



## **NEW PAYMENTS INDEX - DATOS TENDENCIAS**

El nuevo informe Mastercard New Payments Index fue realizado en 18 mercados de todo el mundo. A continuación algunos datos de Colombia:

### **1. Códigos QR, biometría y criptomonedas como métodos de pago llamativos**

- El 36% de los colombianos esperan usar las criptomonedas como método de pago el próximo año.
  - Esta tendencia es liderada por boomers (48%) millennials (39%) generación X (36%) y centennials (30%)
- El 43% de los colombianos esperan usar biometría como método de pago el próximo año.
  - Esta tendencia es liderada por millennials (49%) generación Z (48%) Centennials (33%) y boomers (30%)
- El 55% de los colombianos esperan usar códigos QR como método de pago el próximo año.
  - Esta tendencia es liderada por los millennials (59%) generación X (57%) centennials (47%) y boomers (41%)
- Además, en el último año quienes han hecho mayor uso de estos, han sido los boomers en un 79% seguido por los millennials en un 61%.

### **2. La flexibilidad de opciones**

- El 78% de los colombianos comprarían en pequeñas empresas que ahora tienen presencia en línea.
  - Este tipo de preferencias se da mayormente entre los millennials (84%) generación X (72%) y centennials (62%)
- El 77% de los colombianos compraría más en pequeñas empresas si ofrecieran más opciones de pago como pagos sin contacto, compras en línea o compras por medio de una aplicación móvil.
  - Esta tendencia es liderada los millenials (81%) generación X (77%) y centennials (67%)

### **3. El acceso a los métodos de pago omnicanal ha crecido en el último año**

- El 56% de los colombianos evitan los comercios que no aceptan pagos electrónicos de ningún tipo.
  - Esta tendencia es liderada por los boomers (76%) millennials (62%) generación X (47%) y centennials (47%).

### **4. La preocupación por la seguridad es lo más importante**

- El 86% de los colombianos quiere estar seguro de que las opciones de pago que ofrece el comerciante son seguras.
  - Esta preferencia es liderada por millennials (90%) generación X (83%) y centennials (86%)

### **5. Los consumidores valoran el ahorro de tiempo y la comodidad.**

- El 63% de los colombianos dicen que ahorrar tiempo es una razón por la que probarían nuevos métodos de pago.



- La preferencia de ahorro de tiempo sobresale en los boomers (85%) generación X (73%), millennials (67%) y centennials (47%)
- El 36% de los colombianos están abiertos a compartir información con el fin de tener recomendaciones de productos personalizadas
  - La preferencia es liderada por centennials (44%) millennials (38%) boomers (30%) y generación X (22%)