

Fecha 09.12.2025	Sección Reporte Especial	Página 20
---------------------	-----------------------------	--------------

Cadenas de suministro nacional

sostenibilidad

# Producción y consumo local ayudan a la sostenibilidad

El sello Hecho en México es clave para la sostenibilidad empresarial y la reducción de emisiones. Para impulsar que las cadenas de valor locales disminuyan la huella de carbono se requieren políticas públicas que fomenten una producción y consumo consciente

Nancy Escutia

nancy.escutia

@eleconomista.mx

L

La producción y consumo local, promovidos bajo el sello Hecho en México, son catalizadores que el país requiere para alcanzar la eficiencia en el uso de recursos que ayuden a lograr una gestión sostenible, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU.

Con el compromiso de una producción y consumo responsables, priorizar las cadenas de suministro nacionales en México fortalece la economía y reduce la huella de carbono, un ejemplo que dejó la pandemia.

“Con Covid nos dimos cuenta del nearshoring y la relevancia de tener a tus proveedores más cerca, y reconocer que la cercanía reduce los tiempos, genera economías locales y reduce la transportación”, dice Francisco Fernández, di-

rector ejecutivo del Centro de Empresas Conscientes (CEC) del TEC de Monterrey.

En esta línea, Fernanda Bermúdez, Country Chair de G100 México, subraya que una producción y cadena de suministro local maximiza el impacto económico y ambiental. “Vamos a lograr costos más visibles, a disminuir la huella de carbono, a bajarle a las emisiones de transporte, a generar conciencia y trabajo interno que repercute en una reputación más benéfica y próspera”.

## Producción sostenible y más consciente

Ambos expertos coinciden en que un problema es el malinchismo, que fomenta el consumo externo sin conciencia y por “moda”. Bermúdez señala que, en la cadena de suministro, a menudo no se busca lo más eficiente, “sino lo más barato, y eso afecta de manera directa por que la sostenibilidad sigue quedando en un último renglón de la conversación”.

En tanto, Fernández identifica que la opacidad de “marcas globales en su op-

eración como *fast fashion*, en donde sabemos, tienen una alta huella de carbono, no nada más en la producción” es un problema de ese consumo sin conciencia.

Por ello, refieren la necesidad de implementar políticas públicas que aborden al cuidado del medio ambiente. El directivo sugiere un marco regulatorio y cultura sólida apegada a los valores locales. “Normalmente las personas de la localidad tienen una conciencia mayor acerca del cuidado del medio ambiente”.

A este punto, agrega que “la voluntad y conciencia” son factores que suman, ya que reducen distancias y automáticamente la huella de carbono.

En contraste, Fernanda Bermúdez sugiere implementar un impuesto verde, como ya se aplica en estados como Zacatecas, Querétaro o la Ciudad de México, que buscan reducir emisiones contaminantes; así como modelos innovadores que com-pensen al medio ambiente, como ya se realiza en



Continúa en siguiente hoja

Fecha	Sección	Página
09.12.2025	Reporte Especial	20

algunas zonas rurales.

“Se utiliza tecnología para un riego mucho más inteligente y muchos mucho más eficiente, se incrementa no nada más la productividad, sino también se cuida el ecosistema con el que trabajan”, explica con relación a cómo se usa la tecnología en favor de la sostenibilidad en modelos de agricultura regenerativa.

Finalmente, ambos coinciden en que las medidas deben acompañarse de

consumidores conscientes. “Detrás de un produc

to local hay cuidado, generación, distribución de riqueza”, concluye Francisco Fernández, haciendo un llamado a invertir en productos con una vida útil más larga y a cuestionar la trazabilidad de lo que se consume.

**Una producción y consumo responsables**, así como priorizar las cadenas de suministro nacionales ayudan a fortalecer la economía y reducir la huella de carbono.



**Con la cadena de suministro local vamos a lograr costos más visibles,**

**a disminuir la huella de carbono, a generar conciencia y trabajo interno que repercuta en una reputación más benéfica y próspera”.**

Fernanda Bermúdez,  
COUNTRY CHAIR  
DE G100 MÉXICO.



**Con Covid nos**

**dimos cuenta de la relevancia de tener a tus proveedores más cerca, y reconocer que la cercanía reduce los tiempos, genera economía locales y reduce la contaminación”.**

Francisco Fernández,  
DIRECTOR EJECUTIVO DEL CEA  
DEL TEC DE MONTERREY




**Las empresas mexicanas** pueden impulsar la sustentabilidad apostando por procesos de producción más eficientes y responsables. Adoptar prácticas como el uso de energías limpias, la reducción de residuos y la optimización de recursos.



**Pueden impulsar** cadenas de suministro locales y circulares. Al colaborar con proveedores nacionales, reciclar materiales y fomentar la economía comunitaria, las empresas reducen su huella de carbono y contribuyen al desarrollo regional.



**La sustentabilidad** también se construye desde la transparencia. Informar al consumidor sobre el origen de los insumos, los procesos utilizados y el impacto social de cada producto crea confianza y lealtad.



**La sostenibilidad** de las empresas debe acompañarse de consumidores conscientes.  
FOTO: SHUTTERSTOCK