

PROTOCOLO DE PATROCINIO

Protocolo rector del acceso a patrocinios comerciales de la IAP

Considerando que la Asociación Internacional de Fiscales (IAP) es una organización no gubernamental independiente;

Reconociendo que la IAP necesita generar fondos, independientemente de los ingresos en concepto de cuotas anuales y matrículas de inscripción a las conferencias, para llevar a cabo su labor en respaldo de sus objetivos; y

Reconociendo que las inquietudes de los miembros de la IAP respecto de los peligros implícitos en el patrocinio comercial son genuinas y razonables;

El Comité Ejecutivo de la IAP recomienda lo que se detalla a continuación:

1. La IAP se abstendrá de buscar patrocinios comerciales para compensar sus gastos corrientes diarios. No obstante lo antedicho, la IAP no rechazará la posibilidad de considerar la búsqueda y obtención de patrocinios comerciales para respaldar sus programas y proyectos de trabajo y subsidiar actividades tales como sus propias conferencias y eventos de formación.
2. Dicho esto, la IAP deberá adoptar las siguientes medidas:
 - a. Asegurar que tales patrocinios sean adecuados y se ajusten a los objetivos de la IAP; y
 - b. Evitar toda posibilidad o indicio de influencias indebidas por parte del patrocinador tanto sobre la IAP como sobre su programa de trabajo o los miembros de la IAP o cualquier delegado que pudiera participar en alguna actividad patrocinada de la IAP, como una conferencia o un evento de formación.
3. Por consiguiente, la IAP convocará un panel de consideración de patrocinios, integrado por un Vicepresidente de la IAP y dos miembros del Comité Ejecutivo, para que decida sobre las oportunidades, **ofertas y ofrecimientos** de patrocinio que le fueran remitidas por parte del Secretario General. El Comité de Patrocinios informará al Secretario General sobre toda decisión planteada con respecto a acciones que se consideren necesarias y dará a conocer las decisiones que tome, y los motivos que las fundamenten, en las asambleas del Comité Ejecutivo. En caso de haber una débil mayoría entre los miembros del Comité de Patrocinios (1 en contra y 2 a favor), el asunto será remitido al Comité Ejecutivo para su consideración y decisión.
4. Con el objeto de satisfacer a la membresía en cuanto al funcionamiento del panel, los procedimientos para la toma de decisiones tendrán que ser transparentes y

comprensibles. Con este fin, a la hora de decidir si se debe buscar y aceptar un patrocinio comercial, el panel utilizará los siguientes criterios:

a. Al momento de buscar asistencia económica para financiar proyectos y otros trabajos que respalden sus objetivos, la IAP circunscribirá todo planteamiento de patrocinio comercial a organizaciones cuya labor esté parcial o totalmente relacionada con el ámbito de la justicia penal. Entre este tipo de organizaciones se podrán incluir las siguientes:

- Editoriales de textos jurídicos
- Estudios jurídicos
- Estudios contables
- Consultorías
- Entidades bancarias
- empresas de servicios de informática (TI) u otras áreas de la industria que muestren un interés en llevar a cabo actividades de prevención del delito y promoción del principio de legalidad / estado de derecho

b. Al momento de buscar ayuda económica para financiar sus conferencias, la IAP podrá recurrir a las organizaciones arriba mencionadas o a organizaciones de renombre y prestigio de la comunidad local o de la comunidad general que, a criterio del panel, no generarán incomodidad en la membresía. Al considerar tales planteamientos o aprobaciones de patrocinios, los integrantes del panel podrán consultar con los miembros de la IAP o con otros, según lo estime apropiado.

c. Al momento de buscar patrocinios comerciales, la IAP establecerá claramente que:

- El patrocinador no esperará ninguna clase de favores profesionales de la IAP o sus miembros;
- El patrocinador no tendrá contacto directo y/o indirecto con ninguno de los miembros de la IAP sin previa autorización de la Secretaría de la IAP. Si el patrocinador desea contactarse con algún miembro de la IAP, lo hará a través del Secretario General o la Directora de Asuntos Legales, que contactarán al miembro. Si el miembro se niega a tener contacto con el patrocinador, la negativa prevalecerá y el Secretario General o la Directora de Asuntos Legales se lo comunicarán al patrocinador.
- El patrocinador podrá publicitar sus productos y/o servicios en la sede de la conferencia y/o sedes de actividades sociales de la conferencia, pero tendrá que hacerlo discretamente, con buen gusto y sin comprometer la independencia de la IAP. No se aceptará publicidad en el hall principal ni en las salas de los talleres de la conferencia.
- El patrocinador tendrá derecho a enviar representantes a la sede y/o sedes de los eventos sociales de la conferencia, pero éstos no estarán invitados a

dirigirse al público de las sesiones plenarias ni las demás sesiones de trabajo de la conferencia, salvo que su presentación fuera relevante para el tema de la conferencia y tuviesen experticia en ese respecto o demostraran que pueden contribuir considerablemente con el tema de discusión.

- Respecto de los obsequios del patrocinador, que no fueran ni bebidas ni alimentos en las sedes de los eventos sociales, deberán limitarse a los pequeños “souvenirs” de poco valor que suelen utilizarse para promocionar los bienes y servicios del patrocinador.