



¿Ha pasado a la historia el dinero en efectivo en el sector de hospitalidad?





Los pagos son una de las máximas prioridades para los operadores de servicio de alimentos porque su efecto en el negocio va mucho más allá de los ingresos.

¿Ha pasado a la historia el dinero en efectivo en el sector de hospitalidad?

INTRODUCCIÓN

En octubre de 2017, la cadena de hamburguesas Shake Shack apareció en los titulares cuando anunció planes para abrir su primer restaurante en Nueva York en el que no se acepta dinero en efectivo.

Muchas otras cafeterías, restaurantes y otros negocios del sector en todo el mundo están haciendo lo mismo. El dinero en efectivo conlleva una serie de retos a los establecimientos de servicio de alimentos: el costo de realizar el corte de caja y llevar el dinero al banco todos los días, la falta de opciones de personalización (ya que el dinero en efectivo es anónimo), la higiene y el robo.

Sin embargo, el mayor problema para los operadores de servicio de alimentos es la velocidad. Los clientes quieren pagar por la comida y la bebida rápidamente, y el dinero en efectivo se ha convertido en una de las opciones de pago más lentas tras la llegada del pago con dispositivos móviles y la simplificación de los procesos de tarjetas sin contacto, EMV o Chip y PIN.



¿Así que, ha pasado a la historia el dinero en efectivo entre los operadores de servicio de alimentos? ¿Nos estamos acercando al día en que podamos usar solo formas de pago electrónicas?

En este estudio, preguntamos a más de 15 000 consumidores de todo el mundo acerca del uso que hacen del dinero en efectivo y otras formas de pago en restaurantes y otros establecimientos de servicio de alimentos.

Conclusiones clave:

- Solo una tercera parte de los consumidores de todo el mundo opina que el dinero en efectivo definitivamente seguirá utilizándose en restaurantes y otros establecimientos de servicio de alimentos para el 2022.
- El 54 % de los consumidores espera, en lo personal, usar menos dinero en efectivo en los próximos cinco años
- El 47 % de los consumidores espera, en lo personal, utilizar más pagos con dispositivos móviles y monederos digitales



Por lo tanto, los operadores de servicio de alimentos deben mantener la flexibilidad cuando se trata de los pagos. El 84 % de los consumidores nos dijo que un servicio rápido y eficaz es el factor más importante cuando visita un restaurante, bar, cafetería o cualquier otro proveedor de servicio de alimentos. Es esencial que se ofrezcan las opciones de pago adecuadas a los clientes y asegurarse de que el pago siempre se acepte al primer intento.

Conclusiones:

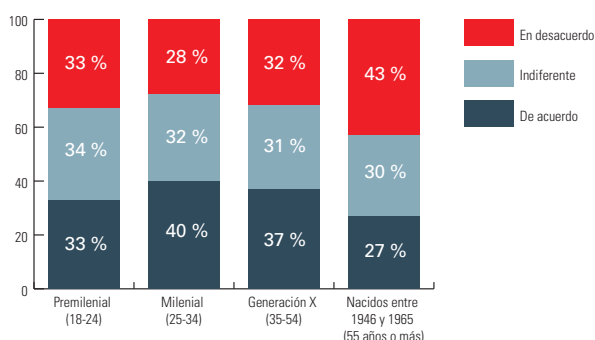
Existe cierto gusto por la desaparición del dinero en efectivo, pero todavía no está muerto: un tercio de los consumidores espera poder seguir pagando por la comida y la bebida con billetes y monedas en el 2022.

1

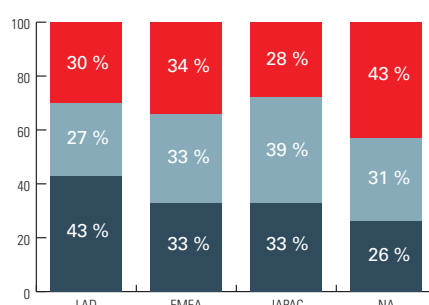
"Creo que, en el lapso de cinco años, el dinero en efectivo ya no se aceptará en restaurantes, cafeterías, bares, y servicios de alimentos en establecimientos y hoteles".

- **Solo el 33 % de los consumidores de todo el mundo respondió que el efectivo definitivamente seguirá aceptándose en establecimientos de servicio de alimentos para el 2022.** El 35 % piensa que habrá desaparecido completamente, mientras que el 32 % permanece neutral.
- **Por edad:** El 43 % de los consumidores de 55 años o más espera que el efectivo se siga aceptando en restaurantes y otros establecimientos, frente a solo el 28 % de los milenials.
- **Por región:** El dinero en efectivo es más popular en América del Norte, donde el 44 % de los consumidores espera que siga siendo una opción de pago. En comparación, solo el 28 % de los consumidores en JAPAC espera que se utilice dinero en efectivo para comprar comida y bebidas en el 2022.

¿Ha pasado a la historia el dinero en efectivo?: Por edad



¿Ha pasado a la historia el dinero en efectivo?: Por región





2

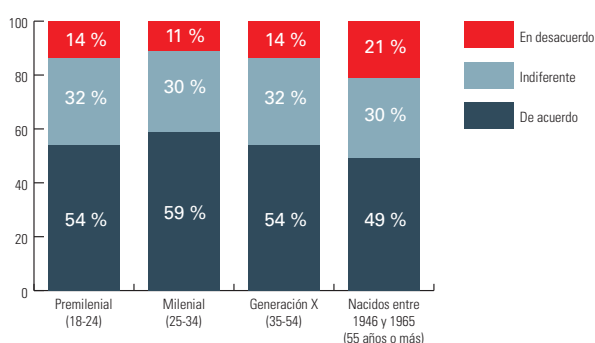
"Espero usar menos dinero en efectivo en los próximos cinco años cuando visite un restaurante, cafetería o bar".

- **El 54 % de los consumidores de todo el mundo estuvo de acuerdo en que espera utilizar menos dinero en efectivo en los próximos cinco años.** Solo el 14 % expresó que no espera reducir su uso de dinero en efectivo.
- **Por edad:** Curiosamente, la variación por edad resultó mínima. El 49 % de la generación de 55 años o más expresó que usaría menos dinero en efectivo, frente al 55 % de la Generación X y el 53 % de los premileniales.
- **Por región:** Más del 60 % de los consumidores en JAPAC y América Latina piensan utilizar menos el dinero en efectivo, en comparación con casi la mitad de los consumidores en América del Norte y Europa.

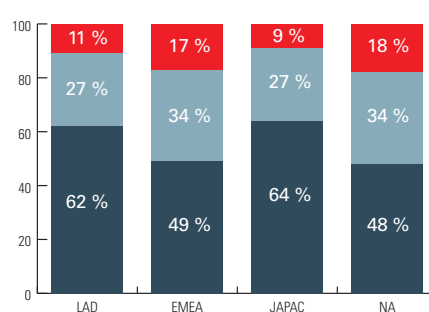
Conclusiones:

Los consumidores podrán no creer que el dinero en efectivo desaparecerá por completo para el 2022, pero solo el 14 % espera seguir usándolo, en lo personal, en la misma medida que lo hace ahora.

Voy a utilizar menos dinero en efectivo: Por edad



Voy a utilizar menos dinero en efectivo: Por región



3

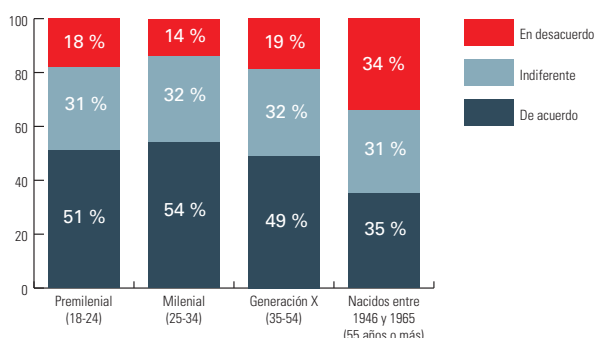
"Durante los próximos cinco años, espero usar más pagos con dispositivos móviles cuando visite un restaurante, cafetería o bar".

- **El 47 % de los consumidores de todo el mundo estuvo de acuerdo en que espera utilizar más pagos con dispositivos móviles en los próximos cinco años.** Solo el 21 % dijo que no esperaba hacer pagos con dispositivos móviles con más frecuencia.
- **Por edad:** El 35 % de la generación de 55 años o más dijo que espera utilizar los pagos con dispositivos móviles más a menudo, en comparación con el 54 % de los mileniales.
- **Por región:** En JAPAC y América Latina existe una mayor cantidad de consumidores que piensan utilizar pagos con dispositivos móviles que en América del Norte y Europa. Sin embargo, el 41 % de los europeos y el 37 % de los estadounidenses esperan utilizar más pagos con dispositivos móviles.

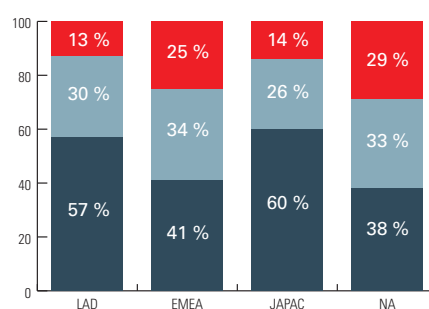
Conclusiones:

Los operadores de servicio de alimentos pueden esperar ver más pagos con dispositivos móviles y no solo de los mileniales. El 35 % de la generación de 55 años o más también espera utilizar más los pagos con dispositivos móviles.

Voy a utilizar más pagos con dispositivos móviles: Por edad



Voy a utilizar más pagos con dispositivos móviles: Por región





4

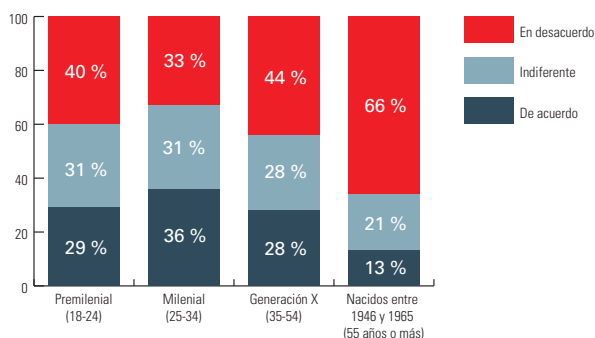
"Suelo pagar con una aplicación para teléfonos móviles o monedero digital cuando visito una cafetería o restaurante de servicio rápido".

Conclusiones:

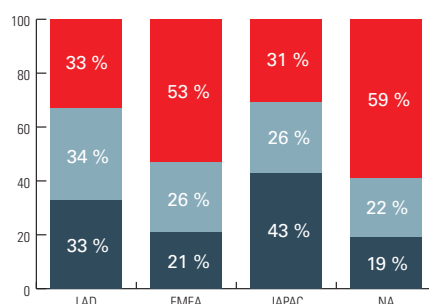
Los pagos con dispositivos móviles aún tienen mucho por crecer en el servicio de alimentos. Solo el 27 % los utiliza, mientras que un 47 % expresó que los usará más durante los próximos cinco años.

- **El 27 % de los consumidores de todo el mundo estuvo de acuerdo en que suele optar por el pago con dispositivos móviles en establecimientos de servicio de comida rápida.**
- **Por edad:** Solo el 13 % de la generación de 55 años o más expresó que actualmente usan el pago con dispositivos móviles en restaurantes de comida rápida, frente a un 36 % de los milenials.
- **Por región:** Los consumidores norteamericanos son los que menos usan actualmente los pagos con dispositivos móviles en restaurantes de comida rápida: solo el 19 %, frente a un 43 % de los consumidores en JAPAC.

Actualmente pago con dispositivos móviles: Por edad



Actualmente pago con dispositivos móviles: Por región



5

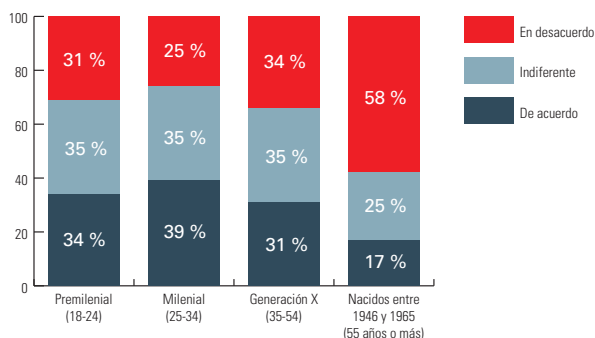
"Cuando estoy en un hotel, prefiero pagar por la comida y los artículos de retail con aplicaciones móviles o un monedero digital según sea necesario".

Conclusiones:

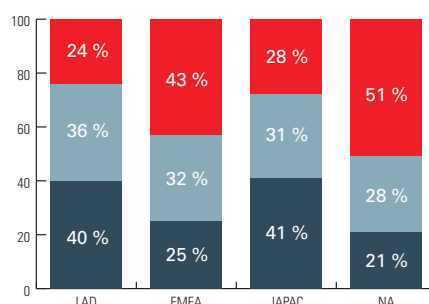
Los hoteles también están experimentando un aumento en el pago con dispositivos móviles: los clientes de 55 años o más prefieren utilizar efectivo o firmar para agregar artículos a su habitación, pero las generaciones más jóvenes prefieren los pagos con dispositivos móviles.

- **El 30 % de los consumidores de todo el mundo expresó que en los hoteles prefieren pagar por la comida y los artículos de retail a través de aplicaciones o pagos con dispositivos móviles.**
- **Por edad:** Solo el 17 % de la generación de 55 años o más expresó que actualmente usa el pago con dispositivos móviles en los hoteles, frente a un 39 % de los milenials.
- **Por región:** Los consumidores norteamericanos son, nuevamente, los menos propensos a usar los pagos con dispositivos móviles en hoteles: solo el 21 % lo hace, frente a un 41 % de los consumidores en JAPAC.

Actualmente pago con dispositivo móvil en hoteles: Por edad



Actualmente pago con dispositivo móvil en hoteles: Por región



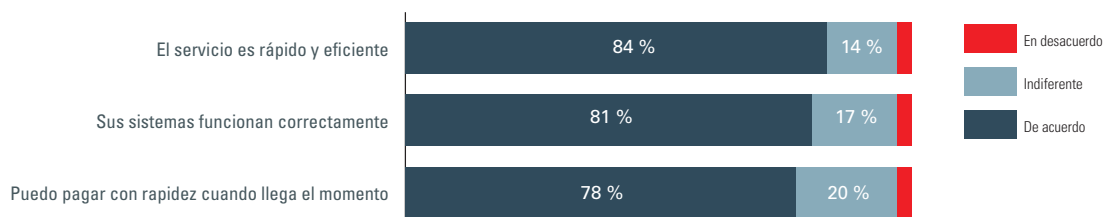


El impacto de la modernización del pago sobre la satisfacción general de los clientes



El pago es una de las máximas prioridades para los operadores de servicio de alimentos porque su efecto en el negocio va mucho más allá de los ingresos.

De hecho, ofrecer flexibilidad en el pago, con énfasis en la aceptación de pagos con dispositivos móviles, desempeña un papel fundamental en la satisfacción general de sus clientes. Esto permite asegurar que el servicio sea rápido y eficiente, algo que el 84 % de todos los consumidores afirma que es importante al momento de juzgar la experiencia culinaria. Asimismo, permite a los huéspedes pagar rápidamente cuando llega el momento, una habilidad a la que un porcentaje alto da importancia (78 %). Pero es importante recordar que el objetivo final no es solo instalar sistemas modernos de pago: lo vital es el mantenimiento de la eficacia de sus operaciones. Los operadores simplemente no pueden permitirse las interrupciones o demoras: el 81 % de los consumidores afirma que los sistemas que funcionan de forma adecuada influyen de manera significativa en la satisfacción de los clientes.



Ventajas del dinero en efectivo

- La mayoría de las personas tiene acceso a dinero en efectivo como forma de pago
- Los clientes esperan poder pagar en efectivo



Desventajas del dinero en efectivo

- Velocidad: conforme los pagos con tarjeta y dispositivos móviles se vuelven más rápidos, el efectivo se ha convertido en la opción lenta en un mundo que valora la rapidez
- La falta de personalización: el efectivo es anónimo y no ofrece oportunidades de reconocimiento
- Higiene: el manejo de la comida y el manejo del dinero tienen que mantenerse separados
- Costo: se requieren tiempo y costos considerables para realizar el corte de caja y llevar el dinero al banco
- Robo: es más fácil que ocurran fraudes con el dinero en efectivo



¿CÓMO PUEDE AYUDARLO ORACLE HOSPITALITY?

ORACLE®
Hospitality

Oracle Hospitality proporciona soluciones de punto de venta para restaurantes, hoteles, cafeterías, bares, estadios, parques temáticos, casinos y operadores de cruceros en todo el mundo. Todos los días, miles de puntos de venta en todo el planeta confían en Oracle para proporcionar la máxima flexibilidad y seguridad en los pagos. Para obtener más información, comuníquese con nosotros a OracleHosp_www@oracle.com o visite www.oracle.com/hospitality





PARA OBTENER MÁS INFORMACIÓN

Comuníquese con nosotros:

OracleHosp_ww@oracle.com

www.oracle.com/hospitality

@OracleHosp

www.facebook.com/OracleHospitality



ORACLE®
Hospitality