Análisis de escenarios macro, meso y microsistema

Por: Dulce Romero

¿Qué es un escenario?

Escenario

Definición

Un escenario es un lugar en donde podemos observar la actuación de personajes que llevan a cabo un conjunto de actividades, todas ellas llevando a una finalidad.

Análisis de escenarios

* Es una metodología en donde se tiene que examinar cada parte, desde lo interno hasta lo externo, de un escenario, en nuestro caso, de una sociedad o población.
* El análisis de éstos da una concepción de lo social, y específicamente dentro del trabajo social, una cuestión social como lago construido a través de representaciones símbolos y signos, etc., que en definitiva intentan comprender y explicar ciertos aspectos de los sujetos.

Para poder analizar un escenario lo debemos hacerlo en tres etapas:

Microsistema

* En este escenario se debe de analizar las relaciones familiares y el entorno de la casa.
* Desde este enfoque podemos decir que la persona en este sistema interactúa con el ambiente, para tener la posibilidad de desarrollo.
* Es donde se muestra a sí mismo ante lo que lo rodea, y su actuar ante cierto tipo de circunstancias; es donde se escenifica el yo con su formación de y en su ambiente.

Mesosistema

* ¿Meso?  
  Elemento prefijal de origen griego que entra en la formación de nombres y adjetivos con el significado de ‘en medio’, ‘intermedio’.
* En este escenario el trabajador social debe analizar la relación de la persona con otros microsistemas.
* Ejemplos claros pueden ser la relación entre la familia y la escuela, o entre la familia y los amigos.
* Tipos de realaciones
* Entornos múltiples
* Vinculación indirecta
* El conocimiento entre entornos
* Comunicación entre entornos

Macrosistema

* En este escenario debemos analizar toda la cultura y el desarrollo social en donde se desenvuelve el individuo.
* Lo constituye los valores propios de una cultura, costumbres, etc.

Dinámica

Orientar y capacitar grupo

Búsqueda de diferentes alternativas

Objetivos de la organización social

Organizacion Social

Conjunto personas que actúan e interactúan entre sí bajo una estructura pensada y diseñada para que los recursos humanos financieros físicos de información y otros de forma coordinada ordenada y regular por un conjunto de normas logran determinados fines los cuales pueden ser de lucro o no

"El periódico"

Actividad

Realiza un esquema de lo aprendido

Grupos principales

Esfuerzo por cambiar a las personas

Producir un cambio

Orientar sus esfuerzos hace un mayor participación ciudadana

Cambiar la adaptación y su capacidad para utilizar los recursos de la comunidad.

¿Que es un objetivo?

El fin último al que se dirige una acción u operación.

Buscar facilitar la adaptación del individuo a las condiciones de su comunidad(grupos vulnerables).

Buscar un bienestar social

Centro Universitario Vasco De Quiroga de Huejutla

Materia

Estadistica aplicada la inestigacion social ll

Exposición:

“nferencia estadistica y nivel de significacia”

Presenta:

Maria Guadalupe Garcia Ramirez

Anayancy Molina Gaspar

Docente:

M. C. Karla Muñoz Flores

IV Semestre 01 de marzo 2017

1.2. Objetivos y función social

Los objetivos de la promoción social son:

 Promover el desarrollo social a través de procesos de organización y

movilización de los diversos núcleos de población, que permita la elevación

de sus niveles de vida.

 Desarrollar acciones de capacitación, asesoría y educación social, que

tienen como fin último la organización comprometida de la población en un

proyecto social, para atender sus demandas y necesidades.

 Realizar acciones de gestión y requerimientos de servicios para el

desarrollo de un grupo, sector o comunidad.

 Implementar acciones de sensibilización y educación social que propicien la

ubicación del individuo y el grupo en el contexto global, así como el reforzamiento de su identidad cultural, propiciando la participación comprometida y responsable.

La función social de la promoción social se centra en los siguientes aspectos:

 Impulsar el desarrollo de los sectores populares que presentan profundas

desigualdades sociales.

 Incorporar a los sectores populares en las estrategias de desarrollo.

 Pugnar por la justicia social a través de la apertura de espacios en la

organización política y social.

 Lograr que los servicios sociales sean alcanzados por los sectores

populares a través de procesos de gestoría social.

 Generar procesos de organización, capacitación y educación social.

Para saber lo que verdaderamente hace un promotor no nos basta su definición de promoción ("técnica social'\*, "conjunto de acciones y programas", etc.), su nombre (trabajador social, promotor social, educador de adultos, instructor comunitario, etc.), sus actividades (salud, alfabetización, vivienda, agricultura, comunicación, etc.), su población (indígenas, obreros, mujeres, etc.) y su lugar de trabajo (comunidad rural, barrio urbano, etc.).

"Lo que necesitamos saber es qué tanto su tarea contribuye realmente a promover una vida mejor en los grupos con los cuales trabaja"

¿Por qué se hace promoción?

La primera pregunta alude a la concepción de la realidad que tenga el promotor, a su diagnóstico de la marginación y el subdesarrollo, y a sus supuestos sobre los factores que originan las desigualdades.

¿Para qué se hace?

Se refiere a las finalidades, a los propósitos que persigue con su acción.

¿Cómo se hace?

se relaciona con las estrategias y los métodos, o sea con los medios que teóricamente conducen a los fines.

TODOS LOS PROMOTORES TIENEN UNA INTERPRETACIÓN DE LA REALIDAD.

TODO PROYECTO DE PROMOCIÓN TIENE UNA INTENCIONALIDAD ABIERTA O ENCUBIERTA QUE LE DA SENTIDO A SU ACCIÓN.

En primer lugar, sus hipótesis sobre las causas que originan el desarrollo y el subdesarrollo, la riqueza y la pobreza, los altos niveles de escolaridad y el analfabetismo, etcétera, le dan a cada promotor un marco de referencia para orientar su acción.

Claro que no todos los promotores formulan explícitamente sus hipótesis, ni mucho menos las expresan en términos de una teoría estructurada. Sin embargo, con más o menos elementos, con mayor o menor organización, con diferentes cargas de objetividad y de prejuicios, y con distintas posibilidades de expresión.

La finalidad de la actividad promotora funciona como "puerto de destino", como meta a la cual se quiere arribar algún día. Si no hubiera esa"utopíaposible", difícilmente existiría ese "motor" que caracteriza a gran parte de los proyectos de educación de adultos, dotando a los promotores de altas dosis de ánimo y compromiso.

Finalmente, la forma en que se efectúa el trabajo educativo se deriva de la concepción de la realidad y se relaciona con las metas del proyecto.

El estilo de trabajo es tan importante como el marco de referencia y los objetivos, pues de él dependen muchos de los resultados de la acción promocional.

El método de trabajo señala la congruencia entre el discurso y la realidad, entre la teoría y los hechos, entre la forma y el contenido. Un promotor puede explicar a los adultos la importancia de la autovaloración, del pensamiento crítico, del diálogo y de la autonomía, pero si lo hace a través de conferencias verticales, donde él tiene "la v e r d a d lo que está promoviendo es exactamente lo contrario.

ALUMNO: Ana Lluvilia Cuanalo Rodríguez.

LIC: JAIME AREVALO ALEGRIA.

GRACIAS

INSTITUTO HISPANO JAIME SABINES.

Función de la Promoción Social

MATERIA: ORGANIZACIÓN Y PROMOCIÓN SOCIAL.

La organizacion

1. LA ORGANIZACIÓN. ¿Cómo se va hacer?

2. Una vez que se ha establecido "loque se quiere hacer" será necesario determinar “como hacerlo”, quemedidas utilizar para lograr lo que se desea; esto solo es posible a través de la organización.

3. CONCEPTOS DE DIFERENTES AUTORES:

4. EL ESTABLECIMIENTO DE LA ESTRUCTURA NECESARIA PARA LASISTEMATIZACION RACIONAL DE LOS RECURSOS, MEDIANTE LA DETERMINACION DE JERARQUÍAS , DISPOSICÍON, CORRELACIÓN YAGRUPACIÓN DE ACTIVIDADES, CON EL FIN DE PODER REALIZAR Y SIMPLIFICAR LAS FUNCIONES DEL GRUPO SOCIAL.

5. IMPORTANCIA: \*ES DE CARÁCTER CONTINUO; ES DECIR JAMÁS HA TERMINADO , YAQUE LA EMPRESA Y SUS RECURSOS ESTÁN SUJETOS A CAMBIOSCONSTANTES, POR LO QUE NOS REITERA LA NECESIDAD DE EFECTUARCAMBIOS EN LA ORGANIZACIÓN.\*ES UN MEDIO A TRAVÉS DEL CUAL SE ESTABLECE LA MEJOR MANERADE LOGAR LOS OBJETIVOS DEL GRUPO SOCIAL.\*SUMINISTRA LOS MÉTODOS PARA QUE SE PUEDAN DESEMPEÑAR LASACTIVIDADES EFICIENTEMENTE, CON UN MÍNIMO DE ESFUERZOS.\*EVITA LA LENTITUD E INEFICIENCIA EN LAS ACTIVIDADES,REDUCIENDO LOS COSTOS E INCREMENTANDO LA PRODUCTIVIDAD.\*REDUCE O ELIMINA LA DUPLICIDAD DE ESFUERZOS, AL ELIMINARFUNCIONES Y RESPONSABILIDADES.

6. PRINCIPIOS:1. Del objetivo.2. Especialización.3. Jerarquía.4. Paridad de autoridad y responsabilidad.5. Unidad de mando.6. Difusión.7. Amplitud o tramo de control.8. De la coordinación.9. Continuidad.

7. 1.- DEL OBJETIVO

8. 2.- ESPECIALIZACIÓN

9. 3.- JERARQUIA

10. 4.- PARIDAD DE AUTORIDAD Y RESPONSABILIDAD

11. 5.- UNIDAD DE MANDO

12. 6.- DIFUSIÓN

13. 7.- AMPLITUD DE TRAMO Y CONTROL

14. 8.- DE LA COORDINACION

15. 9.- CONTINUIDAD

16. ETAPAS DE ORGANIZACIÓN:DIVISIÓN DEL TRABAJO.COORDINACIÓN.

17. ETAPAS DE ORGANIZACION

18. DIVISIÓN DEL TRABAJO\* Es la separación y delimitación de las actividades, con el fin de realizar una función con mayor precisión, eficacia y el mínimo esfuerzo, dando lugar a la especialización y perfeccionamiento en el trabajo.

19. JERARQUIZACIÓN .Es la disposición de las funciones de una organización por orden de rango, grado o importancia.

20. DEPARTAMENTALIZACIONSe logra mediante una división orgánica que permite a la empresa desempeñar con eficacia sus diversas actividades. SECUENCIA DE DEPARTAMENTALIZACIÓN.1. Lista todas las funciones de la empresa.2. Clasificarlas.3. Agruparlas según un orden jerárquico.4. Asignar actividades a cada una de las aéreas agrupadas o departamentos.5. Especificar las relaciones de autoridad, responsabilidad y obligación, entre las funciones y los puestos.6. Establecer líneas de comunicación e interrelación, entre los departamentos.7. El tamaño, la existencia y el tipo de organización de un departamento deberán relacionarse con el tamaño y las necesidades especificas de la empresa, y de las funciones involucradas.

21. Tipos de departamentalización1. Funcional. Consiste en agrupar las actividades análogas según su función primordial para lograr la especialización y, con ello, una mayor eficiencia del personal.

22. 2. Por productos. La departamentalización se hace con base en un producto o grupo de productos relacionados entre si.

23. 3. Geográfica o por territorios. Es tipo de departamentalización proporciona un instrumento lógico y eficiente cuando las unidades de la empresa realizan actividades en sectores alejados físicamente, y/o cuando el tramo de operaciones y de personal supervisado es muy extenso y esta disperso en áreas muy grandes.

24. 4. Clientes. Consiste en crear unidades cuyo interés primordial es servir a los distintos compradores o clientes; por lo general se aplica en tiendas comerciales.

25. 5. Secuencia. Este tipo de departamentalización se utiliza por lo general en niveles intermedios o inferiores. En muchas empresas es necesario departamentalizar por secuencias alfabéticas, numéricas o de tiempo; así una empresa que trabajo por turnos sin interrupción, puede establecer secciones que controlen cada uno de los turnos.

26. Descripción de funcionesEsta es la ultima etapa de la división del trabajo y consiste en la recopilación ordenada y clasificada de todos los factores y actividades necesarios para llevar a cabo, de la mejor manera, un trabajo; la descripción de funciones se realiza, primordialmente, a través de las técnicas de análisis de puestos y de la carta de distribución del trabajo o cuadro de distribución de actividades. COORDINACIONLa coordinación nace de la necesidad de sincronizar y armonizar los esfuerzos para realizar eficientemente una tarea.Coordinación. Es la sincronización de los recursos y los esfuerzos de un grupo social, con el fin de lograr oportunidades, unidad, armonía y rapidez, en el desarrollo y la consecución de los objetivos

27.  LINEAL O MILITAR  FUNCIONAL O DE TAYLOR  LINEO-FUNCIONAL TIPOS DEORGANIZACIÓN  ESTAF  POR COMITÉS  MATRICIAL

28. ORGANIZACIÓN LINEAL O MILITAR GERENTE GENERAL RESPONSABILIDAD AUTORIDAD SUPERVISOR EMPLEADOS

29. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL O DE TAYLOR GERENTE GENERALSupervisor Supervisor de Supervisor de Supervisor Supervisor Supervisor de Supervisor Supervisorde costos y las tarjetas ordenes de abastecimie de de de la de control trabajo y hojas ntos de adiestramien mantenimienttiempos de disciplina de calidad o instrucciones de ruta materiales to EMPLEADOS

30. ORGANIZACIÓN LÍNEO-FUNCIONAL GERENTE GENERAL GERENTE GERENTEGERENTE DE GERENTE DEPRODUCCION MERCADOTECNIA DE DE FINANZAS PERSONAL publicidad promoción ventas

31. ORGANIZACIÓN ESTAF PRESIDENTE O ASESOR JURIDICODIRECTOR GENERAL DIRECTOR DE CONSULTOR DEL FRABRICA DIRECTORSUPERINTENDENTE SUPERVISOR OBREROS

32. ORGANIZACIÓN POR COMITÉS PRESIDENTE COMITÉ DE COMITÉ DE PRESUPUESTOS MERCADOTECNIA RECURSOSPRODUCCION MERCADOTECNIA FINANZAS HUMANOS

33. ORGANIZACIÓN MATRICIAL GERENTE GENERAL GERENTE DE ESPECIALIDAD TECNICA PROYECTO GERENTE NUM. 2 SUBGERENTE DE PROYECTOGERENTE DE LABORATORIO GERENTE DEDEPARTAMENTO Y GERENTE DEL SUBPROYECTO LIDER DE GRUPO

34. .Son las herramientas necesarias para llevar a cabo una organización racional; son indispensables durante el proceso de organización y aplicable de acuerdo con las necesidades de cada grupo social.

35. Las principales son : Organigramas. Manuales. Diagramas de procedimiento o de flujo. Carta de distribución del trabajo. Análisis de puesto.

36. Son representaciones gráficas de laestructura formal de una organización,que muestran:las interrelaciones.Las funciones.Los niveles jerárquicos.Las obligaciones y la autoridad.

37. Se clasifican en: \*Estructurales: Muestran la estructura de la empresa. \*Funcionales: Muestra las relaciones entre los Por su objetivo departamentos y sus principales funciones. \*Especiales : Destaca algunas características. \*Generales: Presenta toda la organización. Por su área \*Departamentales: Representa la organización de los departamentos \*Esquemáticos: Contiene los órganos principales. Por su contenido \*Analíticos: Son más detallados y técnicos.

38.  Vertical Formas de representar los organigramas. Horizontal Circular Mixto

39. Son documentos detallados que contienen en forma ordenada y sistemática, información acerca de la organización de la empresa

40. De acuerdo con su contenido pueden ser:a) De políticasb) Departamentalesc) De bienvenidad) De organizacióne) De procedimientosf) De contenido múltipleg) De técnicash) De puestos

41. Son de utilidad ya que: Uniforman y controlan el cumplimiento de las funciones de la empresa. Delimitan actividades, responsabilidades y funciones. Aumentan la eficiencia de los empleados ya que indican la que se debe hacer y cómo se debe hacer. Son una fuente de información. Ayuda a la coordinación y evita la duplicidad y las fugas de responsabilidad. Son base para el mejoramiento de sistemas. Reduce costos al incrementar la eficiencia.

42. FORMATO E ÍNDICE DE LOS MANUALES.El contenido debe dividirse de acuerdo con unaclasificación primaria de temas:1. Índice2. Objetivos o antecedentes del manual3. Cada sección debe llevar la fecha en que se termine o corrija, se emita y quede vigente.4. Nombre de la persona que intervinieron en la elaboración del manual.5. Debe llevar instrumentos para hacerlo más comprensible.6. Redacción clara, concisa y ordenada.7. Complementarse con gráficas.

43. Explican los detalles más importantes de laorganización.Incluyen: Finalidad de cada elemento de la organización. Declaración de funciones. Glosario de términos utilizados.

44. Contienen: Objetivos generales de la organización. Políticas generales. Glosario de términos administrativos. Nombre de áreas o departamentos y puestos. Procedimientos de organización. Responsabilidad de los altos niveles. Funciones. Cartas de organización. Descripción de puestos. Descripción de actividades. Introducción y objetivos del manual. Historia de la empresa.

45. Contienen:a) Objetivos generales de la empresa, departamentos o secciones básicas.b) Políticas y normas generales de la empresa y del departamento correspondiente.c) Carta de organización generales y departamentales.d) Reglamentación de los aspectos de coordinación interdepartamental.e) Análisis de puestos.f) Gráficas de proceso, y de flujo.

46. Ventajas: Describen el funcionamiento de un departamento. Se emplean para dar instrucciones en el departamento. Presentan el flujo de trabajo. Delimitan funciones, actividades y responsabilidades. Son una fuente se consulta y un medio de adiestramiento.

47. Son similares, en su contenido, a los manualesdepartamentales, aunque no siempreproporcionan la misma cantidad de información: Comprende a todos los departamentos de la organización. Describen los procedimientos y las relaciones que abarcan dichos departamentos.

48. GRACIAS POR SUATENCION!!!

49. INTEGRANTES: BAUTISTA LÓPEZ ABIGAILDEISIL LIZBET ESTEBAN GÓMEZJIMENEZ ANDRADE JOSE PABLOLÓPEZ BENITEZ BLANCA ESTHERPAVEL YESENIN CRUZ LASCAREZ