

FairPhone: Un Móvil Que Integra Ética Comercial Y Social En Su Producto (Parte I)



El otro día el noticiario anunciaba el lanzamiento de un FairPhone o teléfono equitativo; es decir un producto realizado teniendo en cuenta valores éticos en el trato de seres humanos y del planeta. Personalmente, comparto profundamente esta ideología y estoy convencida que son este tipo de iniciativas que proponen un futuro mejor. Así que fui a la página del [FairPhone](#) y os propongo esta traducción para conocer este excelente producto.

Porqué es Ético:

1. Recursos libres de conflicto

Significa que el abastecimiento de materias primas que no financian las fuerzas armadas o conflictos violentos, de las minas que tratan a las personas como a los seres humanos que son. Fairphone contiene:

- Estaño sin conflictos: la pasta de soldadura utiliza estaño de las minas libres de conflicto en la provincia de Kivu del Sur, República Democrática del Congo (RDC).
- Tantalio sin conflictos: del tantalio en los condensadores se extrae el coltán procedente de Mai Baridi, Kisengo y Luba (minas libres de conflictos localizados en la parte norte de la provincia de Katanga, República Democrática del Congo).

- Resultado: Materiales Preciosos: minerales libres de conflicto son sólo el primer paso. Fairphone cree que todos los recursos usados para crear sus teléfonos inteligentes es precioso, incluyendo las personas que contribuyen al proceso. Comprar este teléfono, ayudará a cambiar la forma de fuentes de la industria, los procesos y percibe estos materiales preciosos.

2. Bienestar de los trabajadores

De las minas a las fábricas, se quiere que todos los trabajadores involucrados en la creación de este smartphone ganen un salario justo. Más allá de los beneficios monetarios, el objetivo final es asegurar que los empleados trabajen en condiciones de seguridad y que cumplen con las normas ambientales.

Para este primer teléfono, se centraron en su fábrica en China, incluyendo la creación de un fondo para mejorar los salarios de los trabajadores y condiciones de trabajo y discusiones abiertas entre los trabajadores y sus empleadores.

Resultado: Hecho con cuidado

Los productos que más se aprecian son los que se hacen con cuidado. Más información sobre la pasión y el compromiso que este teléfono proporciona a cada paso de la cadena de suministro.

3. Programas contra la E-contaminación

Además de producir de forma responsable nuevos teléfonos, también se trata de encontrar mejores maneras de tratar con componentes electrónicos que han llegado al final de su vida útil.

La reducción de los desechos electrónicos en el mundo en desarrollo

Nuestros teléfonos están empezando sus vidas, por lo que

nuestros esfuerzos de reciclaje de primera se centrará en otros teléfonos que ya están en circulación. Por cada Fairphone vendidos, 3€ está reservado para la creación de proyectos en los países donde el reciclaje de residuos electrónicos seguros aún no se facilita. Para este proyecto trabajamos con "Closing the loop", una fundación que maximiza la reutilización y el reciclaje de teléfonos en todo el mundo mediante la creación de proyectos pragmáticos a nivel local.

Vender de nuevo

Está listo para comprar su Fairphone? Eso está muy bien, sin olvidarse de su antiguo teléfono! Donar a una buena causa o vender de nuevo el uso de servicios de reciclaje como GSMloket (NL / BE), Simply Drop (Reino Unido), Zonzoo (AT / BE / DE / IT / PT / SP) o Wirkaufens (DE). En el futuro, un nuevo programa de recompra será presentado sólo para Fairphones.

Resultado: valor duradero

Reducir, reutilizar, renovar, reciclar. El objetivo final es menos teléfonos en circulación ! La compra de un Fairphone afecta el ciclo de vida completo de los teléfonos móviles.

[FairPhone: Un Móvil Que Integra Ética Comercial Y Social En Su Producto \(Parte II\)](#)

[El Modelo De LinkedIn Funciona A Toda Marcha](#)



Me han transferido un post de [Le Figaro](#) que trata del crecimiento de la red social LinkedIn. Esta en francés y me ha parecido interesante traducirlo al castellano, ya me diréis

qué os parece.

[El Modelo De LinkedIn Funciona A Toda Marcha](#)

La cotización en bolsa de la acción de la red profesional se ha multiplicado por dos en un año, sosteniendo excelentes resultados.

LinkedIn sigue su camino sin fracasar. Cuando los grandes de la Web están debilitados por el rápido cambio de los usuarios del fijo al móvil; la red social profesional sigue progresando hacia la excelencia, con resultados óptimos. Ha acabado su segundo trimestre con un alza de su cifra de negocios del 59%, con 363,7 millones de dólares (273,6 millones de euros). Su resultado neto ha subido del 33%, a 3,7 millones de dólares (2,7 millones de euros).

Estos buenos resultados se consiguen gracias al modelo original que ha construido. Los ingresos publicitarios sólo representan una mínima parte de su cifra de negocios, por ello les ha afectado de una manera mínima también la transición a lo móvil. Sus puntos fuertes y lo que sí, desarrolla su actividad, son las soluciones de reclutamiento vendidas a las grandes empresas, que constituyen la mitad de su cifra de negocios. El tercer pilar proviene de las altas en los premiums.

Para atraer a los ricos reclutadores, LinkedIn debe convencer sin cesar a los internautas, entrar para rellenar y actualizar sus perfiles. Y ésto, el portal lo hace muy bien. Totalizaba 238 millones de miembros a finales de Junio, en alza del 37% en un año, la más fuerte subida desde finales del 2011. “Los usuarios vuelven y entran más a menudo en el portal”, comenta orgullosamente Jeffrey Weiner, PDG de la web, delante de los analistas

Mensajes patrocinados

LinkedIn no fue a buscar muy lejos para acrecentar la

fidelidad de sus miembros. Ahora, cada uno de ellos dispone de "hilo de actualidad" o sección de noticias en tiempo real, personalizado, similar al de Facebook y de Twitter, que enumera los contenidos interesantes para compartir entre los contactos; también incita a volver en el portal para ver nuevas publicaciones. LinkedIn también ha invertido en contenidos originales, atrayendo personalidades que firman crónicas exclusivas. La primera intervención de Bill Gates ha sido vista más de un millón de veces en 2 días.

Ahora LinkedIn quiere sacar ventaja de su flujo de actualidad para conseguir nuevos ingresos. Tal como Facebook, empieza a incluir mensajes patrocinados entre las publicaciones de los miembros. Los primeros anunciantes son GE, Mercedes Benz, Xerox y Capgemini. Este formato se adapta particularmente bien a los móviles, dónde el espacio disponible para la publicidad es más reducido. "Los primeros resultados son esperanzadores", ha estimado Jeffrey Weiner.

Estas perspectivas han contribuido a dopar la cotización en bolsa de la acción LinkedIn, que ha aumentado más de 10% a la apertura del Nasdaq. El título ha alcanzado 235 dólares, es decir una subida del 150% en un año. Entre los grandes portales de internet, el único servicio de alquiler de vídeos NetFlix hace más que (+ 360%). Yahoo! y Facebook contemplan un crecimiento del 77% y del 89% respectivamente. Google del 44%.