

CÓDIGOS QR

LA AMENAZA INVISIBLE

» Las empresas se han visto en la necesidad de tener que reinventarse y adoptar herramientas tecnológicas para dar solución a algunos de los problemas que planteó la pandemia, como la necesidad de guardar distancia física o de mantener una higiene más escrupulosa



Los ciberdelincuentes están aprovechando el renacer de los códigos QR con la pandemia para convertir esta tecnología en un vector de ataque "invisible", como han alertado desde Check Point dado el incremento de su uso por empresas de todos los sectores.

Las empresas se han visto en la necesidad de tener que reinventarse y adoptar herramientas tecnológicas para dar solución a algunos de los problemas que planteó la pandemia, como la necesidad de guardar distancia física o de mantener una higiene más escrupulosa.

En este contexto, los códigos QR, utilizados en los establecimientos de restauración para sustituir a las tradicionales cartas, pero también mostrar información turística o facilitar promociones, descuentos o has-ta trámites institucionales, han emergido como la alternativa cero contacto.

El director general de Check Point para España y Portugal, Mario García, explica que los có-

digos QR son códigos bidimensionales de respuesta rápida que incorporan una URL incrustada en una imagen que, al ser escanearla, permite acceder a un sitio web.

El uso de los códigos QR ha crecido en los últimos meses según un estudio llevado a cabo por MobileIron, que recoge que el 86 por ciento de usuarios móviles ha escaneado un código QR en el último año. Sin embargo, también refleja que un 34 por ciento de los encuestados no se preocupa por su seguridad al utilizar estos códigos.

En los últimos meses hemos visto como ha experimentado un nuevo impulso en su uso, lo que, unido a la sensación de fiabilidad y falta de peligro que generan en los usuarios, así como su uso a través del 'smartphone', hacen que se estén convirtiendo en un nuevo vector de ataque", añade el directivo.

PREOCUPA

Un caso práctico llevado a cabo por la Universidad Carnegie

Mellon (Pensilvania, Estados Unidos), pone de manifiesto la falta de preocupación en materia de protección de datos personales al utilizar este sistema. Los investigadores colocaron cientos de posters con códigos QR en distintas localizaciones, y tras un mes, 225 personas habían escaneado los carteles, de los cuales un 85 por ciento visitó la página web asociada.

"Los usuarios deben ser conscientes de que, en el fondo, están haciendo clic en un enlace que en muchos casos ni siquiera llegan a ver, por lo que podrían ser 'phishing' -suplantación de una fuente legítima- y redirigir a una web maliciosa. Es importante tener en cuenta que donde hay Internet puede haber un delincuente conectado, por lo que siempre hay que extremar las precauciones", advierte García.

Los códigos QR se utilizan de forma mayoritaria a través del 'smartphone', por lo que pueden servir de puerta de acceso a la información que almacena el dispositivo, como los datos de ubi-

cación, o iniciar la descarga de software malicioso en el equipo (troyanos bancarios, malware, etc.) e incluso realizar pagos.

En este sentido, desde Check Point señalan que el teléfono móvil es uno de los objetivos prioritarios de los cibercriminales, ya que según el informe Threat Intelligence Report de la compañía, durante la primera mitad del 2020 casi un 8 por ciento de los ciberataques en España iban dirigidos contra los estos dispositivos, situándose un 1,5 por ciento por encima de la media a nivel mundial.

Asimismo, desde la compañía advierten de la necesidad de aumentar los niveles de seguridad y concienciación ante tecnologías como la de los códigos QR que aparentemente no parecen tener ningún riesgo, pero que pueden comprometer la confidencialidad de nuestros datos. Por ello, es fundamental instalar herramientas de seguridad que protejan los dispositivos.

Especial

Pinterest lanza nueva función para aumentar ventas

Pinterest lanzará nuevas funciones para que las marcas promocionen productos e ideas entre los usuarios, dijo el miércoles la compañía, en el marco de un esfuerzo por hacer crecer las compras en línea en su sitio.

Las funciones llegan en un momento en que rivales en las redes sociales como Facebook, TikTok y Snap Inc compiten por el lucrativo mercado del comercio electrónico con compras dentro de sus aplicaciones o pruebas virtuales de ropa.

Las marcas pueden cargar ahora sus catálogos de productos y Pinterest incluirá de forma automática los artículos en un anuncio de presentación con



imágenes que se adaptará a los usuarios en función de sus intereses, dijo la compañía.

La función facilitará a los anunciantes la creación de anuncios de video, cuya producción puede llevar mucho tiempo, dijo Julie Towns, directora global de marketing de productos publicitarios en Pinterest.

"Queremos impulsar ese aspecto de atrapar la atención que tiene el video", señaló.

La ventaja de Pinterest es que los usuarios llegan a la aplicación con una mentalidad de compra y para "planificar su futuro", dijo Jon Kaplan, director de ingresos de la firma.

Especial

Nintendo niega que esté preparando una consola Switch con soporte 4k

Nintendo prepara la llegada de la nueva Switch con pantalla OLED sin más planes para nuevas versiones de su videoconsola híbrida, como ha afirmado de forma tajante en respuesta a las informaciones compartidas por Bloomberg sobre un modelo con soporte en 4k en desarrollo.

Trabajadores de al menos once compañías de videojuegos están trabajando con kits de desarrollo de una Nintendo Switch con soporte para 4k, según ha compartido el medio citado, que indica que el nuevo hardware llegaría como pronto a finales del próximo año, que cita fuentes próximas a estos planes.

La compañía japonesa ha emitido un breve comunicado, a través de la red social Twitter, en el que dice que el informe de Bloomberg "no es cierto", e incluso lo califica de "falso" cuando



asegura que está proporcionando herramientas para impulsar el desarrollo de juegos para un Nintendo Switch con soporte 4K.

En el comunicado también reafirma que no tiene planes pa-

ra ningún modelo nuevo que no sea Nintendo Switch - Modelo OLED, una versión presentada en julio que se pondrá a la venta.

Especial