

Pacto Ético
Compliance



ÓSCAR GUILLÉN
Directivo
ASOCIACIÓN
PARAGUAYA DE ÉTICA
Y COMPLIANCE - APEC

Son muchas las acciones realizadas por el Gobierno y numerosas empresas para demostrar al mundo el buen ambiente de negocios que se vive en nuestro país, con facilidades para la inversión extranjera (y local) y baja carga impositiva (comparativamente con otros países). Sin embargo, en las últimas semanas nos hemos visto avasallados con innumerables noticias sobre casos de corrupción, lavado de dinero, narcotráfico, entre otros similares, todos ellos con consecuencias muy graves para nuestro país y para nosotros, sus habitantes. Obviamente, tales casos van totalmente de contramano con el mensaje que deseamos brindar a los posibles inversionistas, y también a los propios que tienen inversiones ya realizadas y concretadas en empresas en funcionamiento. Es de destacar que son varias las regulaciones emitidas por el Gobierno para combatir la corrupción, lavado de dinero, etc., razón por la cual surge inmediatamente la pregunta acerca del por qué acontecieron todos los hechos que se están denunciando, con movimientos importantes de fondos que, sin embargo, no fueron detectados -o bien, no fueron tratados de la manera debida- por los controles vigentes. Las regulaciones en general exigen a las empresas la toma de ciertos recaudos en cuanto a estructura, procedimientos y controles internos, entre los cuales se incluye la figura del oficial de cumplimiento, con una función trascendental en el aseguramiento de la implementación de procedimientos y controles, así como en la comunicación a las autoridades relevantes acerca de las denominadas "operaciones sospechosas". Desde nuestra óptica de consultores, consideramos que la jerarquización de la función del oficial de cumplimiento ayudará a la mayor visibilidad de la importancia de tal función, y de su incidencia en el adecuado cumplimiento de las normas vigentes en la materia.

MARIO ABDO LLAMA Y NADIE LE CONTESTA

La acusación del Presidente de la República contra el exministro de la Secretaría de Prevención del Lavado de Dinero, Óscar Boidanovich, es demasiado importante como para achacarla a una mera conflictividad pre electoral. El Presidente Abdo asegura que el hoy exfuncionario de la entidad antilavado recibe una recompensa en metálico de empresas del expresidente Horacio Cartes en pago por silencios cómplices, cargo de una enorme gravedad. Si esta denuncia tiene sustento, ¿cuántos delitos contra el patrimonio público quedan develados a partir de ella? Si el anterior ministro a cargo de la Seprelad actuó en forma desleal incumpliendo la misión asignada por la ley, ¿qué institución del Estado debe sentirse lo suficientemente agravada como para iniciar las acciones legales que correspondan? La Seprelad, un ente definido como de diseño marginal por un ejecutivo de la banca, no muestra síntomas de actuar dentro



El denso silencio de la Fiscalía General, la Procuraduría, la SET y otras oficinas de Gobierno desnuda la soledad del Presidente de la República.

de sus competencias, mientras la Procuraduría General de la República, cuya misión es defender los intereses patrimoniales del Estado, tampoco se da por aludida. Está cada vez más claro que a la fiscalía general del Estado le quema las manos una misión de ese calibre, mientras la Secretaría de Tributación se encierra en el muy oportuno secreto fiscal. Hasta el intento del exministro del Interior Giuzzio de echar luz sobre la pista del dinero HC fue reducido a cenizas por una contra denuncia ad hominem que lo mandó al olvido. Las expresiones del Presidente de la República lucen como una llamada casi desesperada rebotando sin resultado alguno de oficina en oficina. Por añadidura, el asesinato en Colombia de un fiscal del operativo A Ultranza agrega incertidumbre al clima de desconcierto que nos envuelve como sociedad. Peor clima político no se podría esperar.

STAFF

DIRECTOR ASOCIADO: Benjamín Fernández Bogado **DIRECTOR:** Enrique Rodríguez
EDITORIALISTA: Cristian Nielson **GERENTE GENERAL:** Faisal Amado
EDITOR GENERAL: Samuel Acosta **EDITOR JEFE:** Lorena Barreto
EDITOR ECONOMÍA: Laura Cardozo **EDITORA INNOVACIÓN:** Jacqueline Torres
EDITORIA AFTER WORK: Luz González **GERENTE COMERCIAL:** Ana Garay
GERENTE DE MARKETING: Mariana Giménez **DIAGRAMACIÓN:** Juan Ramírez

SDIAS @SDIASPY SDIASPY CANAL 5 DÍAS

SDias es una publicación de Editorial de Negocios S.A.
Avda. Santa Teresa y Aviadores del Chaco.
Complejo La Galería, Torre 1, piso 15. Mail: prensa@5dias.com.py. Teléfonos: (0982) 946 661 (0982) 946 663.

Desde Adentro
Empresas y comunicación 'pop corp'



NÚRIA VILANOVA
La República
FUNDADORA ATREVIA

¿Quién ha dicho que la comunicación corporativa tiene que ser aburrida? Hasta ahora se reservaba la creatividad para marcas, productos y servicios, mientras que las compañías solo comunicaban resultados, inversiones y, últimamente, otros indicadores vinculados con la sostenibilidad. Hoy, se han roto fronteras. Las empresas quieren que su comunicación haga saltar chispas, sea atractiva y enganche. Un concepto que bien podría llamarse comunicación pop corp, pues tiene características similares a esas semillas de maíz que al calentarse crecen y se convierten en esas palomitas que siempre apetecen. Veamos por qué. Es algo pequeño que se hace grande; multiplica su volumen, de forma que puede llegar a más personas y colectivos. Hoy, una empresa tiene que estar dónde están sus públicos: empleados, proveedores, clientes, accionistas, medios de comunicación, gobiernos y administraciones. Y presentarse como un actor y un aliado que genera empleo y riqueza, y está comprometido con la sostenibilidad. Conserva el efecto sorpresa y tiene capacidad de innovar. La comunicación corporativa se reinventa, recurriendo a herramientas antes reservadas a productos y servicios; explora nuevos formatos; usa un lenguaje renovado; amplía su presencia en otros canales. Y aspira a generar emociones. Se abre un nuevo horizonte lleno de posibilidades. Ya son habituales los vídeos o podcast en los ya sea el CEO o los trabajadores actúan como embajadores de las empresas, mostrándonos a través de proyectos concretos la capacidad de transformación económica, social o ambiental de unas compañías abiertas a mostrar su lado más humano y sus sentimientos. Si antes la comunicación corporativa se reducía a la elaboración de la memoria anual y poco más, en los últimos tiempos, las empresas han entendido que es un eje que vertebra y genera cohesión y coherencia a toda la organización.

El Semáforo

ESCALADA DE INFLACIÓN
La inflación en Chile cerrará este año con un incremento del 8,9 %, mientras que la tasa de interés referencial alcanzará el 9 % el próximo junio, según una encuesta del Banco Central.

CONTINUAN LAS FORMACIONES
El Servicio Nacional Promoción Profesional (SNPP) habilitó la Escuela de Hotelería, Turismo y Cultura, para capacitar a jóvenes en oficios de mandos medios del sector hotelería y turismo.

REFORZARÁN COOPERACIÓN
El presidente español, Pedro Sánchez, y el de Argentina, Alberto Fernández, acordaron impulsar el Plan de Asociación Estratégica y reforzar la cooperación energética del gas y el litio.

El Experto responde

La pandemia puso de manifiesto muchos retos y lagunas en las medidas de prevención de las infecciones en todas las regiones y países del mundo.

TEDROS ADHANOM GHEBREYESUS
Director general de la OMS



JUAN JOSÉ VIDAL
Titular
DIRECCIÓN NACIONAL DE TRANSPORTE

La Carta Flete no solo servirá a la Dinatran sino también a la Subsecretaría de Estado de Tributación y el Ministerio de Trabajo, para verificar que todas las personas que intervienen en este contrato de transporte estén registradas en todas las instituciones.