

BUSINESS IN ACTION



DENIMVILLE

Pág. 8

Walmart
México y Centroamérica

Pág. 12



AMCHAM
GUATEMALA
AMERICAN CHAMBER OF COMMERCE

BUSINESS IN ACTION



DENIMVILLE



AMCHAM
GUATEMALA
AMERICAN CHAMBER OF COMMERCE

BUSINESS IN ACTION

Walmart 
México y Centroamérica

Pág. 12



**AMCHAM
GUATEMALA**
AMERICAN CHAMBER OF COMMERCE

AmCham's President

Juan Pablo Carrasco de Groote

AmCham's Executive Director

Waleska Sterkel

Communications Coordinator

Brigitte Salazar

Trade Center Manager

Carolina Barrientos

Executive Director Assistant

Grecia Ramírez

Translation

International Business Academy

Layout & Design

Erwin Acajabón

Plumas invitadas | Contributors

DENIMVILLE

Enrique Toledo

WALMART

UNITED AIRLINES

Rodolfo Sáenz

FEMSA

Jensen Samayoa

CENTRAL LAW

Fernando J. Díaz Durán Corzo

MAYORA & MAYORA, S.C.

Paola Galich Roukema

LEXINCORP

Julio Aparicio

CENTRAL LAW

Fernando J. Díaz Durán Corzo

DELOITTE

Ruth Toledo

COMBEX-IM

Comité de Ética

NÚÑEZ DUBÓN Y ASOCIADOS

Eduardo Núñez Dubón

MODERN COUNSEL

General Enquiries

5 Avenida 5-55 Zona 14
Edificio Europlaza, Torre I, Nivel 5
(+502) 2417-0800
www.amchamguate.com

COPYRIGHT

All material appearing in Business In Action By AmCham is copyright unless otherwise stated or it may rest with the provider of the supplied material. Business in Action takes all care to ensure information is correct at time of printing, but the publisher accepts no responsibility or liability for the accuracy of any information contained in the text or advertisements. Views expressed are not necessarily endorsed by the publisher or editor.

Índice Index

- 8** **DENIMVILLE**
Efectos y oportunidades de la crisis del covid-19 en la industria del vestuario y textiles en Guatemala
Effects and opportunities of the covid-19 crisis on the garment and textile industry in Guatemala
Enrique Toledo | Director
- 12** **WALMART | MÉXICO Y CENTROAMÉRICA**
Sandra Murga: mujeres que inspiran, el lado humano de una PyME
Sandra Murga: Women who inspire, the human side of an SME
Walmart
- 16** **CENTRAL LAW**
Compliance y propiedad intelectual
Compliance and intellectual property
Fernando J. Díaz Duran Corzo | Asociado
- 18** **UNITED AIRLINES**
Nuestro compromiso con Guatemala y la seguridad como prioridad número uno
Commitment with Guatemala and safety as a top priority
Rodolfo Sáenz | United Airlines
- 20** **FEMSA**
¿Qué nos depara el 2021 y hacia dónde va el compliance en Guatemala?
What awaits us in 2021 and where is compliance going in Guatemala?
Jensen Samayoa | Legal Compliance Officer
- 24** **MODERN COUNSEL**
Tiffany Archer incorpora una cultura de cumplimiento
Tiffany Archer Embeds a Culture of Compliance
- 28** **MAYORA & MAYORA, S.C.**
La importancia de operar de forma ética y transparente
The importance of operating in an ethical and transparent way
Paola Galich Roukema | Socia especialista en Compliance, Directora del área de litigio
- 32** **LEXINCORP**
El cumplimiento corporativo: por qué su empresa necesita darle importancia
Corporate Compliance: Why your company needs to give it importance
Julio Aparicio | Socio
- 34** **DELOITTE**
Compliance para prevenir la corrupción en las empresas
Compliance to prevent corruption in companies
Ruth Toledo | Gerente
- 38** **3M | CENTROAMÉRICA Y EL CARIBE**
El compliance nace de la cultura corporativa
Compliance is born from corporate culture
Enrique Aguirre, Director General
- 40** **COMBEX-IM**
Adoptando un enfoque proactivo en las prácticas anticorrupción como tercero intermediario
Taking a proactive approach to anti-corruption practices as a third-party intermediary
Comité de Ética
- 44** **NÚÑEZ DUBÓN Y ASOCIADOS**
Opinión | El costo de la corrupción
Opinion | The cost of corruption
Eduardo Núñez Dubón | Socio
- 48** **AmCham in Pictures**
Noticias y eventos de AmCham
Most relevant News and Events of AmCham
- 49** **Eventos de noviembre en AmCham Connect**
October Events in AmCham Connect



Words from our president

Juan Pablo Carrasco de Groote
President

A propósito de las elecciones 2020 en Estados Unidos: hasta el 26 de octubre del año en curso, Joe Biden lidera las encuestas frente a Donald Trump por 9 puntos a nivel nacional. Es decir que, si las elecciones presidenciales fuesen hoy, el 53% de los americanos votarían por Biden y el 44% votaran por Trump. Pero, ¿cómo funciona el sistema electoral estadounidense?

Las elecciones en Estados Unidos se realizan a través del colegio electoral. Este surgió en el siglo XVIII cuando se buscaba que todos los estados tuvieran el mismo nivel de independencia y poder. En la actualidad, en las elecciones presidenciales estadounidenses, puede que el ganador no sea quien obtenga más votos de la población a su favor, ya que el presidente es por el colegio electoral que está compuesto por 538 electores en total. Cualquiera de los candidatos necesita obtener 270 votos o más para ganar la contienda presidencial.

Por medio del voto popular, el 3 de noviembre emiten su sufragio para seleccionar al colegio electoral, el 10 de diciembre el colegio electoral realiza las votaciones presidenciales y el 6 de enero se conocen los resultados en el Congreso para que el 20 de enero finalmente se confirme al presidente electo.

En AmCham, estamos comprometidos con continuar fortaleciendo esta relación comercial con Estados Unidos en beneficio de los ciudadanos de ambos países.

With respect to the 2020 election in the United States: As of October 26th, Joe Biden leads the polls against Donald Trump by 9 points nationally. Consequently, if the presidential election were held today, 53% of Americans would vote for Biden and 44% for Trump. Yet how does the American electoral system work?

Elections in the United States are conducted through the electoral college. This started in the 18th century when it was intended that all states had the same level of independence and power. Currently, in the U.S. presidential election, the winner may not be the one who gets the majority of votes from the population, as the President is ultimately selected by the electoral college that is made up of 538 voters in total. A candidate needs to get at least 270 votes to win the presidential race.

Through popular vote, Americans cast their votes on November 3rd to select the electoral college; on December 10th the electoral college selects the President and on January 6th the results are made known in Congress; subsequently, on January 20th the President-elect is finally confirmed.

Here at AmCham, we are committed to continue strengthening trade relations with the U.S. to benefit citizens of both countries.

Editorial

Waleska Sterkel
Executive Director

Estimado lector, bienvenido a la quincuagésimo tercera edición de nuestra revista Business In Action. Estamos a un mes de finalizar este año lleno de retos y oportunidades, cada vez nos acercamos más la festividad mundial más conocida; una época para compartir con quienes durante todo un año hemos enriquecido relaciones personales y profesionales.

Este mes es un excelente momento para hacer un especial sobre las buenas prácticas que el compliance tiene para todas las empresas. De acuerdo con la World Compliance Association, el corporate compliance es un conjunto de procedimientos y buenas prácticas adoptados por las organizaciones para identificar y clasificar los riesgos operativos y legales a los que se enfrentan. De esta manera, establecer mecanismos internos de prevención, gestión, control y reacción frente a los mismos. En muchos casos, ha dejado de ser una opción voluntaria y ha pasado a ser un requisito para integrar dentro de su estrategia y estructuras internas. Todo con el fin de dar cumplimiento a los preceptos legales o bien poder protegerse ante situaciones de riesgo que pondrían en serios problemas la estabilidad y continuidad de la actividad de la organización.

En esta ocasión hemos reunido una serie de artículos que abordan el compliance o cumplimiento normativo desde distintas aristas y que pretenden hacer conciencia sobre su puesta en práctica.

Dear reader, welcome to the fifty-third edition of our Business In Action magazine. We are one month away from the end of this year full of challenges and opportunities. We are getting closer and closer to the best known world holiday, a time to share with those we have enriched personal and professional relationships with for a whole year.

This month is an excellent time to make a special edition about the good practices that compliance brings to all companies. According to the World Compliance Association, corporate compliance is a set of procedures and best practices adopted by organizations to identify and classify the operational and legal risks they face. Hence, it is necessary to establish internal mechanisms of prevention, management, control and reaction against them. In many cases, it is no longer a voluntary option and has become a requirement to be embedded within their internal strategy and structures. All in order to comply with the legal provisions or to be able to protect themselves against risky situations that would jeopardize the stability and continuity of the activity of the organization.

At this time we have put together a series of articles that address the issue of compliance from different perspectives and that aim to raise awareness about its implementation.

Efectos y oportunidades de la crisis del covid-19 en la industria del vestuario y textiles en Guatemala

DENIMVILLE



Por Enrique Toledo | Director

Como en todo el mundo, y una gran parte de las industrias a nivel mundial, la pandemia de COVID-19 ha generado una serie de impactos, muchos de los cuales se están convirtiendo en cambios permanentes.

De conformidad con datos del Banco de Guatemala, la industria del vestuario y textiles representa el 8.9% del PIB nacional, generando más de 180,000 trabajos formales. Además, es considerado el mayor sector exportador del país, con US\$1,644 millones en exportaciones en el año 2019. El sector es reconocido por su alto valor agregado, y la integración de su cadena de suministros, la cual inicia desde la hilandería, pasando por la textilería, confección, acabados, accesorios y servicios, terminando en la exportación de prendas de vestir, en su mayoría a nuestro principal socio comercial, Estados Unidos.

Esta industria al igual que la mayoría, no ha sido inmune a los efectos de la pandemia del COVID-19, la cual ha afectado la producción y comercialización de los diferentes productos y servicios de la industria, por diversos factores como la suspensión de operaciones, la operación parcial, suspensión y cancelación de órdenes de trabajo, el incremento en los gastos adicionales de la operación, el transporte de empleados, medidas sanitarias, entre otros. Esto ha significado consecuencias en relación al empleo, la productividad, la cadena de suministros, la liquidez de las empresas, y en general el riesgo de la operación.

Hablando específicamente de la empresa que represento, "Denimville" siendo una empresa de manufactura de prendas de vestir (jeans), se ha hecho un esfuerzo importante para que los

efectos de la Pandemia tengan las menores repercusiones posibles para el negocio en general, pero principalmente para todos los empleados que la conforman, habiendo logrado durante todo este tiempo, mantener el 90 por ciento de la totalidad de nuestros empleos (aproximadamente 1,700 empleos directos), lo cual se ha logrado a la fecha, luchando contra las repercusiones que inevitablemente se vieron reflejadas en la fábrica.

El primer reto que afrontamos fue hacer todo lo posible para no interrumpir la operación, ya que en esta industria un cierre, aunque sea parcial, es casi fatal. Adicionalmente y como tema de primordial importancia, enfocamos nuestros esfuerzos en readaptar las condiciones y ambiente de trabajo, para garantizar un lugar seguro e higiénico para nuestros empleados. Seguimos estrictas políticas de sanitización y de educación preventiva contra el virus, que van más allá de las requeridas para la industria en Guatemala, para que los empleados las pongan en práctica tanto



en el lugar de trabajo como en sus hogares. Con esto se pretende proteger a nuestros empleados y sus familias, quienes se mantuvieron dando su mejor esfuerzo en tiempos complicados de incertidumbre y miedo, tanto económico como de salud, para que puedan continuar trayendo el sustento a sus casas.

Finalmente, el esfuerzo por mantener las ordenes de trabajo de clientes desde Estados Unidos, lo cual ha sido un reto importante para Denimville, y que se está alcanzado gracias al trabajo y esfuerzo de todos los involucrados en la operación.

Uno de los temas que nos ha permitido mantenernos con trabajo a pesar de las adversidades de este año, ha sido la sostenibilidad y cumplimiento. Estos definitivamente han resonado en los últimos años, y la crisis agilizó la importancia de estos temas en la industria de la moda.

En el tema de sostenibilidad y trazabilidad, y las cadenas de suministros sufrieron una disrupción enorme con el tema de la pandemia, lo cual llevo a los retailers y marcas a repensar sus cadenas y a darse cuenta que con la lejanía, el manejo de la cadena de suministros es más complicado. Se ha hablado de acercar las cadenas de producción a los mercados principales conocido como el nearshoring. Este un mecanismo por el cual una empresa transfiere sus procesos de negocio o de tecnología, a terceros ubicados en destinos relativamente cercanos, con la finalidad de reducir costos.

Esta región tiene una posición incomparable en cuanto a su cercanía con el mercado principal. Algunas de sus principales ventajas son un mayor control de la producción, y un menor tiempo en el proceso de toma de decisiones al ser más rápida la comunicación. Una reducción en el tiempo de transporte, por la cercanía del lugar de producción. Factores culturales similares, una misma zona horaria, lo cual facilita la comunicación y el aprovechamiento de los tiempos, y una legislación laboral y mercantil en términos generales similar, lo cual hace más sencillas la toma de decisiones y la tropicalización de los sistemas de operación de las empresas.

Por todo lo anterior, la pandemia también ha evidenciado ciertas tendencias que podrían convertirse en oportunidades interesantes para la región CAFTA, y en especial para Guatemala, quien tiene una gran oportunidad no solo por ubicación geográfica, sino también por tener una cadena de suministros completamente integrada que permite una trazabilidad y se adecua a la demanda cambiante del mercado principal, en donde las prendas tienen un valor agregado tan importante sobre el valor final del producto, y se cuenta con producción de las prendas de vestir con alta demanda en USA.



Ahora las marcas están buscando diversificar un poco más su producción para minimizar riesgos potenciales, empujados, sobre todo, por el interés de los consumidores en las compras en línea.

Es momento de aprovechar la apertura gradual de los mercados, mediante la innovación para lograr medir correctamente el comportamiento de los mercados, adaptarse, e incluso adelantarse a ellos. Se espera que, en los próximos meses, se traslade para esta región algún porcentaje de la producción asiática, debido a los efectos geográficos comerciales de la pandemia. Guatemala tiene que aprovechar esta situación. El país no puede darse el lujo de continuar perdiendo competitividad. El apoyo a través de programas y medidas para la reactivación económica son fundamentales, al igual que el afianzamiento de las relaciones comerciales con Estados Unidos.

A nivel nacional, se debe promover la agilización y fluidez en las aduanas, mayor apertura de zonas francas, y la facilitación para la obtención de créditos a través de los fondos creados por el Gobierno, así como gestionar ante Superintendencia de Administración Tributaria, mayor agilidad en la devolución del crédito fiscal, el cual es de gran importancia para el capital de trabajo de las empresas.

Tal como lo señaló Albert Einstein "La crisis es la mejor bendición que puede sucederle a personas y a países, porque la crisis trae progresos", pero las oportunidades generadas de las crisis deben identificarse y saber aprovecharse, y es en ese momento crítico en el que se encuentra Guatemala actualmente.

Effects and opportunities of the covid-19 crisis on the garment and textile industry in Guatemala

By Enrique Toledo | Director

Like everywhere else in the world and in a great part of the industries worldwide, the COVID-19 pandemic has generated a series of impacts, many of which are becoming permanent changes.

According to data from Banco de Guatemala (Central Bank), the garment and textile industry accounts for 8.9% of the national GDP, generating more than 180,000 formal jobs. It is also considered the largest export sector in the country with USD \$1.644 billion in exports in 2019. The sector is recognized for its high added value and the integration of its supply chain which originates at the spinning mill, goes into textiles, clothes manufacturing and finishing, accessories and services and ends at the export of garments, mostly to our main trading partner, the US.

This industry, like most, has not been immune to the effects of the COVID-19 pandemic, which has affected the production and commercialization of the different products and services of the industry due to several factors such as the suspension of operations, partial operation, suspension and cancellation of orders, an increase in additional operating costs, transport of employees and health measures, among others. This has had consequences on employment, productivity, the supply chain, the liquidity of companies and in general, on the risk of operation.

Speaking specifically of the company I represent, Denimville, being a garment (jeans) manufacturing company, an important effort has been made to ensure that the effects of the pandemic impact the overall business in the least possible way, but mainly all the employees who make it up, having kept 90% of all our jobs (approximately 1700 direct jobs) throughout this time by fighting against the consequences that inevitably were reflected in the factory.

The first challenge we faced was to do everything we could to not interrupt operations as a closure, even a partial one, would be almost fatal. In addition and as a matter of utmost importance, we focused our efforts on readapting the working conditions and environment in order to ensure a safe and hygienic workplace for our employees. We follow strict sanitizing and preventive education policies to combat the virus that go further than those required for the industry in Guatemala, so that employees implement them both at work and at home. This is intended to protect our employees and their families who have been doing their best during complicated times of uncertainty and fear, both financially and in health, so that they can keep their livelihoods intact.

Finally, the effort to maintain orders from US clients, has been a serious challenge for Denimville, a challenge that is being met



thanks to the work and effort of all involved in the operation of the factory.

The main factors that have allowed us to keep working despite this year's adversity have been sustainability and compliance. These have definitely resonated in recent years and the crisis boosted the importance of these factors in the fashion industry.

On the topic of sustainability and traceability, supply chains suffered a huge disruption due to the pandemic, which led retailers and brands to rethink their chains and to realize that with distance, supply chain management is more complicated. There has been talk of bringing production chains closer to major markets, a practice known as nearshoring. This is a mechanism by which a company transfers its business or technology processes to third parties located in relatively close destinations, with the aim of reducing costs.

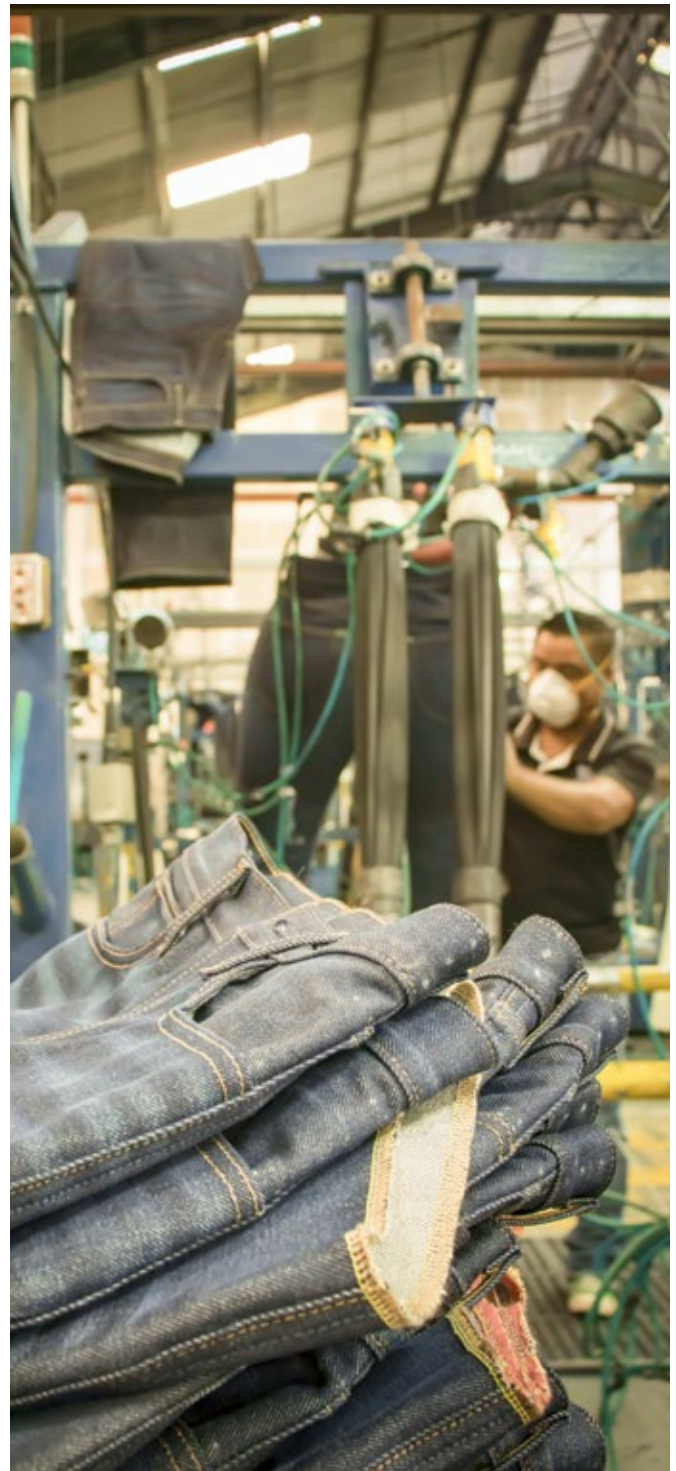
This region has an unrivalled position in terms of its proximity to the main market. Some of its main advantages are a better control of production, less time in the decision making process as communication is faster, reduction in delivery time due to the proximity of the production site, similar cultural factors, the same time zone, which facilitates communication and the use of time, similar labor and commercial legislation in general terms, which makes it easier to make decisions and tropicalize the operating systems of companies.

The pandemic has also made evident certain trends that could become interesting opportunities for the CAFTA region and especially for Guatemala, which now has a great opportunity not only from its geographical location but also for having a fully integrated supply chain that allows traceability and adapts to the changing demand of the main market, where garments have such significant added value over the final value of the product and there is production of high-demand garments in the USA. Nowadays, brands are seeking to diversify even more their production to minimize potential risks driven mainly by the interest from online consumers.

It is time to take advantage of the gradual opening of markets through innovation to properly evaluate the markets' behavior, adapt and even anticipate them. Some percentage of Asian production is expected to move to this region in the coming months, due to the commercial geographical effects of the pandemic. Guatemala has to take advantage of this situation. The country cannot afford to continue losing competitiveness. Support through programs and measures for economic reactivation is essential, as is the strengthening of trade relations with the United States.

The speeding and smooth procedures in customs, opening of more free zones and more accessible loans through funds created by government have to be promoted at a national level, as well as negotiating with the Superintendence of Tax Administration (Superintendencia de Administración Tributaria) a faster refund of tax credit which is very important to companies for working capital.

As Albert Einstein once said: "A crisis can be a real blessing to people and nations, for a crisis brings progress", but the opportunities generated from crises must be identified and used to an advantage and it is at that critical time that Guatemala is currently in now.



Sandra Murga: mujeres que inspiran, el lado humano de una PyME



Las historias de mujeres emprendedoras que han salido adelante a pesar de la adversidad, inspiran y contagian de una manera fuertemente positiva a otras mujeres. Esta es la historia de Sandra Murga, una guatemalteca para quien la aventura de emprender el negocio de Productos Riquísima S.A., hoy en día le permite compartir una experiencia que compila diferentes momentos desde que decidió hacer realidad la voluntad de su esposo, y el largo camino recorrido para alcanzar los logros que han le permitido crear una fuente de empleo para decenas de familias.

Descubriendo el camino

Sandra desde niña inició en el mundo de los negocios, ya que debido a las dificultades económicas que junto a su hermano y abuela vivían, ella se dedicaba a vender vestidos para muñecas que su abuela fabricaba. Con mucho esfuerzo logró culminar su carrera como maestra y comenzó a trabajar.

Más adelante conoció a su esposo quien tenía una pequeña fábrica de pastas, sin embargo, él falleció dejándola viuda a los 38 años y con tres hijos pequeños. La empresa que dejó su esposo tenía deudas, y al no poder solventarlas ella perdió la empresa y su casa. Al verse en esa situación, buscó maneras de poder trabajar y encontró una salida al aprender el oficio de realizar pan, como una manera de poder sostener su hogar.

Durante el tiempo que fue panadera trabajaba de noche realizando el pan y horneaba por la madrugada, y antes de que su hija mayor se fuera al colegio entregaban juntas el pan a domicilio. “Vivía con muchos problemas económicos, pero un día revisando el escritorio de mi esposo, encontré un papel que decía manías riquísimas, manías, y esto me dio la idea de vender manías, supongo que él ya lo tenía pensado porque también había algunos dibujos de manías” cuenta Sandra. Así fue como en 2003, Sandra comenzó a realizar pruebas desde el patio de su hogar, y entonces nació Productos Riquísima S.A., una empresa que en la actualidad se dedica a distribuir un amplio catálogo de productos entre los que se encuentran habas, manías y garbanzos.

“

“La satisfacción más grande de emprender es tener éxito realizando lo que uno ama”.

Sandra Murga, Gerente General
de Productos Riquísima S.A.

Durante el proceso, Sandra aprovechó los contactos en supermercados de su esposo para distribuir los productos y lo logró, sin embargo, notó que era muy difícil conservarlo en buen estado, por lo que no obtenía muchas ganancias. Se dio a la tarea de investigar cuál era el problema, “en esa época no había Google ni nada de eso” cuenta, y llegó a la conclusión que la clave estaba en el empaque, por lo que trabajó para desarrollar una opción que permitiera que el producto pudiera conservarse fresco y en excelente estado.

Productos Riquísima S.A. tiene presencia en las principales cadenas de supermercados en Guatemala y El Salvador, generando más de 90 empleos directos e indirectos. Actualmente, la compañía tiene 4 años de formar parte del programa Una Mano para Crecer de Walmart y en el 2019 fue una de las empresas elegida por la multinacional para que continuara su crecimiento en Cadenas de Valor, un proyecto enfocado en brindar asesorías y capacitaciones a PyMES.

Migrando hacia el mercado digital

Al igual que otras PyMES, debido a la pandemia, Productos Riquísima tuvo un decrecimiento del 40% a nivel general, por lo que buscaron enfocar

sus esfuerzos para innovar en el mercado digital, específicamente en redes sociales, un espacio en el que casi no tenía presencia.

Esto llevó a Sandra a crear una estrategia de combos, a los que llamaron “Caja Fit” con el fin de que las personas saludables, que estuvieran en casa por el confinamiento, no perdieran la oportunidad de degustar la variedad de semillas desde la comodidad de su hogar, así mismo, crearon combos de productos para toda la familia con el objetivo de llegar a nuevos mercados, estas estrategias lograron estabilizar a la empresa y el porcentaje negativo se convirtió en un 60% positivo.

Actualmente el programa Una Mano Para Crecer de Walmart apoya a 464 PyMES a nivel centroamericano de las cuales, 114 pertenecen a Guatemala y 42 de ellas son lideradas por mujeres. Así mismo, con el objetivo de empoderar y fortalecer a estas PyMES, nació el proyecto Cadenas de Valor que inició en 2019 y que a ha apoyado a 20 pequeñas y medianas empresas manufactureras.





Sandra Murga: Women who inspire, the human side of an SME

Tales of enterprising women who have gotten ahead despite adversity inspire and encourage other women in a strong positive way. This is the story of Sandra Murga, a Guatemalan woman for whom the adventure of starting the business Productos Riquísima S.A., has allowed her to share an experience that encompasses different moments, since she decided to realize her husband's dreams and through the long road travelled to achieve the results which have allowed her to create a source of employment to scores of families.

Finding the way

Since she was a child, Sandra has been involved in the world of business, as the economic hardship she went through along with her brother and grandmother made her sell the doll dresses her grandmother made. With great efforts she graduated as a teacher and started working.

She later met her husband who owned a small pasta factory. However, he passed away leaving her a widow at 38 with three young children. The business her husband left her was indebted and when she was unable to pay the debts, she lost the business and her house. Finding herself in this situation, she looked for ways to work and

found a way out by learning how to make bread to secure her livelihood.

During her time as a baker she worked at night making bread and baking in the early morning and before her eldest daughter went to school they made home deliveries together. "I lived with a lot of financial problems, but one day rummaging through my husband's desk, I found a piece of paper that said delicious peanuts and this gave me the idea of selling peanuts. I guess he had already contemplated it because there were also some peanut drawings," says Sandra. This is how in 2003, Sandra began running tests from the yard of her home and then Productos Riquísima S.A. was born, a company that is currently dedicated to distributing a wide catalog of products including fava beans, peanuts and chickpeas.

During this process, Sandra took advantage of the contacts her husband had made at supermarkets to distribute his products which she succeeded. However, she found out that it was really difficult to maintain the products in good condition which made her profit margin quite low. She took up the job of investigating what the problem was. "At that time there wasn't Google or anything like that," she says,



and she reached the conclusion that the key was in the packaging, so she worked to develop an option that allowed the product to remain fresh and in excellent condition.

“

“The greatest satisfaction in starting a business is succeeding doing what one loves”.

Sandra Murga, General Manager of Productos Riquísima S.A.

Productos Riquísima S.A. has a presence in the main supermarket chains in Guatemala and El Salvador, generating more than 90 direct and indirect jobs. The company has been part of Walmart’s “Una Mano para Crecer” (“A Hand to Grow”) program for the past 4 years and in 2019 it was one of the companies chosen by the multinational to continue growing through “Cadenas de Valor” (“Value Chains”), a project focused on giving advice and training to SMEs.

Migrating towards the digital market

Like other SMEs during the pandemic, Productos Riquísima experienced an overall decrease of 40%, which made them focus their efforts on innovating through the digital market, specifically in social networks, a space where they did not have any presence in.

This led Sandra to create a combo strategy which they called “Caja Fit” (“Fit Box”) aimed at confined health-conscious people, so they would not miss the chance to taste the wide variety of beans and nuts in the comfort of their homes. Moreover, they have created product combos for all the family with the aim of reaching new markets. These strategies have stabilized the company and the negative percentage became positive at 60%.

Walmart’s “Una Mano Para Crecer” program currently supports 464 SMEs in Central America, 114 of which are in Guatemala, 42 led by women. Also, aiming at empowering and strengthening these SMEs, the “Cadenas de Valor” program was born in 2019, having supported 20 manufacturing SMEs.

Compliance y propiedad intelectual



Por Fernando J. Diaz Duran Corzo
Asociado, Central-Law

Existe responsabilidad penal para las empresas por omisión de control o supervisión de su personal que comete un delito si las resultas le son favorables (artículo 38 del Código Penal). Las empresas deben instituir planes y acciones de prevención y vigilancia para el cumplimiento de leyes, reglamentos o estándares en materia de propiedad intelectual (PI).

El software debe contar con licencia adecuada y vigente. Existen licencias perpetuas, de uso, de alquiler (ASP), de servicio (Saas), de código abierto, entre otras. Que un software sea gratuito, no significa que podamos usarlo libremente. El personal técnico debe conocer los delitos por utilización de software sin la licencia adecuada o por la alteración de programas.

La utilización de obras, sin la autorización del titular del derecho (aun cuando estos se encuentren publicados en internet), encuadra en el delito de violación a derechos de autor y derechos conexos. Asegurarnos de contar con la autorización del titular del derecho es parte del compliance.

Vigilar que nuestra empresa y aquellas con las que tenemos relaciones comerciales tengan la propiedad o licencias sobre marcas, patentes o diseños industriales para prevenir incurrir en el delito de violación a derechos de propiedad industrial.

La formación a nuestros colaboradores sobre los actos que se consideran competencia desleal y secretos comerciales es indispensable. Cualquier beneficio que la empresa pueda obtener por un acto contrario a los usos y practicas honestas en el comercio por parte de su personal puede encuadrarse en el delito de competencia desleal.

En los planes y acciones de compliance es fundamental la asesoría de un especialista en propiedad intelectual para evitar responsabilidades penales, pérdidas económicas y afectar la reputación comercial.

Compliance and intellectual property

By Fernando J. Diaz Duran Corzo | Associate,
Central-Law

There is criminal liability for companies for the omission of control or supervision of their staff who commit a crime if the results are favorable to them (Article 38 of the Penal Code). Companies should establish prevention and monitoring plans and actions for compliance with intellectual property (IP) laws, regulations or standards.

The software must be properly and currently licensed. There are perpetual, usage, rental (ASP), service (Saas) and open source licenses, among others. Just because some software is free doesn't mean we can use it freely. Technical staff should be aware of crimes for using software without proper license or for altering programs.

Using "work" without the authorization of the rights holder (even if they are posted online), falls within the crime of copyright and related rights infringement. Making sure we have the authorization of the rights holder is part of compliance.

We have to ensure that our company and those with which we have business relationships have ownership or licenses on trademarks, patents or industrial designs to prevent incurring the crime of infringement of industrial property rights.

Training our employees on actions that are considered unfair competition and trade secrets is essential. Any benefit that the company may obtain from an action contrary to honest uses and practices in trade by its staff may fall within the crime of unfair competition.

When dealing with compliance plans and actions, advice from an intellectual property specialist is essential to avoid criminal liability, economic losses and affecting commercial reputation.

RICOH
imagine. change.

SÉ PARTE DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL CON **RICOH**



NUEVAS OFICINAS EN
Centro Empresarial Zona Pradera
Torre III, Nivel 15, Oficina 1507

Nuestro compromiso con Guatemala y la seguridad como prioridad número uno



Por Rodolfo Sáenz | United Airlines

Por más de 30 años, United ha operado orgullosamente en Guatemala y ahora, más que nunca, estamos comprometidos a ofrecer una experiencia segura de viaje, desde el check-in hasta el aterrizaje.

Si bien es cierto que el COVID-19 ha dejado un gran impacto en las aerolíneas, nuestro papel es fundamental en la sociedad y, es por esto, que nunca dejamos de operar en Guatemala, fieles a nuestro compromiso de conectar personas y unir al mundo. Aún durante los tiempos más difíciles de la pandemia, ofrecimos vuelos de repatriación hacia Houston, New York/Newark, Los Ángeles y Washington. Actualmente, continuamos operando estas rutas e incrementando frecuencias para llevar a nuestros clientes donde necesiten.

Nuestra prioridad número uno es y siempre será la seguridad. Estamos poniendo la salud y seguridad al frente de toda la experiencia de viaje del cliente, con el objetivo de ofrecer un estándar de higiene y limpieza líder en la industria a través del programa United CleanPlus. Nos hemos asociado con Clorox y Cleveland Clinic para redefinir nuestros procesos de limpieza y desinfección, en los que:

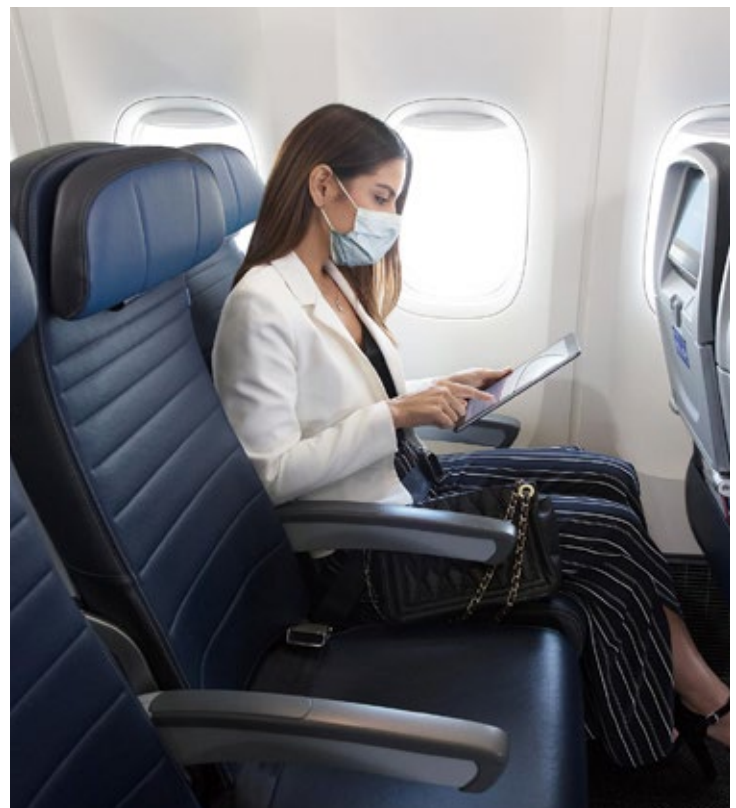
- Requerimos uso obligatorio de mascarilla para pasajeros y tripulación.
- Utilizamos filtros de alta eficiencia (HEPA)
- Utilizamos rociadores electrostáticos para desinfectar
- Utilizamos spray antimicrobiano
- Solicitamos que nuestros pasajeros confirmen que no han presentado síntomas de COVID-19 y que aceptan cumplir con nuestras políticas

Adicionalmente, el Departamento de Defensa, a través del Comando de Transporte de EE. UU. (TRANSCOM), acaba de publicar un estudio

sobre la seguridad de viajes aéreos, demostrando que el riesgo exposición al COVID-19 en un avión de United es casi inexistente. Este es el estudio más completo, realizado hasta la fecha, sobre el flujo de aire en la cabina y demuestra que cuando un pasajero está sentado y con una mascarilla, en promedio únicamente el 0.003% de las partículas de aire infectadas podrían ingresar a su zona de respiración, incluso cuando todos los asientos estén ocupados. Este estudio se realizó en un avión de United y demostró que, debido a la rápida recirculación del aire a bordo, la ventilación de aire diseñada hacia abajo y los filtros HEPA hacen del avión de United uno de los entornos interiores más seguros del mundo.

United fue la primera aerolínea en eliminar las penalidades por cambio para vuelos dentro de EE. UU. y entre EE. UU. y México o el Caribe. Además, hemos extendido nuestra exención de este cargo por cambio para otros destinos internacionales hasta el 31 de diciembre.

Las crisis a menudo traen desafíos que pueden tomarse como oportunidades y United se ha dedicado a innovar y aprender de estos tiempos. Para obtener más detalles y actualizaciones sobre las formas en que United ayuda a mantener seguros a los clientes y empleados visite [united.com/cleanplus](https://www.united.com/cleanplus).



Commitment with Guatemala and safety as a top priority

By Rodolfo Sáenz | United Airlines

For more than 30 years, United Airlines has been proudly serving the Guatemalan market and now, more than ever, we are committed to offer the best and safest experience, from check-in to landing.

Although COVID-19 has had a severe impact on airlines, our role in society will always be crucial and that is why we have never stopped our service in Guatemala, true to our compromise of connecting people and uniting the world. During the worst moments of the pandemic, we offered repatriation flights to Houston, New York/Newark, Los Angeles and Washington. Now, we have kept these routes and we continue to increase frequencies to take our customers where they need to.

Our number one priority has and will always be safety. We are putting health and safety at the forefront of every customer's journey, with the goal of delivering an industry-leading standard of cleanliness through United CleanPlus program. United teamed up with Clorox and Cleveland Clinic to redefine cleaning and health safety procedures, including:

- Requiring all travelers and crew to wear face coverings
- Using state-of-the-art high-efficiency (HEPA) filters
- Using electrostatic spraying on all mainline aircraft before departure
- Using antimicrobials spray
- Requiring customers at the check-in to acknowledge they do not have symptoms for

COVID-19 and agree to follow our policies. In addition, the Department of Defense, through US Transportation Command (TRANSCOM), has just published a study on the safety of air travel, proving the risk of COVID-19 exposure on United aircraft is almost non-existent. This study is the most comprehensive on cabin airflow done to date and demonstrates that when a passenger is seated and wearing a mask, on average only 0.003% of infected air particles could enter their breathing zone, even when every seat is occupied. The study was conducted onboard United aircraft and found that fast onboard air recirculation, downward designed air ventilation and efficient HEPA filters make the United airplane one of the safest indoor environments in the world.

United was the first carrier to eliminate change fees for flights within the U.S. and between the U.S. and Mexico or the Caribbean. Also, we have extended our change fee waiver for international destinations until December 31st, to give our customers more flexibility to make travel plans.

Crises often bring challenges that can be taken as opportunities, and United has been devoted to innovating and learning from these times. For more details and updates on ways United is helping keep customers and employees safe, please visit [united.com/cleanplus](https://www.united.com/cleanplus).



¿Qué nos depara el 2021 y hacia dónde va el compliance en Guatemala?



Por Jensen Samayoa | Legal Compliance Officer, Coca-Cola FEMSA Guatemala

En la lucha contra la corrupción no es quien lo haga primero, sino que todos hagamos nuestra parte y adquiramos un compromiso de cara al cambio en beneficio de nuestro país.

Durante este 2020, el término “resiliencia” ha sido el pilar de muchos discursos, diálogos y escritos que buscan dar un pequeño momento de paz y esperanza en situaciones como la que estamos viviendo en la actualidad. Existe aquella frase célebremente establecida que relaciona en “las crisis hay oportunidades”, y con ese estandarte muchas empresas asumieron el reto de innovar, de atreverse, de cambiar, pero a su vez mantener sus estándares de calidad, de atención y de prestigio en su operación comercial.

Lo que para algunas empresas eran proyectos de largo o mediano plazo, éstos se convirtieron instantáneamente en proyectos reales, alcanzables y medibles de un momento al otro; la capacidad de adaptarse fue el común denominador de muchas empresas para continuar con el negocio.

Ahora bien, la falta de controles en los momentos de crisis, puede ocasionar hechos que en el futuro se lamenten, y es ahí donde el Compliance juega un papel preponderante en la actualidad, pues estos programas siguen una aproximación basada en el riesgo.

Muchas opiniones han coincidido que las actuaciones de este 2020 repercutirán en el 2021, siendo los temas de corrupción y falta de transparencia los posibles titulares. Esta predicción se enfoca en varias aristas, pero

resalta los pocos esfuerzos de las empresas para incorporar e implementar un programa de compliance. Pero, ¿qué es el compliance en palabras sencillas? Básicamente es el compromiso ético que asumen las compañías (dispuesto en ley o no) de implementar un conjunto de procedimientos y prácticas para identificar y clasificar los riesgos, basados en una cultura de legalidad, prevención, gestión, control y reacción frente a estos; de ahí que decimos que el Compliance no es únicamente cumplir la ley, pues esa obligación la tenemos todos en un Estado de Derecho, el Compliance va más allá, de ahí que la Ética y el Compliance están íntimamente relacionados.

En Coca-Cola FEMSA nuestros directores han asumido un compromiso ético e impulsados por nuestra capacidad para innovar y teniendo como foco nuestros consumidores y clientes, hemos desarrollado políticas y programas que abarcan tendencias legales novedosas, que buscan dar certeza y seguridad a las actuaciones que hoy en día hacemos. En esta lucha contra la corrupción no es quien lo haga primero, sino que todos hagamos nuestra parte y adquiramos un compromiso de cara al cambio en beneficio de nuestro país; el cambio es ya, el cambio es ahora.



What awaits us in 2021 and where is compliance going in Guatemala?

By Jensen Samayoa | Legal Compliance Officer, Coca-Cola FEMSA Guatemala

In the fight against corruption, it is not important who does it first, but that we all do our part and make a commitment in the face of change for the benefit of our country.

In 2020, the term "resilience" has been the mainstay of many speeches, dialogues and writings that seek to bring some peace and hope in situations like the one we are experiencing today. There is a popular phrase that says "there are opportunities in every crisis", and under that banner many companies took up the challenge of innovating, daring, changing, but at the same time maintaining their standards of quality, service and reputation in their commercial operation.

What for some companies were long or medium-term projects, became real, achievable and measurable projects overnight; the ability to adapt was the common denominator of many companies in order to continue doing business.

That said, the lack of controls in times of crisis can lead to events that are regretted in the future and this is where Compliance plays a leading role today, as these programs follow a risk-based approach.

Many have agreed that the actions in 2020 will

have an impact in 2021, with corruption and lack of transparency being potential headlines. This prediction focuses on several perspectives, but highlights the few efforts of companies to incorporate and implement a compliance program. Yet what is compliance in simple terms? Basically it is the ethical commitment that companies make (whether legislated or not) to implement a set of procedures and practices to identify and classify risks, based on a culture of legality, prevention, management, control and reaction to them; hence we say that Compliance is not only to comply with the law as that obligation involves everyone in a rule of law. Compliance goes further and this is why Ethics and Compliance are intimately related.

At Coca-Cola FEMSA our Directors have made an ethical commitment and are driven by our ability to innovate and focusing on our consumers and customers, we have developed policies and programs that cover groundbreaking legal trends that seek to give certainty and security to the actions we do today. In this fight against corruption it is not important who does it first, but that we all do our part and make a commitment in the face of change for the benefit of our country; change is already here, change is now.





AMCHAM
GUATEMALA

AMERICAN CHAMBER OF COMMERCE



Comp

Compliance

El compliance es una práctica regulatoria que tiene un gran impacto en la ética de los negocios. En AmCham Guatemala promovemos la implementación del corporate compliance para la pronta identificación de los riesgos operativos y legales a los que las empresas se enfrentan y establecer así mecanismos de prevención, gestión y control.

Tiffany Archer incorpora una cultura de cumplimiento

Artículo original de Keith Loria publicado en Modern Counsel, del cuarto trimestre de 2020



Fotografía: Benjamin Chateauvert

Tiffany Archer defiende la ética y el cumplimiento como parte de la cultura empática de Panasonic Avionics.

Tiffany Archer está a cargo de la ética y el cumplimiento en Norte América, América Latina y Europa para Panasonic Avionics, supervisando las actividades globales de la compañía relacionadas con la lucha contra el soborno y la corrupción, el riesgo regulatorio, las investigaciones internas transfronterizas y la gestión de riesgos reputacionales.

El interés de Archer en Panasonic surgió de querer trabajar en algún lugar donde pudiera marcar la diferencia.

“Cuando se me ofreció el puesto hace casi cuatro años, el departamento de cumplimiento era bastante pequeño”, explica la abogada. “El puesto reportaba directamente al Director de Cumplimiento y me dio la oportunidad de obtener experiencia de campo y ayudar a crear la función de cumplimiento desde cero”, añade.

Panasonic Avionics también estaba en medio de la gestión de sus respuestas a una investigación de la Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero (FCPA, por siglas en inglés) tanto por el Departamento de Justicia como por la Comisión de Bolsa y Valores de los Estados Unidos. Archer pensó que sería profesionalmente gratificante entrar de lleno inmediatamente a un trabajo desafiante en la empresa.

Desde que se unió a la compañía, la función de cumplimiento de Panasonic ha evolucionado enormemente, con una nueva Directora de Ética y Cumplimiento, Catherine Razzano, y recursos adicionales para hacer crecer el equipo.

“Estoy muy orgullosa de todo lo que nuestro equipo ha logrado a medida que vamos creando un programa de cumplimiento, el mejor en su clase, e implementando estrictos controles internos”, dice Archer.

Antes de obtener su Doctorado en Jurisprudencia de la Facultad de Derecho de la Universidad George Washington, Archer se especializó en



psicología y perteneció a la sociedad de honor de psicología Psi Chi en la Universidad de Pensilvania.

El estudio de las teorías y principios psicológicos le dio una profunda comprensión de diferentes personalidades, comportamientos humanos y motivadores de cierta conducta. Este entendimiento continúa informando su trabajo hoy en día a medida que navega por el panorama global de Panasonic.

"La inteligencia emocional es una habilidad blanda invaluable" dice Archer- "Abre puertas para crear confianza con las partes interesadas del negocio, desarrollando relaciones fuertes, creando líneas abiertas a la comunicación y promoviendo franqueza y honestidad", añade.

El objetivo final de Archer en cualquier interacción es lograr un resultado productivo. En el contexto de la ética y el cumplimiento, la organización debe calibrar la brújula moral del empleado y guiarlo para que su conducta se sienta auténtica. Mientras tanto, su conducta también debe ser coherente con los principios de la organización.

"La empatía es un pilar clave en el que confío para tener éxito en mi campo", señala Archer. "Hay algo que decir acerca de ponerse en el lugar de otra persona, conectarse con ellos a un nivel más profundo y comunicar y resolver eficazmente puntos de vista conflictivos sin tensión ni resistencia".

En sus funciones, Archer supervisa dos regiones que mantienen normas culturales muy diferentes: Europa y América del Norte y del Sur. Recurre regularmente a consejos y estrategias establecidos en The Culture Map (El Mapa Cultural) de Erin Meyer, que describe los matices culturales y las fronteras invisibles a tener en cuenta al tratar con las partes interesadas en diferentes países. Usando la metodología de Meyer, Archer resuelve asuntos críticos de negocios y modera con tacto las diferencias culturales.

"No es ningún secreto que uno de los mayores desafíos en una organización global es administrar la diversidad, las diferencias en personalidades y

las creencias culturales inherentes, incluyendo al sesgo cognitivo", dice Archer. "Es aquí donde encuentro que la aplicación de la empatía es crítica ya que le permite a usted acercarse a la gente y proporcionar una plataforma sobre la cual el equipo pueda mantener diálogos abiertos, trabajar en colaboración y llegar a acuerdos sobre decisiones empresariales y comportamientos apropiados para impulsar el cambio".

Otro gran desafío que Archer enfrenta en su día a día es cambiar la narrativa en torno al cumplimiento. "Muchos ven el cumplimiento como el 'Departamento del No', en gran parte porque puede ser percibido como un obstáculo para hacer negocios", dice Archer.

"El objetivo primordial del departamento es no hacer cumplir las reglas rigurosamente sino empoderar a los empleados con herramientas y recursos para tomar decisiones éticas e informadas a medida que realizan sus funciones para la organización."

Archer se esfuerza por fortalecer la cultura organizacional general desde un punto de vista ético. Una sólida cultura ética permite a la organización mantener una postura proactiva, en lugar de reactiva, hacia el cumplimiento.

"Para integrar una cultura de cumplimiento, no solo se necesita el tono adecuado en la gerencia, sino que también es esencial que un departamento de cumplimiento la haga una prioridad para forjar asociaciones sólidas con funciones clave como finanzas, auditoría interna, informática, adquisiciones y recursos humanos", comparte Archer, quien fue honrada con una nominación al premio 2020 en Excelencia en Cumplimiento: Anti-Corrupción por la publicación Compliance Week. "Cada una de estas funciones desempeña un papel fundamental en el éxito de un sólido programa de cumplimiento, ya que ayudan en el esfuerzo de la organización para mitigar el riesgo".

Con este panorama, no es de extrañar que Archer se haya establecido como una líder de pensamiento que sólo mejorará aún más la ética y el cumplimiento en Panasonic Avionics.

Tiffany Archer Embeds a Culture of Compliance

Artículo original de Keith Loria publicado en Modern Counsel, del cuarto trimestre de 2020

Tiffany Archer champions ethics and compliance as part of the empathetic culture of Panasonic Avionics.

Tiffany Archer leads ethics and compliance in North America, Latin America, and Europe for Panasonic Avionics, overseeing the company's global activities related to antibribery and corruption, regulatory risk, cross-border internal investigations, and reputational risk management.

Archer's interest in Panasonic stemmed from wanting to work somewhere where she could make a difference.

"When the position was offered to me nearly four years ago, the compliance department was quite small," the attorney explains. "The role reported directly to the CCO [chief compliance officer] and afforded me the opportunity to have direct, hands-on experience and help build the compliance function from the ground up."

Panasonic Avionics was also in the midst of managing its responses to a Foreign Corrupt Practices Act (FCPA) inquiry by both the Department of Justice and the US Securities and Exchange Commission. Archer thought it would be professionally rewarding to immediately dive into challenging work at the company.

Since she first came on board, Panasonic's compliance function has evolved tremendously,

with a new chief ethics and compliance officer, Catherine Razzano, and additional resources to grow the team.

"I am very proud of all that our team has accomplished as we continue to build a best-in-class compliance program and implement rigorous internal controls," Archer says.

Before earning her JD at the George Washington University Law School, Archer majored in psychology and belonged to the Psi Chi psychology honor society at the University of Pennsylvania.

Studying psychological principles and theories afforded her a deep understanding of different personalities, human behaviors, and drivers of certain conduct. This understanding continues to inform her work today as she navigates Panasonic's global landscape.

"Emotional intelligence is an invaluable soft skill," Archer says. "It opens doors to building trust with business stakeholders, developing strong relationships, creating open lines of communication, and eliciting candor and honesty."

Archer's ultimate goal in any interaction is to achieve a productive outcome. In the context of ethics and compliance, the organization must calibrate an employee's moral compass and guide them so their conduct feels authentic. All



the while, their conduct must also be consistent with the organization's principles.

"Empathy is a key pillar that I rely upon to be successful in my field," Archer notes. "There is something to be said about putting yourself in someone else's shoes, connecting with them on a deeper level, and effectively communicating and resolving conflicting viewpoints without tension or resistance."

In her role, Archer oversees two regions that uphold vastly different cultural norms—Europe and the Americas (North and South). She refers regularly to tips and strategies laid out in *The Culture Map* by Erin Meyer, which describes the cultural nuances and invisible boundaries to consider when dealing with stakeholders in different countries. Using Meyer's methodology, Archer resolves critical business matters and tactfully moderates cultural differences.

"It is no secret that one of the biggest challenges in a global organization is to manage diversity, personality differences, and inherent cultural beliefs, including cognitive bias," Archer says. "This is where I find the application of empathy to be critical, as it allows you to bring people together and provide a platform in which the team can have open dialogues, work collaboratively, and come to agreements on business decisions and appropriate behaviors to drive change."

Another major challenge that Archer faces in

her day-to-day is changing the narrative around compliance. "Many view compliance as the 'Department of No,' in large part because it can be perceived as a roadblock to doing business," Archer says.

"The department's key objective is not to rigidly enforce rules, but instead to empower employees with tools and resources to make ethical and informed decisions as they carry out their roles for the organization."

Archer strives to strengthen the overall organizational culture from an ethical standpoint. A strong ethical culture enables the organization to maintain a proactive—as opposed to reactive—stance toward compliance.

"To embed a culture of compliance, not only do you need the appropriate tone at the top, it's also essential that a compliance department make it a priority to forge strong partnerships with key functions such as finance, internal audit, IT, procurement, and HR," shares Archer, who was honored with a 2020 Excellence in Compliance: Anti-Corruption award nomination by Compliance Week. "Each of these functions play a pivotal role in the success of a robust compliance program, as they help in the organization's effort to mitigate risk."

With this outlook, it's no surprise that Archer has established herself as a thought leader who will only further enhance ethics and compliance at Panasonic Avionics.

La importancia de operar de forma ética y transparente



Por Paola Galich Roukema | Socia Mayora & Mayora, especialista en Compliance, Directora del área de litigio.

Todos podemos caer en situaciones dudosas, más cuando la cultura de la empresa y del país ha sido permisiva a lo largo de los años.

La forma en que las empresas hacen negocios, tiene un impacto directo en el éxito de la operación y que repercute en la forma como es percibida por su personal, sus consumidores, sus clientes y sus proveedores. Su marca y su historia son la base de la confianza del mercado, la base de su reputación.

Guatemala poco a poco se va sumando a los esfuerzos internacionales para que las empresas actúen desde la ética y transparencia, aún y cuando no existe una legislación específica, existe un corolario de normas legislativas y administrativas que todo empresario está obligado a cumplir y al no hacerlo abre contingencias para su negocio, para sus directores, para los inversionistas y accionistas.

¿Qué sucede cuando sale a la luz pública que una empresa está actuando al margen de la ley? Cuando el titular del periódico no habla de otra cosa, o cuando Twitter se llena de comentarios que la relacionan, y todo el mundo se entera que esa es la forma de operar de esa empresa.

Primero se pierde la confianza, la reputación se ve afectada; después inician las investigaciones

de los entes reguladores, y de allí los directores y accionistas pueden resultar responsables penalmente por hechos que permitieron, por acción o por omisión. La compañía puede ser obligada a pagar altas multas e incluso puede ser clausurada, todo lo cual puede repercutir en la quiebra.

Es un hecho que todos podemos caer en situaciones dudosas, más cuando la cultura de la empresa y del país ha sido permisiva a lo largo de los años. Por ello la importancia de establecer mecanismos que permitan esas alertas tempranas, la debida diligencia de la operación a luz de la regulación local para poco a poco ir mitigando posibles riesgos; entrenamiento al personal y promover el cambio de cultura.

No es un proceso fácil ni rápido, pero si su visión empresarial es de largo plazo, el modelo a seguir es el de la ética y transparencia. Recomendando apoyarse de un grupo de expertos que le acompañen en el proceso de análisis, implementación y puesta en marcha. El éxito del programa y de su empresa depende de ello.



The importance of operating in an ethical and transparent way

By Paola Galich Roukema | Partner, Mayora & Mayora, Specialist in Compliance, Director Litigation area

We all can fall into dubious situations, especially when the culture of the company and the country has been permissive over the years.

The way companies do business has a direct impact on the success of the operation and impacts on how they are perceived by their staff, consumers, customers and suppliers. Their brand and history are the foundation of market confidence, the foundation of their reputation.

Guatemala is gradually joining international efforts to ensure that companies act in an ethical and transparent way, even when there is no specific legislation, there is a corollary of legislative and administrative regulations that every businessperson is obliged to comply with and when this does not happen, there are risks for their directors, investors and shareholders.

What happens when it comes to light that a company is acting outside the law, when headlines cry out nothing else, or when Twitter gets swamped with related tweets and everybody finds out about how that company operates?

First trust is lost, reputation is affected, investigations are initiated by regulatory bodies and from there directors and shareholders may be criminally liable for actions they allowed, by action or by omission. The company may be forced to pay heavy fines and may even be forced to close, all of which can lead to bankruptcy.

It is a fact that we all can fall into dubious situations, especially when the culture of the company and the country has been permissive over the years. Therefore, the importance of establishing mechanisms to allow early warnings, due diligence of the operation in the light of local regulations, training staff and promoting culture change, are gradually mitigating potential risks.

It is not an easy or fast process, but if your business vision is long-term, the model to follow has to be based on ethics and transparency. I recommend relying on a group of experts to accompany you in the process of analysis, implementation and execution. The success of the program and your company depends on it.



EXPO EMPLEO NACIONAL

25 AL 28 DE NOV.



<http://bit.ly/expo-empleo-amcham>



AMCHAM
GUATEMALA

AMERICAN CHAMBER OF COMMERCE



Más información

expoempleo@amchamguatemala.com

Empresas participantes



El cumplimiento corporativo: por qué su empresa necesita darle importancia



Por Julio Aparicio | Socio, Lexincorp Central American Law Firm

El cumplimiento corporativo se refiere, simplemente, a la forma en que una empresa se asegura de estar al día con todos los requisitos a los que está sujeta por ley. Estos abarcan desde poner en orden sus actas de gobierno corporativo como asambleas de accionistas, hasta las relativas a requisitos sanitarios, los cuales se han hecho aún más relevantes en estos tiempos.

Establecer el debido cumplimiento de todas las normas requiere de tres cosas básicas:

1. Conocimiento de las leyes, reglamentos y otras normas a las que está sujeta la empresa en particular y la industria a la que pertenece en general.
2. Establecimiento de un código de conducta al cual se sometan todas las personas relacionadas con el negocio, desde los accionistas hasta los colaboradores.
3. Procedimientos claros y una constante capacitación a todos los niveles para asegurarse de cumplirlos.

Para llevar a cabo un control adecuado de lo anterior, es recomendable contar con un oficial de cumplimiento, sin importar el tamaño de la empresa. Este puesto deberá tener la capacidad de trabajar de la mano del órgano de auditoría, establecer políticas de contratación y capacitación del personal junto con recursos humanos y elaborar un código de conducta junto con los dueños de la empresa que vaya acorde a la especial visión que tengan para el negocio.

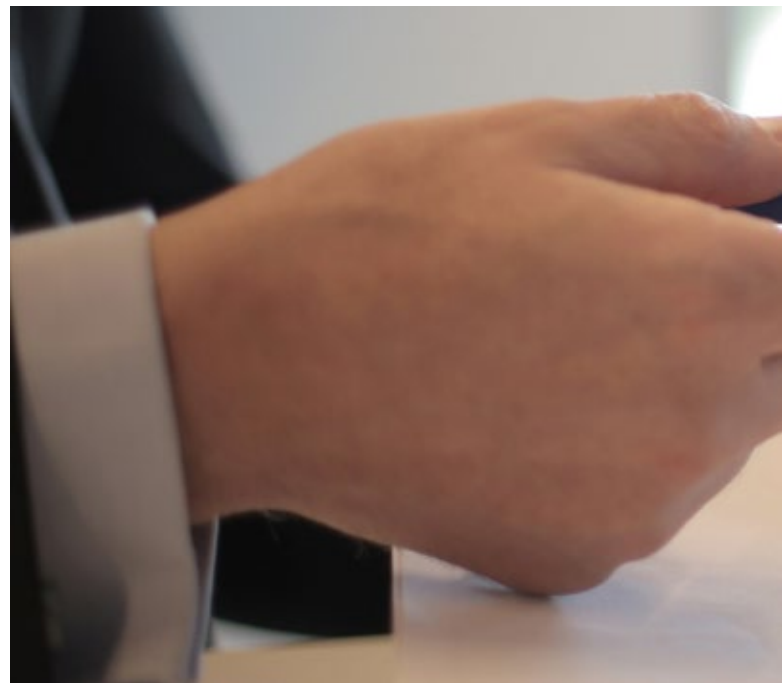
Además, hay que considerar dos ámbitos generales de acción para dichas políticas:

- a. Hacia adentro de la empresa: Es decir, la conducta que todos los involucrados deben tener con los recursos materiales y de tiempo de la misma. Esto implica cómo se establecen los protocolos de verificación de gastos, por ejemplo. En varias compañías de mucho éxito,

como Netflix, se les otorga un alto grado de discrecionalidad a los empleados, no sólo de sus horarios laborales, sino también sobre los gastos que realizan en nombre de la compañía. Parece contraintuitivo, pero el resultado indica que, a más confianza otorgada, mejor respuesta por parte de los empleados. Es evidente que no toda persona estará preparada para tanta libertad, pero es allí en donde los procedimientos de verificación entrarán en juego, así como la importancia que se ponga al desempeño.

- b. Hacia afuera de la empresa: Aquí se trata de la conducta ética o no que se pueda tener frente a terceros. Muchas compañías internacionales tienen dentro de sus propias políticas de cumplimiento corporativo, la prohibición de entrar en negocios con empresas que cometan actos de corrupción como sobornos o tráfico de influencias. En casos de préstamos importantes otorgados por instituciones financieras, la violación a una de esas prohibiciones puede significar la ejecución del préstamo.

Como podemos ver, el cumplimiento corporativo abarca todos los aspectos de la vida de un negocio, por lo que es vital establecer prácticas sanas de apego a las normas legales, así como un código de ética que dicte el norte de las acciones de la empresa. Un oficial de cumplimiento que pueda trabajar en conjunto con la gerencia y propietarios de la compañía, así como la asesoría legal adecuada para determinar los aspectos normativos, deben ser parte de la estrategia de cualquier emprendimiento que quiera tener éxito.



Corporate Compliance: Why your company needs to give it importance

By Julio Aparicio | Partner, Lexincorp Central American Law Firm

Corporate compliance simply refers to the way a company makes sure to be up to date with all the requirements to which it is subject by law. These range from putting their corporate governance records in order as well as shareholder meetings, to those relating to sanitary requirements, which have become even more relevant in these times.

Establishing proper compliance with all regulations requires three basic things:

1. Knowledge of the laws, regulations and other norms the company in particular is subject to and the industry to which it belongs in general.
2. Establishment of a code of conduct everyone related to the company is subject to, from shareholders to employees.
3. Clear procedures and constant training at all levels to ensure compliance.

To carry out proper control of the above, it is advisable to have a Compliance Officer, regardless of the size of the company. This position should have the ability to work hand in hand with the audit body, establish staff recruitment and training policies along with Human Resources and develop a code of conduct jointly with the owners of the company that follows their special vision for the business.

In addition, two general areas of action must be considered for such policies:

- a. Inside the company: That is, the conduct that all involved must have with the material and time resources of the company. This involves how expense

verification protocols are established, for example. In several successful companies, such as Netflix, employees are given a high degree of flexibility, not only with their working hours, but also on the expenses they make on behalf of the company. It seems counterintuitive, but the result indicates that, the more confidence granted, the better response on the part of employees. Evidently not everyone will be ready for so much freedom, but that's where verification procedures will come into play, as well as the importance granted to performance.

- b. Outside the company: We deal here with ethical or unethical conduct towards third parties. Many international companies have within their own corporate compliance policies, the prohibition to do business with companies that commit acts of corruption such as bribery or influence trafficking. In cases of major loans provided by financial institutions, violation of one of these prohibitions may mean the forfeiting of the loan.

As we can see, corporate compliance encompasses all aspects of a business life, so it is vital to establish sound practices of adherence to legal norms, as well as a code of ethics that serves as a compass to the company's endeavors. A Compliance Officer who can work jointly with the company's management and owners, as well as appropriate legal advice to determine regulatory aspects, must be part of the strategy of any successful venture.



Compliance para prevenir la corrupción en las empresas

Deloitte.



Ruth Toledo | Gerente Deloitte Legal

El compliance es una lógica ordenada, sistemática para poder tener una serie de reglas que permitan administrar el riesgo. Las empresas y organizaciones constantemente están enfrentándose a situaciones de riesgo; administran su riesgo patrimonial, su riesgo financiero, también tienen que administrar los riesgos que puedan significar la posibilidad de infringir determinadas normas.

Desde la perspectiva de auto regulación no existen esquemas fijos, sino que eso depende de alguna forma de la propia configuración de cada empresa, por lo que la creación de programas de cumplimiento, su puesta en vigencia y finalmente su revisión, mejoramiento, y ejecución debe incluir no solamente prevención y mitigación de corrupción pública sino también corrupción privada, en una lucha frontal contra la corrupción y esa lucha contra la corrupción tiene que darse frente a posibles contactos con funcionarios públicos como con contactos con particulares.

Un tema importante son los canales de denuncia porque no forman parte de nuestra cultura; desde el punto de vista judicial parte de nuestra cultura es más bien el ocultamiento y el silencio, en términos generales, por lo que toma relevancia y demuestra ser un sistema importante para efectos de acceder a la información, sobre todo en delitos que se caracterizan por ser delitos ocultos o delitos complejos, temas de corrupción y fraude al interior de la empresa.

En el tema criminal o lo que se califica como criminal compliance o compliance penales

o modelos de prevención de delitos, cobra mayor importancia porque ha pasado a ser un instrumento de administración de buen gobierno corporativo, ha asentado fundamentalmente una ética empresarial y a tener una repercusión jurídica en específico.

La corrupción privada además de ser un tema ético, genera la competencia desleal, hay un efecto simbólico detrás de la corrupción. La palabra corrupción trae consigo una desvaloración social, que lo que quiere expresar es que la corrupción no se agota en lo público, se va moviendo hacia el ámbito privado, pero las normas son insuficientes para prevenir la corrupción, de manera que cada entidad debiera organizarse en tener un compliance conforme a sus necesidades.

Se tiene la percepción de que el compliance equivale a un seguro para reparar un daño o evento determinado, pero en realidad se trata de un programa que tiene como objeto la prevención de la comisión de un delito o minimizar la posibilidad de un acto de corrupción.



Compliance to prevent corruption in companies

Ruth Toledo | Legal Manager, Deloitte

Compliance is some orderly, systematic logic, designed to have a series of rules that allow managing risk. Companies and organizations are constantly facing risky situations. They manage their equity risk, their financial risk and they also have to manage the risks of possibly violating certain rules.

From the perspective of self-regulation, there are no fixed schemes, but that depends somehow on the characteristic configuration of each company. Hence, the creation of compliance programs, their implementation and finally their review, improvement and execution must include prevention and mitigation of both public and private corruption, in a frontal fight against corruption, a fight that has to face possible contacts with both public and private officials.

An important issue is the channels to report incidents because they are not part of our culture. From a judicial point of view part of our culture is based on concealment and silence in general terms, so a system to access to information becomes relevant and important, especially in

covert or complex crimes, corruption issues and fraud within the company.

On the subject of crime or what is known as criminal or penal compliance or crime prevention models, it becomes more important because it has become an instrument of administration of good corporate governance, it has fundamentally founded some business ethics and has had a specific legal impact.

Private corruption, in addition to being an ethical issue, generates unfair competition and there's is a symbolic effect behind corruption. The word corruption brings with it a social devaluation, meaning that it does not remain in the public sector, it moves towards the private sphere, but the rules are insufficient to prevent corruption, hence each entity should be organized to have compliance according to its needs.

There is a perception that compliance equates to insurance to remedy a particular damage or event, but it is actually a program that aims to prevent the commission of a crime or minimize the possibility of an act of corruption.



A stylized map of Mexico is centered in the upper half of the image. The map is composed of a network of white dots connected by thin white lines, creating a digital or network-like appearance. The map is set against a background of diagonal blue stripes that transition from a darker blue at the top to a lighter blue at the bottom.

LABOR SUMMIT

Workplace digital edition

2-3 DIC
2 0 2 0

www.laborsummitbyamcham.com



Waleska Sterkel de Ortiz

Directora Ejecutiva
AmCham Guatemala



Lcda. Cristina Sandoval

Consortium Legal
Asociada Senior



Lcda. Teresa Ligorria

Representante
Regional Internacional
RTI International



Lcdo. Andrés Soto

Manpower Group



Lcdo. Oscar Pineda

Molina Mencos,
Pineda & Asociados



Lcda. Stephanie Bianchi

Mindful Guatemala



Lcda. Evelyn Rebulli

Qil+4



Lcda. Alexis Morales

3M Panamá



Doctor Mynor Mejia

Jefe de la Sección de Seguridad
e Higiene del IGSS | MINTRAB



Lcda. Patricia Debeljuh

IAE Business School

El compliance nace de la cultura corporativa



Por Enrique Aguirre, Director General de 3M para Centroamérica y el Caribe

El éxito para el crecimiento sostenible de una empresa involucra una cultura de integridad inquebrantable.

Con el pasar de los años y los escándalos corporativos que muchas empresas han sufrido debido a acciones carentes de ética que han puesto en entredicho su reputación, el tema de ética y cumplimiento se ha posicionado y ha ganado valor en las empresas.

De acuerdo con la Asociación Española de Compliance, en un entorno empresarial, “el compliance implica, cumplir con las leyes, regulaciones, reglas y políticas; implica vigilar constantemente el clima legal y regulatorio en constante cambio, y hacer los cambios necesarios para que la empresa continúe operando con buen prestigio dentro de su industria, comunidad y base de clientes”. Por lo tanto, el cumplimiento normativo no es solo un mecanismo para saber actuar de forma correcta de acuerdo con las regulaciones pertinentes, sino que también ayuda a crear imagen y reputación de cara a los diferentes stakeholders de una compañía.

En ese sentido, desde 3M, hemos desarrollado toda una cultura basada en la confianza de nuestros clientes, empleados, socios, accionistas y comunidades. En 3M, no podemos romper esa confianza ya que es el elemento definitorio que nos ayuda a ser un actor relevante en el mercado

¿Cómo aseguramos y mantenemos la

confianza con nuestros clientes? A través de un Código de Conducta que se basa en una serie de premisas fundamentales: actuar con honestidad e integridad, marcar la diferencia en las vidas de nuestros clientes, utilizar nuestros estándares éticos elevados para crear una ventaja competitiva para nuestra empresa y crear un lugar de trabajo inclusivo para todos

Uno de los elementos que puede causar un mayor desastre reputacional son las situaciones de corrupción y sobornos. Por ello, dentro de nuestro Código existe todo un apartado centrado en prácticas anticorrupción, donde se señala que en 3M nunca obtenemos ni mantenemos un negocio mediante medios no éticos, como sobornos, coimas u otros pagos corruptos, independientemente de las costumbres comerciales locales. En ese sentido, cualquiera de nuestras oficinas, ya sea en Guatemala, o cualquier otro país del mundo, cumplen con la legislación local aplicable contra la corrupción.

En resumen, la base de cualquier lugar de trabajo ético está en una cultura sólida que apueste por la responsabilidad y la transparencia. En 3M reconocemos que la confianza es un valor inquebrantable que no se puede romper.



Compliance is born from corporate culture

By Enrique Aguirre, General Director, 3M Central America and the Caribbean

The success of sustainable growth of a company involves a culture of unbreakable integrity.

Over the years and the corporate scandals that many companies have suffered due to unethical actions that have tarnished their reputation, the issue of ethics and compliance has gained positioning and value in companies.

According to the Spanish Compliance Association, in a business environment, "compliance implies complying with laws, regulations, rules and policies; it involves constantly monitoring the ever changing legal and regulatory environment and making the necessary changes so that the company continues to operate with good reputation within its industry, community and customer base." Therefore, compliance is not only a mechanism to know how to act correctly in accordance to relevant regulations, but it also helps to create an image and reputation with the different stakeholders of a company.

In that sense, at 3M we have developed a whole culture based on the trust of our customers, employees, partners, shareholders and

communities. We cannot break that trust as it is the defining element that helps us to be a relevant player in the market.

How do we ensure and maintain that trust with our customers? Through a Code of Conduct based on a number of fundamental premises: Acting with honesty and integrity, making a difference in our customers' lives, using our high ethical standards to create a competitive edge for our company and creating an inclusive workplace for all.

One of the elements that can cause a major disaster in reputation matters is corruption and bribery. Therefore, within our Code there is a whole section focused on anti-corruption practices which states that at 3M we never obtain or run a business through unethical means, such as bribes, kickbacks or other corrupt payments, regardless of local business customs. In this sense, all of our offices, whether in Guatemala or any other country in the world, comply with enforceable local anti-corruption legislation.

To sum up, the basis of any ethical workplace lies in a strong culture that bets on accountability and transparency. At 3M we recognize that trust is an unwavering value that cannot be broken.



Adoptando un enfoque proactivo en las prácticas anticorrupción como tercero intermediario



Por Comité de Ética | Combex-Ima

Uno de los grandes males que aquejan a nuestras sociedades es el tema de la corrupción. Es evidente que es un problema serio a nivel mundial y que manifiesta principalmente en países Latinoamericanos con múltiples casos donde se involucran a nuestros gobiernos y otros sectores que han participado en estos hechos, actuando de manera ilícita a través de delitos tales como soborno, tráfico de influencias, fraude y extorsión.

Todo lo anterior, ha provocado que organismos internacionales pongan atención a estos temas, buscando soluciones e implementando mecanismos para erradicar estas prácticas ilícitas. En estas iniciativas se han unido distintos sectores entre los cuales organizaciones como la nuestra, se han comprometido adoptando prácticas que contribuyan a la erradicación de la corrupción.

Los lineamientos son universales y cada organización que se compromete debe adoptarlos y adaptarlos a su giro de negocio, de tal forma que se convierta en parte de la cultura organizacional, donde directivos, empleados, asociados, clientes actúen alineados a esta cultura de cumplimiento anticorrupción. Fundamentalmente adoptando un enfoque proactivo en donde la introducción de las prácticas anticorrupción se realiza por sí mismas.

Para que se logren obtener los resultados esperados, se debe contar con el apoyo y compromiso de la alta dirección, quienes promuevan comportamientos anticorrupción, practicar la transparencia y ética en todas las acciones, siendo congruentes entre lo



que se dice y se hace, para tener el respaldo, credibilidad y confiabilidad dentro y fuera de nuestra organización.

En el marco normativo anticorrupción, los Terceros Intermediarios (Third-Party Intermediaries TPIs) son las personas naturales o jurídicas que actúan como agentes de las líneas aéreas, representándolas o actuando en su nombre ante un funcionario/órgano público, sean estos nacionales o extranjeros y el contratante adquiere la responsabilidad de la conducta de éstos.

Combex-Im se constituye como un Tercero Intermediario (TPIs) de las líneas aéreas, en donde la contratación como proveedor de servicios está evaluada por el Departamento de Compliance de dichas entidades.

Dentro de las normas internacionales anticorrupción aplicables se encuentran Foreign Corrupt Practices Act (USA FCPA, 1977) que prohíbe hacer pagos o regalos a funcionarios del gobierno con el propósito de obtener o retener negocios, u obtener alguna ventaja de negocio; la Ley Anticorrupción de Chile (2009) y de Brasil (2013) que define la responsabilidad de las Personas Jurídicas en relación con delitos

relacionados a corrupción, aplicando sanciones penales y multas a los representantes y empleados de la empresa o a la empresa misma; y UK Bribery Act (2011) aplicable a empresas con actividades o empleados.

Para la administración del riesgo de corrupción existe un Programa de Compliance en donde se obtienen un adecuado conocimiento del proveedor de servicios en el proceso de la contratación y ésta es autorizada posterior al análisis de Red Flags (evaluación de riesgo), mediante la implementación de los procedimientos de Due Diligence.

En el cumplimiento a los procedimientos y Programa de compliance en Combex-Im, se garantiza que las actividades comerciales como prestadores de servicios se realizan con los más altos niveles de ética y de integridad, teniendo como premisa fundamental, la no tolerancia de los actos de corrupción y soborno.

Combex-Im mantienen un compromiso firme y decidido en la lucha contra cualquier forma de corrupción, ya que su estricto cumplimiento es fundamental para el desarrollo de su cultura ética.



Taking a proactive approach to anti-corruption practices as a third-party intermediary

By Ethics Committee | Combex-Im

One of the great evils that afflict our societies is the issue of corruption. It is evident that it is a serious problem worldwide and turns up mainly in Latin American countries in multiple cases involving our governments and other participating sectors, acting illegally through crimes such as bribery, influence trafficking, fraud and extortion.

All of the above has made international agencies to pay attention to these issues, seeking solutions and implementing mechanisms to eradicate these illicit practices. These initiatives have been joined by several sectors among which organizations such as ours have committed to the initiatives by adopting practices that contribute to the eradication of corruption.

The guidelines are universal and each organization that commits itself must embrace and adapt them to its line of business in such a way that it becomes part of the organizational culture, where executives, employees, associates and customers act aligned to this culture of anti-corruption compliance, fundamentally adopting a proactive approach where anti-corruption practices become sustainable.

To achieve the expected results, support and commitment from senior management, who promote anti-corruption behaviors, practice transparency and ethics in all endeavors, must be secured, being consistent with what is said and done, in order to have the support, credibility and reliability inside and outside our organization.

In the anti-corruption regulatory framework, Third-Party Intermediaries (TPIs) are natural or legal persons acting as agents of airlines, representing them or acting on their behalf before a public official / body, whether national or foreign and the contracting party is responsible for their conduct.

Combex-Im becomes a third party intermediary (TPI) for the airlines, where the contracting as a service provider is evaluated by the Compliance Department of these entities.

Among the relevant international anti-corruption standards we can mention the Foreign Corrupt Practices Act (USA FCPA, 1977) which prohibits making payments or gifts to government officials for the purpose of obtaining or retaining business, or obtaining any business advantage; the Anti-Corruption Act of Chile (2009) and Brazil (2013) which defines the liability of Legal Persons in relation to corruption-related crimes, applying criminal sanctions and fines to the representatives and employees of the company or to the company itself; and the UK Bribery Act (2011) applicable to active companies or employees.

To manage the risk of corruption there is a Compliance Program in which adequate knowledge of the service provider is obtained in the procurement process which is authorized after the analysis of Red Flags (risk assessment), by implementing due diligence procedures.

By complying with the procedures and the Compliance Program at Combex-Im, it is guaranteed that commercial activities as service providers are carried out with the highest levels of ethics and integrity, having as its fundamental premise, the non-tolerance of acts of corruption and bribery.

Combex-Im upholds a firm and determined commitment in the fight against any form of corruption, as its strict compliance is fundamental to the development of its ethical culture.



COMPROMETIDOS
con el desarrollo
del país.



COMBEXIM
Generamos Confianza

**Nuestros esfuerzos están
enfocados en acciones
estratégicas que
contribuyen al
DESARROLLO
ECONÓMICO Y SOCIAL DE
GUATEMALA.**

Express Aéreo Aeropuerto Internacional La Aurora
Zona 13 Guatemala, Guatemala.

www.combexim.com.gt
PBX: 2387-4949



Opinión | El costo de la corrupción



Por Eduardo Núñez Dubón | Socio de Núñez Dubón y Asociados, Miembros de Grupo Consultor EFE

Al escribir estas notas he repasado mentalmente y consultado las noticias sobre la corrupción y se aprecia que es una práctica desafortunada que afecta tanto a las entidades y personas públicas como privadas.

Hay casos de casos que se leen en los medios de comunicación, uno de ellos que acaparó las noticias en el ámbito financiero y que puede decirse que fue la génesis de un fenómeno internacional, fue el caso de entidad auditora Arthur Andersen y Co., que certificó los estados financieros de Enron, una compañía norteamericana que en menos de quince años lideró a nivel mundial el mercado del gas natural, listada en la revista FORTUNE por cinco años consecutivos como una compañía innovadora y rentable, ambas entidades, hoy no existen, ENRON fue judicialmente cancelada en la Unión Americana en el año 2001 por actos de corrupción y la firma auditora desapareció.

En América Latina el caso más reciente, es el de la constructora brasileña ODEBRECHT, que en su organización incluyó un departamento contable y financiero dedicado a estructurar el pago de sobornos a las autoridades de los países que tomaban las decisiones del otorgamiento de contratos millonarios de construcción. Tampoco escapan de las noticias los casos de la FIFA, que involucró la detención de varias personas por

sobornos en el ámbito del fútbol que incluye a personas nacionales.

Localmente, la corrupción ha afectado a la clase política y a personas y entidades que guardan prisión o tienen demandas pendientes de ejecutar. En todos los casos lo que destaca es que hay una ambición desmedida y, aun existiendo controles operativos y de conducta, los líderes se arriesgan sin ver el efecto negativo de sus conductas. Luego cuando ya no se pueden ocultar las pérdidas o las noticias trascienden, viene lo inevitable: la pérdida de confianza, revientan los problemas y lo que fue una fiesta, ahora es una desgracia que afecta la reputación no solo de los afectados sino que involucra una cadena de personas.

Es innegable, es que los actos de corrupción no se ejecutan por una persona, siempre hay un grupo de personas, tanto de los puestos altos que normalmente generan los esquemas de corrupción e incautos de puestos menores que se ven afectados. El efecto inmediato es que surge el riesgo reputacional y, aunque se cumplan las penas y se devuelvan parte de los beneficios, ya nadie quiere relacionarse con una persona o entidad corrupta.



Referencias: Revista FORTUNE, publicaciones de medios periodísticos

Opinion | The cost of corruption

By Eduardo Núñez Dubón | Partner, Grupo Consultor EFE

At the time of writing these notes I have mentally reviewed and consulted the news about corruption and have realized that it is an unfortunate practice that affects both public and private entities and individuals.

There are some cases more scandalous than others covered by the media. One that grabbed the headlines in the financial field and which can be said to have been the genesis of an international phenomenon, was the case of the auditing firm Arthur Andersen and Co., which certified the financial statements of Enron, an North American company that in less than fifteen years became the leader in the natural gas market worldwide, listed in FORTUNE magazine for five consecutive years as an innovative and profitable company. These two companies do not exist today: ENRON was judicially closed in the US in 2001 due to acts of corruption and the audit firm disappeared.

In Latin America, the most recent case is that of Brazilian construction company ODEBRECHT, which in its organization included an accounting and financial department dedicated to organizing the payment of bribes to the authorities of the countries that made decisions to award million-

dollar construction contracts. Also notorious are FIFA cases, which involved the arrest of several people for bribes in the soccer arena, which even involved Guatemalans.

Locally, corruption has affected politicians and individuals and entities that are in prison or have lawsuits pending. In all cases what stands out is that there is an inordinate ambition and even with operational and behavioral controls, leaders take risks without seeing the negative effect of their behaviors. Then when losses can no longer be hidden or news breaks out, comes the inevitable: Loss of trust, problems explode and what once was a party, is now a disgrace that tarnishes the reputation not only of those affected but also of a chain of people involved.

It is undeniable that acts of corruption are not executed by a single person as there is always a group of people, some at high levels that normally generate the schemes of corruption and unwary individuals at minor posts that are affected. The immediate effect is that reputational risk arises and even if penalties are met and some of the ill-gotten profits are returned, no one wants to be associated to a corrupt person or entity anymore.





Bienvenidos a nuestra membresía Welcome to our membership

Grupo Interpay GT

Leadership Circle es un programa exclusivo de patrocinadores de AmCham Guatemala el cual busca ser un aliado estratégico para su organización, brindándoles amplias oportunidades de desarrollo comercial, herramientas fundamentales para influir en el mercado de EE.UU., así como la facilitación de información y acercamiento a las agencias políticas, comerciales y regionales.

AmCham Guatemala crea este programa con el objetivo de brindar todos los servicios de una forma personalizada, brindando presencia de marca en toda nuestra comunicación apoyando así al crecimiento y desarrollo de su empresa.

Actualmente 25 empresas forman parte de este gran círculo y estamos orgullosos de poder representarlos.

Leadership Circle is an exclusive sponsorship program that supports AmCham Guatemala. In the search of being a strategic partner for each organization, we provide them plenty of opportunities for commercial development and the necessary tools to have an impact within the American Market. In addition, we also facilitate the gathering of information and matchmaking with political, commercial, and regional agencies.

AmCham Guatemala created this program with the main objective to provide all services in a more personalized manner, this allows its members to grow and develop their brands by having their presence in all means of AmCham communication.

As of this moment 25 companies form this great Circle, and we are humbled to say the least to represent them all.

Leadership Circle 2020

3M

ABB

BAC
CREDOMATIC

BLOCASA

Blue Medical

BOSTON AGREX

CEMENTO REGIONAL
EL SÚPER CEMENTO®

CENTRAL LAW
Your International
Central American Firm

Chiquita

Colgate

COMBEXIM
Generamos Confianza

24 Gas
El gas que da más...

DENIMVILLE

ENERGUATE
LUZ DE MI TIERRA

EURO PLAZA
WORLD BUSINESS CENTER

FUNDACIÓN g
génesis
EMPRESARIAL
Creemos en ti

GRUPO SALINAS
DESDE 1906

KPMG

MICHATOYA PACIFICO
ZDEEP

pbs

Port to Port
EMBARQUE CON CONFIANZA

tigo business
Una solución para cada negocio

TIPIC, S.A.
TRANSFORMADORA INDUSTRIAL
PITTSBURGH DES MOINES Y CIA., S. A.

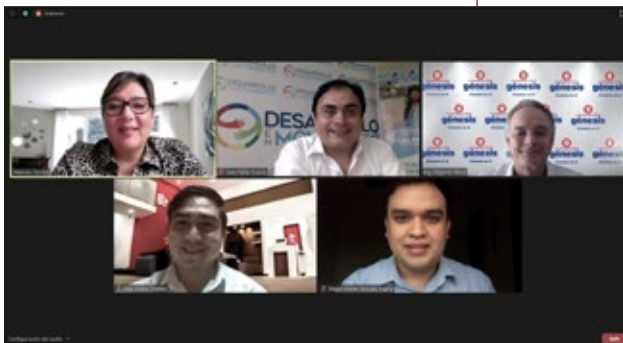
Walmart
México y Centroamérica

Noticias y eventos en línea de AmCham Guatemala

AmCham Guatemala online news and events

Análisis de peligros y puntos de control críticos como pilar en la inocuidad de sus alimentos para la industria de alimentos

Hazard and point analysis critical control systems such as pillar in the innocuousness of its food for industry of food

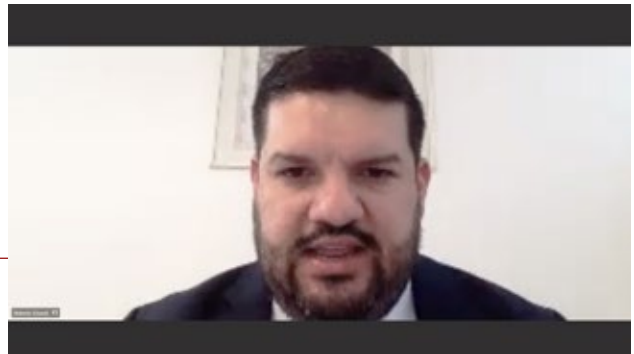


Colecta nacional de alimentos | Fundación Génesis Empresarial

National food collection : Fundación Génesis Empresarial

¿Cómo funciona el sistema electoral en Estados Unidos?

How does it work? the electoral system in the United States?



Tributación electrónica de Guatemala en el contexto regional

Electronic Taxation of Guatemala in the Regional context

Registro

12

Tecnología para la economía digital ¿Estamos preparados para la economía digital post-covid?

10:00 a.m.

13

Visas situación COVID-19

11:00 a.m.

17

Importancia de la inocuidad alimentaria

09:00 a.m.

18

Consideraciones en el cierre fiscal de fin de año en año

10:00 a.m.

18

Conversatorio y masterclass | Retos y lecciones del 2020

18:00 horas

19

La reducción del daño en la salud pública: su relación con la ciencia y la evolución industrial en tiempos de covid-19

08:00 a.m.

20

Protagonista o emprendedor: Decisiones de un emprendedor

10:00 a.m.

24

Transformación digital

10:00 a.m.

25 al 28

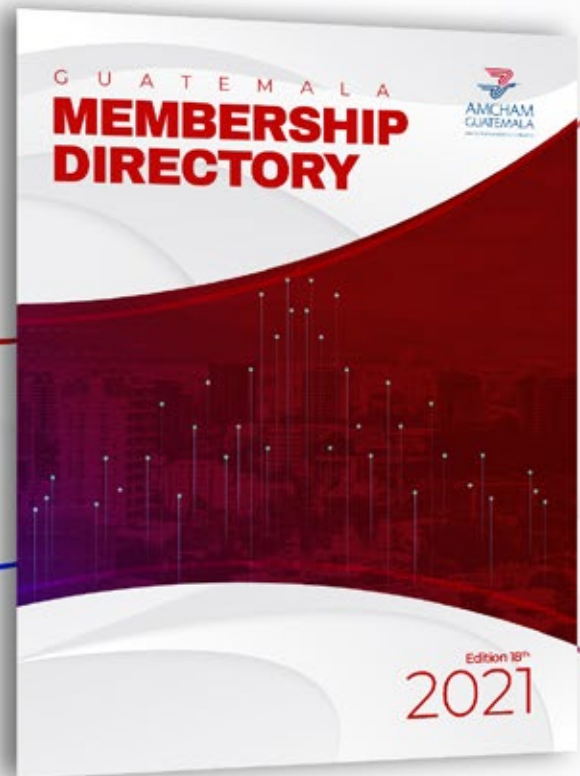
Expo Empleo Nacional

Nuestras dos publicaciones de alto nivel más importantes en el año

¡Su empresa debe figurar y regresar con todo para el 2021!



[Leer aquí](#)



[Leer aquí](#)



**AMCHAM
GUATEMALA**

AMERICAN CHAMBER OF COMMERCE



Solicite información a:

Hillary Pérez | 3009-0379 | hperez@amchamguatemala.com

Mariana Ramírez | 3010-0233 | mramirez@amchamguatemala.com



AMCHAM
GUATEMALA

AMERICAN CHAMBER OF COMMERCE

