

## **El amazon de las suscripciones se llama Suscraib**

**Disfrutar de un producto o servicio y pagar por él cuando se utilice. La flexibilidad en el uso es la principal característica del modelo de suscripción, una nueva relación entre cliente y marca que se está instaurando hoy en día, estimulada más si cabe, por la inflación. La era de la suscripción ha llegado, y Suscraib abanderará este nuevo paradigma. Una plataforma donde encontrar todas las suscripciones que hay en el mercado y donde gestionar su uso en función de las necesidades**

La era de la suscripción ha llegado, y una compañía valenciana se erige como su principal valedor. Y es que Suscraib, miembro de la Asociación de Startup Valencia, ya tiene acuerdos comerciales con más de 100 empresas en España y ya están preparando el desembarco en otros países, como Francia e Italia. Definitivamente, no hay fronteras en el mundo de las suscripciones.

"La presión inflacionista está golpeando el consumo en general, ya que la disminución del poder adquisitivo de los compradores está provocando una reducción en la adquisición de productos", explica Andreu Llambrich, CEO y Fundador de Suscraib, quien añade que, "en este contexto de incertidumbre económica, los usuarios necesitan optimizar sus gastos para adaptar sus necesidades a sus capacidades. Para ello, requieren de flexibilidad en sus inversiones, poder contratar un servicio y tener la flexibilidad de darse de baja cuando realmente consideren que ya no lo necesitan".

Esta fue la principal razón por la que nace Suscraib, la flexibilidad: "Esta alternativa sólo se la ofrece el modelo de suscripción. El pago por uso es una modalidad que puede ofrecer más ventajas a los consumidores en un contexto de incertidumbre económica: una cuota mensual de 10 € compromete menos al usuario que el hecho de comprar un producto por 500 €; la toma de decisiones del consumidor sobre el producto o servicio es mucho más laxa con un modelo por suscripción que en la adquisición en propiedad. Desde el registro hasta la cancelación del servicio: los usuarios tienen la capacidad, de determinar cuándo, cómo y de qué manera quieren disponer de los servicios o productos contratados", explica el empresario valenciano.

Ante este nuevo paradigma, las marcas tienen la oportunidad de ganarse a su clientela enfocándose en el usuario: "las empresas que dispensan estos servicios deben evitar «modelos oscuros», a través de los cuales, algunas marcas, de una manera deliberada, no dan facilidades para darse de baja. A la larga, estas técnicas sólo sirven para que se genere una impresión negativa en el consumidor. Con las dificultades económicas que atravesamos y el incremento de los precios, nuestros clientes serán más tolerantes con aquellas marcas que muestren más flexibilidad en la gestión de sus suscripciones".

Y es aquí donde aparece el valor añadido de Suscraib: "Una vez el usuario tiene la posibilidad de tomar sus decisiones debe hacerlo de forma reflexiva: tomarse su tiempo, analizar las mejores opciones y tomar decisiones informadas. El antídoto para optimizar nuestros gastos en suscripciones, de manera que sólo invirtamos en aquello que necesitamos, es una herramienta que te permita controlar tus gastos, un lugar donde los usuarios puedan gestionar sus servicios contratados de una manera eficiente, visualizando aquellas suscripciones que utiliza y dándose de baja de aquellas que no necesita. Esto es Suscraib", aclara Andreu Llambrich.

Cómo soluciona este problema la plataforma

Salud & Bienestar, Ocio & Cultura, Movilidad, Hogar & Moda, Finanzas o Tecnología. Estas son las categorías a partir de las cuales los usuarios encontrarán todo lo que necesitan. La web, además, incorpora un geolocalizador online donde descubriremos lo que tenemos más cerca de casa, un gestor de suscripciones con el que controlar tus gastos, y su funcionalidad más interesante: un servicio de cancelación de suscripciones incorporado.

"Las funcionalidades que ofrece la plataforma van todas encaminadas a la gestión inteligente de nuestros gastos", explica Andreu Llambrich, "podemos confeccionar listas por gustos, intereses o servicios contratados, porque debemos asegurarnos de que cada pago que hacemos nos reporta la satisfacción correspondiente al desembolso realizado. Mediante la creación de listas en Suscraib, dispondremos de una visión general de nuestras suscripciones, podremos calcular lo que gastamos al mes en total y ver qué suscripciones no aprovechamos", añade Llambrich. "La cancelación de suscripciones es el siguiente paso. Aquellos servicios que no queremos seguir disfrutando, los damos de baja. Esta funcionalidad la incorporamos tras observar las complicaciones que presentan algunas compañías a la hora de cancelar servicios", analiza el CEO de Suscraib.

Además de estas funcionalidades para gestionar más eficientemente las suscripciones, la plataforma incorpora otros muchos servicios, como la navegación personalizada en función de los intereses y localización, o el acceso a descuentos exclusivos por estar registrado.

Compromiso con la sostenibilidad

Otro de los grandes beneficios que reporta esta nueva relación marca-cliente repercute directamente en el medio ambiente. Y es que los usuarios, con Suscraib, contribuyen a un planeta más sostenible gracias a la economía circular, un modelo económico regenerativo que mantiene productos, componentes y materiales el mayor tiempo posible en los sistemas productivos; preservando su valor y reduciendo el consumo de recursos primarios.

**Datos de contacto:**

Jorge Baixauli  
676078916

Nota de prensa publicada en: [Valencia](#)

Categorías: [Nacional Marketing Emprendedores E-Commerce](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>