



Mi Universidad

ENSAYO

Nombre del Alumno: Carlos Daniel García López

Nombre del tema: UNIDAD II

Parcial: I

Nombre de la Materia: PROYECCION PROFESIONAL

Nombre del profesor: Yaneth Fabiola Solórzano Penagos

Licenciatura: En administración y estrategias de negocios

Cuatrimestre: 8

Autoestima

En este proyecto, exploraremos el concepto de autoconocimiento, que se refiere a la comprensión de nuestras propias capacidades, debilidades, aspiraciones, motivaciones y miedos. Este concepto dinámico abarca la autoestima y la autovaloración, y se utiliza a menudo de manera intercambiable.

La imagen que tenemos de nosotros mismos, o autoconcepto, es el resultado de un proceso en el que percibimos nuestras características y reacciones. Esta percepción se ve influenciada por factores externos, como la opinión de los demás, y factores internos, como nuestra propia conciencia.

Aunque el autoconcepto es relativamente estable, puede cambiar y evolucionar gradualmente a medida que adquirimos nuevas experiencias. Conocerse a sí mismo es el primer paso hacia una vida plena y satisfactoria, ya que nuestra autoimagen influye en todo lo que hacemos, incluido el aprendizaje.

El autoconcepto se refiere a la forma en que cada persona se percibe a sí misma, incluyendo sus creencias, emociones y experiencias. Esta percepción es única y personal, y se ve influenciada por las emociones y experiencias que vivimos en cada momento.

En otras palabras, el autoconcepto es la imagen que tenemos de nosotros mismos, y esta imagen siempre está cargada de emociones y significados personales. Nuestras creencias y conocimientos sobre nosotros mismos se forman a partir de nuestras experiencias y percepciones, y son subjetivas, es decir, no pueden ser comprobadas objetivamente.

Además, cada persona tiene un conocimiento único y personal sobre sí misma, que no puede ser igualado por nadie más. Esto significa que el autoconcepto es una construcción personal y dinámica que se va desarrollando y cambiando a lo largo de nuestra vida.

El desarrollo del autoconcepto ocurre en varias etapas a lo largo de la vida. A continuación, se presentan las etapas clave:

1. Infancia: En esta etapa, los niños aprenden los fundamentos del autoconcepto a través de la interacción con sus padres y comienzan a distinguirse de los demás.

2. Niñez temprana: Los niños comienzan a desarrollar un sentido de orgullo por sus logros y accomplishments.
3. Preescolar: En esta etapa, los niños aprenden a manejar situaciones estresantes y a sentirse orgullosos de sus habilidades para superar desafíos.
4. Primaria: Los niños integran sus propias competencias y opiniones con las de los demás, lo que les permite desarrollar una visión más completa de sí mismos.
5. Adolescencia: Durante esta etapa, el autoconcepto sufre cambios significativos a medida que los adolescentes desarrollan una nueva imagen corporal, piensan de manera más abstracta y reflexionan sobre su pasado.

Autoestima

La autoestima se define como el amor y respeto que una persona tiene por sí misma, independientemente de sus logros o posesiones. Implica un aprecio auténtico por uno mismo, reconociendo tanto los aspectos positivos como los límites y debilidades.

La autoestima saludable se caracteriza por:

- Aceptar y valorar tus cualidades y habilidades únicas
- Disfrutar de tus logros sin arrogancia ni soberbia
- Reconocer y respetar la existencia y valor de los demás

La autoestima no es lo mismo que el narcisismo, ya que implica una apertura y consideración hacia los demás. Los automensajes que nos dirigimos a nosotros mismos pueden influir en nuestra autoestima y autoaceptación, por lo que es importante cultivar pensamientos y actitudes positivas y realistas hacia nosotros mismos.

Existen varias distorsiones cognitivas que pueden afectar negativamente nuestra percepción de nosotros mismos. A continuación, se presentan algunas de ellas:

1. Hipergeneralización: Un solo error se convierte en una regla universal, llevándonos a creer que siempre fracasamos.

2. Designación global: Nos etiquetamos negativamente en lugar de describir el error específico.
3. Filtrado: Solo nos enfocamos en lo negativo y descartamos lo positivo.
4. Pensamiento polarizado: Todo se ve como blanco o negro, sin grises ni matices.
5. Autoacusación: Nos culpamos irracionalmente de los errores o circunstancias.
6. Personalización: Creemos que todo está relacionado con nosotros y nos comparamos negativamente con los demás.
7. Lectura de pensamiento: Asumimos que sabemos lo que los demás piensan, y siempre es algo negativo sobre nosotros.
8. Falacias de control: Creemos que tenemos el control total o que no tenemos control alguno sobre las situaciones.

Es importante reconocer estas distorsiones cognitivas para poder trabajar en cambiar nuestra percepción y mejorar nuestra autoestima.

Factores de comportamiento

El comportamiento es un aspecto fundamental en la construcción de la autoestima y el autoconcepto. Se refiere a la capacidad de llevar a la práctica acciones que sean coherentes con nuestros pensamientos y sentimientos. Sin embargo, esta congruencia no siempre es fácil de lograr, ya que los seres humanos tendemos a la incongruencia.

La ejecución de acciones efectivas y el desarrollo de habilidades y aptitudes pueden ayudar a aumentar la autoestima y el autoconcepto. Algunos comportamientos que se observan en personas con alta autoestima incluyen:

- La capacidad de afrontar retos de manera efectiva
- El desarrollo de habilidades y aptitudes
- La congruencia entre pensamientos, sentimientos y acciones

Es importante destacar que el autoconcepto es un aspecto fundamental en la vida, ya que influye en el éxito escolar, la personalidad, el control emocional y la calidad de las relaciones interpersonales. Además, el autoconcepto es dinámico y cambia

con el tiempo, pero comprender su importancia permite relacionarse con otros de manera exitosa.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA Y COMPLEMENTARIA: • Gordo, V. (2003) Imagología. México: Grijalbo. •

Gordo, V. (1999). El poder de la imagen. México: Edamex • Denis L. Wilcox, Phillip H. Warren K.

Agee, Glen T. Cameron (2001) Relaciones Públicas -Estrategias y Tácticas. Madrid: Pearson Educación,

S.A. • Paul Capriotti Peri. (1999) Planificación estratégica de la imagen corporativa. Barcelona:

Editorial Ariel, S.A. • Desarrollo de liderazgo, National Minority Aids Council; Enlace:

<https://targethiv.org/sites/default/files/file-upload/resources/desarrollo-de-liderazgo.pdf> • Herrera

Garnica, Gloria Rebeca de Fátima; 2013 .Desarrollo humano; Pearson, • Alles, M. (2004 – 2005).

Dirección Estratégica de Recursos Humanos, Gestión por competencias: el diccionario. . Ed. Granica,

2002. Buenos Aires. • Covey, S. (1989). Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva. Paidós, 2010.