

Green Friday: el 67% de los consumidores prefieren las marcas que cuidan el medio ambiente

[Multimedia](#)

Meritxell Hernández, CEO de Roll'eat, empresa de diseño y producción de envoltorios reutilizables para alimentos: "Es hora de replantearnos cómo y por qué compramos, y de hacerlo de una manera que beneficie tanto a las personas como al planeta"

Empieza la época del consumismo salvaje: las grandes ofertas y descuentos invitan a consumir de manera desmesurada a las puertas de la Navidad. El aumento de ventas en estas fechas incrementa la huella de carbono: el transporte, la logística o el sector textil son algunos de los factores que generan más emisiones de CO₂.

Sin embargo, cada vez son más los consumidores que se muestran más conscientes y responsables con el planeta. En los últimos años, se ha observado un gran cambio en las tendencias de compra, observando ahora que el consumidor se fija más en los valores detrás de las marcas en sus decisiones. De hecho, [estudios](#) recientes afirman que el 67% de los consumidores tienen en cuenta el trabajo de las marcas en materia de cuidado medioambiental a la hora de tomar decisiones de compra.

Meritxell Hernández, CEO y fundadora de Roll'eat, marca referente en el diseño y producción de envoltorios reutilizables para alimentos, señala "cada vez más personas no solo buscan productos de calidad, sino que también valoran los compromisos sociales y ambientales de las empresas".

Green Friday: un movimiento al alza para el consumo responsable

Son varias las marcas que, como Roll'eat, se han sumado en los últimos años a celebrar el "Green Friday", poniendo así el foco en promover un consumo más responsable en estas fechas. En lugar de fomentar la compra impulsiva y masiva, las marcas que se suman a celebrar este día invitan a los consumidores a reflexionar sobre sus elecciones, priorizando productos sostenibles, de comercio justo y fabricados de manera responsable.

"El 'Green Friday' no se trata de prohibir el consumo, sino de fomentar un consumo con sentido", comenta Meritxell Hernández, CEO de Roll'eat. "Invitamos a los consumidores a pensar en el impacto de sus compras. Elegir productos que promuevan la sostenibilidad es una forma de contribuir a cuidar el planeta."

De la misma manera que se ha observado un cambio en los factores de decisión de compra entre los consumidores, la sostenibilidad se está convirtiendo, cada vez más, en un pilar fundamental para las marcas. Lejos de formar parte de una estrategia de marketing o una moda pasajera, las marcas con propósito están redefiniendo e influyendo en el consumo. "No se trata solo de lo que compran, sino de por qué lo hacen", afirma Hernández. Las marcas que logran conectar emocionalmente con los consumidores ofrecen no solo productos, sino también valores.

El futuro del consumo responsable

El auge del "Green Friday" confirma una tendencia al alza hacia el consumo consciente y responsable. Cada vez más personas optan por reducir su impacto ambiental y alinean sus decisiones de compra con sus valores. Marcas como Roll'eat creen que este es solo el comienzo de un cambio más profundo en la forma de consumir. "Es hora de replantearnos cómo y por qué compramos, y de hacerlo de una manera que beneficie tanto a las personas como al planeta.", concluye Meritxell Hernández.
