

# El código QR, el gran desconocido

Estas herramientas sirven para sustituir al código de barras o para crear campañas creativas, pero su uso es reducido.

E.A. Madrid

De forma periódica, una nueva herramienta tecnológica se convierte en la gran promesa del marketing. El *bluetooth* como vía para lanzar promociones por localización, las aplicaciones de *check in* como Foursquare, el sistema de conectividad NFC para dotar de interactividad a la publicidad exterior, la realidad aumentada... Los códigos QR engordan esta lista. Se trata de una especie de código de barras en el que se almacena información (por lo general, *links* a una página web), a la que se puede acceder desde un lector QR o simplemente la cámara de fotos de un *smartphone*.

Estas herramientas no han muerto, de hecho se pueden ver en billetes de tren y avión, entradas de conciertos y en algunos anuncios en prensa y marquesinas. Ahora bien, entre la sociedad "siguen siendo un gran desconocido", reconocen desde el portal de venta de entradas Ticketea. Según la asociación MMA, sólo un 12% de los usuarios móviles los utiliza.

## Ventajas

Los códigos QR presentan algunas ventajas sobre los códigos de barras tradicionales. Además de tener mayor capacidad informativa, no necesitan un lector específico, lo que contribuye a ahorrar costes.

Pero, sobre todo, tienen un importante potencial en el

**Sólo el 10% de las empresas españolas los usan y, de éstas, muy pocas les sacan todo el partido**

## Shazam apuesta por la TV



El logo de la 'app' móvil Shazam.

Shazam es una *app* móvil que reconoce las canciones (informa de su título, autor y álbum) y propone al usuario su compra directamente desde Internet. Su última versión permite, además, acceder a contenidos extra de televisión. Así, algunos programas y anuncios publicitarios integran en una esquina el logo de Shazam. Si el espectador abre su *app* en este momento, podrá acceder a información sobre lo que se está viendo o acceder a contenidos adicionales. Este sistema funciona, por lo tanto, de un modo similar al de los códigos QR. Recientemente han llegado a España los primeros anuncios de televisión integrados con Shazam.



Los códigos QR permiten almacenar información como 'links'.

campo publicitario. "Es una tecnología que permite interactuar con el cliente y, por lo tanto, permite una gran creatividad", confirma Carlos Jimeno, de la agencia de social media marketing Territorio Creativo.

Además, "se pueden dirigir a personas de perfiles variados, no sólo jóvenes", continúa Jimeno. Según un reciente informe de Accenture y la patronal Ametic, la tasa de penetración de Internet móvil entre los españoles de 40 a 49 años es del 44%. A partir de los 50 años, un 34% se conecta a la Red desde un dispositivo móvil.

No obstante, muy pocas marcas les sacan partido. "Para que los usuarios se molesten en leer un código QR con su *smartphone*, éste debe aportarles un valor tangible. No basta con redirigirles a una web corporativa", afirma David Castañeda, cofundador y ejecutivo de cuentas de Selenus, una agencia de marketing y comunicación pionera en el uso de códigos QR. "Para leer uno de estos, los usuarios tienen que abrir una *app* en su *smartphone* y hacerle una foto; un pequeño esfuerzo que no hará salvo que perciba una contraprestación", agrega.

## ¿QUÉ SON Y PARA QUÉ SE UTILIZAN?

Son comunes en entradas y billetes de avión y tren. También en anuncios de prensa y publicidad exterior. De éstos, la mayoría remite a una web corporativa o a un vídeo comercial en YouTube.



**TESCO EN SEÚL** Uno de los casos más exitosos del uso de códigos QR fue la colocación de grandes fotografías de los lineales de un supermercado Tesco en los andenes del metro de Seúl (Corea del Sur), para que los viajeros pudieran hacer la compra desde sus móviles.

## Te ayudamos a potenciar tu negocio

Con Vodafone Integral Empresas, tienes los archivos de tu empresa en un espacio virtual seguro y privado

Infórmate en el 1443 o en [potenciatunegocio.com](http://potenciatunegocio.com)

**Vodafone**  
Power to you

Contrátalo desde  
**4,90€**  
al mes por usuario