



**Nombre del alumno: Olga Karina
Avendaño Domínguez**

**Nombre del profesor: Dra. Nayeli
Morales Gómez**

**Nombre del trabajo: Cuadro
Sinóptico**

Materia: Proyección Profesional

Grado: 8° Cuatrimestre

Grupo: "A" Arquitectura

CULTO AL VESTIR

Personas elegantes

Pertenece a este estilo no por decisión, sino por una manera particular innata de conducirse y expresarse en su manera de vestir y rasgos de comportamiento refinados.

Significa "dotado de gracia, nobleza y sencillez". Y al referirse a una persona: "que tiene buen gusto y distinción para vestir".

Si se presume lo que se posee o lo que se adquiere, inmediatamente ya no se es elegante, sino ostentoso

Todos los 6 estilos restantes pueden aprender mucho de este estilo y agregar su grado de elegancia en su manera muy peculiar de expresión, siempre y cuando conserven mensajes de "buen gusto", "distinción" y "sencillez".

Personas que pertenecen al estilo

Proyectan ser refinados, educados, reflejan estatus pero de manera sencilla, es decir, discreta

Provocan admiración, autoridad y respeto. Antes que cualquier otra cosa, les gusta ser percibidos como personas distinguidas y saben identificar el buen gusto.

Les agrada la distinción, la exclusividad y el buen gusto, y lo reflejan también en su arreglo y manera de vestir:

-Corte de cabello y/o peinado impecable.

-Ropa de muy alta calidad, invierten a largo plazo conformando un guardarropa atemporal por varios años

-Visten usando colores principalmente lisos, de diseño sobrio y generalmente en colores

-Accesorios en muy buen estado y aplicando la regla "menos es más".

Cuál es su gran fortaleza

Reflejan éxito y seguridad en ellos mismos

Generan confianza, brindan prestigio aunado a su distinción por el cuidado de los pequeños detalles que hacen una gran diferencia

Dejan muy claro por sus acciones que son individuos cultos y educados, cualidades que despiertan en los demás admiración y respeto.

Profesiones lo ejemplifican mejor

Las personas de estilo elegante pueden desempeñarse en varios giros profesionales, sin embargo, generalmente se encuentran en posiciones de autoridad y liderazgo

Directores Generales de empresas, CEOs, algunos Funcionarios Públicos, Casa Bolseros y Altos Ejecutivos con una posición social alta

Su mayor riesgo

Verse y comportarse como personas ostentosas, que en vez de un gusto refinado comuniquen que tienen solvencia económica por las marcas de ropa y bienes que compran y presumen

Sacar el máximo partido a este estilo

-Nunca olvidar que tu personalidad ya es capaz de inspirar respeto, confianza y autoridad por la distinción y elegancia que reflejas

-Evita "presumir" que tienes un poder económico alto, no hace falta ver la marca de la ropa que usas. La calidad y el buen gusto se perciben de inmediato.

-Incorpora prendas cada año en colores ausentes en tu guardarropa y que sepas que te favorecen por tu tono de piel.

-Aprovecha a tu favor el liderazgo y admiración para inspirar a otros a crecer en sus vidas.

- Identifica con cuál otro estilo se mezcla tu estilo elegante y comunica también su fortaleza.

AUTOESTIMA

Autoestima

La autoestima es el amor que una persona tiene por sí misma; para otros, es el conjunto de las actitudes del individuo hacia sí mismo, o la percepción evaluativa de uno mismo.

Las "Aes"

-**Aprecio** auténtico de uno mismo como ser humano, independientemente de lo que pueda hacer o tener, de tal manera que se considera igual aunque diferente a cualquier otra persona.

- **Aceptación** tolerante de nuestras limitaciones, debilidades, errores y fracasos. Un ser humano puede errar, como todos los demás, y no le extraña ni entristece demasiado el hecho de fallar alguna vez.

-**Afecto**: actitud positivamente amistosa, comprensiva y cariñosa hacia uno mismo, de tal suerte que la persona se sienta en paz y no en guerra, con sus pensamientos y sentimientos con su imaginación y con su cuerpo

-**Atención**: cuidado esmerado de sus necesidades reales, tanto físicas como psíquicas, intelectuales y espirituales. No nos referimos a las "necesidades creadas" artificialmente por la publicidad agresiva y engañosa.

Auto mensajes

Son las verbalizaciones mentales dirigidas a nosotros mismos. Los autos mensajes que versan sobre nosotros mismos se llaman "automensajes-yo", para distinguirlos de los que se refieren a otros objetos de nuestro entorno, distintos de nosotros.

Expresan, generan y refuerzan emociones y actitudes hacia nosotros mismos, es decir, nuestra autoestima y, en concreto, nuestra autoaceptación

Afirmación recibida

Recibir y deleitarse con el aprecio, aceptación, afecto y atención que otras personas le brindan desinteresadamente.

Afirmación propia

A medida que la persona crece puede y debe depender menos de la afirmación que viene de otros; es mejor aprender a afirmarse uno mismo a través de

-Pensar positiva y realistamente acerca de nosotros mismos.

-Tomar conciencia de nuestros puntos fuertes como de nuestros puntos débiles, de nuestros logros como de nuestros fracasos

-Estar más dispuesto a comprenderse y perdonarse, que a culparse. condenarse v castiarse uno mismo

-Expresar clara y abiertamente nuestras opiniones y sentimientos de manera apropiada.

Afirmación compartida

La persona que tiene elevada autoestima, tiende a generar y fortalecer la autoestima de aquellos y aquellas con quienes se relaciona.

Haciéndoles llegar críticas constructivas y alabanzas auténticas haciendo por ellos lo que hemos aprendido a hacer por nosotros mismos; no sólo fortaleceremos la autoestima de los demás, sino también la nuestra. "Lo que no se da, se pierde".

3 fases

Dimensiones de la Autoestima

Dimensión física, referida al hecho de sentirse atractivo(a) físicamente, no condicionado por estereotipos estéticos, ni prejuicios raciales o de género, sino por la íntima satisfacción de acentar el propio cuerpo como es, con su particular belleza

Dimensión afectiva, se refiere al sentimiento de ser aceptado y querido por los demás y al conocimiento y aceptación de las características, tanto positivas como negativas, de su personalidad.

Dimensión social, es sentirse capaz de enfrentar con éxito diferentes situaciones sociales y el sentimiento de pertenecer a un grupo o comunidad, identificándose con las necesidades de los demás

Dimensión académica, es la autopercepción de su capacidad de enfrentar con éxito las exigencias de los estudios que lo conduzcan a dominar todos los conceptos, estrategias y procedimientos para ser un empresario que conoce su campo de acción. así como la valoración de sus capacidades intelectuales v creativas.

Dimensión ética, se refiere a sentirse una persona buena y confiable, segura de su integridad personal y capaz de cuestionar y cambiar críticamente sus ideas, comportamientos e incluso sus principios, si es necesario, sin dañar su identidad.

AUTOE- STIMA

Asertividad

Es expresar nuestras necesidades, creencias, sentimientos y pensamientos de manera clara, directa, firme, sin agredir ni herir a su interlocutor y respetando los derechos de los demás, sin experimentar sentimientos negativos como cólera o ansiedad.

Se le define también como la capacidad de identificar sus derechos, aspiraciones y necesidades; expresándolos y logrando llevarlos a cabo, sin afectar a los demás. Por lo tanto, una persona asertiva, no es ni agresiva ni pasiva.

Características de una persona con ELEVADA autoestima

Independiente, con iniciativa, espontánea.

Orgullosa de sus logros

Responsable, comprometida

Tolerante a las frustraciones

Entusiasta, asume retos y desafíos

Capaz de persuadir, creativa y con tendencia al liderazgo

Características de una persona con BAJA autoestima

Apática, temerosa, angustiada.

Tiene complejo de inferioridad o superioridad

Insegura, sin iniciativa

Débil frente a la frustración. se derrumba fácilmente

Tendiente a vivir de la opinión aiena

Desconfía de sí mismo y de los demás

Desarrollar la autoestima de sus colaboradores

Ser claro al describir las expectativas que se espera satisfaga el trabajador o miembro de la empresa.

Ser sincero y claro al reconocer lo que hacen bien los trabajadores; cuando no sea así, es conveniente explicarles asertivamente lo que se espera que hagan

Generar un clima institucional cálido, participativo y favorable para el trabajo, en base a una elevada dosis de compromiso con la empresa.

Mostrar confianza en los trabajadores, en sus habilidades para resolver problemas en diversas situaciones, motivándolos a encontrar soluciones adecuadas y creativas

Propiciar sentimientos de satisfacción respecto a su nombre, familia, lugar de nacimiento, cultura, y otros

Erradicar toda forma de trato discriminatorio, especialmente el referido al color de la piel, estatura y características físicas, origen racial, sexo, etc.

Tener cuidado de no utilizar un lenguaje peyorativo o discriminatorio. Tratar de ser preciso describiendo lo que deseamos sin usar calificativos para algún trabajador.

Se fomenta por dos fuentes

La **autopercepción**, que proviene de las observaciones y evaluaciones que se hace uno mismo

De la **percepción** de la imagen que los demás tienen de nosotros, todo esto, sin duda, condicionado por el contexto social en el que se desenvuelve la persona.