



SUPERNOTA

Nombre del Alumno.

ING. CHRISTIAN ESTÉVEZ HIDALGO

Nombre del tema

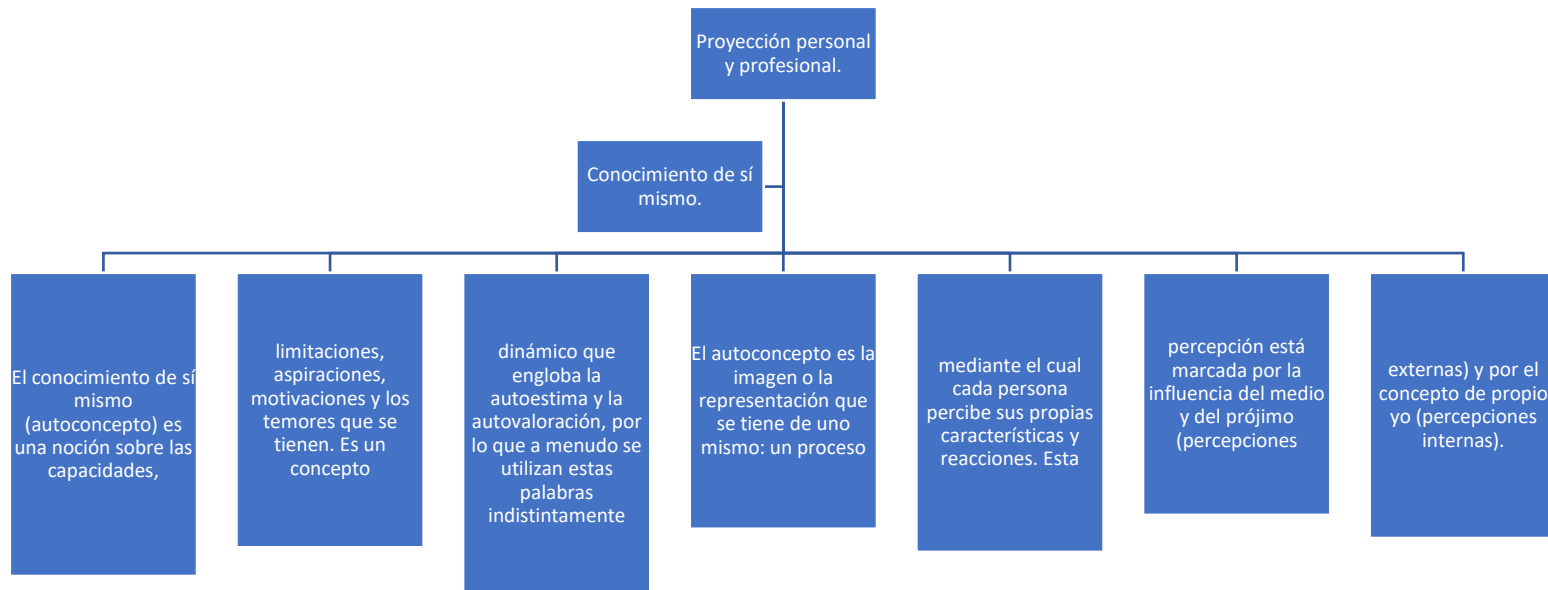
UNIDAD II de la antología de la materia,

Nombre de la Materia

PROYECCIÓN PROFESIONAL

DERECHO

Tuxtla Gutiérrez, 10 de febrero del 2023





¿Qué es el autoconcepto y cómo se forma?

El autoconcepto es básicamente la imagen que tenemos de nosotros mismos. Esta imagen se forma a partir de un buen número de variables, pero es particularmente influenciado por nuestras interacciones con las personas importantes en nuestras vidas.

Incluye la percepción de nuestras capacidades y nuestra propia singularidad, y a medida que envejecemos estas auto-percepciones se vuelven mucho más organizadas, detalladas y específicas.

El autoconcepto es un término de gran relevancia en el ámbito de la psicología social, pero fundamentalmente ha sido desarrollado por los teóricos de la psicología humanista, en cuyo seno se ha considerado como un pilar básico para el posterior desarrollo de sus diversos abordajes terapéuticos.

Componentes del autoconcepto

Al igual que ocurre con otros muchos términos en psicología, diferentes acercamientos teóricos han propuesto diferentes formas de definir y pensar sobre el autoconcepto.

De acuerdo con una teoría conocida como la teoría de la identidad social (desarrollada por [Henri Tajfel](#) en la década de los setenta), el autoconcepto se compone de dos partes fundamentales: la identidad personal y la identidad social.

Nuestra identidad personal incluye variables tales como los rasgos de personalidad y otras características que hacen a cada persona única. La identidad social por su parte incluye los grupos a los que pertenecemos dentro de la comunidad, la religión, la universidad o la propia familia.

Esta identidad social supone que una parte importante del concepto de sí mismo que cada uno de nosotros interioriza, se construye sobre la base de la pertenencia a determinados grupos sociales, con los que nos identificamos al objeto de reforzar nuestra propia identidad.

Factores que determinan el autoconcepto

Para el Psicólogo humanista Carl Rogers, el concepto de sí mismo se compone de tres factores diferenciados:

La imagen de ti mismo, o cómo te ves

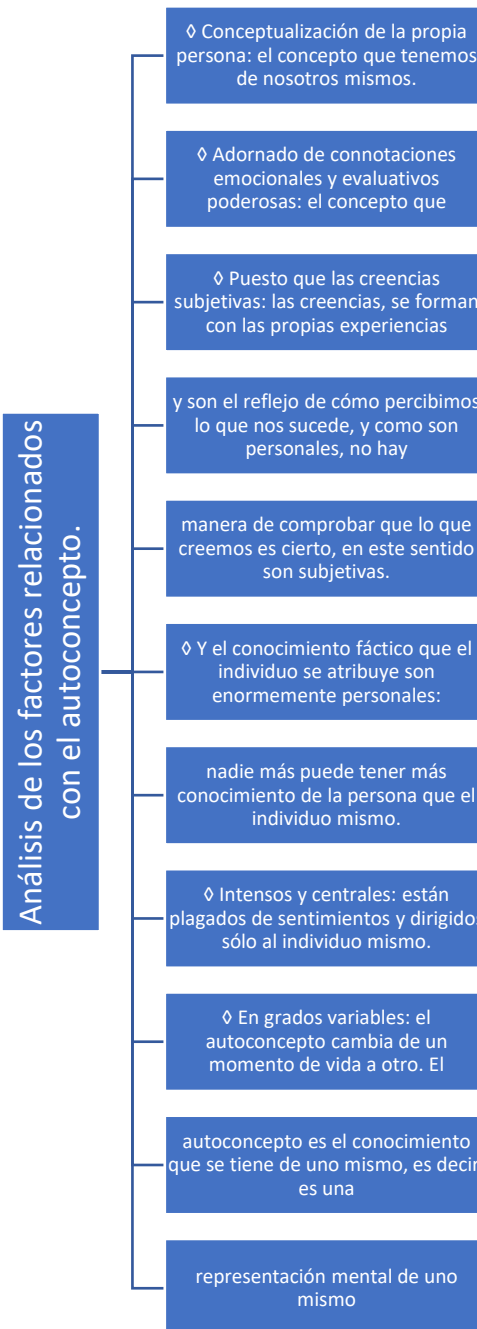
Es importante darse cuenta de que la auto-Imagen no coincide necesariamente con la realidad. La gente puede tener una auto-imagen inflada y creer que las cosas son mejores de lo que realmente son. Por el contrario, las personas son generalmente propensas a tener auto-imagen negativa y percibir o exagerar los defectos o debilidades.

La autoimagen se ve afectada por diversos factores, como la influencia de los padres, los amigos y compañeros, los medios de comunicación, los grupos de pertenencia..., y se conforma en base a una combinación de estos factores.

Según el estudio realizado por Kuhn (1960), la respuesta a la pregunta '¿Quién soy yo?' podía dividirse en dos grupos principales. Por una parte las respuestas basadas en roles sociales (aspectos externos, objetivos vitales, etc.) y por otra las basadas en rasgos personales (aspectos internos, afectivos o de personalidad).

La autoestima, o cuánto te valoras

La autoestima se refiere a la medida en que nos gustamos, aceptamos o aprobamos a nosotros mismos, o dicho de otro modo, cuánto nos valoramos. La autoestima siempre implica un grado de evaluación y por tanto puede resultar en una visión positiva o negativa de nosotros mismos.



Autoestima.	Básicamente 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	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. Un aprecio que incluye todo lo positivo, que pueda haber en uno mismo:	talentos, habilidades, cualidades corporales, mentales, espirituales	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. Un joven que se acepta, reconoce serenamente los aspectos
desagradables de su personalidad. Se responsabiliza de todos sus actos, sin sentirse	excesivamente culpable por los desacertados	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 (aunque éstos no le agraden) con su imaginación y con su cuerpo (gordos o
flacos, altos o bajos, estilizados o con —rollitos).	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. La persona que se autoestima prefiere la vida a la	muerte, el placer al dolor
Hablando de —voces interiores , es conveniente que nos refiramos a los automensajes,		que son las verbalizaciones mentales dirigidas a nosotros mismos. Los automensajes 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

Aprendamos a desarrollar nuestra autoestima.

Si bien es cierto que la formación de la autoestima empieza desde que una persona nace;

es perfectamente posible elevar nuestra autoestima a partir de cualquier edad. Dependerá

de la voluntad y perspectiva de éxito que se tenga. A continuación sugerimos un fácil esquema de tres fases: Afirmación recibida, Afirmación propia y Afirmación compartida

Es sumamente importante para un joven, un adulto, un anciano, hombre o mujer, recibir y deleitarse con el aprecio, aceptación, afecto y atención que otras personas le brindan

Afirmación recibida.

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, por ejemplo, las

siguientes situaciones:

- Pensar positiva y realista acerca de nosotros mismos.

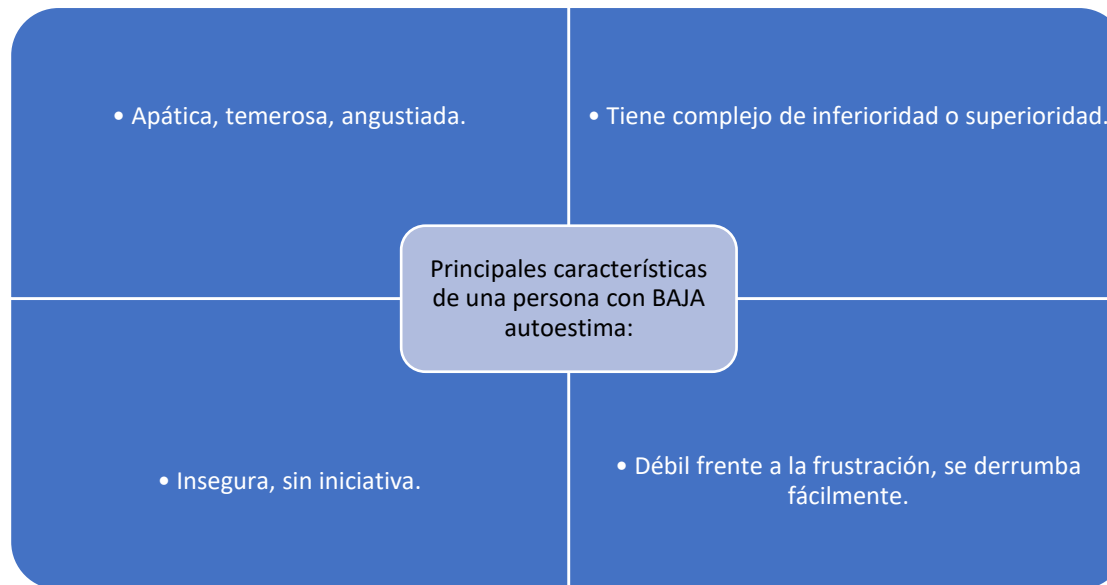
- Tomar conciencia de nuestros puntos fuertes como de nuestros puntos débiles, de

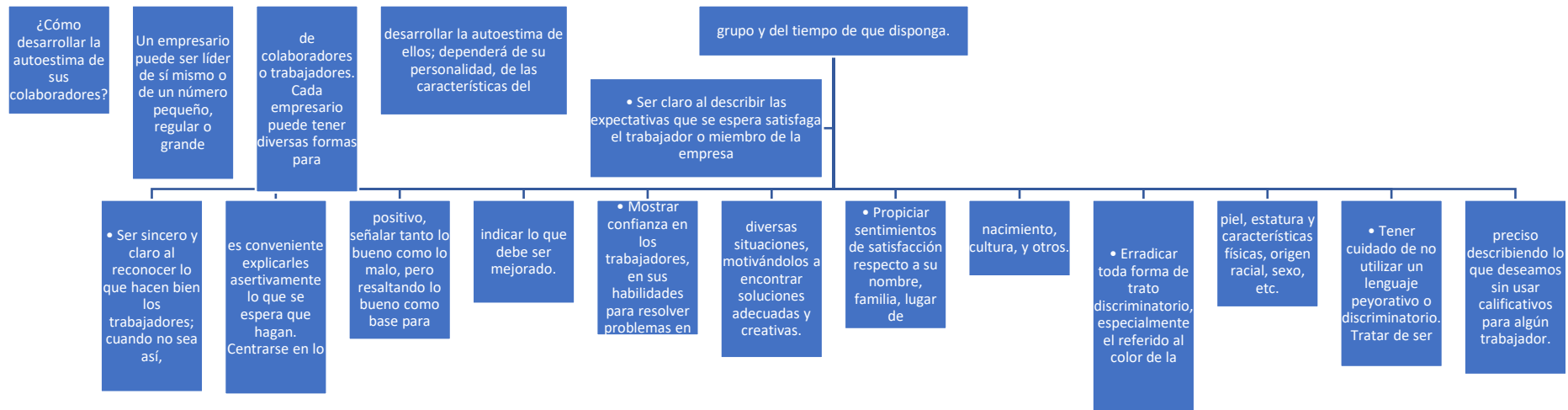
nuestros logros como de nuestros fracasos (privilegiando lo positivo)

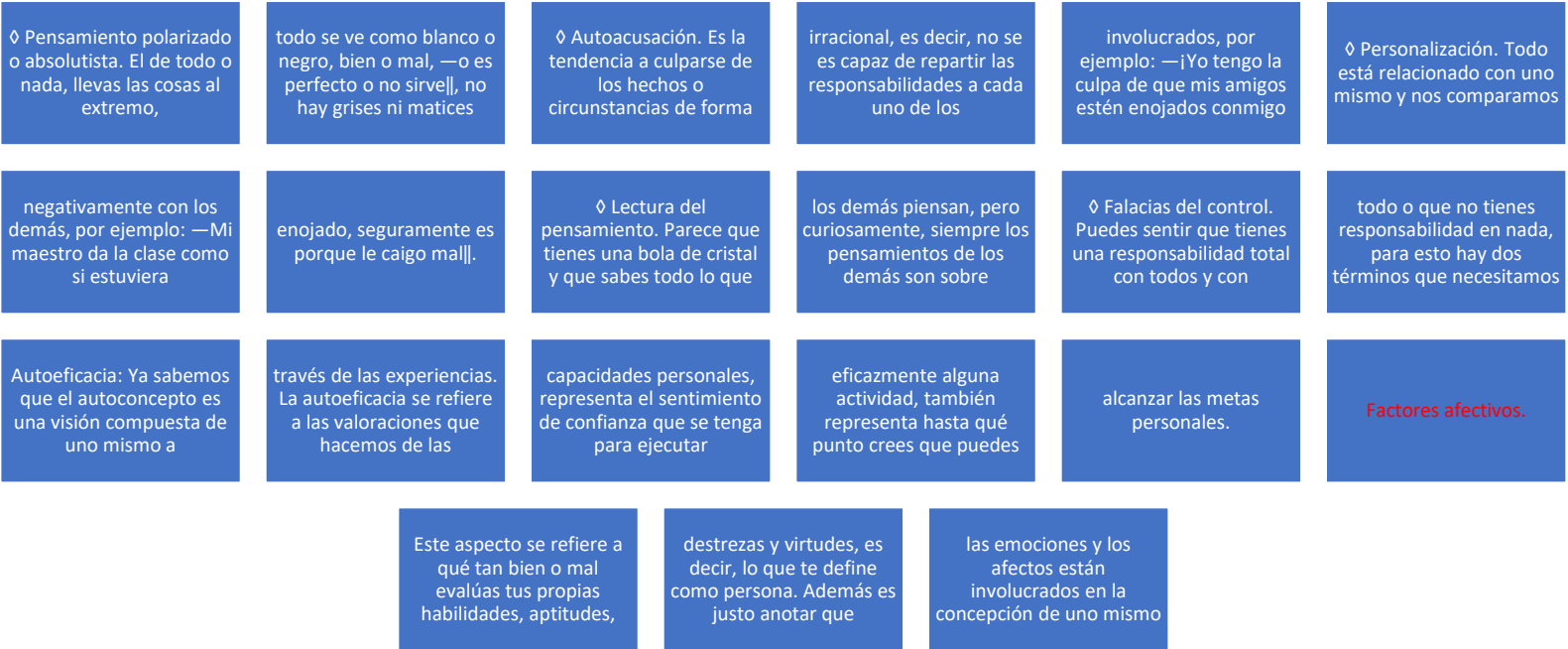
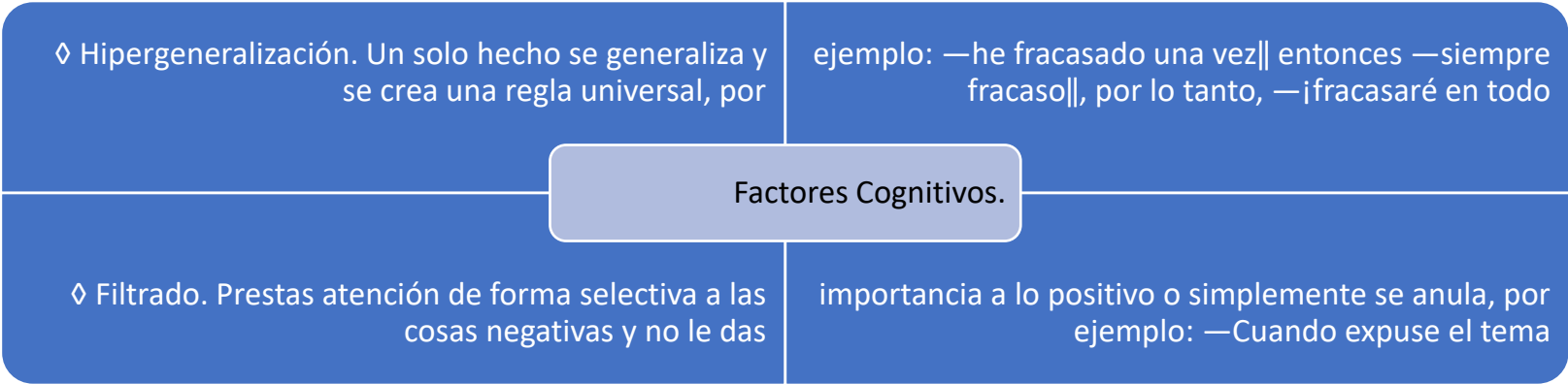
- Estar más dispuesto a comprenderse y perdonarse, que a culpabilizarse, condenarse y

castigar se uno mismo.

Afirmación compartida.	Aunque parezca contraproducente cuanto más damos, más recibimos, si se da	sinceramente de todo corazón, es decir, no obligada sino libremente. La persona que	tiene elevada autoestima, tiende a generar y fortalecer la autoestima de aquellos y aquellas	con quienes se relaciona.
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 aceptar el propio cuerpo como es, con su particular belleza, reconociendo la	importancia de desarrollar hábitos de higiene, interés en su apariencia y autocuidado de	su salud. Un líder empresarial se acepta como es y cuida su apariencia personal y su salud.
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. Estos sentimientos hacen posible la capacidad de aceptar y querer a los	demás, facilitando el establecimiento de relaciones afectivas significativas. Ello permite	mostrar sentimientos positivos al relacionarse con otras personas
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 por un sentido de solidaridad y no buscando complacer para	lograr aceptación	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 y 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.	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.







Factores afectivo-sociales

- Actitud
- Motivación
- Voluntad
- Habilidades sociales



[Volver al índice principal](#)

FACTORES AFECTIVOS SOCIALES

Según Ausubel (1983), las variables sociales y de grupo deben ser consideradas en el aprendizaje escolar, pues inciden inevitablemente en el aprendizaje de materia de estudio, valores y actitudes. Su influencia en el aprendizaje de las primeras es mediada a través de variables motivacionales.



Factores de Comportamiento.	Se refiere a la conducta, el llevar a la práctica actividades congruentes con los factores	cognitivos y afectivos, es decir, que lo que haces sea igual a lo que sientes y por supuesto,	piensas. Lo anterior parece obvio, sin embargo, no lo es, pues los humanos tienden a la	incongruencia, es algo que sólo quienes se tienen en alta valía, se sienten capaz de realizar.
El ser humano aumenta su autoconcepto con la ejecución de acciones, para ello ha tenido	que aprender ciertas habilidades y aptitudes que le permitan afrontar retos de manera	efectiva, a continuación se enlistan algunos de los comportamientos observados en las	personas que muestran una alta autoestima	El autoconcepto es una de las cosas más importantes relacionadas con el éxito escolar, las
manifestaciones de la personalidad, el control emocional y la calidad de las relaciones	interpersonales en todos los aspectos de la vida.	1. Iniciar y mantener conversaciones.	2. Hablar en público.	3. Expresión de amor, agrado y afecto.
4. Defensa de los propios derechos.	5. Pedir favores.	6. Rechazar peticiones.	7. Hacer cumplidos.	8. Aceptar cumplidos.
9. Expresión de opiniones personales, incluido el desacuerdo.	10. Expresión justificada de molestia, desagrado o enfado.	11. Disculparse o admitir ignorancia.	12. Petición de cambios en la conducta del otro.	13. Afrontamiento de las críticas.

Análisis de la motivación como un factor de logro.	La motivación es un término genérico que se aplica a una amplia serie de impulsos,	deseos, necesidades, anhelos y fuerzas similares (García-García, s/f). Otra definición de la	Motivación: —Autoestima, sentido de éxito, reto, fantasía y diversidad entre otros, son	considerados como motivadores positivos para que los novicios cambien sus prioridades,	generando una nueva visión personal sobre el aprendizaje
Análisis de la jerarquía de las necesidades de satisfacción del ser humano.	Hay un autor clave para entender qué tipo de necesidades tienes, lo interesante es que	estas necesidades son universales, es decir, no importa tu raza, posición económica, ni	nacionalidad. Lo interesante es que la prioridad de unas necesidades u otras depende de	ciertas condiciones, en especial de la satisfacción del nivel anterior, según el autor más	reconocido y mencionado en los textos (Abraham Maslow), a continuación encontrarás
con más detalle a qué se refieren los diferentes niveles.	Básicas. Necesidades fisiológicas. En tanto que el ser humano no tenga cubiertas	las necesidades básicas para la supervivencia, difícilmente pensará en otra cosa que	no sea, comer, beber, dormir, cubrirse del frío o el calor o tener un techo.	Seguridad: Éstas son las necesidades que se refieren a la seguridad personal, en	donde se cumpla con el objetivo de conservar la integridad física y emocional,
además del aseguramiento de las necesidades básicas, como el trabajo que permite	obtener los medios para satisfacerlas. Con frecuencia, si vivimos en lugares de alta	inseguridad, cuando es la hora de salir o de llegar al hogar, sólo se piensa en cómo	librarse de las presiones que ponen en riesgo tu persona y esto aumenta la cantidad de estrés	Sociales . Las necesidades sociales son las de asociación o aceptación. Del ser	humano se dice que es social en su origen, pues desde que nace requiere del
De autorrealización. Según Maslow, este es el nivel más alto que los seres	humanos podemos alcanzar en la satisfacción de las necesidades, y supone que	todas las anteriores ya han sido cubiertas, por lo que puede pensarse en el deseo	de superación de las propias capacidades.	Retos: A lo largo de la vida, todo ser humano se pone a prueba y enfrenta retos	de mayor o menor tamaño, que dependen de los retos anteriores. Para enfrentar
los retos hay que tomar riesgos, el dicho que reza: —El que no arriesga no gana]],	hace referencia a la posibilidad de fallar o acertar, pero es justo lo que hace a la	vida atractiva, genera interés, satisfacción y entusiasmo. Por supuesto que los	riesgos que decides tomar deben estar en proporción con tus habilidades y	destrezas, las metas y los objetivos, pensando en obtener beneficios con miras de una vida mejor	

Cuadro 5. Comparación entre deseos y metas.

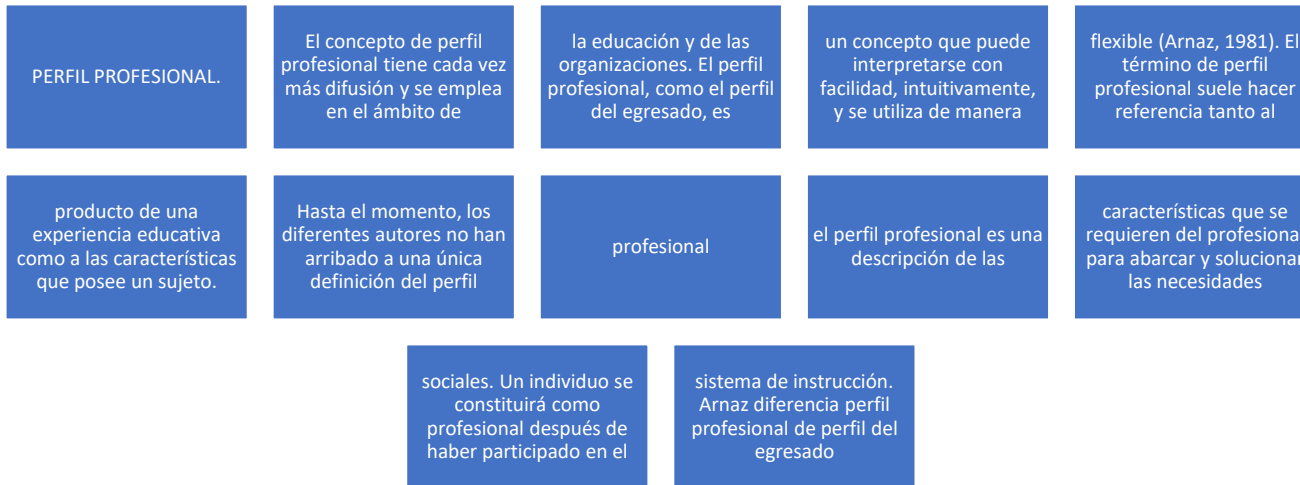
Deseos	Metas
"Quiero una casa grande con jardín"	Voy a ahorrar x cantidad cada quincena para tener una casa.
"Deseo hablar inglés"	Los sábados, tomaré un curso intensivo de inglés en la escuela de la embajada.
"Me gustaría que esa chica fuera mi novia"	Voy a pedirle a esa chica que sea mi novia.
"Quisiera ser el mejor de mi generación"	Voy a estudiar para tener calificaciones de 9 en todas las materias, durante toda la carrera.
"Quiero tener un carro"	Empezaré a ahorrar cada mes para que, en un año, tenga el carro que me gusta.
"Deseo tener una buena relación con mi familia"	Voy a platicar diariamente de cómo me va en la escuela y voy a preguntarles cómo les va y cómo se siente cada uno.



Metas: Una meta se plantea cuando se analiza lo que se es y lo que se quiere	ser. De acuerdo con Locke y Lathan (1990, en capacinet.gob.mx s/f), hay	cuatro razones esenciales que explican por qué el establecer metas mejora el desempeño	Las metas pueden ser de:	Corto plazo. El tiempo requerido para una meta de esta categoría es de una semana a un
mes, por ejemplo, voy a estudiar dos horas diarias esta semana.	Mediano plazo. El tiempo requerido va de un mes a un año, son metas más ambiciosas	que las anteriores, por ejemplo: voy a sacar buenas calificaciones este semestre, mínimo de 8	Largo plazo. El tiempo requerido va de dos a cuatro o cinco años, requieren una mayor	paciencia pues sus resultados no son inmediatos y el riesgo es mayor.

Valores personales a cuidar y perfeccionar.	• Cortesía y buena educación: Son fiel reflejo de la calidad de vida de una persona.	Cuando nos dirigimos al otro con amabilidad y educación, generalmente vamos a recibir la	misma respuesta. Evidentemente, si estos hábitos los cultivamos desde nuestra infancia, se	hace más fácil su posterior desarrollo.	• Dominio de sí mismo: Nuestro temperamento influye, considerablemente, en el modo
de exteriorizar los sentimientos, por lo que es necesario cierto control a la hora de saber	expresarnos, lo más adecuado es hacerlo de forma adecuada, elegante y educada.	Situaciones como las siguientes pueden desfavorecer nuestra imagen	• Serenidad: Ser apacible y sosegado transmite a los demás una imagen de paz mental y	espiritual así como un gran equilibrio de la persona. Transmitir serenidad en situaciones	de crisis puede contribuir a encontrar mejores soluciones. Siempre, en todo momento, es
aconsejable demostrar nuestra educación y templanza, respondiendo en forma apropiada	y aceptando con diplomacia la razón del interlocutor, esto le hará salir airoosamente de una conversación	Saber escuchar: Para mantener una buena comunicación con nuestro interlocutor se	debe evitar interrumpir continuamente la conversación o introducir otros temas sin dejar	terminar frases a la persona que conversa. Esto demuestra descortesía y hace que	transmitamos una imagen muy inadecuada
• La comprensión: Es pasar por alto las equivocaciones ajenas, de tal forma que no se les	de mucha importancia y encontrar, en forma acertada, alguna explicación airosa para	despejar diversas situaciones difíciles. No es —hacernos de la vista gorda— como dice el	dicho, los errores no se deben tapar pero, en muchas ocasiones, se consigue más	ayudando a la persona a corregir el error que responsabilizándola por lo que ha hecho.	• Discreción: No revelar a quien no se debe asuntos que se conocen por la profesión o
	situación en la que uno se pueda encontrar es una cualidad que no tiene precio. Otro	aspecto que demuestra discreción en la persona es evitar hacer preguntas que denoten un	afán de curiosidad innecesario o impertinente		





Identidad Profesional

Cuando alguien ejecuta su trabajo, "devela" características de sí mismo:

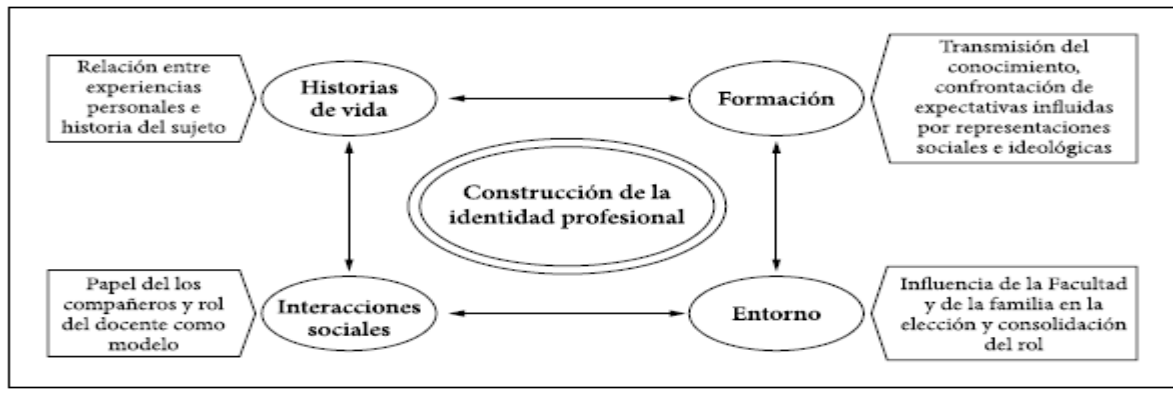
- Hábitos
- Valores
- Perspectivas
- Fortalezas
- Habilidades
- Defectos

Construcción de la identidad Profesional

Aceptación de la práctica profesional

- Sentido de Autorresponsabilidad
- Conciencia Social
- Ética Profesional

La identidad profesional se asocia con el hecho de tener experiencias, formas de	entender y conocimientos técnicos comunes, así como maneras coincidentes de percibir	los problemas y sus posibles soluciones. La identidad común es producida y reproducida	mediante la socialización ocupacional y profesional a través de trayectorias educativas	compartidas y coincidentes, de la formación profesional y las experiencias vocacionales, y
de la pertenencia a asociaciones profesionales (locales, regionales, nacionales e	internacionales) y sociedades en las que aquellos que ejercen una misma profesión	desarrollan y mantienen una misma cultura de traba	La profesión y el trabajo son factores de identidad individual y social. Generalmente	forman parte importante de la vida de las personas. Además de convertirse en el principal
modo de mantenerse económicamente, la profesión aporta prestigio social y realización	personal. Realizar el mismo trabajo crea intereses intelectuales, sociales y económicos	comunes. Esto se da también en el periodo de la formación profesional	: "Los nuevos contextos	económicos, políticos y sociales plantean de forma radicalmente nueva la relación entre
identidad personal y vida profesional, entre la unidad narrativa del proyecto de vida y la	diversidad de ocupaciones que constituyen un medio de vida". Esto se consigue cuando el	profesional se plantea de forma radical su relación con el tiempo y con ello "orienta su	proyecto de vida personal, su vida familiar, su compromiso ciudadano y su carrera	profesional".



IDENTIDAD PROFESIONAL

Es concebida como una entidad individual construida en relación a un espacio de trabajo y a un grupo profesional de referencia

Individuo

Entorno profesional y social

Institución donde trabaja

<p>MODELO DE DESARROLLO PROFESIONAL</p>	<p>El desarrollo profesional es el proceso por el que las personas progresan a través de una</p>	<p>serie de etapas caracterizadas por distintas tareas de desarrollo, actividades y relaciones.</p>	<p>Es importante señalar que existen diferentes modelos de desarrollo profesional y que la</p>	<p>literatura de investigación no se pone de acuerdo sobre cuál es el mejor. A continuación</p>	<p>se presentan tres clases de modelos:</p>	<p>1. Modelos de ciclo de vida. Indican que los trabajadores hacen frente a tareas de</p>
<p>desarrollo en el transcurso de su profesión; pasan por distintas etapas personales o profesionales</p>	<p>2. Modelos basados en la organización. También sostienen que las profesiones pasan por</p>	<p>varias fases, sin embargo, afirman que el desarrollo profesional implica aprendizaje de los</p>	<p>trabajadores para realizar tareas definitivas. Cada etapa supone cambios en las actividades</p>	<p>y en las relaciones con compañeros y jefes (Pineda, 1995).</p>	<p>3. Modelo del patrón de dirección. Describe cómo contemplan las personas su profesión;</p>	<p>cómo deciden sobre la rapidez con que quieren avanzar por las etapas profesionales y en</p>
	<p>qué punto desean regresar a una fase anterior (Driver, 1992).</p>	<p>Otros empleados consideran sus profesiones como una espiral: permanecen durante un</p>	<p>tiempo en un determinado puesto o empleo y luego pasan a un área completamente</p>	<p>diferente. Un buen ejemplo son los asesores de dirección que trabajan en el proyecto de</p>	<p>una empresa durante varios años y, cuando está terminado, se trasladan a otra compañía con un proyecto completamente distinto</p>	



