

## **Simplr se suma al movimiento Green Friday para fomentar la circularidad del consumo**

**Simplr se adhiere al movimiento Green Friday: la respuesta al Black Friday, que se celebrará el próximo 26 de noviembre, de una serie de marcas e instituciones comprometidas con un consumo meditado y responsable. El término Green Friday fue acuñado en 2015 por la Comisión Europea, y desde entonces se ha convertido en una campaña ecológica mundial**

Simplr, plataforma que permite acceder a cualquier producto o servicio mediante suscripción, se suma al movimiento Green Friday: la respuesta al Black Friday, que se celebrará el próximo 26 de noviembre, de una serie de marcas e instituciones comprometidas con un consumo meditado y responsable.

El término Green Friday fue acuñado en 2015 por la Comisión Europea, y desde entonces se ha convertido en una campaña ecológica mundial respaldada por organizaciones como Ecodes, WWF o Ecoservis. Compañías como Ikea la han apoyado mediante campañas de devolución y reasignación de muebles, y otras, como la marca de ropa RÆBURN, han optado directamente por cerrar sus tiendas físicas y deshabilitar su e-commerce en el Black Friday.

Estas y otras iniciativas quieren poner de relieve los riesgos para las personas y para el planeta del consumo compulsivo que alimenta el Black Friday, y fomentar una forma de consumir alternativa y sostenible. Y es que, si bien todavía no existen estudios de referencia a nivel mundial, sí hay cálculos nacionales sobre la enorme huella ambiental de un día en que todo el mundo sale a comprar de forma desahogada. En Reino Unido, por ejemplo, los repartos a domicilio de productos en el Black Friday emiten a la atmósfera 429.000 toneladas de gases de efecto invernadero: unas cifras homologables seguramente a las de nuestro país, en que, según la Organización Empresarial de Logística y Transporte de España (UNO), en ese día y en los posteriores, las empresas de paquetería y logística realizan 50 millones de envíos.

Simplr, compañía tecnológica española creada en 2020 que permite la suscripción a más de mil productos y servicios en alrededor de 50 categorías y subcategorías mediante acuerdos con más de 250 marcas como Damm, Hyundai, Ducati, HP, Apple o Flax & Kale, respaldará el Green Friday en una doble dimensión.

Primero, mediante su propio modelo de negocio, porque, como señala Ángel Bou, su co-fundador y CEO, “la economía de acceso, en que el usuario accede a todo tipo de productos y servicios y paga solo por el tiempo en que los utiliza, es en sí misma un consumo responsable, que evita la acumulación de cosas que no utilizamos y fomenta su circularidad, poniéndolas a disposición de otras personas cuando a nosotros ya no nos sirven”. Bou apunta además “que el pago por uso ya mueve más de 3.000 millones de euros al año en nuestro país, y que en los últimos nueve años ha multiplicado por cuatro su cifra de negocio a nivel mundial”.

Daniel Romy, co-fundador y COO de Simplr, añade que “las nuevas generaciones ya están pivotando de forma natural al pago por uso porque, del mismo modo en que han visto las ventajas de pagar una cuota por acceder a series, música o videojuegos, piden a las marcas que les brinden esta misma posibilidad con productos de cosmética, ropa o con su opción de movilidad preferida: coche, motos, bicicletas, patinetes...”.

Además, entre los días 22 y 29 de noviembre, Simplr redoblará su apuesta por un auténtico Green Friday con una campaña que se basará combinar las suscripciones de los productos de pago por uso, como ropa o portátiles, con suscripciones orientadas a ayudar a sostener el planeta. Así, la plataforma aplicará un descuento del 25% en estos packs que combinarán la suscripción de tecnología, motos, bicicletas o moda con suscripciones a entidades que trabajan para la reforestación, la limpieza de los océanos o la recogida de alimentos y productos de primera necesidad.

“Frente a las compras masivas e irreflexivas del Black Friday”, señala Romy, “queremos que esos descuentos que hacen difícil desaprovechar una oportunidad se apliquen sobre todo a productos que contribuyen a la lucha contra el cambio climático y a que la gente se incorpore a asociaciones que pelean por un mundo mejor no solo desde el punto de vista medioambiental, sino también a nivel social”.

Simplr, cuyo equipo fundador cuenta con experiencia en compañías tecnológicas como Google, Apple o Zuora y en firmas de venture capital como Inveready o Antai, lanzó su marketplace en junio de este año y ya ha levantado una ronda de financiación de 4,5 millones de euros con la que prevé consolidar su plataforma en España e iniciar su expansión internacional.

**Datos de contacto:**

Reyes  
678114416

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

Categorías: [Sociedad](#) [Entretenimiento](#) [Ecología](#) [Consumo](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>