



POLÍTICA DE PATROCINIOS

1. Objeto

- 1.1. La presente Política de Patrocinio (en adelante, la Política) rige el enfoque de la Asociación Internacional de Fiscales (en adelante, la IAP) con respecto a la obtención y el uso de patrocinios comerciales y no comerciales.
- 1.2. A los efectos de la presente Política, “patrocinio comercial” se define como una contribución monetaria o de otro tipo, directa o indirecta, que se abona como contraprestación al acceso a una posibilidad comercial explotable.
- 1.3. A los efectos de la presente Política, el «patrocinio no comercial» se define como una contribución monetaria directa o indirecta o de otro tipo por parte de un patrocinador sin fines de lucro comercial o financiero.
- 1.4. A los efectos de la presente Política, el término “patrocinio” se refiere tanto al patrocinio comercial como al patrocinio no comercial.

2. Principios

- 2.1. La IAP se abstendrá de buscar patrocinio para compensar o financiar sus gastos de funcionamiento corrientes.
- 2.2. La IAP podrá buscar y aceptar ofertas de patrocinio adecuadas para respaldar sus programas de trabajo y proyectos, así como también para subvencionar sus actividades, como las conferencias y los eventos de capacitación.
- 2.3 La IAP deberá:
 - i. Asegurarse de que la fuente de dicho patrocinio sea apropiada, teniendo en cuenta los Objetivos de la IAP
 - ii. Asegurarse de que los objetivos del proveedor de todo patrocinio sean congruentes con los Objetivos de la IAP
 - iii. Asegurarse de que no exista ningún conflicto de intereses en la prestación o aceptación del patrocinio
 - iv. Evitar que el patrocinador ejerza toda influencia indebida, real o percibida, sobre la IAP o sus miembros o cualquier delegado o sobre el programa de trabajo de la IAP.

3. Subcomité de Patrocinio

- 3.1.** Cuando la IAP reciba oportunidades, propuestas y ofertas de patrocinio, el Secretario General convocará al Subcomité de Patrocinio para que las analice. El Subcomité de Patrocinio estará compuesto por un Vicepresidente de la IAP y dos miembros del Comité Ejecutivo.
- 3.2.** El Subcomité de Patrocinio decidirá si recomienda solicitar y/o aceptar el patrocinio en cuestión. El Subcomité de Patrocinio presentará sus recomendaciones ante el Comité Ejecutivo.
- 3.3.** El Comité Ejecutivo no está obligado a aceptar las recomendaciones del Subcomité de Patrocinio. Toda objeción a las recomendaciones del Subcomité de Patrocinio deberá ser planteada en un plazo de catorce días, a partir de la fecha de presentación de las recomendaciones ante el Comité Ejecutivo. De plantearse objeciones, se deberán resolver antes de que el Secretario General pueda pronunciarse al respecto. De no plantearse objeciones en el plazo de catorce días, el Secretario General podrá pronunciarse sobre las recomendaciones del Subcomité de Patrocinio. Respecto del plazo mencionado de 14 días, se lo podrá acortar cuando se requiera una decisión urgente.
- 3.4** El Subcomité de Patrocinio utilizará los siguientes criterios a la hora de decidir si se debe solicitar y aceptar un patrocinio:
 - i. A la hora de solicitar o aceptar patrocinios para proyectos y otras actividades en respaldo de sus objetivos, la IAP priorizará el compromiso con organizaciones cuya labor esté total o parcialmente relacionada con el ámbito de la justicia penal o con organizaciones que hayan demostrado su compromiso con la prestación de servicios en el ámbito de la justicia penal.
 - ii. A la hora de solicitar o aceptar patrocinios relacionados con la financiación de sus conferencias, la IAP podrá colaborar con cualquiera de las organizaciones antes mencionadas, así como también con organizaciones que operen en la comunidad local o en un ámbito más amplio y cuya participación, según considere el Subcomité de Patrocinio, no supondrá una situación incómoda para los miembros. A la hora de considerar dichas organizaciones, los miembros del Subcomité de Patrocinio podrán consultar con los miembros de la IAP u otras personas que consideren apropiadas.
 - iii. Si la IAP deseara solicitar o aceptar el patrocinio de una organización que no esté contemplada en los puntos (i) o (ii) anteriores, el Subcomité de Patrocinio consultará con el Comité Ejecutivo antes de formular una recomendación.
- 3.5** El Subcomité de Patrocinio presentará un breve informe en cada reunión del Comité Ejecutivo.

4. Términos

4.1 De aprobarse una oportunidad formal de patrocinio, el Subcomité de Patrocinio asistirá a la Secretaría a determinar y ultimar los términos de dicho convenio.

4.2 Los términos estándar podrán incluir los siguientes:

- i. Una descripción clara del/los beneficio/s que el patrocinador puede esperar obtener del patrocinio en cuestión;
- ii. El patrocinador no podrá contactar, directa ni indirectamente, a ningún miembro de la IAP sin consentimiento de la Secretaría de la IAP. En caso de que el patrocinador desee contactarse con un miembro, deberá hacerlo a través del Secretario General o la Directora de Asuntos Legales. Si el miembro se negara a ser contactado por el patrocinador, prevalecerá su negativa, y el Secretario General o la Directora de Asuntos Legales se lo informarán al patrocinador;
- iii. Conforme se acuerde, el patrocinador podrá publicitar sus productos y/o servicios en la sede de la conferencia y/o en las sedes donde se celebren las actividades sociales, discretamente y con buen gusto, sin comprometer la independencia de la IAP. No estará permitida la publicidad en la sala principal de conferencias ni en las salas de talleres. Toda publicidad deberá ser previamente aprobada por la Secretaría del IAP;
- iv. Conforme se acuerde y por los motivos que sean acordados con la IAP, el patrocinador tendrá derecho a enviar representantes a la sede de la conferencia y/o a las sedes de los eventos sociales, aunque no podrán participar como oradores en las sesiones plenarias ni en otras sesiones de trabajo de la conferencia, salvo que sus ponencias sean pertinentes al tema de la conferencia y cuenten con conocimientos especializados en la materia o demuestren que pueden hacer un aporte sustancial al debate de la conferencia.
- v. Los obsequios del patrocinador, salvo comidas y bebidas en los eventos sociales, deberán limitarse a artículos «de obsequio» de menor valor, normalmente utilizados para promocionar los bienes o servicios del patrocinador.

5. Registros

- 5.1** Cada decisión que tome el Subcomité de Patrocinio deberá asentarse en un registro, junto con un breve fundamento. Se deberá enviar dicho registro a la Secretaría de la IAP, para su almacenamiento en los archivos de la IAP.

6. Registros

- 6.1** Los términos de las presentes Políticas podrán ser modificados con acuerdo del Comité Ejecutivo.

Aprobado por el Comité Ejecutivo de la IAP el 28 de septiembre de 2024 en Bakú, Azerbaián. En vigencia con efecto inmediato.