



 ORBCN



ORBCN

## Què són els codis QR? \_\_\_\_\_

Els codis QR són codis en 2 dimensions que poden emmagatzemar fins a 7.089 caràcters numèrics, 4.296 caràcters alfanumèrics (els codis de barres tradicionals només en poden emmagatzemar de 10 a 13) o 2.953 octets (bytes).

La informació, doncs, que poden contenir és la següent:

- Text
- URL: permet visitar una plana web concreta en un sol clic
- SMS: podem enviar un sms predeterminat a un número predeterminat en un sol clic
- VCARD o targetes de presentació

Per accedir a la informació que contenen aquests codis QR és necessari un dispositiu digital de captura d'imatges i un software específic lector.



## Quins terminals de telefonia mòbil poden descriptar els codis QR? \_\_\_\_\_

La majoria de telèfons mòbils poden descriptar els codis QR. Només cal disposar de càmera de fotos i d'un programa lector. Els smartphones i els telèfons Java amb la versió 1.34 i els telèfons Symbian S60 amb la 1.31 tenen assegurada la descriptació de la informació dels QR.



## Per què, els codis QR?

---

L'aplicació d'aquests codis en màrqueting i comunicació obre un món de possibilitats ja que uneix fàcilment suports fins ara aïllats: internet i el món físic. Aquests *hardlinks* permeten que, a un clic d'una foto, els usuaris amb telèfon mòbil puguin accedir a la informació online o textual que es vulgui comunicar.

Per tant, podem dirigir visites específicament al contingut promocional o informatiu que vulguem, amb la seguretat que l'usuari mostra interès per aquella informació i amb la certesa que li evitem incorreccions i errors a l'hora de teclejar una adreça web o a l'hora de recordar un codi determinat.

El ventall d'aplicacions que es desplega amb l'ús d'aquesta tecnologia és molt ampli: des d'informacions de servei públic a expressivitat artística, campanyes promocionals o geoubicació.

Els codis QR, en definitiva, esdevenen la porta concreta que volem que obri el nostre target, usuari i/o client. Tenint en compte que les previsions auguren un escenari futur en què els telèfons mòbils esdevindran el principal terminal d'accés a la informació, els QR cobren especial importància.





## Experiències al voltant dels codis QR

---

Els codis QR van néixer l'any 1994 al Japó amb la finalitat de servir d'ajuda en el control de l'estoc de mercaderies i produccions. L'objectiu de la companyia Denso-Wave, la seva creadora, era que el codi permetés que el contingut fos descodificat a alta velocitat. D'aquí el propi nom ja que QR són les sigles per a *Quick Response*.

Actualment, els QR són el tipus de codi de dues dimensions més popular al Japó. Els usos són molt diversos: tanques publicitàries en estacions de transport públic i carreteres; memorials en cementiris; distribució de premis en campanyes de màrqueting; captura d'adreces de correu electrònic; emmagatzematge d'informació sanitària per a emergències mèdiques... Segons dades de l'any 2007 <http://whatjapanthinks.com/2007/10/30/qr-code-usage-in-japan>, la tendència majoritària era llegir codis QR en revistes i anuncis, seguit de mapes, packaging alimentari i pòsters i fullets en estacions de transport. El 90% l'utilitzava per connectar-se a una web.

A Occident, les experiències en l'ús de codis QR també s'han multiplicat: des d'aplicacions en logística i vendes a solucions de màrqueting per a publicitat i comunicació.

Per exemple, la cadena britànica BBC ha assignat un codi QR a cada vídeo per facilitar l'accés al contingut des del mòbil; les agències immobiliàries en fan ús en anuncis d'immobles tant en premsa com en cartelleria i l'art de carrer comunica i denuncia amb QRs tant als EUA com a Europa.

A casa nostra també s'han succeït una sèrie d'iniciatives: la població de Roses ha senyalitzat el seu patrimoni amb codis QR; el programa de Televisió de Catalunya del Canal 33 *Hat-Trick Barça* ha llançat un concurs basat en els codis QR; cases barcelonines de moda els utilitzen per a comunicar ofertes exclusives; restaurants, locals de copes, hotels i cantants musicals també en fan ús, etc.





## Sectors d'aplicació

---

Espais públics  
Espais turístics  
Serveis públics  
Xarxes de serveis  
Espais culturals  
Indústria cultural  
Objectes de regal  
...

## Què fem?

---

Facilitem l'accés obert i lliure a continguts d'interès públic, comptant amb l'esponsorització d'empreses privades ja que pensem que la repercussió i l'impacte publicitari de la iniciativa els poden reportar beneficis.

Amb aquesta finalitat, podem desenvolupar la creació de codis QR i estudiar-ne la implementació. Així mateix, també podem idear i concretar les pertinents solucions online i/o adaptacions de contingut per a navegació mòbil.....