

2020, un año marcado por la pandemia reflejado en el uso de emojis, según Verse

Los pagos a través del móvil se acompañaron de mensajes con emoticonos que siguieron la evolución de la crisis del Covid-19 durante todo el año

El uso de emojis como idioma universal continúa afianzándose año tras año. 2020 no ha sido una excepción y la influencia de la pandemia ha impactado directamente en su consolidación. De hecho, esta tendencia no solo se ve reflejada en las redes sociales habituales, sino también en aplicaciones para compartir pagos.

Así lo recoge un reciente estudio de Verse, la app para compartir pagos entre amigos y familiares a través del móvil y la única con un feed social que permite el uso de emojis libremente para convertir los pagos instantáneos en una experiencia divertida. Verse revela cómo ha influido la pandemia en nuestros hábitos de consumo, puesto que la app solo permite el uso de emoticonos en mensajes para acompañar pagos lo que evidencia cuáles han sido los más utilizados este año 2020 marcado por la crisis del Covid-19.

Entre los más de 1,2 millones de usuarios de la app, los más activos en el uso de emojis han sido las audiencias más jóvenes. Millennials y Generación Z lideran la tabla, siendo la jarra de cerveza el icono más utilizado este 2020 por ambos públicos. Por su parte, los mayores de 35 optaron por el paquete de regalo como su emoji preferido y continúan incorporando año tras año el uso de emoticonos para acompañar sus mensajes a través de dispositivos móviles.

La prevención y la desescalada también reflejadas en emojis

Tras el fin del confinamiento, los usuarios de Verse dispararon el uso de emojis relacionados con aspectos de prevención. El aumento en los meses de abril, mayo y junio de iconos de virus o de caras protegidas con mascarilla revela la concienciación de los usuarios con la pandemia.

El uso de emoticonos relacionados con la bebida, tanto cerveza como vino, aumentó de forma relevante coincidiendo con el acopio de bebidas alcohólicas en el carro de la compra durante los meses de confinamiento.

Asimismo, durante las diferentes fases de desescalada se reflejó un aumento de los emojis de ocio. Los iconos con referencias al baile y las copas fueron los más utilizadas desde junio a septiembre, junto a los referentes a gastronomía coincidiendo con la relajación de las restricciones en hostelería y salas nocturnas.

Black Friday y Ciber Monday, claves en la recta final de año

Tras el inicio de la segunda ola de la pandemia en otoño y las nuevas restricciones en la restauración, los emojis relativos a gastronomía y ocio desaparecieron. En su lugar aumentó el uso del paquete de

regalo acompañando periodos tradicionalmente intensos de compras como el Black Friday, el Ciber Monday o el periodo prenavideño.

Menor actividad nocturna, pero de mayor volumen

El estudio de Verse también refleja un cambio de patrón en la conducta de los usuarios a la hora de hacer frente a sus pagos vía móvil. La crisis del Covid-19 y el inicio del confinamiento redujo no solo los pagos durante los meses de primavera, sino también la actividad nocturna a partir de mayo con un descenso del 60% respecto al número de transferencias antes de la pandemia.

Pese al descenso en el número de pagos a través de la app, el volumen medio de transferencia aumentó un 73% de marzo a mayo. El gasto medio más alto corresponde a los mayores de 50 años con un ticket medio de 28€ por pago, mientras que el más bajo corresponde a los usuarios de entre 18 y 24 años que mantuvieron una media de 7€. Los millennials por su parte alcanzaron un ticket medio de entre 13€ y 15€, y se consolidaron como el colectivo que mayor número de pagos realizaron, con una media de 2,2 a la semana.

Consciente del adverso contexto económico actual para negocios y usuarios, Verse ha puesto en marcha durante estas fiestas una campaña de incentivo para ayudar a comercios locales de toda España. La misma estará activa hasta el próximo 15 de enero y premiará tanto a usuarios de la app, como a negocios, con un incentivo económico para ambos por cada transacción a través del sistema de pago directo con QR.

Datos de contacto:

Ana Navarrina Tejero
609580452

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Comunicación Marketing E-Commerce](#) [Dispositivos móviles](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>