



**Nombre del alumno: Marco Antonio Pérez Barrios**

**Nombre del profesor: Javier Ivan Godines Hernández**

**CUADRO SINOPTICO: UNIDAD III. ASERTIVIDAD, CONCISION  
Y COHERENCIA ENTRE IMAGEN PERSONAL Y  
PROFESIONAL.**

**Materia: Proyección Profesional**

**Grado: 8**

**Grupo: C**

# ASERTIVIDAD

## Definición

Como la habilidad personal que nos permite expresar sentimientos, opiniones y pensamientos, en el momento oportuno, de la forma adecuada y sin negar ni desconsiderar los derechos de los demás, es decir, a una forma para interactuar efectivamente en cualquier situación que permite a la persona ser directa, honesta y expresiva.

## Consecuencias según Roca (2003)

- Facilita la comunicación y minimiza la posibilidad de que los demás malinterpreten nuestros mensajes.
- Ayuda a mantener relaciones interpersonales más satisfactorias.
- Aumenta las posibilidades de conseguir lo que deseamos.
- Incrementa las satisfacciones y reduce las molestias y conflictos producidos por la convivencia.
- Mejora la autoestima.
- Favorece las emociones positivas en uno mismo y los demás.
- Quienes se relacionan con una persona asertiva obtienen una comunicación clara y no manipuladora, se sienten respetados y perciben que el otro se siente bien con ellos.

## Características de la persona asertiva

- Define sus propios intereses atendiendo a los intereses del otro.
- Expresa sus opiniones libremente.
- Sabe manejar situaciones difíciles diciendo la palabra oportuna, de manera oportuna y en el momento oportuno.
- No permite que los demás se aprovechen.
- Es capaz de decir lo que quiere, desea y opina.
- Esta satisfecho con los resultados.
- No generaliza.
- Gane o pierda conserva su propio respeto.

## La persona asertiva sabe

- Hacer y hacer cumplidos
- Rechazar peticiones
- Realizar peticiones.
- Expresar desagrado.
- Afrontar críticas

## Utilidad

Comunicar-trasferir un mensaje

- Clara
- Precisa
- Directa

Sin herir los sentimientos de los demás, mejorar las relaciones humanas con una actitud agradable, sea cual sea la opinión del tema a tratar, comunicando de manera definida y segura.

## Necesidad

Para ser asertivo/a, es esencial conocer el propio estilo de comunicación y ser consciente de los propios estados emocionales internos, recursos e intuiciones, es imprescindible autocontrol, confianza, integridad y adaptabilidad.

**ASERTIVIDAD, CONCISION, Y COHERENCIA ENTRE IMAGEN PERSONAL Y PROFESIONAL**

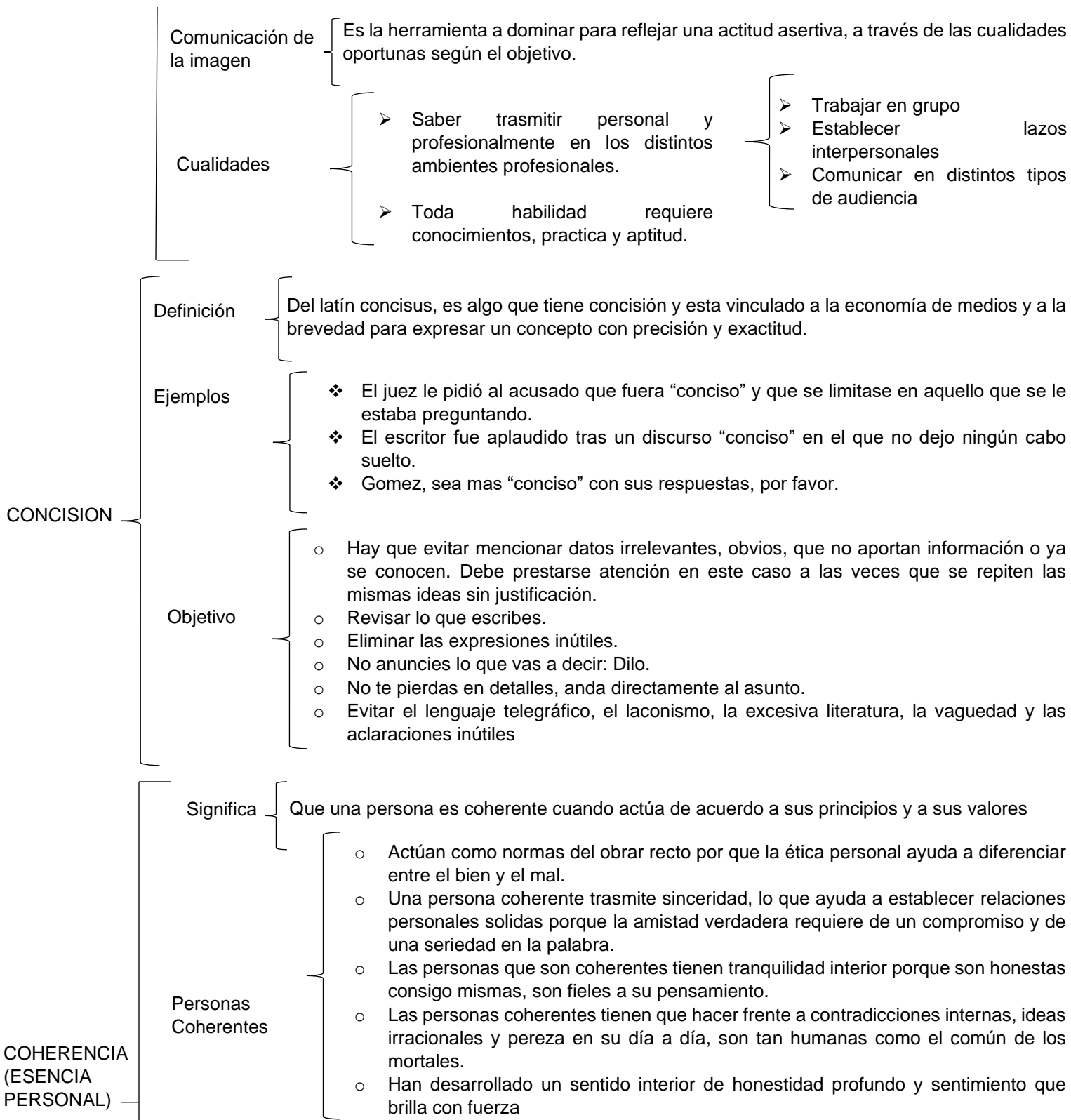


IMAGEN IDEAL  
VS. IMAGEN  
PROYECTADA

Personas no  
coherentes

- “Prometer una cosa y no cumplirla”.
- Decir algo que no se siente realidad por el simple hecho de quedar bien frente al interlocutor.
- En la comunicación interpersonal: la mentira.

La mentira

{ Es una actitud que refleja falta de respeto hacia el otro y también, hacia uno mismo.

Importancia

{ Ser coherente es un gran trabajo, porque implica un autoconocimiento de uno mismo y esto es algo que realizamos constantemente. Autoanalizarnos, realizar un FODA personal y atrevernos a identificar nuestras debilidades y trabajar en ellas, pero aún más difícil es saber cuales son nuestras fortalezas y poder replicarlas en todos los ámbitos de nuestras vidas (la profesional, social y personal).

Definición

{ Como todo aquel proceso de cambio físico-psicológico, que aplicamos en nosotros de manera individual con el objetivo de mostrar a los demás lo que somos en fondo y forma, misma que nos ayudara a generar opiniones favorables cada día mas exigente era de la globalización

Cambio de imagen

{ Inicia de dos partes que se consideran fundamentales, tenemos en un primer momento la imagen interna, que a su vez se subdivide en imagen:

- Espiritual
- Imagen intelectual.

El contenido de la  
imagen espiritual

{ Todo aquel sistema de creencias, valores, principios, creencias, y todo lo que se lleva a cabo en busca de la verdad de las cosas.

La imagen  
intelectual

{ Son todos aquellos conocimientos empíricos, académicos, políticos, sociales t culturales; en fin, el gran cumulo de conocimientos que hemos adquirirlo en el transcurso de nuestra vida diaria los cuales nos permiten desenvolvemos con mayor seguridad en nuestro quehacer cotidiano.

Identificar nuestra  
identidad

{ La manifestamos todos los días mediante diversos elementos y actitudes como ser: { Peinado, vestimenta, accesorios, postura, modos, etc.

Imagen personal

{ Es el reflejo de la personalidad y de las cualidades adquiridas por cada uno de nosotros.

La imagen Ideal

Definición

Es una proyección de lo que quieres ser y todavía no has alcanzado, esta vinculada a la montaña de deseos y sueños que hay en tu corazón, y también a "lo que debes ser".

Origen

En tu pasado, en la educación que has recibido, las expectativas de ti mismo sin cumplir, bien tuyas o de otras personas importantes para ti.

Consecuencias

Cuanto menos tenga que ver contigo esa imagen es más fácil sentir frustración, porque te sienta mal ser algo que no eres, baja tu autoestima o incluso cusa agresividad.

Tendencia a proyectarla

Ya sea en la apariencia, vestuario y en lo demás. Se manifiesta en actitudes, vestimenta, modales, comunicación que, en el fondo, no alcanzan su objetivo de satisfacción personal. Conlleva esfuerzo y el estilo proyectado necesita estar estudiado.

La imagen proyectada

Definición

Es aquella que se emite a través de estrategias ya instaladas en la comunidad. Representa lo que eres hoy con tus imperfecciones y virtudes. Puedes lucir esplendido o quizá algún aspecto positivo o negativo este tapado por la imagen ideal que te impide mostrarte autentico.

Complemento

Lo que eres, tal y como eres tiene la capacidad de acción, cambio personal y movilización de recursos para alcanzar tus sueños. Por eso la imagen real necesita de la ideal para crecer (que puedes ajustar)

Beneficios

Te avisa de la distancia que hay de donde estas a donde llegar, la capacidad que tienes de aceptarte incondicionalmente y posee la fuerza de la autenticidad.

Hacerla visible para ti, separar lo que eres de lo que quieres ser y reconocer fielmente tus posibilidades, aporta realismo y provoca que tus objetivos sean más alcanzables que lejanos.

Reconocerla crea en ti fortaleza, singularidad, transparencia y aumenta la autoestima cuando la respetas y valoras lo que eres.

Estar en la imagen proyectada es la posibilidad de crecer estirándola a una imagen ideal más cercana y alcanzable. La forma de expresión individual de la imagen real genera en ti tu Estilo Potenciador, el que si quiere crecer sin límites.

Es más fácil cambiar lo que te pones que lo que piensas

Dale valor a tu imagen proyectada y permite que sus cualidades e imperfecciones se expresen.

La imagen proyectada no es mala.

Revisa que no haya mucha distancia entre lo que deseas y necesitas.

Como acercar la imagen Real a la Ideal

Consigue que te vista tu guía interno más que tu crítico.

La diferencia está en que la primera opción sentirás inspiración y la otra te pellizcara el cuerpo.

Reescribe lo que quieres que sea distinto en tu diario de vida.

Si quieres que tu conciencia te avise dile que lo haga y que tú decides.

En cuanto percibas frustración porque no consigues ser lo que quieres.

Crecer es precioso y no necesitas ordenes militares para disfrutar de la vida.

Negocia contigo si tus defectos o imperfecciones son tan tremendos.

En realidad, son la puerta de salida a aceptarse y así traerás a tu vida autenticidad y libertad.

Se flexible con los "resultados negativos" Son solo eso.

Resultados. Al hacerlo estarás aprendiendo en vez de castigarte que solo aprieta más el zapato.

Dibuja en un papel tu imagen Real y tu imagen Ideal con un espacio en medio

Asocia adjetivos, motivaciones y necesidades a cada una y crea una tercera imagen en medio.

Experimenta el diseño de tu Nueva Imagen Real.

Por dentro: En cómo te hablas a ti mismo. Por fuera: expresando un estilo coherente con tu momento actual y tus descubrimientos.

Definición

La imagen profesional como la percepción que se tiene de una persona o institución por parte de sus grupos objetivo como consecuencia del desempeño de su actividad profesional

Permite

Evaluar la calidad simbólica de los vínculos que establece la persona con los públicos internos, externos o comerciales.

Plano profesional de la imagen pública.

Factores

Percepción.

Genera referentes de interpretación para significar las relaciones y entender el propósito comunicativo.

Grupos objetivo diferentes y específicos.

Representa la segmentación de los destinatarios que se perfilan por necesidades y expectativas diferentes a los cuales se les ofrece el servicio profesional.

Diferentes situaciones y contextos según objetivo.

Informa del mapa situacional en el que interactúan tanto el emisor institucional como el receptor objetivo.

Contexto profesional

Es importante reconocer que, como individuos, interactuamos con otros y aunque nuestro objetivo personal se enmarca en un ambiente laboral, la convivencia nos exige un comportamiento que promueva la cordialidad y las buenas relaciones para vivir en armonía con quienes nos rodean

Comportamiento

Se integra por conceptos como

Interacción, manejo del espacio y distancia con otros, concepción del tiempo, el papel que desempeñamos y nuestro lugar en las estructuras sociales y organizacionales, el manejo y control en situaciones y contextos específico, así como nuestro desempeño ante el escrutinio de los medios y la opinión pública en general

Mapa de percepción

Factores que intervienen en la percepción de las relaciones profesionales

1. ¿Cómo necesito/quiero que me perciban los demás?
2. ¿Cómo me perciben actualmente?
3. ¿Qué acciones debemos realizar para lograr nuestro objetivo?

La calidad de las percepciones personales

Es central para calificar la eficiencia de las relaciones personales. Este principio permite hacer habitable la organización y establecer escenarios de productividad institucional donde la comunicación sea un capital simbólico fundamental.

Imagen profesional

Constituye el pensamiento estratégico que contribuye a generar ambientes de eficiencia y seguridad en el mapa de comportamiento y significación con los distintos públicos

Antes de diseñar deberá preguntarse

- ¿Cuál es mi grupo objetivo?
- ¿Qué mensaje debo enviar para satisfacer a mi grupo objetivo?
- ¿Qué mensaje envió actualmente?
- ¿Dónde está el punto de separación entre ambas dimensiones?
- ¿Qué debo hacer y decir para generar mi nueva forma de ser percibido?