



Contenido

ACTIVIDAD PROPUESTA DE VALORES	2
PRESENTACIÓN DE LOS INTEGRANTES.....	2
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	3
-Nombre de la empresa	3
-Slogan.....	3
-Propuesta de valor	3
-Diferenciación (competencia directa).....	3
-Diferenciación (competencia indirecta)	4
DESARROLLO DEL PROYECTO	5
-Idea de negocio.....	5
-Sostenibilidad.....	5
-Forma jurídica.....	5
-Visión, misión y valores.....	5
-Objetivos	6



ACTIVIDAD PROPUESTA DE VALORES

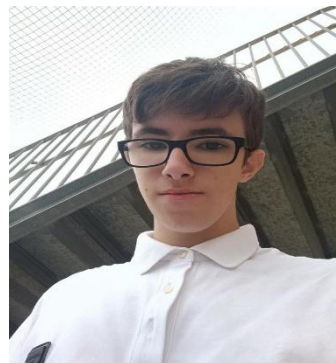
PRESENTACIÓN DE LOS INTEGRANTES



Michael



Adrián



Iker



Pablo

Pablo – Sobresale por su pensamiento lógico, dominio tecnológico y orientación a la eficiencia. Asegura que las soluciones digitales sean intuitivas, estables y útiles para todos los usuarios.

Adrián - Destaca por su creatividad, visión estratégica y capacidad comunicativa. Es quien impulsa las ideas innovadoras y transmite la esencia sostenible de Pamiloop al público.

Michael - Aporta empatía, conciencia ecológica y atención al detalle, asegurando que cada interacción con los usuarios refleje los valores ambientales y humanos del proyecto.

Iker –Se caracteriza por su liderazgo, organización y habilidad para coordinar equipos y recursos, además de su manejo del marketing digital.

Juntos formamos Pamiloop, una iniciativa nacida en Torrente (Valencia) con el propósito de fomentar la economía circular, reducir los residuos electrónicos y ofrecer una alternativa tecnológica, moderna y accesible para el reciclaje responsable.



DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

-Nombre de la empresa

Pamiloop

S.L.

El nombre surge de las iniciales de los creadores —Pablo, Adrián, Michael e Iker— combinadas con la palabra *loop* (bucle o ciclo en inglés), reflejando el ciclo de vida de los productos y el espíritu del reciclaje.

-Slogan

“Recicla hoy, respira mañana.”

Un mensaje corto, emocional y ambiental que resalta la urgencia y el impacto positivo del reciclaje en el futuro del planeta.

-Propuesta de valor

Pamiloop ofrece una aplicación que **conecta a usuarios que tienen electrodomésticos dañados con técnicos especializados que los reparan y revenden**. El vendedor recibe una parte del dinero de la venta, y el comprador obtiene un electrodoméstico reacondicionado, funcional y más económico. Todo el proceso es transparente, digital y sostenible.

-Diferenciación (competencia directa)






Ejemplos de competencia directa:

- **Back Market:** Plataforma especializada en productos electrónicos reacondicionados, incluyendo electrodomésticos. Garantiza funcionalidad y calidad, similar a Pamiloop.
- **Rebuy:** Compraventa de aparatos reacondicionados con sistema de evaluación, reparación y venta online.
- **Eco-Refurb:** Servicios de reparación y venta de electrodomésticos reacondicionados con enfoque en sostenibilidad.



Por qué son directas: Todas estas empresas realizan **el mismo proceso integral** que Pamiloop: los aparatos se recogen, se reparan y se venden de nuevo, generando un beneficio tanto para el vendedor como para el comprador, al igual que nuestra app.

-Diferenciación (competencia indirecta)

LOGO	NOMBRE	TIPO DE SERVICIO	PVP	CALIDAD/ REPUTACION	ALCANCE
	MediaMarkt	Venta de electrodomésticos y electrónica	Medio-alto	Alta	Nacional e internacional
	Wallapop	Plataforma de compraventa de segunda mano	Variable	Media-Alta	Nacional
	Vinted	Plataforma de venta de ropa y accesorios usados	Bajo	Media-Alta	Internacional
	Bosch	Venta minorista (electrónica, hogar, moda, etc.)	Alto	Muy alta	Nacional e internacional
	Balay	Fabricación y venta de electrodomésticos	Medio	Alta	Nacional



DESARROLLO DEL PROYECTO

-Idea de negocio

Pamiloop nace como una **app de economía circular** donde los usuarios publican sus electrodomésticos dañados. Los técnicos los recogen, reparan y venden a través de la plataforma. De esta forma, se reduce la cantidad de residuos electrónicos, se generan oportunidades laborales y se fomenta el consumo responsable.

-Sostenibilidad

El proyecto se basa en la **reutilización de recursos** y en la **reducción del impacto ambiental** de los residuos electrónicos. Cada electrodoméstico reparado significa menos contaminación, menos producción nueva y un paso hacia un futuro más equilibrado. Además, fomenta el empleo local y la conciencia ecológica de los usuarios.

-Forma jurídica

La empresa adopta la forma de **Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.L.)**, por su protección del patrimonio personal, su flexibilidad en la gestión y su imagen profesional ante clientes e inversores.

-Visión, misión y valores

Visión:

Ser una empresa moderna, benevolente y sostenible, reconocida internacionalmente



por su contribución a la recuperación y valorización de recursos electrónicos, ayudando a construir un planeta más limpio y equilibrado.

Misión:

Promover una economía circular que beneficie tanto al medio ambiente como a las personas, ofreciendo oportunidades laborales a técnicos y repartidores, y facilitando el acceso a electrodomésticos reparados de calidad.

Valores:

- **Sostenibilidad:** Dar una segunda vida a los electrodomésticos y reducir los residuos electrónicos.
- **Accesibilidad:** Hacer posible que cualquier persona acceda a productos de calidad a precios asequibles.
- **Ecologismo:** Poner el cuidado del medio ambiente en el centro de nuestro modelo de negocio.
- **Confianza:** Garantizar transparencia, seguridad y responsabilidad en cada proceso.
- **Compromiso social:** Crear empleo y fomentar la economía circular local.

-Objetivos

General:

Convertirse en una empresa de referencia en el reciclaje y venta de electrodomésticos reacondicionados, fomentando la sostenibilidad y el empleo local.

Específicos (SMART):

- Lograr 50 usuarios activos en la app en los primeros 6 meses y 100 en el primer año.
- Reacondicionar y vender 10 electrodomésticos en los tres primeros meses y 25 al final del primer año.



- Incorporar 30 técnicos certificados y firmar contrato con una empresa local de logística antes del mes 9.
- Instalar 3 campañas publicitarias locales en Valencia antes del sexto mes.
- Obtener al menos 100 reseñas positivas en la app durante el primer semestre.
- A largo plazo (2–5 años): alcanzar 50.000 usuarios activos, vender más de 20.000 electrodomésticos al año y expandirse a 2–3 comunidades autónomas.