

# ÉTICA PROFESIONAL

Docente : Brando Boza Cc.

Unidad 04 : Formación de la Ética Profesional



# REPASO

## LA CONCIENCIA MORAL

Es el Juicio moral hacia nuestros actos y de los demás en base a los valores morales objetivos que percibimos

## DEFORMACIÓN DE LA CONCIENCIA MORAL

No se logra percibir lo bueno de lo bueno y lo malo de lo malo

### Conciencia Inmadura o Infantil

Tomar decisiones morales de forma inmadura o infantil.

### Conciencia Laxa

Sé es consciente de “ese” acto inmoral y se inventan excusas

### Conciencia Voluntariamente Ciega

Existe un gran rechazo por examinar la moralidad de sus actos

### Conciencia Escrupulosa

Exageración de obligaciones morales hasta llevarlo a los límites

# OBJETIVOS

01

LA OBLIGACIÓN MORAL DE COMUNICAR LA VERDAD



## LA OBLIGACIÓN MORAL DE COMUNICAR LA VERDAD

¿Comunicamos la verdad en el trabajo?

¿Alguna vez nos hemos visto “forzados a mentir”?

¿Cuándo comunicar la verdad?

¿Cómo comunicar la verdad?

¿A quién comunicar la verdad?

# ÉTICA PROFESIONAL

## EL PRINCIPIO BÁSICO

Cualquier profesional debe **comunicar** la verdad en forma **oportuna** a las personas que tienen el **derecho** de saberla, y que se encuentran en **condiciones** de asimilarla.

# ÉTICA PROFESIONAL

## EL PRINCIPIO BÁSICO

(decir)

Cualquier profesional debe **comunicar** la verdad...



### Proceso de comunicación:

Expresiones faciales  
Gestos  
Entonación  
Códigos o modismos



La comunicación implica un proceso mediante el cuál dos personas buscan entenderse

# ÉTICA PROFESIONAL

## EL PRINCIPIO BÁSICO

Cualquier profesional debe **comunicar** la verdad en forma **oportuna...**

Esto quiere decir, *no se justifica un retraso* deliberado en la transmisión de información que *podría afectar las decisiones* que tome un profesional.



<<Si le digo a mi amigo, el gerente, que el precio va a ser mucho mayor de lo que se considera como normal, seguro que no me contrata.

Mejor le digo el precio una vez que haya terminado el trabajo.>>

# ÉTICA PROFESIONAL

## EL PRINCIPIO BÁSICO

Cualquier profesional debe **comunicar** la verdad en forma **oportuna** a las personas que tienen el **derecho** de saberla...



### Creencia

“Para que algo sea verdad,  
debe ser revelado a todo el  
mundo”

### Discreción





## EL PRINCIPIO BÁSICO

Cualquier profesional debe **comunicar** la verdad en forma **oportuna** a las personas que tienen el **derecho** de saberla, y que se encuentran en **condiciones** de asimilarla.



<<Sr. Gerente: todos estamos trabajando como equipo para sacar la empresa adelante. En este momento el trabajo de usted es seguir lo que le dice su médico para sanarse cuanto antes. El resto de nosotros seguiremos trabajando con mucho empeño. Confíe en nosotros, Sr. Gerente. Esperamos verlo pronto en la empresa>>

# ÉTICA PROFESIONAL

## MODISMOS O CÓDIGOS PARA COMUNICAR LA VERDAD

En el mundo de los negocios existen modismos o códigos que los profesionales pueden y deben utilizar para comunicar la verdad en determinadas situaciones.

Cuando negociamos el precio



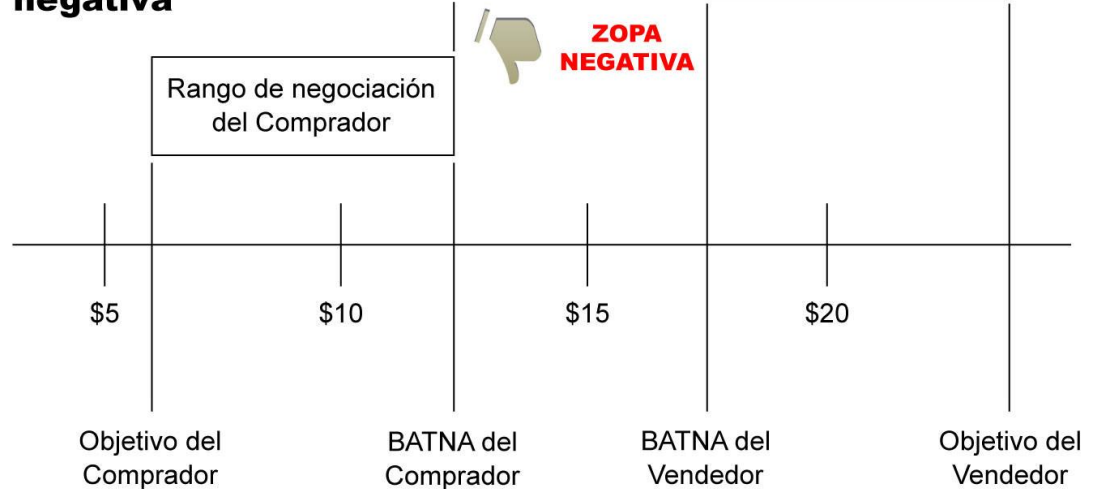
# ÉTICA PROFESIONAL

## MODISMOS O CÓDIGOS PARA COMUNICAR LA VERDAD

Cuando negociamos el precio



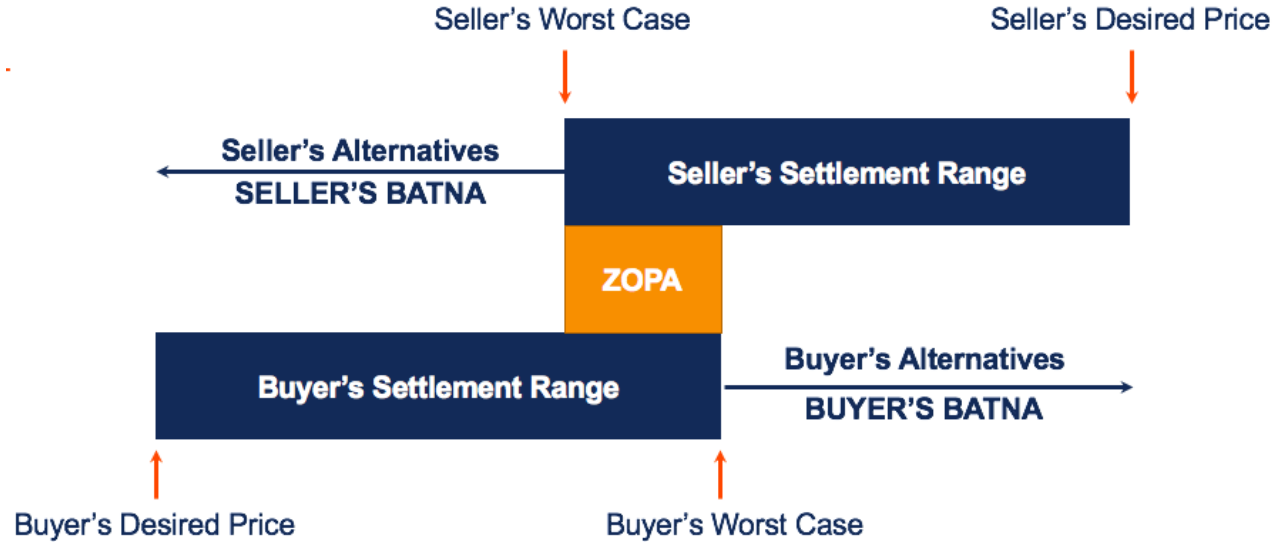
**La Zona de Posibles  
Acuerdos (ZOPA)  
negativa**



# ÉTICA PROFESIONAL

## MODISMOS O CÓDIGOS PARA COMUNICAR LA VERDAD

Cuando negociamos el precio



## MODISMOS O CÓDIGOS PARA COMUNICAR LA VERDAD

Es una costumbre que se usa al momento de comunicar la verdad en determinadas ocasiones.

Requisito:



Respetar el principio básico

Que la otra persona sabe sobre ese modismo

El Arte del Regateo



Cambios en el Modismo



**Un modismo o código no debe ser usado con la finalidad de engañar a la otra persona**

## ABUSOS QUE SON FRECUENTES EN NUESTRO MEDIO

Abusos frecuentes con referencia a la comunicación de la verdad:

- Escondarse detrás del sentido literal de las palabras cuando se sabe que la otra persona no va a entenderlas en este sentido.
- Dejar entender solo lo que nos conviene cuando existe la obligación de comunicar la verdad.
- Supuestas rebajas que realmente no representan ningún ahorro para el consumidor.
- Publicidad diseñada para engañar al público.
- La falta de claridad en los términos de crédito al vender productos a plazos.
- Cláusulas oscuras acerca de las garantías ofrecidas con la venta de determinados productos.
- La utilización de tecnicismos a sabiendas de que no van a ser entendidos.

**<<La mentira es cualquier forma de comunicación que busca inducir al otro a un error para conseguir un beneficio indebido o causar un perjuicio injusto>>**



**GRACIAS**