1200€	0,2
> 1200€	0,7
Não faz compras na BF	33,9

### Modalidade de Pagamento

Pagamento a pronto	76,9
Crédito sem juros	11,5
BNPL	2,0
Pagamento parcelado	1,4
Crédito com juros	1,1
Apoio financeiro de terceiros	0,6
Não planeia com antecedência	6,5
Ns/Nr	0,2



**\*Ficha técnica:** O Barómetro Hábitos de Consumo e Formas de Pagamento foi realizado pela MORE Results para o Oney Bank. Com recurso à técnica CAWI, foram inquiridos 1003 indivíduos, com idades compreendidas entre os 18 e os 65 anos e residentes no território português. As entrevistas foram realizadas em julho de 2025. A margem de erro é de aproximadamente 3,16.

### Sobre o Oney

O Oney é um banco diferente e único, nascido do comércio. Parceiro na transformação do comércio há mais de 40 anos, o Oney cria soluções de pagamento, financiamento ao consumo, seguros e prevenção de fraudes. Criador do pagamento fracionado em 2008, o Oney é líder no mercado de BNPL (Buy Now, Pay Later) em França. Aliado estratégico de mais de 37.000 parceiros de comércio, apoia as compras e os projetos de quase 7 milhões de clientes na Europa, ao oferecer experiências de compra digitais, simples e rápidas.

Diariamente, os nossos 1900 talentos, em 10 países, impulsionam a ambição de sermos um banco mais humano e mais responsável, um dos principais players em financiamento ao consumo no comércio na Europa.

Com o apoio dos seus dois acionistas, BPCE (50,1%) e ELO (antiga Auchan Holding, com 49,9%), o Oney combina o melhor do setor bancário e do comércio. Dentro do Grupo BPCE o Oney opera no BPCE Digital & Payments, um hub de expertise em pagamento, digital e data. Saiba mais em [oney.pt](http://oney.pt)

Siga o Oney nas redes sociais:



### Contactos imprensa:

Fábio Nunes | [fabio.nunes@gcimedia.pt](mailto:fabio.nunes@gcimedia.pt) | +351 912205277 | Graça Teófilo | [graca.teofilo@gcimedia.pt](mailto:graca.teofilo@gcimedia.pt) | +351 938391675