

Análisis Estratégico y Propuesta de Optimización del Modelo de Precios para Códigos QR con Múltiples Destinos

Sección 1: Análisis Fundacional del Marco de Precios Actual

Esta sección inicial realiza una deconstrucción del modelo de precios vigente para establecer una línea base y diagnosticar con precisión las deficiencias estructurales que motivan la necesidad de una evolución. El objetivo es comprender los aciertos del modelo actual para preservarlos y aislar las áreas que requieren una intervención estratégica.

1.1. La Propuesta de Valor Central: Una Híbrida de Arte y Tecnología

El principal diferenciador del servicio no reside en ser una herramienta genérica de software como servicio (SaaS), sino en su naturaleza de servicio creativo a medida. El producto central es un "código QR artístico estático".¹ Este posicionamiento es fundamental para toda la estructura de precios.

El precio base de 62 CHF se justifica sólidamente mediante dos anclajes de mercado. Primero, se compara con la tarifa de mercado para el diseño de un logotipo personalizado básico en Argentina, que para 2025 se estima en aproximadamente 68 CHF.¹ Segundo, se equipara a entre 2 y 3.5 horas de trabajo de un diseñador freelance experimentado, cuyas tarifas horarias se sitúan entre 17 CHF y 35 CHF.¹ Esta justificación establece el servicio en un segmento de mercado creativo de alto valor, un pilar que debe sostener todas las decisiones de precios futuras.

El servicio va más allá de la simple generación de un código; implica un proceso de diseño personalizado que incluye la integración del logo del cliente, texto circundante y múltiples rondas de revisión.¹ Este componente de labor creativa es la base sobre la

que se construye el valor y el precio.

1.2. Deconstrucción de los Adicionales Existentes: Un Enfoque Modular Exitoso

El modelo actual ya implementa con éxito un enfoque modular basado en el valor para varias funcionalidades adicionales. Esto constituye un precedente sólido y una validación del enfoque general, que puede extenderse para resolver el problema en cuestión.

- **Adicional por QR Dinámico (+25 CHF):** Este es un elemento crítico en la oferta. Se presenta como un pago único por una funcionalidad que los competidores del mercado universalmente monetizan a través de suscripciones mensuales recurrentes.¹ La justificación del precio contrasta explícitamente esta tarifa única con las tarifas mensuales de plataformas líderes como QR Code Generator (aproximadamente 13.06 CHF/mes) y MyQRCode (aproximadamente 15.52 CHF/mes).¹ Este "pago único" es una ventaja competitiva de gran alcance, que ofrece un ahorro considerable al cliente a largo plazo.
- **Otros Adicionales:** Servicios como la "Integración en Diseño Externo" (+13 CHF) o el "Diseño Gráfico Extendido" (de 41 CHF a 98 CHF) demuestran una lógica clara y coherente de fijación de precios basada en el tiempo estimado y la especialización requerida para cada tarea.¹

1.3. Identificación de la Debilidad Estructural: La "Tarifa de Configuración de Lote"

La consulta del usuario identifica con precisión el problema central: una "Tarifa de Configuración de Lote" fija que se activa a partir del segundo enlace de destino. Este modelo es un instrumento rudimentario e ineficiente que presenta varias fallas críticas.

- **Falta de Escalabilidad:** El modelo cobra la misma tarifa por configurar un QR con 2 enlaces que por uno con 20. Falla en capturar el valor incremental y la complejidad de gestión que suponen los proyectos más grandes.
- **Percepción de Valor Negativa:** Para un cliente que solo necesita dos enlaces, la tarifa puede percibirse como punitiva y desproporcionada con respecto al valor añadido. Un salto de precio significativo por añadir un solo enlace crea una

barrera psicológica.

- **Desalineación con el Valor Entregado:** El precio está desconectado de la utilidad real que obtiene el cliente. Un restaurante cuyo QR dirige a 10 secciones de su menú (entrantes, platos principales, postres, vinos, etc.) obtiene un beneficio funcional mucho mayor que un profesional cuyo QR en una tarjeta de visita dirige a dos perfiles (web y LinkedIn). Sin embargo, bajo el esquema actual, ambos pagarían la misma tarifa técnica.

El modelo de negocio se aparta fundamentalmente del enfoque de Software como Servicio (SaaS) que domina el mercado. En lugar de alquilar el acceso a una herramienta, el negocio vende un *servicio productizado* (el diseño del QR) que incluye un componente de *valor vitalicio* (la funcionalidad dinámica a través de un pago único). Esta es una distinción crucial. El mercado de los códigos QR dinámicos, que es la categoría a la que pertenece un QR con múltiples enlaces editables, se basa en ingresos recurrentes para cubrir los costos operativos continuos de los servidores.² El modelo de pago único es una poderosa propuesta de valor disruptiva, pero también implica una responsabilidad de costo operativo a largo plazo por cada QR dinámico vendido. La "Tarifa de Lote" actual no valora adecuadamente esta responsabilidad perpetua. Un proyecto con 20 enlaces representa una carga de gestión y un riesgo técnico a largo plazo mayor que uno con solo 2. Por lo tanto, el nuevo modelo incremental no solo debe cobrar por la configuración inicial, sino que debe valorar con mayor precisión la

responsabilidad y el valor de por vida del servicio que se está prestando. Esto redefine el problema de "¿cómo cobrar por enlaces adicionales?" a "¿cómo fijar el precio de un servicio vitalicio en función de su complejidad?".

Sección 2: El Mercado de la Funcionalidad QR: Una Revisión de Inteligencia Competitiva

Esta sección establece el contexto de mercado, proporcionando los datos y el razonamiento necesarios para construir un nuevo modelo de precios que sea competitivo, justificable y estratégicamente sólido.

2.1. La División Fundamental: Códigos QR Estáticos vs. Dinámicos

Para fijar el precio de la funcionalidad de múltiples enlaces, es imperativo comprender la distinción técnica fundamental que rige el mercado de los códigos QR.

- **Códigos Estáticos:** La información de destino (por ejemplo, una URL) se codifica directamente en el patrón del código. Una vez generados, son permanentes, no se pueden editar y sus escaneos no se pueden rastrear.⁵ La mayoría de los generadores en línea ofrecen la creación de códigos estáticos de forma gratuita, utilizándolos como una herramienta para atraer usuarios a sus plataformas de pago.⁷
- **Códigos Dinámicos:** El patrón del QR no contiene el destino final, sino una URL de redirección corta y única. Esta URL dirige al usuario a un servidor que luego lo reenvía al destino final. La ventaja clave es que el destino final puede ser editado en cualquier momento sin necesidad de reimprimir el código QR. Esta arquitectura es la que permite el seguimiento de escaneos, el análisis de datos y otras funciones avanzadas.⁵

La solicitud del usuario de ofrecer múltiples enlaces de destino editables sitúa inequívocamente su oferta en la categoría de **códigos QR dinámicos**. Esta es la conclusión más importante para la estrategia de precios, ya que todo el mercado monetiza precisamente esta funcionalidad avanzada.

2.2. Modelo de Monetización Dominante: La Suscripción SaaS

El estándar de la industria para la funcionalidad de QR dinámicos es un modelo de suscripción mensual o anual. Los precios suelen escalar en función de una combinación de factores clave:

- **Número de Códigos Dinámicos:** Los planes limitan la cantidad de códigos QR dinámicos que un usuario puede crear y mantener activos. Por ejemplo, el plan "Lite" de Uniqode (15 USD/mes) incluye 50 códigos dinámicos, mientras que su plan "Pro" (49 USD/mes) ofrece 250.¹¹
- **Límites de Escaneo:** Los planes más económicos a menudo imponen un límite al número de escaneos que se pueden recibir por mes o por año.¹²
- **Funciones Avanzadas:** Los niveles de precios más altos desbloquean capacidades como análisis detallados, creación masiva (bulk creation), acceso a

API, colaboración en equipo y personalización de marca blanca (white-labeling).¹³

La siguiente tabla resume los modelos de precios de varios competidores clave, proporcionando una base de datos directa para valorar la funcionalidad que se pretende ofrecer.

Plataforma	Plan	Precio Mensual (USD, fact. anual)	Códigos Dinámicos	Función Multi-Link ("Linkpage")
Uniqode ¹¹	Lite	15	50	Sí, 5 Linkpages
Uniqode ¹¹	Pro	49	250	Sí, 10 Linkpages
QR Code Generator ¹³	Advanced	15.99	50	Sí (implícito en la funcionalidad)
Hovercode ¹⁵	Pro	12	100	Sí (implícito en la funcionalidad)
QR Code Chimp ¹²	Pro	13.99	300	Sí (implícito en la funcionalidad)
QR Code Tiger ²	Advanced	16	600	Sí (implícito en la funcionalidad)

2.3. Benchmarking de la Función "Multi-Link": El Verdadero Competidor

Es crucial diferenciar la necesidad del usuario de lo que la industria denomina "creación masiva" o "bulk generation". La creación masiva se refiere a generar cientos o miles de códigos QR únicos simultáneamente a partir de una hoja de cálculo, donde cada código tiene un destino diferente (por ejemplo, para inventario o entradas de eventos).¹⁶

La tarea del usuario es diferente: proporcionar un **único código QR artístico** que dirija a una página de aterrizaje (landing page) que contenga múltiples enlaces. En la jerga de la industria, esta funcionalidad se conoce como **"Linkpage", "Social Media QR", "vCard Plus" o "Link-in-Bio"**. Es una solución diseñada para consolidar múltiples puntos de contacto en un solo escaneo.

El modelo de precios de Uniqode es especialmente relevante aquí, ya que desglosa explícitamente el valor de esta función. Su plan "LITE" de 15 USD/mes incluye 5 "Linkpages", y su plan "PLUS" de 99 USD/mes incluye 25.¹¹ Esto proporciona una valoración de mercado directa y cuantificable para el servicio exacto que el usuario busca tarificar.

La prevalencia del modelo SaaS no es arbitraria; es una consecuencia directa de los requisitos técnicos de los códigos QR dinámicos. Estos códigos no son archivos estáticos, sino un servicio activo que depende de la infraestructura del proveedor para funcionar.⁶ Si el servidor del proveedor se cae o la empresa cierra, el código QR deja de ser funcional. Las suscripciones SaaS son el modelo de negocio lógico para garantizar la viabilidad financiera del mantenimiento de esta infraestructura a perpetuidad.

El modelo de pago único del usuario es, por tanto, una espada de doble filo: es un diferenciador competitivo inmenso, pero también un riesgo estratégico. El negocio asume un costo de alojamiento perpetuo a cambio de un único pago inicial. En consecuencia, el nuevo modelo de precios incremental debe ser lo suficientemente robusto no solo para cubrir la configuración inicial, sino también para generar un margen que financie el *costo operativo perpetuo* de cada enlace adicional añadido al sistema. Esto subraya la necesidad de un precio que escale con la complejidad y la responsabilidad a largo plazo.

Además, mientras que los competidores ofrecen plataformas de autoservicio, el modelo del usuario es un *servicio de conserjería*. No se limita a proporcionar una herramienta, sino una implementación creativa y técnica "llave en mano". Este enfoque de alto contacto justifica un punto de precio premium en relación con el costo bruto de una suscripción de bricolaje (DIY). La comunicación del nuevo esquema de precios debe enfatizar fuertemente este ángulo de "servicio experto".

Sección 3: Arquitectura de un Modelo de Precios Incremental

Esta sección traduce el análisis previo en propuestas concretas y operativas. Cada propuesta se presenta con su mecánica, ventajas y desventajas, con el fin de facilitar una decisión informada.

3.1. Principio Rector: Precios Basados en Valor, Escalables y Transparentes

El nuevo modelo debe adherirse a tres principios fundamentales para ser exitoso y sostenible:

1. **Basado en Valor:** El precio debe escalar en proporción directa al valor y la utilidad que el cliente recibe. Más enlaces significan más funcionalidad y, por lo tanto, un mayor valor.
2. **Escalable:** Debe funcionar de manera lógica y justa tanto para un pedido simple de 2 enlaces como para un proyecto complejo de 20 enlaces.
3. **Transparente:** El cliente debe poder entender de forma clara e intuitiva cómo se calcula el precio final de su encargo.

3.2. Propuesta A: Modelo de Recargo Lineal por Enlace

Este es el enfoque más directo para implementar un precio incremental.

- **Mecánica:** El costo total se calcula con la fórmula: $\text{\text{Costo Total}} = \text{\text{Tarifa Base de Diseño (62 CHF)}} + (N - 1) \times \text{\text{Tarifa por Enlace Adicional}}$, donde N es el número total de enlaces. El primer enlace está incluido en la Tarifa Base.
- **Ventajas:** Máxima simplicidad y transparencia. Es extremadamente fácil de calcular para el proveedor y de entender para el cliente.
- **Desventajas:** Puede volverse desproporcionadamente caro para clientes con un gran número de enlaces. Al no ofrecer descuentos por volumen, podría hacer que los proyectos grandes no sean competitivos en comparación con un plan SaaS de tarifa plana.

3.3. Propuesta B: Modelo de Paquetes de Funcionalidad por Niveles

Este modelo agrupa los enlaces en niveles o "tiers", un enfoque que imita la estructura de muchos planes SaaS.¹³

- **Mecánica:** Los clientes compran paquetes de enlaces a precios fijos.
 - **Nivel 1 (Básico):** 2-5 Enlaces - \$+X\$ CHF
 - **Nivel 2 (Avanzado):** 6-15 Enlaces - \$+Y\$ CHF
 - **Nivel 3 (Profesional):** 16+ Enlaces - \$+Z\$ CHF
- **Ventajas:** Fomenta la venta de paquetes de mayor valor (upselling). Se percibe como una estructura profesional y organizada. Simplifica la elección para el cliente ("¿qué paquete se ajusta a mis necesidades?") y permite un mejor control de los márgenes en proyectos grandes.
- **Desventajas:** Es menos granular que el modelo lineal. Un cliente que necesita 6 enlaces paga lo mismo que uno que necesita 15, lo que puede generar una percepción de injusticia en los límites de cada nivel.

3.4. Propuesta C: Modelo Híbrido de Tarifa de Plataforma (Recomendado)

Este modelo refina la estructura existente del usuario para lograr la máxima claridad y alineación con el valor, combinando los mejores elementos de los otros enfoques.

- **Mecánica:**
 1. **Precio Base (Diseño Artístico): 62 CHF.** Sin cambios. Cubre el trabajo creativo para el concepto de un QR estático.
 2. **Tarifa de Activación Dinámica y Multi-Link: \$+30\$ CHF (Ejemplo).** Esta tarifa única reemplaza tanto al antiguo "Adicional por QR Dinámico" como a la problemática "Tarifa de Lote". De manera crucial, esta tarifa **incluye la configuración de los dos primeros enlaces de destino.**
 3. **Enlaces Adicionales:** A partir del tercer enlace, se aplica un cargo incremental. Este cargo puede ser lineal (como en la Propuesta A) o decreciente por volumen. Por ejemplo: \$+5\$ CHF por cada enlace adicional a partir del tercero.
- **Ventajas:**
 - **Resuelve el problema central:** No penaliza a un cliente por una configuración simple de 2 enlaces, que es un caso de uso muy común.
 - **Evolución Lógica:** Se construye sobre la estructura de precios existente, presentándose como una mejora y no como una reestructuración completa, lo que facilita la transición.
 - **Claridad de Valor:** Separa limpiamente el valor del *diseño artístico*, la *activación de la tecnología dinámica* y la *complejidad escalable* de los enlaces adicionales.

- **Ventaja Competitiva:** Mantiene y refuerza el poderoso diferenciador del "pago único" frente a las suscripciones mensuales.
- **Desventajas:** Es ligeramente más complejo de explicar que un modelo puramente lineal, pero su lógica es altamente defendible y se alinea mejor con la percepción de valor del cliente.

El modelo híbrido (Propuesta C) es psicológicamente superior. Al agrupar los dos primeros enlaces en una "Tarifa de Activación", el cliente percibe que está obteniendo un valor significativo de entrada. Los 62 CHF iniciales son por el arte, y la tarifa de activación es por "encender" la funcionalidad avanzada, que ya viene con capacidad para dos destinos. Los enlaces posteriores se perciben entonces como adiciones marginales y opcionales, en lugar de ser un factor de costo principal. Este encuadre es mucho más aceptable para el cliente. Transforma la conversación de "comprar enlaces" a "activar una potente función", lo que cambia drásticamente la percepción del costo y el valor.

Sección 4: Modelado Financiero y Justificación Estratégica

Esta sección proporciona la evidencia cuantitativa para respaldar la recomendación final, modelando los resultados de diferentes escenarios de cliente y justificando los puntos de precio específicos.

4.1. Análisis Comparativo de Escenarios

Se modelarán tres escenarios comunes de clientes para comparar los resultados financieros del modelo actual frente a las tres propuestas. Esto permitirá visualizar el impacto de cada modelo tanto en los ingresos como en el costo para el cliente.

- **Escenario A (Restaurante):** 1 código QR, 4 enlaces de destino (Menú, Bebidas, Postres, Wi-Fi).
- **Escenario B (Tarjeta Personal):** 1 código QR, 2 enlaces de destino (Sitio Web, LinkedIn).
- **Escenario C (Campaña de Marketing):** 1 código QR, 12 enlaces de destino (Diferentes productos, bases y condiciones, redes sociales).

La siguiente tabla presenta una comparación financiera de los modelos propuestos. Para el modelado, se utilizarán los siguientes supuestos:

- **Modelo Actual:** Se asume una "Tarifa de Lote" fija de 40 CHF (estimación).
- **Propuesta A (Lineal):** Tarifa de +7\$ CHF por enlace adicional después del primero.
- **Propuesta B (Niveles):** Nivel 1 (2-5 enlaces) = +25\$ CHF; Nivel 2 (6-15 enlaces) = +60\$ CHF.
- **Propuesta C (Híbrido):** Tarifa de Activación (incl. 2 enlaces) = +30\$ CHF; Enlaces adicionales = +5\$ CHF cada uno.

Escenario	Modelo Actual (Estimado)	Propuesta A (Lineal)	Propuesta B (Niveles)	Propuesta C (Híbrido - Recomendado)
A: Restaurante (4 enlaces)	102 CHF (62+40)	83 CHF (62 + 3x7)	87 CHF (62+25)	82 CHF (62 + 30 + 2x5)
B: Tarjeta Personal (2 enlaces)	102 CHF (62+40)	69 CHF (62 + 1x7)	87 CHF (62+25)	92 CHF (62 + 30)
C: Campaña (12 enlaces)	102 CHF (62+40)	139 CHF (62 + 11x7)	122 CHF (62+60)	142 CHF (62 + 30 + 10x5)

El análisis de la tabla revela que la Propuesta C (Híbrido) es la que mejor escala con la complejidad. Ofrece un precio competitivo para proyectos pequeños y medianos (Escenario A), evita penalizar excesivamente el caso de uso más básico (Escenario B, que ahora es más caro pero refleja mejor el valor de la funcionalidad dinámica) y captura adecuadamente el valor en proyectos grandes (Escenario C), generando los mayores ingresos en el caso más complejo.

4.2. Justificación de los Puntos de Precio

Los valores en CHF recomendados para el nuevo modelo se basan en una triangulación de datos:

1. **Benchmarks Internos:** La tarifa existente de +13\$ CHF por "Integración en Diseño Externo" representa el valor de una tarea técnica enfocada de menos de

una hora.¹ Esto puede actuar como un piso de referencia para el valor de una configuración técnica simple.

2. **Valor de Mercado Externo:** Un plan de un competidor que ofrece aproximadamente 5 "linkpages" cuesta alrededor de 15 USD al mes.¹¹ Anualmente, esto equivale a 180 USD (aproximadamente 165 CHF). Una tarifa única que capture una fracción de este "valor de por vida" es completamente justificable. En este contexto, una tarifa por enlace adicional de entre 3 y 7 CHF es razonable.
3. **Valor Percibido:** La tarifa debe ser proporcional al beneficio. Una "Tarifa de Activación Dinámica" en la Propuesta C, fijada entre 25 y 35 CHF, se alinea con la antigua tarifa dinámica pero ahora ofrece un valor explícito y superior al incluir dos enlaces.

4.3. Modelado del Modelo Híbrido Recomendado (Propuesta C)

A continuación se detalla el cálculo para el Escenario C (Campaña de Marketing con 12 enlaces) bajo el modelo recomendado:

- **Precio Base (Diseño Artístico):** 62 CHF
- **Tarifa de Activación Dinámica y Multi-Link (incluye los primeros 2 enlaces):** 30 CHF
- **Enlaces Adicionales (10 enlaces adicionales a 5 CHF cada uno):** 50 CHF (\$10 \times 5\$ CHF)
- **Total del Encargo:** 142 CHF (\$62 + 30 + 50\$)

Este desglose claro y lógico es fácil de comunicar al cliente y justifica cada componente del precio final en función del valor entregado.

Sección 5: Implementación, Comunicación y Consideraciones Estratégicas

Esta sección final proporciona una hoja de ruta clara para la adopción del nuevo modelo, junto con recomendaciones para mitigar riesgos y capitalizar nuevas

oportunidades.

5.1. Recomendación Final: Adoptar el Modelo Híbrido de Tarifa de Plataforma (Propuesta C)

Se recomienda de manera concluyente la adopción de la Propuesta C. Este modelo ofrece el mejor equilibrio entre escalabilidad financiera, transparencia para el cliente, ventajas de precio psicológicas y alineación estratégica con la naturaleza premium y orientada al servicio de la marca. Resuelve la deficiencia del modelo anterior mientras preserva y refuerza sus puntos fuertes.

5.2. Comunicación de los Nuevos Precios a los Clientes

La comunicación efectiva del cambio es clave para su aceptación. Se sugiere el siguiente lenguaje para propuestas y para la página web:

- **Enfoque en la Flexibilidad:** "Hemos actualizado nuestra estructura de precios para que sea más flexible y justa, reflejando mejor el valor y la complejidad de cada proyecto."
- **Valor de la Activación:** "Para proyectos que requieren flexibilidad, ofrecemos nuestra **Tarifa Única de Activación Dinámica y Multi-Link**. Por un pago único de 30 CHF, su código QR se vuelve editable y puede dirigir hasta a dos destinos diferentes. Esta es nuestra alternativa a las costosas suscripciones mensuales que cobran nuestros competidores."
- **Escalabilidad Transparente:** "Para necesidades más complejas, cada enlace de destino adicional a partir del tercero tiene un costo de solo 5 CHF. Usted solo paga por la funcionalidad que realmente necesita."
- **Reforzar la Ventaja Competitiva:** Continuar destacando el inmenso valor de un pago único frente a las suscripciones interminables de la competencia, un punto ya validado en el modelo de negocio.¹

5.3. Consideraciones Estratégicas Ampliadas

La implementación del nuevo modelo abre la puerta a consideraciones estratégicas de mayor alcance que pueden fortalecer aún más el negocio.

- **Definición de un "Enlace":** Es crucial definir claramente qué constituye un "enlace de destino" para evitar la corrupción del alcance (scope creep). La investigación muestra que las plataformas admiten diversos tipos de contenido: URLs, vCards, descargas de archivos (PDF), enlaces de correo electrónico, números de teléfono, etc..¹⁷ Se recomienda tratar cada función distinta (un enlace a una web, una vCard descargable, un PDF) como un "enlace" individual a efectos de facturación.
- **Experiencia de Usuario (UX) de la Página Multi-Link:** Un código QR que dirige a una página con 20 enlaces desordenados ofrece una mala experiencia de usuario, lo que puede diluir el valor del servicio.¹⁹ Esto presenta una oportunidad de venta adicional (upsell) que se alinea perfectamente con la competencia central del negocio. Se puede ofrecer un servicio adicional de **"Diseño de Landing Page Multi-Link"**. Este servicio garantizaría que la página de destino sea tan estéticamente cuidada, funcional y alineada con la marca como el propio código QR. Esto no solo mejora drásticamente el producto final para el cliente, sino que también aprovecha la habilidad principal de diseño del negocio para crear una nueva y lucrativa fuente de ingresos.
- **Viabilidad Técnica a Largo Plazo:** Se debe reiterar la importancia de que los precios cubran los costos de alojamiento perpetuos. El modelo de "pago único" es sostenible solo si el margen de cada venta es suficiente para cubrir los costos de servidor y mantenimiento de ese QR a lo largo de su vida útil. Se recomienda que el negocio revise periódicamente la rentabilidad de su cartera de códigos dinámicos "vitalicios" para asegurar que el modelo siga siendo financieramente sólido a medida que crece el número de códigos activos en su sistema.

Fuentes citadas

1. Esquema de Precios.docx
2. How Much Do Dynamic QR Codes Cost? - QR Tiger, acceso: junio 17, 2025, <https://www.qrcode-tiger.com/save-money-with-dynamic-visual-qr-codes-and-change-the-url-behind-your-qr-code>
3. Static QR codes vs Dynamic QR codes, acceso: junio 17, 2025, <https://qrcodekit.com/guides/static-qr-codes-vs-dynamic-qr-codes/>
4. QR Code Generator Subscription Plans: Key Factors to Consider - QR Tiger, acceso: junio 17, 2025, <https://www.qrcode-tiger.com/qr-code-generator-subscription-plans-key-factors>

5. Static Vs. Dynamic QR Codes: Key Differences And When to Use Them, acceso: junio 17, 2025, <https://www.qr-code-generator.com/blog/static-vs-dynamic-qr-code/>
6. What's the difference between static and dynamic QR codes? - Hovercode, acceso: junio 17, 2025, <https://hovercode.com/blog/static-vs-dynamic-qr-codes/>
7. Best QR Code Generator for Every Budget in 2025 (With Comparison Chart) - Uniqode, acceso: junio 17, 2025, <https://www.uniqode.com/blog/qr-code-buying-guide/how-to-select-the-best-qr-code-generator>
8. QRCode Monkey - The free QR Code Generator to create custom QR Codes with Logo, acceso: junio 17, 2025, <https://www.qrcode-monkey.com/>
9. QR Code Generator | Create Your Free QR Codes, acceso: junio 17, 2025, <https://www.qr-code-generator.com/>
10. Static vs Dynamic QR Codes: Know the Differences & Benefits - Uniqode, acceso: junio 17, 2025, <https://www.uniqode.com/qr-code-generator/static-vs-dynamic-qr-codes>
11. Uniqode Pricing: Buy QR Code and Digital Business Card Solutions, acceso: junio 17, 2025, <https://www.uniqode.com/pricing>
12. QR Code Generator Free and Paid Plans Pricing, acceso: junio 17, 2025, <https://www.qrcodechimp.com/pricing>
13. Starter, Advanced, Professional Pricing Plans | QR Code Generator, acceso: junio 17, 2025, <https://www.qr-code-generator.com/pricing/>
14. QR Code Generator with Logo | Create Free Custom QR Codes Online, acceso: junio 17, 2025, <https://www.qrcodechimp.com/>
15. We tried the 14 best dynamic QR generators on the market - Hovercode, acceso: junio 17, 2025, <https://hovercode.com/blog/best-dynamic-qr-generators/>
16. How to Create Bulk QR Codes in 5 steps - Uniqode, acceso: junio 17, 2025, <https://www.uniqode.com/blog/qr-code-management/bulk-qr-code>
17. Bulk QR Code Generator - QRStuff, acceso: junio 17, 2025, <https://www.qrstuff.com/type/bulk-qr-code-generator>
18. How to Generate Multiple QR Codes in Bulk - Tapni, acceso: junio 17, 2025, <https://tapni.com/blogs/qr-codes/how-to-generate-multiple-qr-codes>
19. Print question - How many QR Codes are too many? : r/marketing - Reddit, acceso: junio 17, 2025, https://www.reddit.com/r/marketing/comments/1gl0mct/print_question_how_many_qr_codes_are_too_many/