



# O dinheiro se tornou obsoleto no setor de hospitalidade?





O pagamento é uma prioridade máxima para os operadores de hospitalidade, pois afeta o sucesso dos negócios muito além da entrada de receitas.

## O dinheiro se tornou obsoleto no setor de hospitalidade?

### INTRODUÇÃO

Em outubro de 2017, a rede de hamburguerias Shake Shack virou notícia ao anunciar seus planos de abrir seu primeiro restaurante sem aceitar pagamento em dinheiro em Nova York.

Vários outros cafés, restaurantes e outras operações de hospitalidade em todo o mundo estão seguindo o mesmo caminho. O dinheiro implica uma série de desafios aos estabelecimentos alimentícios, como o custo diário de contar o dinheiro e ir ao banco, a falta de opções de personalização (pois o dinheiro é anônimo), higiene e roubo.

No entanto, o maior problema para os operadores de restaurantes e serviços de alimentos e bebidas é a velocidade. Os clientes querem poder pagar pelos alimentos e bebidas rapidamente, e o dinheiro tornou-se uma das opções de pagamento mais lentas graças ao advento do pagamento móvel e à simplificação do processamento de cartões EMV/Chip e PIN/sem contato.



#### **Sendo assim, o dinheiro tornou-se obsoleto para os operadores de hospitalidade?**

*Estamos chegando perto do dia em que os métodos de pagamento serão exclusivamente eletrônicos?*

Neste estudo, perguntamos a mais de 15 mil consumidores em todo o mundo a respeito de como usam o dinheiro e outros métodos de pagamento em restaurantes e outros estabelecimentos de serviços alimentícios.

#### **Os principais fatores são:**

- Apenas um terço dos consumidores no mundo acha que definitivamente o dinheiro ainda será usado em restaurantes e outros estabelecimentos de hospitalidade até 2022
- 54% dos consumidores esperam pagar menos em dinheiro nos próximos cinco anos
- 47% dos consumidores esperam usar mais formas de pagamento móvel e carteiras digitais



Quando se trata de pagamento, os operadores de hospitalidade precisam oferecer flexibilidade. Para 84% dos consumidores, um serviço rápido e eficiente é o fator mais importante ao visitar um restaurante, bar, café ou outro fornecedor de hospitalidade. Oferecer as opções de pagamento certas para os clientes e garantir que o pagamento funcione na primeira vez e sempre, são essenciais.

## Resultado:

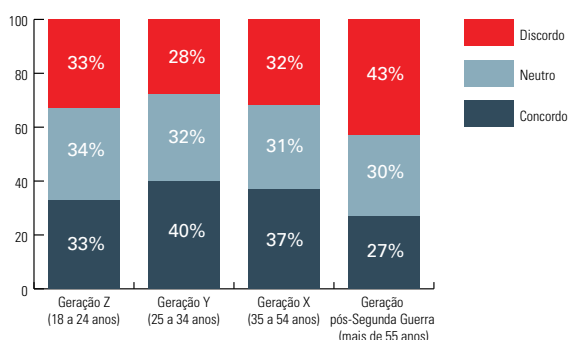
Há uma tendência pelo abandono do uso de dinheiro, mas ele ainda não se tornou obsoleto, pois um terço dos consumidores ainda espera pagar por alimentos e bebidas com moedas e notas até 2022.

#1

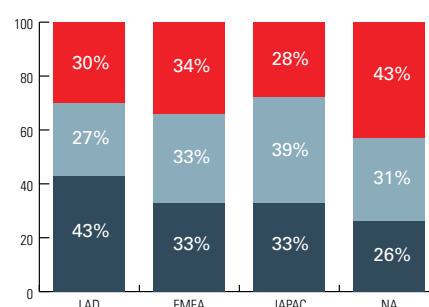
**"Acredito que o dinheiro não será mais aceito em restaurantes, cafés, bares e estabelecimentos de alimentação em hotéis/lojas de varejo dentro de 5 anos".**

- **Apenas 33% dos consumidores no mundo responderam que o dinheiro definitivamente ainda será aceito no setor de hospitalidade até 2022.** Para 35% deles, o dinheiro desaparecerá completamente, enquanto que 32% permaneceram neutros.
- **Por faixa etária:** Entre os consumidores com mais de 55 anos, 43% deles esperam que o dinheiro ainda seja aceito por restaurantes e outras operações de hospitalidade, em comparação a apenas 28% dos consumidores da geração Y.
- **Por região:** O dinheiro é mais popular na América do Norte, onde 44% dos consumidores esperam que ele continue sendo uma opção de pagamento. Em comparação, apenas 28% dos consumidores na região JAPAC esperam que o dinheiro seja usado para comprar alimentos e bebidas em 2022.

Rejeição ao dinheiro:  
Por faixa etária



Rejeição ao dinheiro:  
Por região





#2

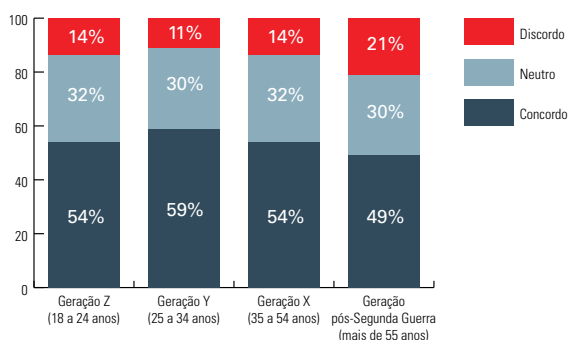
**"Espero usar menos dinheiro vivo nos próximos cinco anos ao frequentar um restaurante, café ou bar".**

## Resultado:

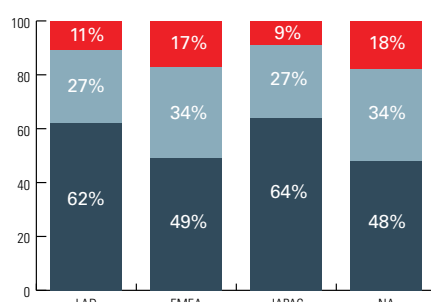
Pode ser que os consumidores não vejam o dinheiro desaparecer completamente até 2022, mas apenas 14% deles esperam pagar em dinheiro da mesma forma que fazem agora.

- **54% dos consumidores no mundo esperam pagar menos em dinheiro nos próximos cinco anos.** Apenas 14% disseram que não esperam reduzir seus pagamentos em dinheiro.
- **Por faixa etária:** Curiosamente, a variação na faixa etária foi mínima. Entre os que têm mais de 55 anos, 49% deles disseram que pagariam menos em dinheiro, em comparação com os 55% da geração X e os 53% da geração Z.
- **Por região:** Mais de 60% dos consumidores da região JAPAC e da América Latina planejam pagar menos em dinheiro, em comparação com quase metade dos entrevistados na América do Norte e na Europa.

Pretensão de pagar menos em dinheiro: Por faixa etária



Pretensão de pagar menos em dinheiro: Por região



#3

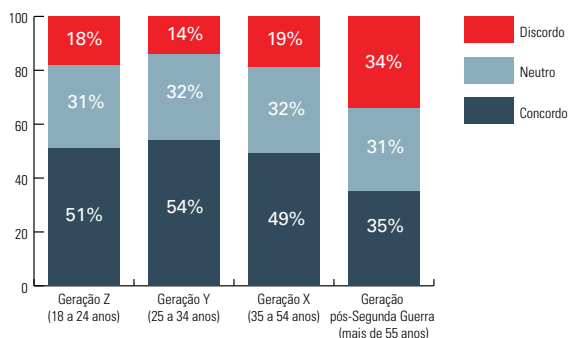
**"Espero usar mais os métodos de pagamento móvel nos próximos cinco anos ao frequentar um restaurante, café ou bar".**

## Resultado:

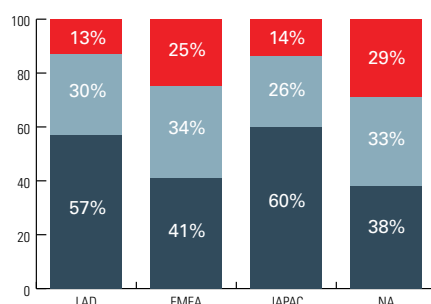
Os operadores de hospitalidade devem receber mais pagamentos por meio de dispositivos móveis, e não apenas da geração Y. 35% da geração com mais de 55 anos esperam usar mais métodos de pagamento móvel também.

- **47% dos consumidores no mundo esperam usar mais os métodos de pagamento móvel nos próximos cinco anos.** Apenas 21% disseram que não esperam pagar com dispositivos móveis com mais frequência.
- **Por faixa etária:** 35% da geração com mais de 55 anos esperam usar o método de pagamento móvel com mais frequência, em comparação com 54% da geração Y.
- **Por região:** Mais consumidores da região JAPAC e da América Latina planejam usar métodos de pagamento móvel do que os consumidores na América do Norte e na Europa. No entanto, 41% dos europeus e 37% dos norte-americanos esperam usar mais os métodos de pagamento móvel.

Pretensão de pagar mais em dinheiro: Por faixa etária



Pretensão de pagar mais em dinheiro: Por região





#4

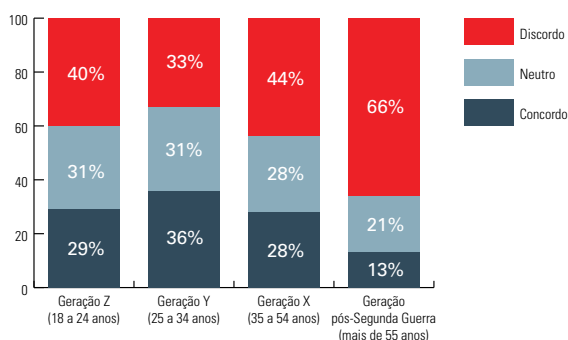
"Costumo pagar por aplicativo de smartphone ou carteira digital quando frequento um café ou rede de fast food".

### Resultado:

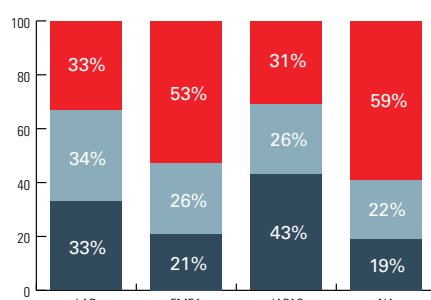
A perspectiva é de grande crescimento para os métodos de pagamento móvel em serviços alimentícios. Apenas 27% já estão usando, enquanto que 47% dizem que usarão mais nos próximos cinco anos.

- **27% dos consumidores no mundo geralmente optam pelo método de pagamento móvel em redes de fast food.**
- **Por faixa etária:** Apenas 13% da geração com mais de 55 anos disseram que estão usando métodos de pagamento móvel em redes de fast food atualmente, em comparação aos 36% da geração Y.
- **Por região:** Com apenas 19%, os consumidores norte-americanos são menos propensos a usar métodos de pagamento móvel em redes de fast food atualmente, já no caso dos consumidores na região JAPAC, esse número chega a 43%.

Uso atual de métodos de pagamento móvel: Por faixa etária



Uso atual de métodos de pagamento móvel: Por região



#5

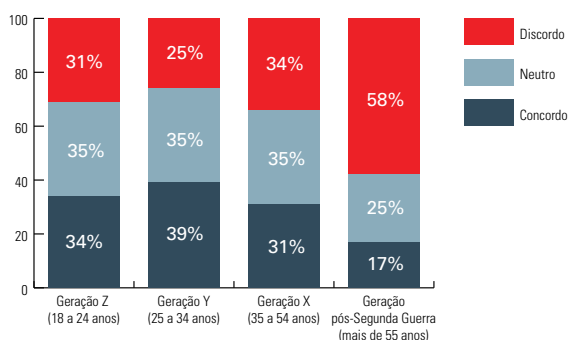
"Quando me hospedo em um hotel, prefiro pagar pela alimentação e itens de varejo com aplicativos móveis/carteira digital na hora de ir embora".

### Resultado:

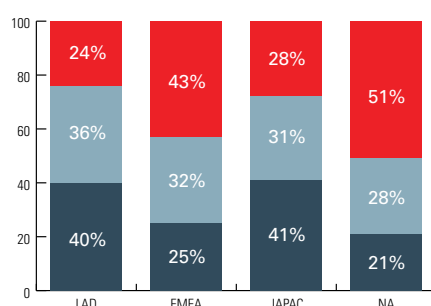
Os hotéis também estão percebendo um crescimento no pagamento móvel. Os clientes com mais de 55 anos preferem usar dinheiro ou assinatura para adicionar itens ao quarto, mas as gerações mais jovens preferem pagar pelo celular.

- **30% dos consumidores no mundo disseram que, quando se hospedam em hotéis, dão preferência a pagar pela alimentação e itens de varejo por meio de pagamento ou aplicativo móvel.**
- **Por faixa etária:** Apenas 17% da geração com mais de 55 anos disseram que estão usando o pagamento móvel em hotéis atualmente, em comparação com 39% da geração Y.
- **Por região:** Com apenas 21%, os consumidores norte-americanos também são menos propensos a usar métodos de pagamento móvel em hotéis atualmente, já no caso dos consumidores na região JAPAC, esse número chega a 41%.

Pagamento móvel em hotéis atualmente: Por faixa etária



Pagamento móvel em hotéis atualmente: Por região





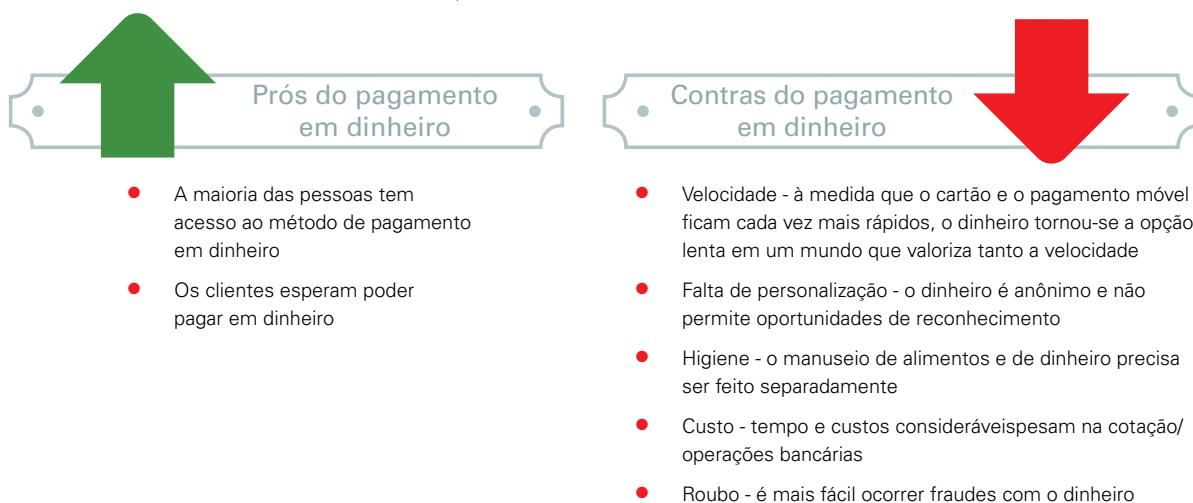
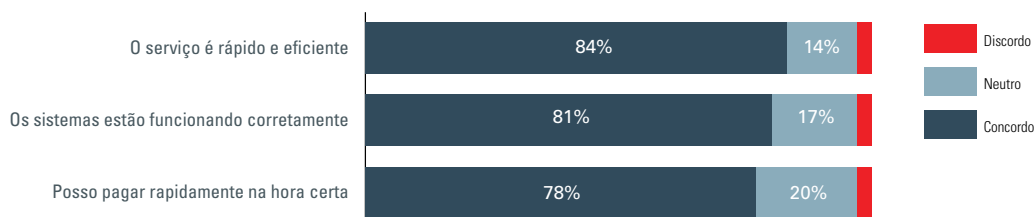


## O efeito da modernização dos métodos de pagamento na satisfação dos clientes



**O pagamento é uma prioridade máxima para os operadores de hospitalidade, pois afeta o sucesso dos negócios muito além da entrada de receitas.**

De fato, oferecer flexibilidade no pagamento, com ênfase na mobilidade, exerce um papel essencial na satisfação geral dos clientes. Isso ajuda a garantir que o serviço seja rápido e eficiente, algo que 84% de todos os consumidores dizem ser importante ao avaliar a experiência gastronômica. Da mesma forma, isso permite que os clientes paguem rapidamente na hora certa, um fator altamente avaliado (78%). Mas é importante lembrar que a simples instalação de sistemas de pagamento modernos não representa o objetivo final, visto que manter a eficácia operacional deles é indispensável. É inimaginável para os operadores passar por panes ou atrasos, pois para 81% dos consumidores, sistemas que funcionam bem influenciam significativamente a satisfação dos clientes.





## COMO A ORACLE HOSPITALITY PODE AJUDAR

**ORACLE®**  
Hospitality

A Oracle Hospitality fornece soluções de ponto de venda para restaurantes, hotéis, cafés, bares, estádios, parques temáticos, cassinos e operadoras de cruzeiros em todo o mundo. Todos os dias, milhares de lojas em todo o mundo contam com a Oracle para oferecer flexibilidade e segurança máximas no pagamento. Entre em contato conosco para saber mais informações em [OracleHosp\\_ww@oracle.com](mailto:OracleHosp_ww@oracle.com) ou visite [www.oracle.com/hospitality](http://www.oracle.com/hospitality)





---

## PARA OBTER MAIS INFORMAÇÕES

---

Entre em contato conosco:

**OracleHosp\_ww@oracle.com**

**[www.oracle.com/hospitality](http://www.oracle.com/hospitality)**

**@OracleHosp**

**[www.facebook.com/OracleHospitality](https://www.facebook.com/OracleHospitality)**



**ORACLE®**  
Hospitality