

Los teléfonos inteligentes empiezan a protegerse contra los piratas

POR JOSEPH DE AVILA

Además de hacer llamadas, los teléfonos inteligentes poseen muchas de las funciones que se pueden encontrar en las computadoras: Internet, correo electrónico, programas multimedia, procesadores de texto y hasta hojas de cálculo. Sin embargo, al igual que las computadoras, estos teléfonos son vulnerables a virus y otros tipos de programas maliciosos.

Sin lugar a dudas, el riesgo de que un teléfono inteligente sea atacado es bajo. Pero a medida que la gente empieza a usar estos aparatos para tareas más sensibles, como manejar datos de clientes y transferir documentos corporativos, los expertos en seguridad señalan que pueden volverse más vulnerables a ataques. Por eso, muchas compañías están tomando medidas para proteger estos

año pasado, por ejemplo, Apple Inc. introdujo el iPhone, que se está volviendo cada vez más popular entre los jóvenes. La compañía de investigación de mercado NPD Group calcula que los teléfonos inteligentes representaron el 17% de las ventas de celulares en el primer trimestre, un alza de 10 puntos porcentuales frente al mismo período de un año antes.

Los teléfonos inteligentes ahora son casi tan sofisticados como las computadoras, dice Ken Silva, director general de tecnología de VeriSign Inc., otra firma de seguridad informática. Por eso los usuarios deberían proteger sus teléfonos tanto como sus computadoras, agrega.

Por ahora, existen entre 300 y 500 versiones conocidas de programas maliciosos, o *malware*, para teléfonos. Los *malware* infectan los teléfonos a través de archivos adjuntos en correos electrónicos y mensajes de texto que invitan a los usuarios a bajar programas. Estos también pueden ser enviados a través de conexiones inalámbricas usando tecnología Bluetooth.

No obstante, una razón por la cual los *malware* no han proliferado es la falta de un sistema operativo dominante, dice Nick Magliato, presidente ejecutivo de Trust Digital, una compañía de seguridad para móviles.

La mayoría de los virus han sido creados para los teléfonos inteligentes que usan el sistema operativo Symbian, que se encuentra en aproximadamente 65% del mercado mundial de estos aparatos, según ABI Research, firma que investiga el mercado tecnológico. Algunos modelos de Nokia, Samsung y Sony Ericsson usan este sistema. Un 11% de los teléfonos inteligentes, incluyendo algunos modelos de Samsung y Palm, usa el sistema operativo Windows Mobile. Los teléfonos que usan otras plataformas, como el BlackBerry, de Research in Motion Ltd., y el iPhone no han sufrido brotes serios de *malware*, dice David Frazer, director de tecnología y servicios de la compañía de antivirus F-Secure Corp.

Sin embargo, el riesgo más grande proviene de los programas de terceros, como juegos y tonos de llamadas. Symantec y McAfee venden programas antivirus para consumidores, cuya suscripción generalmente cuesta US\$30 por año.

Aun así, la mayoría de los teléfonos inteligentes está conectada a las redes de las empresas, lo cual preocupa a los departamentos de informática. Sin embargo, la amenaza más grande a la seguridad de una empresa es la pérdida de un teléfono inteligente, especialmente si está lleno de datos personales o corporativos confidenciales.

Muchas compañías están invirtiendo en tecnologías que borren toda la información almacenada en un teléfono si se pierde o es robado, para que los datos no puedan ser usados para fines criminales, dice Paul Roberts, analista de 451 Group, una firma de investigación tecnológica.



teléfonos y las redes a las que se conectan.

En el ámbito corporativo, los departamentos de tecnología de la información están limitando el acceso de estos aparatos a las redes internas. Y en el frente de los consumidores, las compañías de seguridad informática están vendiendo programas antivirus.

Son amenazas "reales pero poco frecuentes", señala Jan Volzke, director de marketing mundial para móviles en McAfee Inc., firma californiana que vende programas antivirus.

Los teléfonos inteligentes son usados principalmente por profesionales que quieren tener acceso al correo electrónico de la empresa y enviar documentos desde cualquier parte. Pero el mercado para estos aparatos está creciendo. El

En cinco años, ¿qué tendrá Apple bajo la manga?

Un control universal y un marco multimedia están entre las predicciones sobre la empresa

POR NICK WINGFIELD

PREDECIR los aparatos que Apple sacará al mercado es uno de los juegos favoritos del sector tecnológico, Wall Street y los blogs. El último rumor es que el presidente de la compañía, Steve Jobs, revelará durante una conferencia de desarrolladores que comenzará el 9 de junio una nueva versión del iPhone capaz de navegar por Internet a través de las velozes redes inalámbricas de tercera generación (3G).

Pero olvidémonos del mes que viene. Es más divertido pensar en los juguetes digitales que Apple fabricará dentro de cinco años. Por supuesto, el legendario hermetismo de Jobs significa que esas predicciones a menudo sólo son sueños. Basta con hacer una búsqueda en la Web con las palabras "Apple" y "mockup" (maqueta) para ver fotografías de los productos inventados por los fanáticos de Apple.

Forrester Research, una firma de investigación de mercado, ha sido la más reciente en imaginar qué productos lanzará Apple en 2013. Pero en lugar de predecir aviones de Apple u otras ideas descabelladas, Forrester utiliza la historia reciente de la compañía como guía para hacer sus pronósticos.

La conclusión que Forrester publicó en un informe es que aunque la mayor parte del éxito de Apple se debe a productos móviles como el iPod y el iPhone, la empresa buscará colonizar varias habitaciones dentro de las casas de los usuarios.

Entre los lanzamientos de Apple previstos por Forrester están marcos de fotos digitales que se montan en la pared y que, a la vez, pueden reproducir inalámbricamente videos y música almacenada en una computadora en otro lugar en la casa. Productos de este tipo ya existen, pero Apple podría imponer su sello, añadiendo su particular diseño y una pantalla sensible al tacto que permita a los usuarios cambiar de imagen con el roce de los dedos, al mejor estilo del iPhone.

Para el dormitorio, Forrester proyecta un radio reloj de Apple que reproduzca y transmita música y otros contenidos a través de una red casera. También es posible que lancen un control remoto universal "AppleSound", con una pantalla sensible al tacto, que permita a los

usuarios revisar su colección de música y cambiar la canción que está sonando en el estéreo mientras caminan por la casa. Esta última tecnología ya está disponible en una forma primitiva en una aplicación llamada Signal (disponible en www.alloysoft.com) que convierte al iPod touch y al iPhone en controles remotos para los programas iTunes de Apple.

Forrester también piensa que Apple podría extender a los hogares la asistencia técnica que actualmente ofrece a través de los "Bares de genios" que tiene en sus tiendas minoristas. Los servicios de instalación de Apple se volverán especialmente importantes a medida que

su gama de productos para el hogar crece. "El nivel de complejidad puede ser abrumador si tiene cinco o seis de estos aparatos", dice J.P. Gownder, uno de los analistas de Forrester que escribió el informe.

Una portavoz de Apple declinó referirse a los planes de productos de la empresa.

Pronosticar las creaciones de Apple se ha transformado en un pasatiempo muy popular, en parte porque Jobs ha resultado ser una fuerza decisiva en mercados en que una empresa de computadoras de Silicon Valley usualmente no domina.

El iPod sigue siendo el reproductor MP3 de mayor venta, con más del 70% del mercado, y Apple es el mayor vendedor minorista de música en Estados Unidos, por encima de Wal-Mart Stores. Menos de un año después de ingresar al mercado de teléfonos inteligentes, Apple se convirtió en el segundo proveedor de celulares inteligentes en EE.UU.

A pesar de las decepcionantes ventas del Apple TV, una especie de disco duro para el televisor que reproduce música, fotos y películas, muchos dicen que las intenciones de Jobs son claras. "Todo lo que hace lo posiciona para apoderarse de la sala de la casa", dice John Seely Brown, académico de la Universidad del Sur de California y ex director de PARC, de Xerox, el centro de investigación de Palo Alto, California, que inspiró algunas de las innovaciones del Macintosh original.

Una predicción ha resultado ser errónea una y otra vez: que Apple prepara un televisor. Forrester descartó la posibilidad. De todas formas, algunos aún creen que Apple algún día ingresará al negocio, a medida que los fabricantes de televisores convencionales integren en sus aparatos la habilidad de navegar en Internet.

Steve Wozniak, el cofundador de Apple, dice que tendría mucho sentido que Apple fabricara un televisor que pudiera acceder al contenido almacenado en Internet y en las computadoras. "Apple ya está en el sector de hacer pantallas de alta definición", agregó.

Yendo un paso más adelante, Brown piensa que la empresa californiana podría simplificar las funciones tradicionales de un televisor. "La mayoría de las personas encuentran que programar el sistema de un televisor de alta definición es muy complicado", dice. "Son tan malos como nuestros sistemas de computadoras".



Los fondos de cobertura dejan un sabor amargo en el mercado del chocolate

POR AARON O. PATRICK

LONDRES — El precio de la barra de chocolate Snickers de Mars Inc. ha subido 6% en los últimos 12 meses. ¿Es posible que los fondos de cobertura tengan la culpa?

El alza de los precios del cacao está encareciendo el chocolate en todo el mundo. La industria chocolatera responsabiliza a los inversionistas profesionales, especialmente a los fondos de cobertura, por sus prácticas de compras especulativas.

A los fondos de cobertura se les ha acusado de muchas cosas en los últimos años, incluyendo la casi bancarrota de algunos países (la crisis financiera de Asia de 1997), una corrida contra la libra esterlina (George Soros en 1992), la amenaza contra la integridad del sistema financiero estadounidense (Long-Term Capital Management) e incluso fraude (Bayou Management LLC en 2005). Esta es su primera pelea con los fabricantes de chocolate.

"Definitivamente tienen influencia en el mercado y en los precios", dice Bern Rössler, vocero de August Storck KG, uno de los principales fabricantes de chocolate de Alemania. "Hay mucho dinero invertido [en el cacao] y proviene de los fondos de cobertura".

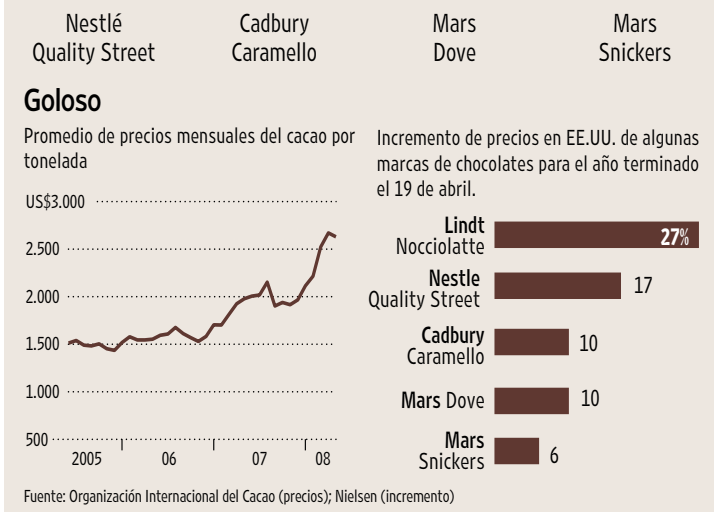
Ken Hanna, director financiero de Cadbury PLC, fabricante de la barra de chocolate Caramello, dice que la mayor parte de la demanda de cacao solía venir de los fabricantes. "Ahora, al igual que con otros muchos *commodities*, existe una gran demanda por parte de inversionistas y eso puede incrementar la presión sobre los precios", explica.

Manipulación de precios

La fijación de los precios del chocolate está bajo escrutinio en todo el mundo. En Estados Unidos, Canadá y Europa, los reguladores están investigando una presunta manipulación de precios en el mercado chocolatero. De momento, ya se han interpuesto más de 50 demandas, muchas de ellas por clientes y distribuidores.

Los fabricantes de chocolate han sido acusados de manipulación al menos desde 2002. El Departamento de Justicia de EE.UU. ha empezado a investigar sus prácticas de fijación de precios, y en febrero, la Oficina Federal de Defensa de la Competencia de Alemania llevó a cabo redadas en siete fábricas de chocolate. Las compañías aseguran que están cooperando con las pesquisas.

Recientemente, las turbulencias en el mercado global de acciones han hecho



que fondos de cobertura y otros inversionistas opten por las materias primas agrícolas como el cacao, el trigo y el aceite en busca de mayores retornos. "Se trata de un fenómeno totalmente nuevo", dice Stephanie Garner, una corredora de cacao de Sucden, propiedad de Sucre & Denrées SA, en la Bolsa Financiera Internacional de Futuros y Opciones de Londres (LIFFE). "En gran medida, es consecuencia de la crisis de crédito".

Vendido en todo el mundo en forma de polvo, pasta, licor o mantequilla, el cacao cuesta unos US\$2.600 la tonelada en la Bolsa Intercontinental de Nueva York. A principios de 2007, ese precio era de unos US\$1.700. A nivel global, las ventas de chocolate aumentaron 6,9% en 2007, según Nielsen Research.

Entre un 15% y un 30% de una barra de chocolate normal está hecho de cacao. Los trozos de chocolate de primera calidad pueden contener hasta un 99% de cacao, haciéndolos mucho más vulnerables a los vaivenes del precio.

Dado el pequeño tamaño del mercado chocolatero (la cosecha anual está valorada en unos US\$10.000 millones, más o menos el equivalente a la producción petrolera de un día), los fondos de cobertura

pueden mover los precios con cantidades de efectivo relativamente pequeñas. Hans Kilian, uno de los pocos analistas independientes de esta materia prima, dice que ha sido contratado por diferentes fondos de cobertura para recopilar información acerca de la producción en África Occidental, Brasil e Indonesia. Kilian no quiso revelar la identidad de ninguno de sus clientes.

Uno de los rompecabezas detrás del encarecimiento del cacao es que no parece reflejar un desequilibrio entre el suministro y la demanda. En el año finalizado en septiembre, se habrá plantado casi el suficiente cacao para abastecer la demanda mundial, según la Organización Internacional del Cacao, un grupo de la industria. El déficit previsto de 51.000 toneladas no es especialmente importante y puede cubrirse de manera fácil con las reservas existentes, asegura el grupo.

El fabricante suizo de la marca Lindt, Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG, dice que la inversión especulativa está distorsionando el mercado del cacao. "El incremento en los precios del cacao tiene poco que ver con la oferta y la demanda", dijo en marzo su presidente ejecutivo, Ernst Tanner.

BREITLING for BENTLEY

BENTLEY MOTORS

For an authorized Breitling dealer near you, please call +511 444 1100

www.breitlingforbentley.com