

## REDES

# Códigos QR, lo que pudo ser y no fue

J.M.SÁNCHEZ / MADRID

Día 12/05/2013 - 16.45h

El uso de esta tecnología es escasa entre los usuarios mientras las empresas la incorporan para dar sensación de modernidad



EFE

## Código QR colocado en la plaza de Callao de Madrid / Mira en el vídeo cómo funciona el código QR

Una serie de puntitos que forma un cuadro negro sobre blanco muestra información, como por arte de magia, en un dispositivo móvil. La tecnología no es nueva. La patente de los códigos de barras se registró en 1952, aunque no fue hasta los años ochenta cuando **tuvo un importante éxito comercial** que le ha llevado a trabajar en millones de envases de los productos que utilizamos diariamente.

Pero aparecieron los códigos QR, un módulo para almacenar información por un código de barras bidimensional. Sinónimo de vanguardia e innovación, su uso real es excesivamente bajo. Pocos son los usuarios que sacan de sus bolsillos su «smartphone» para realizar un escaneo, una «acción antinatural», según **Enrique Dans**, profesor de Sistemas de Información en IE Business School.

Aquellos módulos, ideados en 1994 por la nipona **Denso Wave**, cuya filosofía era el almacenamiento de mayor información con respecto a los códigos de barras tradicionales. Con moderado éxito en la puesta en práctica en la industria, los avances en telefonía móvil permitieron que se desarrollara una corriente entre agencias de marketing y las empresas, que palpaban una oportunidad para utilizar estos códigos para conectar el mundo físico con la Red.

De hecho, el 84% de las empresas españolas que han utilizado en alguna ocasión códigos QR reconoce que han presentado proyectos incorporando esta tecnología con el objeto de «crear una sensación de vanguardia», según datos de Selenus, consulta especializada en social media. **El 52.9% asegura que lo utilizará en sus próximas campañas publicitarias**, pero de cara al usuario lo cierto es que su uso es más bien escaso.

«Se usa poquito, se intenta usar mucho para dar apariencia de modernidad, pero el nivel de redención es muy bajo. Poca gente escanea códigos QR y si lo haces es porque ofrecen una promoción porque tan solo para acceder a una página. La propia acción de escaneo de un código QR lo hace un usuario friki, pero el usuario medio no sabe qué hacer con él», explica Dans.

Administraciones públicas e instituciones turísticas han venido adaptando en los últimos años a sus folletos informativos esta tecnología con el objeto de promocionar el turismo y realizar, entre otras acciones, visitas virtuales. Hasta ha tenido su aplicación más allá de la vida. Cementerios de Barcelona lanzó en 2012 un servicio que permite incorporar a las lápidas tradicionales un código de barras bidimensional, un código QR, para que cualquier usuario pueda descargarse **información del difunto a través de un dispositivo móvil de forma gratuita**, conociendo su biografía a través de texto e imágenes.

En museos, su influencia parece cobrar fuerza, situándose España como uno de los países donde más códigos QR se leen del mundo -el 21% de la población lo ha hecho-, seguido de EE.UU. aunque, sólo un 1.3% de las instituciones ha hecho uso de códigos bidimensionales, según datos de Mediamusea, proyecto cultural que analiza la difusión de la web 2.0. en la cultura.

«En general, su uso es bajo. Hay un factor añadido de qué es un código QR. Existe un desconocimiento general. Eso hace que, al final, las marcas no lo anuncien bien, aunque actualmente está creciendo un poco y los resultados no son malos», señala **Juan Merodio**, consultor y experto en marketing digital.

Una de las principales quejas por parte de los expertos para justificar su falta de uso es que las empresas que incorporan a sus estrategia de promoción códigos QR es que estos, normalmente, no aportan información adicional, sino en la mayoría de veces un enlace de una página **web o un vídeo publicado en YouTube**. Ejemplo de ello es que el Ayuntamiento de Barcelona ha lanzado esta semana la aplicación para teléfonos inteligentes MercatsBCN, que ofrece información sobre los 43 mercados

municipales, que se podrá descargar mediante el código **QR que hay en todos los mercados y en las tiendas de aplicaciones de Apple y Android.**

### ¿Qué es un código QR?

Se trata de un sistema que permite almacenar información en una matriz de puntos negros y blancos o un código de barras bidimensional.

### ¿Para qué sirven?

Puede contener numerosos tipos de información, como una URL, SMS, email, texto, desde un enlace con material audiovisual, una página web o información adicional, información de contactos, un número de teléfono o, incluso, la localización en un mapa sobre la ubicación de una empresa.

### ¿Cómo se usa?

Gracias a un dispositivo móvil se puede recuperar la información cifrada en este código QR. Para poder hacerlo tan solo hay que descargarse una aplicación para escanear código QR como QR Droid, el de mayor éxito en la plataforma Android, y apuntar con la cámara hacia el mismo panel de código QR. Una vez escaneado, automáticamente aparecerá los datos que contiene. Como recomendación, no hace falta enfocar ni hacer una fotografía con la cámara.

---

Compartir

190

[Imprimir](#)



[Añadir comentario](#)



La actualización en tiempo real está **habilitada**. [\(Pausar\)](#)

[Mostrando 0 comentarios](#)

Ordenar por los más recientes primero ▾

 [RSS](#)

[Reacciones](#)

