

# Cuatro de cada 10 usuarios de telecomunicaciones han usado códigos QR

 [milenio.com/negocios/usuarios-telecomunicaciones-usado-codigos-qr-covid-19](https://milenio.com/negocios/usuarios-telecomunicaciones-usado-codigos-qr-covid-19)

Yanin Alfaro



El Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) presentó la “Cuarta Encuesta 2020, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones”, en la que se destaca la relevancia que han adquirido los códigos QR (Quick Response, por sus siglas en inglés) entre los usuarios de telecomunicaciones, ya que se puede vincular con la plataforma CoDi, desarrollada por el Banco de México (Banxico), la cual permite desde un dispositivo móvil realizar pagos y cobros, de manera sencilla, segura y ágil, sin comisiones y disponibles en cualquier momento.

Además, la pandemia también revivió su auge, pues en la Ciudad de México, el código QR se estableció como estrategia para dar seguimiento y rastrear a las personas positivas por covid-19 que visitaron centros comerciales, cafés, museos y aeropuertos.

Otros países como Reino Unido, Nueva Zelanda y Singapur también han implementado estrategias similares con códigos QR para identificar cadenas de contagios.

Y también fueron un vehículo de comunicación sin contacto en restaurantes donde se presentan los menús por este medio.

Te recomendamos...

**La encuesta del IFT halló que el 39.5 por ciento de los usuarios de internet fijo conocen o han escuchado sobre el código QR y son los más jóvenes entre 18 a 24 años los que reportaron mayor uso.**

De los encuestados que mencionaron conocer el código QR, 62.8 por ciento dijo que lo ha utilizado alguna vez. Uno de los principales usos de estos códigos es el comercio electrónico, ya que se puede ver las características de los productos, así como realizar compras y pagos.

Asimismo, más del 80 por ciento mencionaron que se sienten muy satisfechos o satisfechos con la funcionalidad de los códigos QR.

De acuerdo con The Ace Group, “desde hace algún tiempo la aparición de esta especie de ‘jeroglíficos en blanco y negro’ se ha extendido cada vez más en diversos lugares; ya sea en envases de todo tipo de productos, recetas, menús de restaurantes o simplemente para visualizar algún tráiler de una película, por citar algunos ejemplos del amplio abanico de posibilidades que nos ofrece para acceder al mundo online”.