



ALA SOMBRA

"Vamos a hablar de la campaña, de oposición, de la oposición en contra de nuestro movimiento que, como buenos carroñeros, bastante hipócritas, se suben a estas, construyen estas campañas, compran bots, le meten mucho dinero a las redes sociales y construyen este ambiente, según ellos porque, en realidad, se queda nada más prácticamente en la red X, que es de un porcentaje de este tamaño, viven de eso. Pero son campañas que tienen mucho dinero y vale la pena denunciarlas", dijo la presidenta de México, **CLAUDIA SHEINBAUM**, al referirse a las desapariciones en este país y los cuestionamientos que surgen luego de Teuchitlán, Jalisco.



RODOLFO GÓMEZ

Hablando de la desaparición de personas que es cada vez más constante en el país, la presidenta **Sheinbaum** aseguró que reforzará la estrategia contra el problema de desapariciones en México a través de varias reformas para fortalecer a la Comisión Nacional de Búsqueda y equiparar el delito de desaparición al de secuestro para homologar las penas. Aseguran que las iniciativas provenientes de Palacio Nacional llegarán esta misma semana al Congreso, y se espera sean votadas y aprobadas con el respaldo de prácticamente todas las fuerzas políticas.

En el Congreso de Guerrero está en espera la discusión de la Ley de Desaparición Forzada y Cometida por Particulares, esto a pesar de que el fenómeno va en aumento en aquella entidad gobernada por **Evelyn Salgado**. Según varias organizaciones civiles y de buscadoras, la citada propuesta debía ser votada desde la pasada legislatura, sin embargo, los diputados de mayoría morenista dilataron la conversación sobre el tema e, incluso, desaparecieron el dictamen existente en el que habían trabajado expertos tanto de la Cruz Roja como de la ONU.



Con más de 1.2 millones de oaxaqueños en Estados Unidos, la mayoría en California, el gobierno de **Salomón Jara** abrió una oficina de

enlace en Los Ángeles para ofrecer trámites y apoyo educativo a migrantes. En un contexto de creciente incertidumbre por las políticas de **Donald Trump**, la estrategia busca dar respaldo a quienes enfrentan restricciones y amenazas legales. Más que un gesto simbólico, la medida pone a prueba la capacidad del gobierno estatal para atender a su diáspora en un momento crítico.

“Sí, tenemos fábricas de ensamblaje tanto en EU como en México. Lo positivo de la situación actual es que podemos producir todos los modelos en ambos países. Por supuesto, nos estamos preparando para diferentes escenarios y podríamos aumentar la producción en Estados Unidos si fuera necesario. Estamos evaluando esto desde una perspectiva a corto plazo, analizando cómo podríamos incrementar la capaci-

dad en EU, así como desde una perspectiva a largo plazo sobre las acciones que podríamos tomar. Pero diría que todavía es un poco pronto para tomar decisiones definitivas. Sin embargo, estamos preparados y atentos a lo que suceda con la situación arancelaria”, dijo **Karin Rads-trom**, la CEO de Daimler Truck Holding AG.

Marcelo Rabach, Chief Executive Officer de Arcos Dorados Holdings, descarta algún impacto del sentimiento antiestadounidense, particularmente en México. “Creo que tenemos la ventaja de que McDonald’s es la marca de comida rápida más querida en América Latina. Hemos trabajado arduamente para conectar con los consumidores locales a través de nuestra estrategia de mercado localizada y nuestra variedad de ofertas”.
