

**H. Ayuntamiento Constitucional del Municipio de
Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco.**



Presente:

23 ABR 2026

RECIBIDO

La suscrita Ing. Erika Marisol Palacios Ramírez, Integrante del Ayuntamiento Constitucional del Municipio de Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco, y regidora presidenta de la Comisión Edilicia de Educación, Innovación, Ciencia y Tecnología, con fundamento en lo sustanciado en el numeral 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, con relación a los dispositivos 73, 77 porción normativa II, 79 fracción I de la Constitución Política del Estado de Jalisco, así como en los dispositivos 37 fracción IX, 40 fracción II, 41, y 50 fracción II todos de LEY DEL GOBIERNO Y LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA MUNICIPAL DEL ESTADO DE JALISCO, con relación a los dispositivos 122 fracción II, del REGLAMENTO DEL AYUNTAMIENTO DEL MUNICIPIO DE TLAJOMULCO DE ZÚÑIGA, JALISCO, con relación al arábigo 22 en su parte normativo 1 del REGLAMENTO DEL GOBIERNO Y LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DEL MUNICIPIO DE TLAJOMULCO DE ZÚÑIGA, JALISCO, dispositivos que me confieren la facultad de presentar la presente iniciativa, mediante la cual se propone la firma de un convenio de colaboración entre este Municipio de Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco y la Secretaría de Economía representada por su delegada en jalisco, para que este municipio impulse la campaña federal llamada "HECHO EN MEXICO" con los pequeños y medianos empresarios del municipio, es por ello que presento ante esta soberanía municipal, mediante la siguiente;

ANTECEDENTES;

Es imperante que previo a expresar los motivos que originan la presente es reconocer al creador de tan extraordinario logotipo, para ello, la historia nos sitúa en el extinto Instituto Mexicano de Comercio Exterior con el diseñador mexicano Omar Arrollo Arriaga, que, desde su bosquejo, contaba ya con la cabeza de águila enmarcada con la leyenda "hecho en México", cuenta la historia que inicio la leyenda estaba escrita con letra Helvética o futura media.

Ahora bien, si partimos que la historia del logotipo HECHO EN MEXICO, esta nos remonta al año 1978, cuando la entonces Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, hizo público el emblema mediante la NOM-Z-009-1978, particularizando en esta última, que el objeto sería distinguir los objetos fabricados en México, pero además de ello sería utilizado para fines industriales y comerciales.

Imperante es mencionar que a lo largo del tiempo este logo a sufrido diversas modificaciones, situación que nos llevó a una de las últimas, cuando en el año 2004, se aprobó dos versiones oficiales, una con la leyenda HECHO EN MÉXICO y otra con la

leyenda de FÍJATE QUE ESTA HECHO EN MÉXICO, ambas con ciertas otras características más.

Finalmente, el 18 de febrero del 2024, el actual secretario de economía Marcelo Luis Ebrad Casaubón, anunció la última versión del logo "Hecho en México", con el objetivo de impulsar los productos mexicanos con altos estándares de calidad como parte del Plan México, cuyo principal objetivo es posicionar a México como décima economía mundial, resaltando valores como calidad, innovación y por supuesto tradición.

La marca "Hecho en México" tiene sus orígenes en 1978, cuando fue creada por el diseñador Omar Arroyo Arriaga para la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial. Su propósito principal fue identificar productos fabricados en México, tanto para consumidores como para fines industriales y comerciales. El logotipo, que incluye la cabeza de un águila y la leyenda "Hecho en México", buscaba promover el consumo de productos nacionales y fortalecer la identidad del país.

Otras de las características principales con este logo era que los consumidores identificaran con facilidad los productos hechos en México y con ello, fomentar el consumo interno, consecuentemente fortalecer la economía nacional.

Característica aparte es que con este impulso de la marca es fortalecer la identidad nacional, sin dejar de mencionar que se; Promueve la competitividad de las empresas mexicanas, se brinda una ventaja competitiva a nivel nacional e internacional, Genera confianza en los consumidores y Transmite confianza y seguridad sobre la calidad de los productos con el sello.

Con relación al logotipo, el diseño original, creado por Omar Arroyo, incluía la cabeza de un águila y la leyenda "Hecho en México".

También mencionar que se han realizado algunas modificaciones a lo largo del tiempo, como cambios en la dirección del águila y la inclusión de un recuadro buscando que el logotipo se asocie con valores positivos y generara confianza en los consumidores.

Sin embargo, en el 2004 y durante el gobierno del entonces presidente Felipe Calderón, al logotipo se le realizaron modificaciones que autorizaron dos versiones distintas del emblema, Una de ellas tendría la cabeza del águila mirando hacia la derecha (en lugar de a la izquierda, como en el original). Del mismo modo, el dibujo del ave presentó un ligero corte en sus plumas, a este diseño se le acompañó con un recuadro negro que enmarcaba la denominación "MX". Mientras que la leyenda "**Hecho en México**" se colocaría debajo de estos elementos.

Por otro lado, se diseñó una versión "extendida" del logotipo, en la que se le añadió la frase "**Fíjate que esté Hecho en México**". Con ello se pretendió hacer referencia a las campañas anteriores del Consejo Nacional de la Publicidad, con las que exhortaban a consumir productos elaborados en el país.

Para ese entonces, sería el diseñador mexicano Christian Soria quien le otorgaría una nueva identidad a este distintivo.

En este orden de ideas se le realizaron nuevas modificaciones al logo “Hecho en México”:

Fue así que, en 2009, durante el gobierno de Enrique Peña Nieto, el emblema volvió a modificarse. Para esta versión, que se mantiene hasta la actualidad, cambiaría el diseño del plumaje del águila y se añadiría de nueva cuenta la parte inferior del pico del ave. La cabeza volvió a quedar dentro de un marco con la leyenda “Hecho en México”.

De esta manera me permito hacer una pequeña remembranza de La Historia y Evolución, se llevó a cabo de la siguiente manera:

En 1978: El logotipo fue creado y publicado en el Diario Oficial de la Federación como parte de la Norma Oficial NMX-Z-009-1978.

Años posteriores:

El uso del distintivo ha tenido altibajos, con campañas para promover el consumo de productos nacionales en diferentes sexenios.

2022: Ante retos económicos, se decidió relanzar la marca para reforzar su imagen como sello de calidad y fomentar el consumo interno.

2025: La Secretaría de Economía relanzó el emblema, buscando asociarlo con valores como calidad, innovación y tradición.

Los Objetivos principales de la marca son:

- Distinguir productos fabricados en México;
- Permitir a los consumidores identificar fácilmente los productos nacionales;
- Fomentar el consumo interno;
- Impulsar la compra de productos hechos en el país, fortaleciendo la economía nacional;
- Fortalecer la identidad nacional, y;
- Asociar la marca "Hecho en México" con valores positivos como calidad, innovación y tradición.

Ahora bien, expresados los antecedentes es entonces de analizar los siguientes;

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS;

El desarrollo económico de los municipios no puede entenderse únicamente desde grandes inversiones o proyectos de escala mayor, sino desde el fortalecimiento de su

economía local, particularmente aquella integrada por pequeños productores, artesanos y microempresarios que constituyen el tejido productivo más cercano a la ciudadanía.

En el Municipio de Tlajomulco de Zúñiga, existe una importante base de productores locales que elaboran bienes con alto valor cultural, artesanal y económico, pero que enfrentan barreras estructurales como:

- Falta de posicionamiento de marca
- Limitado acceso a mercados formales
- Baja competitividad frente a productos industrializados
- Escasa vinculación con programas federales

En este contexto, la marca **“Hecho en México”**, impulsada por la Secretaría de Economía, representa una herramienta estratégica de política pública orientada a:

- Identificar productos nacionales
- Generar confianza en los consumidores
- Impulsar el consumo interno
- Fortalecer la identidad nacional
- Mejorar la competitividad de productores

Este distintivo, con origen del 1978 a través de la entonces política industrial del Estado mexicano, ha evolucionado hasta consolidarse como un símbolo de calidad, tradición e innovación, siendo relanzado recientemente como parte de una estrategia nacional para fortalecer la economía interna.

Desde una perspectiva económica, fomentar el uso de esta marca en el ámbito municipal permite:

- Integrar a productores locales a cadenas de valor más amplias
- Generar mayor visibilidad de sus productos
- Incentivar el consumo local
- Promover el desarrollo económico sostenible

Asimismo, desde el enfoque social, esta iniciativa contribuye a:

- Fortalecer la identidad comunitaria
- Preservar tradiciones artesanales
- Generar oportunidades económicas
- Reducir desigualdades

En otro orden de ideas, es imperante mencionar que, por lo que ve a la **Alineación con el Plan Municipal de Desarrollo y Gobernanza**, la presente iniciativa guarda una relación directa y congruente con los objetivos, estrategias y líneas de acción establecidos en el Plan Municipal de Desarrollo y Gobernanza del municipio de Tlajomulco de Zúñiga, particularmente en los ejes orientados al **desarrollo económico local, impulso a emprendedores, fortalecimiento del mercado interno y mejora de la competitividad municipal**.

Dicho instrumento de planeación reconoce que uno de los principales retos del municipio es consolidar un modelo de desarrollo económico incluyente, que permita fortalecer a los pequeños productores, artesanos y microempresarios como base del crecimiento económico local.

En ese sentido, el Plan establece como prioridades, entre otras:

- El fortalecimiento de la economía local mediante el impulso a micro, pequeñas y medianas empresas
- La generación de condiciones de competitividad para productores locales
- La vinculación con programas estatales y federales de desarrollo económico
- La promoción del consumo local como mecanismo de reactivación económica
- El impulso a la innovación, identidad y valor agregado de los productos del municipio

Bajo esta lógica, la propuesta de impulsar la implementación de la marca “Hecho en México” en el ámbito municipal se alinea plenamente con dichos objetivos, al constituir una herramienta que:

- Fortalece la competitividad de los productores locales
- Facilita su inserción en mercados más amplios
- Genera confianza en los consumidores
- Promueve el consumo interno
- Refuerza la identidad productiva del municipio

Asimismo, la iniciativa incorpora un enfoque de **coordinación intergubernamental**, al proponer la celebración de un convenio con la Secretaría de Economía, lo cual es consistente con el enfoque del Plan Municipal que promueve la articulación de esfuerzos entre los distintos niveles de gobierno para maximizar el impacto de las políticas públicas.

De igual forma, la creación de un programa municipal que contemple capacitación, vinculación, acompañamiento técnico y promoción comercial responde directamente a las estrategias del Plan orientadas a **generar capacidades productivas, fortalecer el emprendimiento y fomentar el desarrollo económico sostenible**.

Consecuentemente, la presente iniciativa no solo atiende una problemática identificada en el municipio, sino que **materializa en acciones concretas los objetivos estratégicos del Plan Municipal de Desarrollo y Gobernanza**, contribuyendo de

manera directa al cumplimiento de sus metas y a la consolidación de un modelo económico más incluyente, competitivo y sostenible.

Así que, en términos jurídicos, el municipio no solo tiene facultades, sino la obligación de promover el desarrollo económico local, conforme a lo consagrado en el dispositivo 115 constitucional, lo que incluye la implementación de políticas públicas que fortalezcan la actividad productiva.

Imperante es precisar que la presente iniciativa se encuentra debidamente alineada con el Plan Municipal de Desarrollo y Gobernanza de Tlajomulco de Zúñiga, al contribuir de manera directa al cumplimiento de sus ejes estratégicos en materia de desarrollo económico, competitividad e inclusión productiva.

En particular, el aludido instrumento de planeación establece como prioridad el fortalecimiento de la economía local mediante el impulso a micro, pequeñas y medianas empresas, así como la generación de condiciones que permitan a los productores del municipio integrarse a mercados más amplios y competitivos. Bajo esta lógica, la implementación de mecanismos que faciliten el acceso a herramientas de posicionamiento comercial, como el distintivo Hecho en México, representa una acción concreta orientada a elevar la competitividad, visibilidad y valor agregado de los productos locales.

Asimismo, el Plan promueve la articulación de esfuerzos entre los distintos órdenes de gobierno como un principio fundamental de la gobernanza municipal. En este sentido, la propuesta de establecer esquemas de colaboración con la Secretaría de Economía se encuentra plenamente justificada, al permitir acercar programas federales a los productores del municipio, potenciando su impacto económico y social.

De igual forma, la iniciativa contribuye al objetivo de fomentar el consumo local como mecanismo de reactivación económica, fortalecer la identidad productiva del municipio y generar oportunidades para sectores tradicionalmente rezagados, como artesanos y microproductores, consolidando así un modelo de desarrollo económico más incluyente y sostenible.

Consecuentemente, la presente propuesta no solo atiende una problemática específica, sino que materializa en acciones concretas los objetivos y líneas de acción del Plan Municipal, fortaleciendo la política pública local en materia de desarrollo económico y gobernanza.

Por ello, la presente iniciativa propone articular esfuerzos entre el municipio y la federación, a través de la Secretaría de Economía, para acercar esta herramienta a los productores locales, facilitando su acceso, capacitación y aprovechamiento, pues no se trata únicamente de promover un logotipo, sino de **generar condiciones reales de competitividad para quienes producen en el municipio**, fortaleciendo la economía desde lo local;

En este orden de ideas, plasmados los antecedentes y expresados los motivos que originan la presente es entonces de estudiar las siguientes;

CONSIDERACIONES;

PRIMERO. De la Convencionalidad; Que, de conformidad con el artículo 1° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, todas las autoridades tienen la obligación de promover, respetar, proteger y garantizar los derechos humanos bajo los principios de universalidad, interdependencia, indivisibilidad y progresividad, así como de interpretar las normas conforme a los tratados internacionales, favoreciendo en todo tiempo la protección más amplia.

En ese sentido, el derecho al trabajo, al desarrollo económico y al acceso a condiciones que permitan una vida digna se encuentran estrechamente vinculados con la capacidad de las personas para integrarse a actividades productivas en condiciones de competitividad.

Por ello, la presente iniciativa se inscribe en el marco del **control de convencionalidad**, al proponer acciones que fortalecen las condiciones económicas de pequeños productores, artesanos y microempresarios del municipio, contribuyendo a la garantía progresiva de sus derechos.

SEGUNDO. De la Constitucionalidad – Desarrollo económico municipal; Que el artículo 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece que los municipios tienen a su cargo funciones relacionadas con el desarrollo económico y la organización de su administración pública.

En este sentido, la promoción de actividades productivas locales y el fortalecimiento de la economía interna del municipio constituyen una extensión directa de dichas facultades, particularmente cuando se orientan a mejorar las condiciones de competitividad de los productores.

Por tanto, la celebración de convenios de colaboración que impulsen herramientas como la marca “Hecho en México” se encuentra plenamente dentro del ámbito competencial del Ayuntamiento.

TERCERO. De la Constitucionalidad Estatal; Efectivamente los artículos 77 y 79 de la Constitución Política del Estado de Jalisco reconocen la autonomía municipal y establecen la obligación de los ayuntamientos de promover el bienestar social y económico de la población.

Dicha obligación implica generar condiciones que permitan el desarrollo de las actividades productivas, especialmente de aquellos sectores que enfrentan mayores barreras de acceso al mercado.

En ese sentido, el impulso a la marca “Hecho en México” constituye una medida que fortalece el desarrollo económico local desde una perspectiva incluyente.

CUARTO. De la Legalidad municipal; Es cierto que los artículos 37, 38, 40 y 41 de la Ley del Gobierno y la Administración Pública Municipal del Estado de Jalisco facultan al Ayuntamiento para aprobar disposiciones administrativas, implementar políticas públicas y celebrar convenios de colaboración con otras instancias de gobierno.

La presente iniciativa, al proponer la coordinación con la Secretaría de Economía, se configura como un acto jurídico válido que permite potenciar los recursos y programas federales en beneficio del municipio.

QUINTO. De la Política pública nacional; Es cierto que la estrategia impulsada por la Secretaría de Economía mediante la marca “Hecho en México” constituye un instrumento de política pública orientado a fortalecer el mercado interno, fomentar el consumo de productos nacionales y mejorar la competitividad de las empresas mexicanas.

En ese sentido, su implementación a nivel municipal permite aterrizar dicha política pública en beneficio directo de la población local.

SEXTO. Con relación al Interés social y económico; Es de hacer notar que los pequeños productores, artesanos y microempresarios representan un sector fundamental para la economía local, pero enfrentan condiciones de desventaja frente a mercados más amplios, lo que limita su crecimiento.

El impulso de herramientas que les permitan posicionar sus productos, generar confianza en los consumidores y acceder a mejores condiciones de comercialización resulta una medida necesaria para fortalecer este sector.

SÉPTIMO. Con relación a la Identidad nacional y desarrollo local; Efectivamente la marca “Hecho en México” no solo constituye un distintivo comercial, sino un símbolo de identidad nacional que integra valores como la calidad, la tradición y la innovación.

Su promoción en el ámbito municipal contribuye a fortalecer el sentido de pertenencia, así como a posicionar los productos locales dentro de una narrativa de valor nacional.

OCTAVO. Del Diagnóstico y motivación; Imperante es mencionar que en el municipio de Tlajomulco de Zúñiga existe una base importante de productores locales que carecen de herramientas suficientes para posicionar sus productos en el mercado, lo que limita su desarrollo económico.

La falta de vinculación con programas federales y estrategias de posicionamiento representa una oportunidad que debe ser atendida mediante acciones institucionales.

NOVENO. De la Necesidad de coordinación intergubernamental, Es de suma importancia que para la atención de las problemáticas económicas se requiere de la coordinación entre distintos niveles de gobierno, a fin de maximizar el impacto de las políticas públicas.

En ese sentido, la celebración de un convenio con la Secretaría de Economía permite articular esfuerzos y acercar herramientas federales a los productores locales.

DÉCIMO. De los Principios de progresividad; Ciertamente el principio de progresividad de los derechos humanos obliga a las autoridades a adoptar medidas que mejoren de manera constante las condiciones de vida de la población, particularmente en el ámbito económico.

La implementación de programas que impulsen la competitividad de los productores locales constituye una acción concreta para avanzar en el desarrollo económico del municipio

Así, plasmados, expresados y analizados que fueron los antecedentes, la exposición de motivos y las consideraciones, que integran la presente iniciativa, por la que se propone la firma de un convenio de colaboración entre este Municipio de Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco y la Secretaría de Economía, para que este municipio impulse la campaña federal llamada "HECHO EN MEXICO" con los pequeños y medianos empresarios del municipio, mediante los siguientes;

PUNTOS DE ACUERDO;

PRIMERO.- Se aprueba y autoriza al Ayuntamiento de Tlajomulco de Zúñiga para que, a través de su Presidente Municipal y las dependencias competentes, celebre un convenio de colaboración con la Secretaría de Economía, con el objeto de impulsar la implementación y difusión de la marca "**Hecho en México**" entre productores locales del municipio.

SEGUNDO.- Se instruye a las dependencias competentes en materia de desarrollo económico, promoción empresarial e innovación, para que diseñen e implementen un **Programa Municipal de Impulso a Productores Locales**, que contemple al menos las siguientes acciones:

- a) Identificación, registro e integración de un padrón municipal de artesanos, pequeños productores y microempresarios.
- b) Asesoría técnica y acompañamiento para la obtención del distintivo "Hecho en México".
- c) Capacitación en comercialización, imagen de producto y acceso a mercados.
- d) Vinculación con programas estatales y federales en materia de desarrollo económico.

TERCERO.- Se instruye a la Tesorería Municipal y a las dependencias correspondientes a analizar la viabilidad de establecer incentivos, apoyos o facilidades administrativas que fomenten la incorporación de productores locales al programa.

CUARTO.- Se instruye a la Coordinación General de Comunicación Social y a las áreas competentes a implementar campañas de difusión y promoción del distintivo “**Hecho en México**”, priorizando la visibilización de productos elaborados en el municipio.

QUINTO.- Se instruye a las dependencias correspondientes a promover la participación de productores locales en:

- Ferias
- Exposiciones
- Mercados itinerantes
- Espacios públicos municipales

A fin de fortalecer la comercialización de sus productos bajo el distintivo “Hecho en México”.

SEXTO.- Se instruye la elaboración de un informe semestral que deberá ser presentado ante esta máxima tribuna municipal, en el que se detallen los avances, resultados e impacto del programa implementado.

SÉPTIMO.- Notifíquese el presente acuerdo a las dependencias competentes del Ayuntamiento, así como a la Secretaría de Economía, para los efectos legales y administrativos conducentes.

ATENTAMENTE

“Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco, al día de presentación”.



Municipio de Tlajomulco
de Zúñiga, Jalisco

C. ING. ERIKA MARISOL PALACIOS RAMÍREZ

**REGIDORA Y PRESIDENTA DE LA COMISIÓN EDILICIA DE
EDUCACIÓN, INNOVACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA.**