

- 
- **NOMBRE DEL ALUMNO:** MORENO ALFARO ANGEL ANTONIO
 - **CARRERA:** MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA
 - **CUATRIMESTRES:** OCTAVO
 - **MATERIA:** ETICA Y BIOETICA VETERINARIA
 - **MAESTRO:** SARAI GUMETA MORENO

ÉTICA Y BIOÉTICA VETERINARIA



BIOÉTICA

La bioética es la rama de la ética que se dedica a proveer los principios para la correcta conducta humana respecto a la vida

aborda los aspectos éticos de la biología y la medicina

la ética clínica estudia los problemas morales presentes en la medicina clínica. Así, la bioética sanitaria o clínica se podría definir como la inclusión de los valores en la toma de decisiones sanitarias, a fin de aumentar su corrección y calidad

IMPORTANCIA DE LA BIOÉTICA EN EL MANEJO DE ANIMALES PARA LA INVESTIGACIÓN

El avance del conocimiento derivado de la investigación básica y aplicada en los campos de la biología y la salud, requiere del uso de animales para experimentación

El experimentar con ellos tienen su fundamento en su semejanza en cuanto a su biología, fisiología y comportamiento, lo cual permite modelar en ellos algunas alteraciones identificadas en el humano

con la finalidad de diseñar hipótesis que permitan mejorar la calidad de vida de las personas.

CÓDIGO DE ÉTICA

Este Código de Ética Profesional tiene como misión sensibilizar a los Médicos Veterinarios Zootecnistas para que su ejercicio profesional se desenvuelva en un ámbito de honestidad

Los animales son seres capaces de sentir dolor físico y sufrimiento emocional; sin embargo, no pueden ejercer su autonomía, tampoco pueden comunicarnos sus necesidades, ni su parecer sobre lo que hacemos con ellos

los seres humanos somos quienes tenemos en nuestras manos la tutela de los animales y las decisiones sobre su vida, su cuerpo y su salud

COMUNICACIÓN EFECTIVA

Túnez y Costa-Sánchez (2015) afirman que la comunicación establece una función fundamental en la empresa ya que por medio de la misma las organizaciones transmiten con más facilidad y eficacia sus claves estratégicas y fortalecen su capacidad competitiva, también contribuye a la buena imagen ante los clientes internos y externos.

De la Cruz (2014) expresa que es un proceso que permite transferir e intercambiar ideas, pensamientos o sentimientos con los demás, no solo implica que exista una transmisión de información, sino que debe ser recibida y comprendida