



IPRA: En el CÓDIGO DE CONDUCTA DE LOS PROFESIONALES DE LAS RELACIONES PÚBLICAS se deberá tener:

1. Respeto

Aplicación de los principios de la Carta de las Naciones Unidas y la Declaración Universal de los Derechos Humanos;

2. Integridad

Actuar con honestidad e integridad en todo momento con el fin de obtener y preservar la confianza de aquellos con los que el profesional se relacione;

3. Diálogo

Buscar el establecimiento de las condiciones morales, psicológicas e intelectuales para el diálogo, y reconocer los derechos de todas las partes interesadas en exponer su caso y expresar sus puntos de vista;

4. Transparencia

Ser abierto y transparente en explicitar el nombre de la organización y intereses que se representan;

5. Conflicto.

Evitar cualquier conflicto de interés profesional y dar a conocer este tipo de conflictos a las partes afectadas, cuando estas se produzcan;

6. Confidencialidad

Se deberá hacer honor a la información confidencial que se le proporcione en su actuación profesional;

7. Falsedad

No se divulgará intencionadamente información falsa o engañosa, y se tomarán las medidas adecuadas para evitar hacerlo accidentalmente y corregir cualquier acto con prontitud y resolución;

8. Precisión

Se tomarán todas las medidas razonables para garantizar la veracidad y exactitud de toda la información que proporcione;

9. Engaño

No se obtendrá información por medios engañosos o deshonestos;

10. Divulgación

No se creará o se utilizará ninguna organización para servir a una causa determinada que en realidad sirva a un interés no revelado o no explicado;

11. Fines de lucro

No se venderán, con fines de lucro, documentos obtenidos de otras organizaciones, sean públicas o privadas;

12. Remuneración

Por lo que refiere a los servicios devengados por los honorarios profesionales, no se aceptará ninguna forma de pago que no sea las del sujeto promotor de la actividad en concreto.

13. Inducción

En ningún caso, se ofrecerá, ni se dará ningún incentivo de tipo económico, o de otro tipo, a representantes públicos o medios de comunicación;

14. Influencia

No se propondrá ni se realizará ninguna acción que pueda tipificarse como una influencia indebida ante los representantes públicos o medios de comunicación;

15. Los competidores

No se dañará intencionadamente la reputación de otro profesional;

16. Furtivismo profesional

No tratara de conseguir, por medios engañosos, un cliente asistido por otro profesional;

17. Empleo

Cuando se realice la contratación de personas que también presten servicios a las Administración pública o a competidores, se deberá tener en cuenta la normativa y las especificaciones de confidencialidad de las organizaciones por las que trabaja;

18. Colegas

Es conveniente aplicar este Código con respeto a los demás miembros de IPRA.

Así mismo, los miembros de la IPRA, deberán defender este Código en relación a cualquier incumplimiento del mismo y se comprometen en preservar el respeto, en dar soporte y en aplicar los procedimientos disciplinarios de la Asociación Internacional de Relaciones Públicas.