



PayPass™ Momentum

PayPass™ es una innovadora aplicación de pago “sin contacto” que proporciona a los consumidores una alternativa rápida y conveniente al dinero en efectivo para sus pequeñas compras diarias, y que puede ser añadida a cualquier cuenta MasterCard® o Maestro®. Los consumidores simplemente acercan su tarjeta o dispositivo con capacidad de *PayPass* (como un llavero optimizado con una etiqueta de precio) a un lector especialmente equipado del comercio participante y así eliminan la necesidad de hurgar en su cartera en busca de dinero y monedas, de deslizar la tarjeta por una ranura de la terminal o entregársela a un empleado. No se exige firmar un recibo para una compra *PayPass* de US\$50 o menos (o el equivalente en moneda local) en todas las regiones, excepto Europa o países que tienen límites previamente aprobados de *PayPass*, lo cual acelera aún más las transacciones de los clientes. *PayPass* también permite mantener los registros de compras más fácilmente que con el dinero en efectivo y resulta ideal para los entornos de pagos rápidos donde la velocidad es esencial, como los restaurantes de servicio rápido, estaciones de gasolina, farmacias, máquinas expendedoras, cines, sistemas de transporte y centros deportivos.

PayPass continúa generando una inmensa popularidad a escala mundial

Para el 3er Trim. del 2009 había más de 61 millones de tarjetas y dispositivos *PayPass* en más de 153,000 comercios de todo el mundo. Las emisiones han aumentado considerablemente – a más del doble durante el año pasado.

Actualmente se llevan a cabo un número de pruebas e implementaciones de *PayPass* en 32 países, incluyendo a Australia, Canadá, China, la República Checa, Francia, Alemania, Hungría, la India, Indonesia, Italia, Japón, Corea, el Líbano, Malasia, México, Mongolia, Noruega, las Filipinas, Polonia, Rumania, Rusia, Serbia, Eslovaquia, España, Suiza, Taiwán, Tailandia, Turquía, los Emiratos Árabes Unidos, el Reino Unido y los Estados Unidos.

PayPass cumple con la preferencia de los consumidores de los pagos electrónicos, la velocidad y la conveniencia

De acuerdo con la Encuesta del Uso Global de Dinero en Efectivo, encargada por MasterCard y efectuada por KRC Research en el 2007, los resultados de los 13 países entrevistados revelan que los consumidores a escala mundial usan actualmente menos dinero en efectivo que hace cinco años o más.

- La mayoría de los entrevistados (56%) cree que algún día el mundo se convertirá una sociedad sin dinero en efectivo donde las tarjetas de crédito y débito reemplazarán el dinero en efectivo y los cheques como medios de pagos
- El 75% de los entrevistados cree que ya no es necesario tener mucho dinero a mano
- Dos terceras partes de los entrevistados (66%) usan el dinero en efectivo con menor frecuencia de lo que lo hacían hace cinco años o más
- Solamente una quinta parte de los consumidores (21%) está dispuesta a esperar en fila por más de 10 minutos para hacer una compra de menos de \$25

Los resultados de estas encuestas también indican que la preferencia del consumidor está impulsando el crecimiento y el uso de *PayPass* a escala global.

- Aproximadamente la mitad de los entrevistados (49%) está dispuesta a usar una tarjeta sin contacto si el emisor se la provee
- El 47% de esos dispuestos a usar una tarjeta sin contacto citan la conveniencia como el mayor beneficio
- Además de la conveniencia, los consumidores aprecian la seguridad, la velocidad y la facilidad de uso de la tecnología sin contacto
- Las mujeres son las más motivadas a usar los pagos sin contacto para no tener que llevar dinero en efectivo

Un Estudio Comparativo de MasterCard *PayPass* del 2008 reveló que la mayoría de los usuarios de *PayPass* están satisfechos con sus tarjetas y que los comerciantes se están beneficiando de un mayor uso de *PayPass* por parte de los usuarios:

- El 94% de los usuarios de *PayPass* están “muy satisfechos” o “satisfechos” con sus tarjetas y el 90% dice que *PayPass* “excede” o “cumple” con sus expectativas
- El 95% de los consumidores afirman que usarán *PayPass* “con mayor frecuencia” o “con igual frecuencia” en el futuro
- De los usuarios que están conscientes de la funcionalidad de *PayPass* en sus tarjetas, el 77% dijo que la usan como su tarjeta primaria
- De los consumidores que usan *PayPass*, el 14% dijo que decidieron comprar en un nuevo comercio debido a que tenían *PayPass*
- De los consumidores que usan *PayPass* y que visitaron nuevos comercios, una mayoría ha comprado en supermercados, farmacias y restaurantes de servicio rápido.

Desde la disponibilidad de *PayPass* en diciembre del 2002 y su primera implementación en el 2003, MasterCard ha contemplado una considerable popularidad que sigue en aumento a medida que continúa el cambio secular global de los pagos basados en papel a los pagos electrónicos.

Popularidad de MasterCard *PayPass* hasta la fecha

2009

El elemento móvil está avanzando como un factor de forma clave para *PayPass* a medida que los consumidores usan sus dispositivos móviles para mucho más que las telecomunicaciones. Los comerciantes están también aumentando la aceptación de los pagos sin contacto. A medida que *PayPass* continúa dejando su huella en el mundo, MasterCard sigue obteniendo reconocimiento y galardones importantes de la industria.

- MasterCard fue reconocida por su éxito en los pagos sin contactos como “Compañía del Año” de Frost & Sullivan por su desempeño global de *PayPass*. Reconocida por su innovación y excelencia incomparable dentro del mercado mundial de pagos de tarjeta inteligente sin contacto, la fortaleza del desarrollo de negocio, la estrategia competitiva, la satisfacción del cliente y el liderazgo de MasterCard le ganaron este honor a la compañía.
- Barclaycard and Orange anunciaron recientemente una asociación estratégica para permitirles a los clientes usar sus teléfonos móviles para pagar por mercancía y servicios en comercios minoristas con tan sólo acercar sus teléfonos a un lector, la cual está dirigida a una base de 28 millones de consumidores en el Reino Unido. MasterCard proporcionará los recursos de pagos para las transacciones sin contacto.
- MasterCard, Akbank y Turkcell anunciaron uno de los primeros programas pilotos de pagos móviles en Turquía y otros lugares de Europa. Todas las transacciones, que pueden efectuarse con las tarjetas de crédito Axess *PayPass* de Akbank, se llevan a cabo a través de los teléfonos GSM con líneas de Turkcell que cuentan con la tecnología MasterCard *PayPass*. La aplicación abreviará considerablemente el tiempo de realizar las transacciones, ya que no se requieren códigos de números de identificación personal (PIN) ni firmas para los pagos por debajo del límite total de 35 liras turcas.
- Los resultados de la prueba de Canada NFC con Bell Mobility fueron considerados exitosos. MasterCard

trabajó con Bell Mobility para lanzar los teléfonos móviles con capacidad de Near Field Communication (NFC) con la funcionalidad de pago de PayPass para los suscriptores de Bell. El contrato fue anunciado a mediados del 2008 y fue una prueba cerrada. Durante la prueba los suscriptores pudieron hacer compras seguras con sus teléfonos en cualquier lugar de Canadá donde aceptaban *PayPass*.

- MasterCard y el líder minorista global Carrefour anunciaron el lanzamiento de la tarjeta *PASS MasterCard* como resultado de una asociación diseñada para ofrecerles a los consumidores franceses lo último en los pagos de tarjetas ‘mejores de su clase’. La nueva tarjeta fue implementada en Francia en febrero del 2009 por Société des Paiements *PASS*, la filial de servicios financieros de Carrefour.
- Los comerciantes que han implementado la aceptación de *PayPass* en este año 2009 han expresado su satisfacción hasta la fecha:
 - Norfolk International Airport: “Después de largos viajes en avión, los pasajeros están ansiosos por llegar a su destino final”, dijo Wayne E. Shank, subdirector ejecutivo del Norfolk International Airport. “La aceptación de MasterCard *PayPass* en los carriles de salida del estacionamiento del aeropuerto los ayuda a salir con gran rapidez al proporcionarles una opción de pago que promete una mayor velocidad y conveniencia”. (Comunicado de prensa)
 - Whataburger: “Para los clientes regulares de nuestra ciudad y los viajeros que con frecuencia llegan de improviso a nuestros restaurantes, MasterCard *PayPass* proporciona una forma rápida y más conveniente de pagar por sus comidas”, dijo Karen Bird, directora de información de Whataburger.
 - Sports Authority: “Además de los últimos artículos, equipos y ropa deportiva, nos esforzamos en brindarles a nuestros clientes los mejores servicios y ventajas posibles”, dijo Tom McVey, vicepresidente principal de Operaciones de la Tienda de Sports Authority. “La aceptación de MasterCard *PayPass* nos ayudará a mantener las filas de pago más cortas para que los clientes pasen menos tiempo esperando en el momento de hacer sus compras”. (Comunicado de prensa)
 - Circle K: De acuerdo con Bryan Ritenour: “Nuestros compradores, que casi siempre están ‘de prisa’, disfrutarán de la velocidad, conveniencia y filas de pagar más cortas que resultan cuando ellos usan la tecnología *Tap to Pay* de MasterCard *PayPass*, en vez de perder tiempo buscando dinero y monedas en el momento de pagar”. (Comunicado de prensa)
 - Compass Group: “Nuestras cafeterías en el sitio tienen que atender generalmente grupos grandes de personas a la hora del almuerzo y nuestros operadores necesitan aprovechar bien la tecnología para aumentar al máximo la velocidad del servicio con el fin de que nuestros clientes disfruten la experiencia de comer en este lugar”, dijo Rob Watkins, CIO de Compass Group North America. “Al expandir las opciones de pagos para incluir MasterCard *PayPass*, podemos ofrecer no sólo conveniencia sino también la tranquilidad de usar un sistema seguro”. (Comunicado de prensa)
 - Hess: “Nuestros clientes están siempre buscando una mayor velocidad, seguridad y conveniencia en los sitios de Hess y con mayor frecuencia prefieren las formas electrónicas de pagos en vez del dinero en efectivo”, dijo Rick Lawlor, vicepresidente de Ventas y Mercadeo Minorista de Hess Corporation. “La aceptación de MasterCard *PayPass* significa que podemos cumplir con las necesidades de nuestros clientes y continuar mejorando sus experiencias, lo cual constituye la Forma de Actuar de Hess”. (Comunicado de prensa)
 - Tim Hortons: “Siempre estamos trabajando para hacer nuestro servicio más rápido y que las visitas a nuestros sitios sean más convenientes para los clientes”, dijo David Clanachan, principal jefe de operaciones (COO) de Tim Hortons Inc. en los EE.UU. y a nivel internacional. “Después de ver la forma en que MasterCard *PayPass* ha ayudado a incrementar el rendimiento y las reacciones positivas de nuestros clientes, queríamos expandir esa conveniencia y flexibilidad de pago a nuestros millones de clientes en los EE.UU.” (Comunicado de prensa)
 - Manchester City Football Club: La tecnología “ayudará a disminuir el tiempo de espera en fila y

permitirá a los fanáticos sentarse a tiempo para el juego”. (*Contactless News*)

2008

La validación de *PayPass* es cada vez mayor y sigue aumentando a medida que continúa la aceptación en los comercios minoristas, el sistema del tránsito y los estadios deportivos alrededor del mundo, incrementando los beneficios de la tecnología Tap & Go.

- Se han iniciado más pruebas móviles alrededor del mundo
 - ING lanzó la prueba móvil NFC Maestro *PayPass* en Rumania
 - Bell Mobility NFC realizó pruebas móviles en Canadá
 - U.S. Bank, MasterCard Worldwide y Nokia anunciaron el lanzamiento de un programa piloto de pagos móviles en Spokane, Washington
 - MasterCard, Garanti Bank y Turkcell anunciaron un programa piloto de billetera móvil en Turquía
- El sector del tránsito continúa beneficiándose de la velocidad y la conveniencia de *PayPass*
 - RATP está trabajando para mejorar la velocidad del acceso al tránsito en París con *PayPass*
 - Los autobuses de Liverpool aceptan *PayPass*
 - Los taxis de Londres aceptan *PayPass*
 - Taiwan MoneyCard lanzó oficialmente *PayPass* para el Sistema de Tránsito Rápido Masivo de Kaohsiung
 - Authority y NJ Transit anunciaron la prueba piloto que permitirá a los clientes usar MasterCard *PayPass* y otras tarjetas y dispositivos sin contacto para pagar por sus boletos del tránsito
- Las tarjetas prepagadas también incorporaron la tecnología sin contacto *PayPass*
 - Delta City y Banca Intesa vendieron tarjetas de regalos recargables con *PayPass* en Serbia
 - Poste Italiane ofreció tarjetas de bienestar social con la funcionalidad de *PayPass*
 - MBNA y el Club de Fútbol de la Ciudad de Manchester lanzaron el primer programa piloto de Europa para emitir boletos de la temporada con MasterCard Prepaid recargable con la tarjeta sin contacto *PayPass*
- Los comercios minoristas alrededor del mundo se beneficiaron de las ventajas de hacer más rápido el proceso de pagos de los clientes con menos tiempo de espera en fila y *PayPass* fue aceptada en las tiendas New York & Company, los sitios de Faber Coe & Gregg en los EE.UU., las tiendas Sobeys en Canadá, Staples, Bureau en Gros, Rite Aid, Paradies Shops
 - Los testimonios de los comerciantes en respaldo de *PayPass* incluyeron:
 - Paradies Shops: "Después de instalar los lectores MasterCard PayPass comenzamos de inmediato a recibir comentarios muy positivos de nuestros clientes sobre las ventajas de no tener que entregarle su tarjeta de pago a un empleado y sobre la mayor rapidez a la hora de pagar cuando los pagos se hacen con PayPass", dijo John O'Hare, Director Administrativo de Tecnología de la Información (TI) de The Paradies Shops. "Como una compañía que somos, hemos visto que los clientes están usando más tarjetas de pagos como un método de pago en vez de dinero en efectivo, y como resultado nuestro promedio de ventas ha aumentado, ya que los clientes no dependen solamente del dinero en efectivo que tienen a mano a la hora de hacer sus compras" añadió O'Hare.
 - Los autobuses Stagecoach de Liverpool: "Este nuevo e innovador sistema hará los viajes en autobús más rápidos y más convenientes para miles de personas que viajan a diario en Liverpool y ayudará a atraer a los usuarios de autos hacia un sistema de transporte público que resulta más sostenible. (Comunicado de prensa, 20/10/08)
 - El Club de Fútbol de la Ciudad de Manchester: La tecnología "ayudará a disminuir el tiempo de espera en fila y permitirá a los fanáticos llegar a sus asientos a tiempo para el juego". (*Contactless News*, 11/03/08)

2007

Para finales del 2007 había 20 millones de dispositivos MasterCard *PayPass* en circulación a escala global, que fueron aceptados por 80,000 comerciantes en 20 países. Esto fue un logro importante para *PayPass* a medida que los pagos electrónicos continuaron aumentando alrededor del mundo.

Los pagos móviles *PayPass* comenzaron a tener popularidad fuera de los EE.UU. como un nuevo factor de forma

- *PayPass* MasterCard, en colaboración con SoftBank Mobile Corp., Orient Corp., Samsung Electronics Co., Ltd, Gemalto y Hitachi Ltd., anunciaron planes de lanzar una plataforma de pagos móviles con capacidad de Near Field Communication (NFC) en Japón
- Taiwan Mobile y Taipei Fubon Bank iniciaron el lanzamiento de MasterCard *PayPass* en teléfonos móviles
- MasterCard y GSMA comenzaron un programa piloto de Transferencias de Dinero Móviles Internacionales
- BS realizó pruebas de Maestro *PayPass* en el Reino Unido.
- DnB NOR y Telenor, representadas por Telenor Nordic y Telenor Research and Innovation en Noruega, trabajaron con MasterCard para ofrecer la funcionalidad móvil *PayPass*

Los restaurantes de servicio rápido, las máquinas expendedoras y las estaciones de gasolina siguen siendo comercios verticales claves para aumentar la aceptación de *PayPass* alrededor del mundo

- McDonald's en Polonia comenzó a aceptar *PayPass*
- Los restaurantes KFC a través de Malasia comenzaron a aceptar *PayPass*
- USA Technologies y Canteen Vending añadieron la aceptación de *PayPass*
- BP añadió la aceptación de *PayPass* en todas sus tiendas minoristas
- Taco Bell realizó pruebas de *PayPass* en sus restaurantes

Otros categorías de comercios comenzaron a implementar la aceptación de *PayPass* para mejorar la experiencia para los tarjetahabientes y continuaron expresando su satisfacción con *PayPass*

- La tarjeta de crédito Lufthansa Miles & More en Alemania permitió a sus clientes beneficiarse de la innovadora tecnología *PayPass* para los pagos sin contacto
- En los EE.UU., ShopRite, Office Depot, Einstein Bagels y Tully's Coffee anunciaron la aceptación de *PayPass*
- Meijer Inc.: "La semilla ha germinado", dijo Andrea Brandt, gerente de servicios financieros de Meijer inc., quien ha aceptado y emitido tarjetas de pagos desde el 2005. Basándose en la experiencia de 15,000 terminales de pagos sin contacto en 181 tiendas, Brandt reportó un aumento en sus ventas mensuales del 44% de las transacciones efectuadas por los clientes que pagan con tarjetas sin contacto.
- Tim Hortons: "Era muy importante para nosotros implementar una tecnología que iba a ser rápida, especialmente en nuestras ventanillas de servicios a clientes en autos, donde hacemos un negocio sumamente rápido", dijo un vocero de Tim Hortons. Desde la implementación de *PayPass*, las transacciones de Tim Hortons se hacen con mayor rapidez (no se proporcionaron datos específicos). "Las personas no tienen que perder tiempo buscando dinero y monedas". (Card Technology, 01/10/07)
- Boston Culinary Group en el Dolphin Stadium: "Generalmente, los fanáticos de hockey disponen de media hora antes del juego y de dos recesos de 15 minutos cada uno. Solamente dispongo de una hora para hacer mi negocio". Ellos calculan que los nuevos dispositivos acelerarán el servicio al menos en un 25 por ciento. (South Florida Sun-Sentinel, 9/10/07)
- Xcel Energy Center: En promedio, las tarjetas van a lograr un ahorro de tiempo de 30 segundos en cada transacción que generalmente conllevaría tener que hurgar en la cartera para buscar dinero en efectivo y cambio, dijo Kathy Ross, gerente de relaciones públicas de Xcel Energy Center". Estamos buscando cualquier cosa que ayude a las personas a agilizar el proceso y regresar a tiempo a sus asientos para no perderse ni un minuto de la acción", dijo Ross. (Star Tribune 23/04/07)

2006

La popularidad cada vez mayor de MasterCard fuera de los EE.UU. ayudó a impulsar el crecimiento líder de la compañía en la industria, que fue reconocido con el “Premio del Liderazgo de Penetración del Mercado” de Frost & Sullivan en el 2006 y el reconocimiento de Art Kranzley por parte de *Card Technology* como el “Visionario del Año”.

Para finales de año, *PayPass* había sido implementado en los Estados Unidos, Canadá, el Reino Unido, Japón, Turquía, Corea, el Líbano, Malasia, México, Taiwán, las Filipinas, Sudáfrica, Australia y Francia.

En los EE.UU., MasterCard trabajó estrechamente con USA Technologies para realizar pruebas e implementaciones para la aceptación de *PayPass* en las casetas de peaje y en las máquinas expendedoras, incluyendo aquellas con Cadbury Schweppes y Coca-Cola Bottling Company

- Los estadios continúan contemplando los beneficios de *PayPass*
- Nueve equipos de la Liga Mayor de Béisbol aceptan *PayPass* en los puestos de ventas del estadio
- Aceptación en el estadio Soldier Field de NFL Chicago Bears

Se implementaron nuevos factores de forma para *PayPass*

- La pulsera de *PayPass* fue probada en el Giants Stadium por cortesía de MasterCard
- Se llevan a cabo programas pilotos de teléfonos NFC con Cingular, Nokia y Citigroup en New York, y con Nokia y 7Eleven en Dallas, mientras que MasterCard y G&D lanzaron la primera solución de personalización segura a través del aire a escala completa, a nivel mundial, para los pagos móviles sin contacto
- El primer reloj *PayPass* fue lanzado con ChinaTrust como compañero de crédito – la tecnología en un prestigioso Premio OSCARDS del 2006
- Taipei Fubon Bank lanzó el primer llavero tri-dimensional MasterCard *PayPass* del mundo para la Copa Mundial FIFA™ del 2006

El tránsito continuó siendo un área de enfoque clave para *PayPass*

- Comenzó la aceptación en los taxis y las casetas de peaje en los EE.UU.
- MTA, Citigroup y MasterCard realizaron pruebas de *PayPass* en selectas estaciones del tren subterráneo
- Aceptación de *PayPass* en el servicio de carreteras públicas y áreas de descanso en Taiwán en colaboración con Nan Ren Hu Corporation

MasterCard continuó siendo el líder de la industria en la tecnología sin contacto con la primera solución sin contacto EMV de interfaz doble, aceptada internacionalmente, lanzada en Malasia.

- Los testimonios de los comerciantes reflejaron su satisfacción con *PayPass*
- Sheetz, Inc.: El Sr. [Rich] Steckroth, [gerente de desarrollo de nuevos negocios de Sheetz Inc.,] dijo que Sheetz decidió aceptar las tarjetas sin contacto con el fin de acelerar las transacciones y dejar libres los espacios de estacionamiento. Los pequeños supermercados necesitan agilizar la entrada y salida de los clientes con la mayor rapidez, dijo Steckroth. "Si el lote de estacionamiento está lleno, la persona pasará en su auto para ver si hay un espacio libre, por lo cual si podemos brindárselo, eso es algo bueno para el negocio. El ahorro de tiempo – aproximadamente ocho segundos por transacción – resulta de la ventaja de que el consumidor no tenga que sacar tarjetas de su billetera ni volverlas a guardar, ni firmar recibos". (American Banker, 14/03/06)
- Baltimore Ravens Stadium: En el Estadio M&T Bank, de 70,000 asientos, el hogar del equipo de fútbol Baltimore Ravens, los tarjetahabientes están pasando más tiempo en los puestos de ventas. El estadio comenzó a aceptar las tarjetas de débito, de crédito y sin contacto durante la última temporada y la cantidad de dinero que los fanáticos gastan en alimentos y bebidas aumentó en un 10%. (American Banker, 14/03/06)

2005

MasterCard obtuvo reconocimiento global por sus logros innovadores con *PayPass*. La áreas verticales claves – particularmente aquellas donde la velocidad es esencial – comenzaron a contemplar los beneficios de aceptar la tecnología de pagos sin contacto.

La percepción de *PayPass* comenzó a desarrollarse a través de anuncios e implementaciones en nuevos entornos de comerciantes

- También fue lanzada la primera transmisión de una campaña “Priceless” en respaldo de *PayPass* mostrando la aceptación en un restaurante McDonald’s
- Los estadios de fútbol y los programas de recompensas comenzaron a beneficiarse de *PayPass* – la tecnología fue incorporada en los programas de crédito de Extra Puntos de MBNA Seahawks y MBNA Ravens con implementaciones de aceptación en sus estadios
- Para respaldar la percepción de *PayPass* el legendario jugador de la NFL Troy Aikman “pagó” con *PayPass* y después “repartió” almuerzos entre los miembros del Madison Square Boys and Girls Club en un restaurante McDonald’s situado en el centro de Manhattan
- La primera tarjeta Combi Chip MasterCard OneSmart™ *PayPass*™ es implementada como parte del proyecto de transporte de boleto electrónico de Kaohsiung City Government (KCG) en el sur de Taiwán
- MasterCard y USA Technologies comenzaron a trabajar juntas para proporcionar una opción de pago más rápida y más conveniente para usarla en las máquinas expendedoras

MasterCard recibió reconocimiento por sus innovaciones e implementaciones de *PayPass*

- La tarjeta Combi MasterCard OneSmart *PayPass* – La Tarjeta TaiwanMoney usada para boletos del tránsito en siete ciudades del sur de Taiwán con una aplicación sin contacto – obtuvo el primer lugar en la competencia de transporte de la Ceremonia Anual de Premios Sesames celebrada en CARTES, la feria internacional de tarjetas inteligentes en París
- MasterCard OneSmart™ *PayPass*™ fue reconocida como el producto de pago más innovador lanzado en el 2004 por la European Payments Consulting Association (EPCA) y los European Card Review Innovation Awards

Los pequeños supermercados y estaciones de gasolina de los EE.UU. y Canadá aceptaron *PayPass*

- Citi Cards Canada y Petro-Canada, La Estación de Gasolina de Canadá, lanzaron la primera tecnología *PayPass* en Canadá
- Los pequeños supermercados y bombas de gasolina en Wawa, tiendas 7-Eleven y sitios de Sheetz en los EE.UU. comenzaron a aceptar *PayPass*
- El piloto de *PayPass* fue lanzado en Japón con Pocket Card e Itochu Enex
- Meijer Stores, la cadena de súper centros de los EE.UU., aceptó *PayPass* en todos sus comercios incluyendo bombas de gasolina; y también decidió lanzar la tarjeta Meijer Platinum MasterCard® con capacidad de *PayPass* emitida por GE Money
- La cadena de farmacias Reade comenzó a aceptar *PayPass* en todos sus sitios

Los bancos alrededor del mundo continuaron implementando tecnología sin contacto para productos de débito y crédito

- El llavero Citibank Debit MasterCard *PayPass*™ fue lanzado en NY para los clientes de Citibank
- Chase implementó los programas de tarjetas de crédito sin contacto – llamados “blink” – a través de las ciudades de los EE.UU.
- MBNA comenzó a emitir tarjetas de crédito con la tecnología de pagos sin contacto *PayPass* a sus clientes nuevos y actuales en Atlanta
- HSBC Bank USA se convirtió en el primer banco en emitir nuevamente y por completo sus tarjetas de débito para incluir *PayPass* mientras que KeyBank fue el primer banco en los EE.UU. que ofreció a sus clientes las tarjetas de débito *PayPass*

2004

PayPass desarrolló una gran popularidad con implementaciones globales y una mayor aceptación de comercios importantes.

- McDonald's comenzó a aceptar *PayPass* en selectos restaurantes McDonald's en los EE.UU.
- Bank of the Philippines Islands realizó programas pilotos *PayPass* – el primer banco del sureste de Asia en implementar las pruebas
- Lanzamiento de OneSmart *PayPass* – la primera solución EMV sin contacto de interfaz doble de la industria
- Prueba móvil de Motorola NFC
- People's Trust Company of Vancouver y Mint Technology Corp. of Toronto comenzaron a emitir tarjetas con capacidad de *PayPass* en Canadá como parte de un programa piloto
- Orient Corporation lanzó un programa piloto *PayPass* en Japón

2003

Pruebas de MasterCard *PayPass* en Orlando y Dallas.

Los objetivos de MasterCard en las pruebas fueron los de probar la aplicación de pagos sin contacto del mundo real – específicamente para garantizar que la fiabilidad operacional lograda en las pruebas efectuadas en sus oficinas principales pudiera ser lograda a mayor escala con una variedad de terminales en el punto de venta. MasterCard también se propuso entender mejor la conducta del tarjetahabiente actual y la experiencia minorista asociada con los pagos sin contacto. MasterCard observó una clara evidencia de que los consumidores estaban usando sus tarjetas *PayPass* en situaciones de compras donde anteriormente hubieran usado el dinero en efectivo.

- En Orlando, MasterCard trabajó con Chase, Citibank y MBNA, en más de 60 sitios minoristas y 16,000 tarjetahabientes que usaron *PayPass* en un factor de forma de una tarjeta tradicional.
- MasterCard también realizó una prueba de *PayPass* en Dallas, Texas, donde MasterCard trabajó con Nokia para incorporar MasterCard *PayPass* en los teléfonos móviles. Los resultados de la prueba de Dallas reportaron una vez más la velocidad y conveniencia como los principales beneficios.

2002

MasterCard lanza *PayPass*.

En diciembre, MasterCard anunció la disponibilidad de MasterCard *PayPass*TM, un nuevo programa de pagos “sin contacto” que proporcionó a los consumidores una forma rápida y conveniente de pagar por sus compras pequeñas.