NACIONAL

Anuncia Secretaría de Economía campaña “Lo hecho en México siempre gana” rumbo al Mundial 2026

24 de marzo de 2026 · 3 min de lectura



La Secretaría de Economía (SE), el Consejo Coordinador Empresarial (CCE) y la Federación Mexicana de Fútbol (FMF) presentaron, este 24 de marzo, la campaña “Lo hecho en México siempre gana”, iniciativa que promoverá productos y servicios de empresas nacionales o internacionales con operación y trayectoria reconocida en el país antes y durante la celebración de la Copa del Mundo.

Al respecto, la dependencia precisó que la campaña es resultado de un esfuerzo de promoción que emprenden en conjunto el Gobierno de México, el CCE, la FMF y 27 empresas de distintos sectores e industrias, con el objetivo de inducir al consumo de bienes fabricados en el país como una herramienta para proteger empleos y alentar el consumo de productos manufacturados en territorio mexicano.

El secretario de Economía, Marcelo Ebrard, destacó que cerca de 5 mil empresas cuentan ya con el sello Hecho en México, el cual distingue la calidad de los productos fabricados por manos mexicanas.

Asimismo, celebró la iniciativa de múltiples empresas para unirse bajo la causa común de impulsar a México y reconoció la contribución del CCE y la FMF para la instauración del proyecto.

Por su parte, Josefina Rodríguez Zamora, titular de la Secretaría de Turismo, señaló que México es modelo a nivel mundial, ya que “en ningún otro lugar se reúnen tantas empresas que muestran la grandeza de nuestro país, porque no sólo es economía, sino es talento mexicano, es dar a conocer la grandeza turística de México, su historia, y lo hacen a través de cada uno de ustedes, de sus productos”.

Por otra parte, el presidente del CCE, José Medina Mora, detalló que “cuando elegimos, respaldamos y fortalecemos lo hecho en México —en la industria, la innovación o el talento— gana México y ganamos todos, porque ese avance se traduce en más oportunidades, empleo y bienestar para toda la sociedad”.

Además, Liliana Mejía, directora global de Asuntos Corporativos de Bimbo, subrayó que impulsar lo hecho en México en el marco del Mundial 2026 cobra mayor relevancia, ya que es una gran oportunidad de proyección internacional e indicó que cada producto hecho en nuestro país representa empleo, inversión y oportunidades para millones de familias.

Cabe recalcar que las marcas participantes en la campaña son: Alpura, Amazon, Atún Dolores, Banamex, Bimbo, Boing, Cemex, Clip, Coca-Cola, Danone, Farmacias del Ahorro, Jumex, Grupo Modelo, Kio, Lala, Liverpool, Mabe, Mexicana de Aviación, Oxxo, Plata Card, Regio, Sabritas, Suerox, Taurus México, Ternium, Tuny, y Viva.

Publicado en Punto de Referencia. Dirección original: https://puntodereferencia.mx/nacional/anuncia-secretaria-de-economia-campana-lo-hecho-en-mexico-siempre-gana-rumbo-al-mundial-2026
Descargado el 22 de noviembre de 2026.