

Ventajas y limitaciones de la Metodología del Generador de Posiciones para la medición del Capital Social Individual en enclaves étnicos y productivos: experiencias en Cataluña y México

Alejandro García-Macías , José Luis Molina, Octavio Maza

Mesa Hispana de la XXXIII Sunbelt Social Networks Conference of the International Network for Social Network Analysis (INSNA). Hamburgo, 21 de mayo de 2013

Proyecto ENCLAVE. MINECO (CSO2012-32635)
UAA. PISIT11-1N, PISIT12-1N

El Generador de posiciones

- Método de inspiración relacional para dimensionar el Capital Social desde un enfoque de recursos, que operacionaliza los postulados teóricos de Nan Lin.

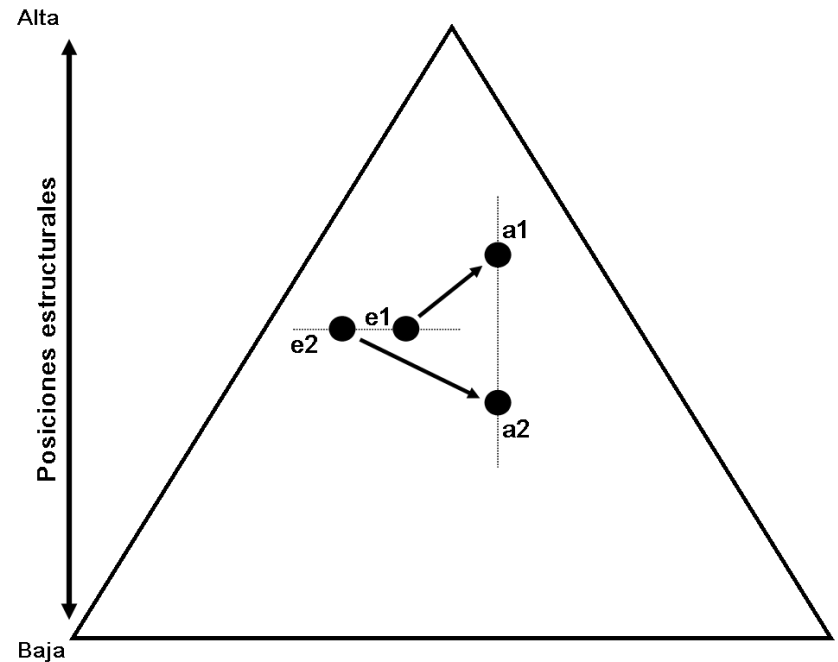
(Lin, 2001; 2005; Lin y Dumin, 1986; Lin y Erickson 2008; Bekkers, Völker, Van der Gaag y Flap 2008; Van der Gaag 2005)

El Generador de posiciones

- En su teoría se concibe al Capital Social como recursos insertos en redes sociales, potencialmente accesibles por los actores para el logro de sus objetivos.
- Estos recursos están inequitativamente distribuidos en la estructura social, que es de naturaleza piramidal y jerárquica.

El Generador de posiciones

Esta inequidad depende de las posiciones estructurales de los actores y de sus relaciones diferenciadas con los ocupantes de otras posiciones.

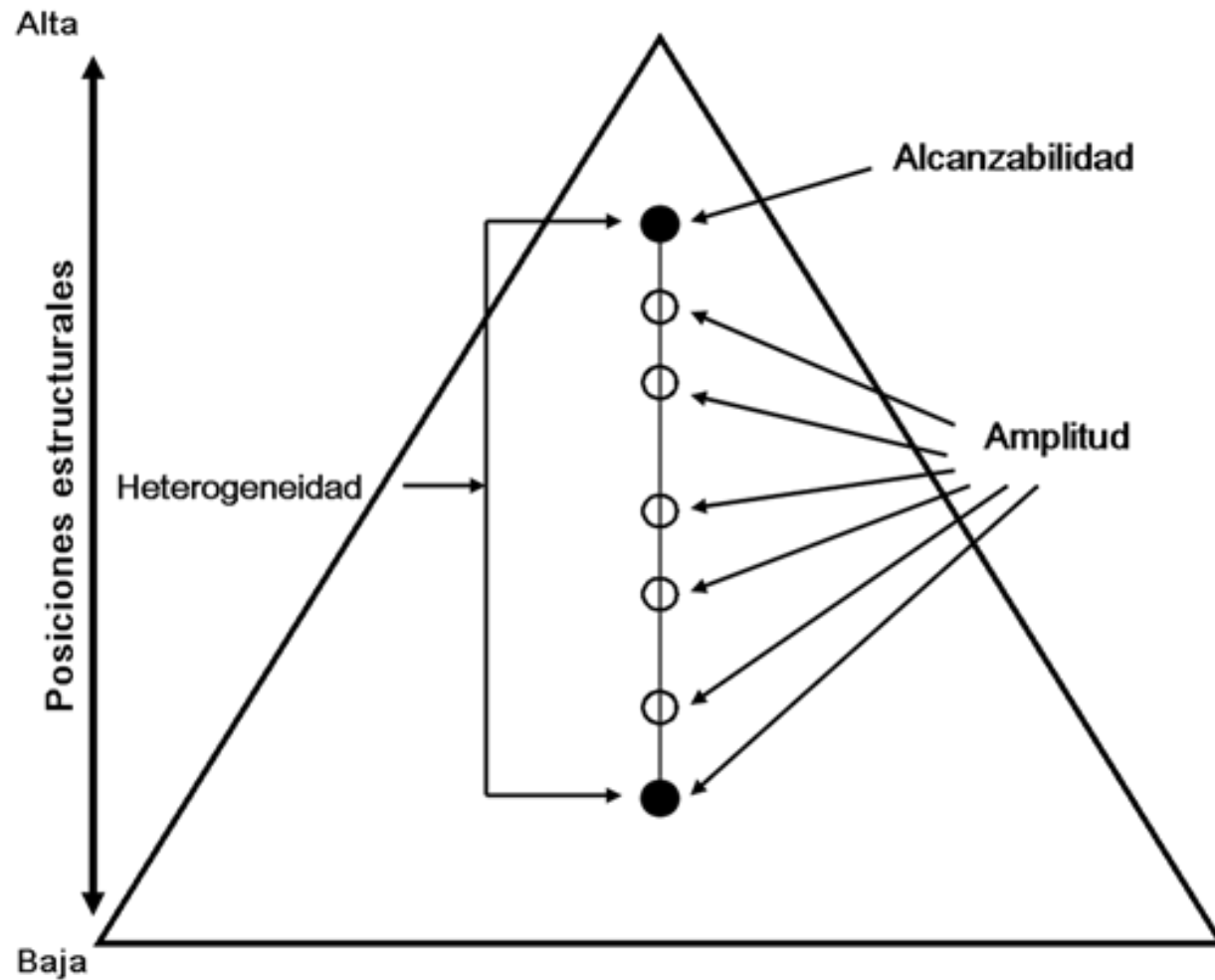


1. Efectos relativos del Capital Social. Adaptado de Lin (2001)

El Generador de posiciones

- Las ocupaciones se utilizan como un *proxy* de la estructura social: estatus socioeconómico o prestigio ocupacional.
- El generador toma una muestra de posiciones para determinar el acceso que cada actor tiene a ellas y desarrolla diversas medidas para dimensionarlo.

Ocupaciones		Relación	Sexo	Proximidad		
18		19	20	22	23	
¿Algún miembro de su familia, amigo o conocido se dedica a: 0 NO Pase a la siguiente ocupación 1 SI		¿Cuál es su relación con esta persona? 1 Conocido 2 Amigo 3 Familiar	¿Es hombre o mujer? 1 H 2	¿Cuánto tiempo tiene de conocer a esta persona (años)? 1 Menos de 1 2 1 a menos de 5 3 5 a menos de 10 4 10 a menos de 20 5 Más de 20	¿Qué tan cercano se siente usted con esa persona? 1 Nada cercano 2 No muy cercano 3 Cercano 4 Bastante cercano 5 Somos íntimos	
01	Afanador/a o intendente	0 1	1 2 3	1 2	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
02	Agente de ventas	0 1	1 2 3	1 2	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
03	Albañil	0 1	1 2 3	1 2	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
04	Ayudante de tejido o bordado	0 1	1 2 3	1 2	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
05	Comerciante en establecimiento	0 1	1 2 3	1 2	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
06	Cortador en empresa de confección	0 1	1 2 3	1 2	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
07	Dependiente/a de tienda de ropa	0 1	1 2 3	1 2	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
08	Ingeniero industrial o mecánico	0 1	1 2 3	1 2	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5



3. Medidas de Capital Social. Adaptado de Lin (2001)

Medidas de capital social (Van der Gaag, Snijders, & Flap, 2008)

N°	Denominación	Cálculo	Tipo de medición	Antecedentes
1	Prestigio más alto accedido	El puntaje de la ocupación más alta accedida.	Presencia de elementos específicos en la red social.	Lin 2001;
2	Rango de prestigio accedido	La diferencia entre el prestigio más alto y más bajo accedidos	Diversidad del CS	Granovetter 1973; Flap 1991; Burt 1992; Erickson 1996b; Lin 2001
3	Número de posiciones diferentes accedidas	El número total de ocupaciones en que el informante conoce a alguien	Diversidad del CS	
4	Prestigio promedio accedido	Media del prestigio de todas las ocupaciones en las que el informante conoce a alguien	Volumen o extensión del CS	Campbell, Mardsen and Hurlbert 1986
5	Prestigio Total accedido	Suma del prestigio acumulado de todas las posiciones accedidas	Volumen o extensión del CS	Boxman, Flap, and Weesie 1992; Hsung y Hwang 1992

Ventajas

- Instrumento estandarizado de rápida aplicación.
- Escalas internacionalmente comparables.
- Adaptable a diversos contextos.
- Medidas de fácil interpretación: Volumen, diversidad, alcanzabilidad.

Limitaciones

- Egocentrado sin relaciones Alter – Alter:
Imposibilidad de analizar la estructura de la red.
- Diseñado para capturar diversidad ocupacional,
no similaridad: Problema en los enclaves.
- Percepciones locales del estatus o prestigio
ocupacional.
- Ocupaciones genéricas. Pérdida de sensibilidad
con respecto a especificidades.

Enclaves étnicos en Catalunya

- Inmigrantes de la India en el destino turístico de playa de Lloret de mar. Comercio de souvenirs. (N=34, propietarios y empleados)
- Inmigrantes de Pakistán en el barrio El Raval de Barcelona. Teléfonos móviles y otros servicios (N=50, propietarios y empleados)

Enclaves étnicos en Catalunya

Lloret de Mar

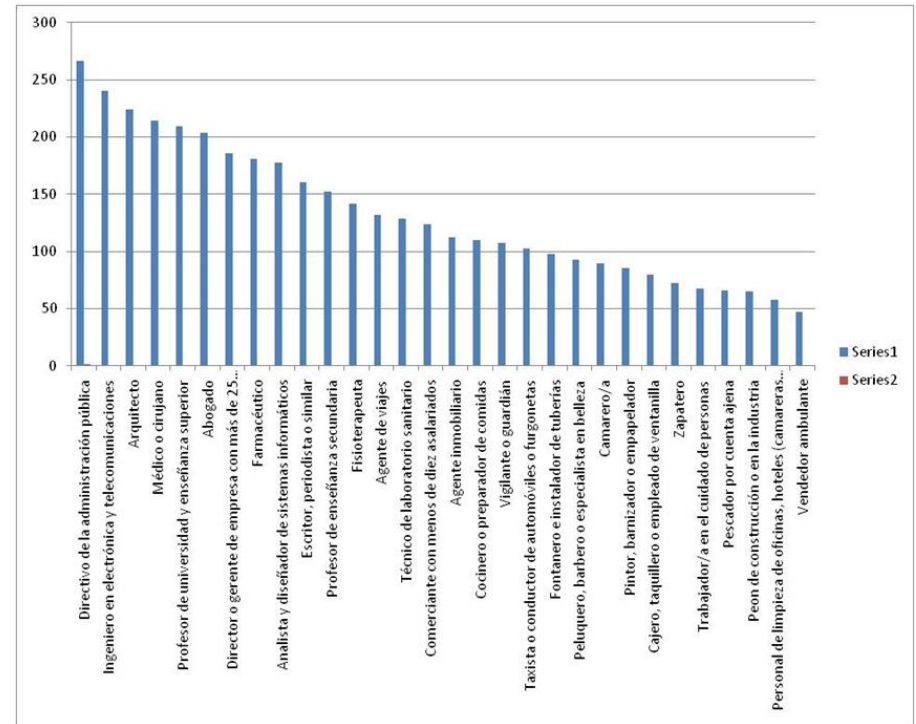
- Generador a 18 posiciones.
- Inclusión de ocupaciones pertinentes a la localidad y al colectivo.
- Escala de prestigio ocupacional PRESCA para el caso de España.

El Raval

- Generador a 30 posiciones.
- Se introducen ocupaciones netamente urbanas.
- Se mantienen las 18 de Lloret de Mar para efectos comparativos.
- Además de PRESCA, se utilizan escalas internacionalmente estandarizadas.

Enclaves étnicos en Catalunya

Num.	Ocupación	PRESCA
1	Directivo de la administración pública	266.23
2	Ingeniero en electrónica y telecomunicaciones	239.88
3	Profesor de universidad y enseñanza superior	208.93
4	Farmacéutico	180.47
5	Escritor, periodista o similar	160.05
6	Profesor de enseñanza secundaria	152.38
7	Agente de viajes	132.14
8	Comerciante con menos de diez asalariados	123.54
9	Agente inmobiliario	112.2
10	Taxista o conductor de automóviles o furgonetas	102.33
11	Peluquero, barbero o especialista en belleza	92.48
12	Camarero/a	89.12
13	Pintor, barnizador o empapelador	85.11
14	Cajero, taquillero o empleado de ventanilla	79.77
15	Trabajador/a en el cuidado de personas	67.61
16	Pescador por cuenta ajena	66.07
17	Personal de limpieza de oficinas, hoteles (camareras...	57.54
18	Vendedor ambulante	46.77



Enclaves étnicos en Catalunya

Resultados iniciales que no marcan una diferencia significativa entre propietarios y empleados:

Indicadores de Capital Social. Dos enclaves étnicos en Catalunya. Clasificación inicial.

Clasificación inicial		Prestigio Total Accedido	Posiciones Accedidas	Prestigio Promedio Accedido	Máximo prestigio Accedido	Rango de prestigio Accedido
Empleado	Media	753,6200	6,58	111,7012	179,2203	111,3927
	N	62	62	62	62	62
	Desv. típ.	453,96592	3,438	20,80493	55,55983	59,91845
Propietario	Media	910,0882	7,73	112,5772	184,1918	119,1964
	N	22	22	22	22	22
	Desv. típ.	608,38773	4,516	18,84060	61,76530	68,74940
Total	Media	794,5998	6,88	111,9306	180,5224	113,4365
	N	84	84	84	84	84
	Desv. típ.	499,89857	3,756	20,20090	56,90998	62,01908

Enclaves étnicos en Catalunya

VARIABLES DIFERENCIADORAS QUE MATICEN LA OCUPACIÓN:

Indicadores de Capital Social. Dos enclaves étnicos en Catalunya. Ocupaciones desagregadas.

Clasificación ocupacional		Prestigio Total Accedido	Posiciones Accedidas	Prestigio Promedio Accedido	Máximo prestigio Accedido	Rango de prestigio Accedido
Empleados recién llegados o con patrones circulares	Media	747,4920	6,53	111,3279	171,8490	103,5190
	N	30	30	30	30	30
	Desv. típ.	445,88934	3,267	25,15984	58,81341	60,63745
Empleados con años de residencia	Media	759,3650	6,62	112,0511	186,1309	118,7744
	N	32	32	32	32	32
	Desv. típ.	469,40709	3,643	16,10244	52,31133	59,23432
Nuevos propietarios	Media	673,8813	6,25	105,4310	152,9037	84,1838
	N	8	8	8	8	8
	Desv. típ.	318,03882	2,550	14,45641	43,83918	50,53514
Propietarios	Media	1045,0636	8,57	116,6608	202,0707	139,2036
	N	14	14	14	14	14
	Desv. típ.	699,63730	5,229	20,28529	64,66134	71,23547
Total	Media	794,5998	6,88	111,9306	180,5224	113,4365
	N	84	84	84	84	84
	Desv. típ.	499,89857	3,756	20,20090	56,90998	62,01908

Enclaves productivos en México

- Muestra de trabajadores de tres localidades altamente especializadas en la industria de la ropa (N=75)
(Uriangato y Moroleón, en Guanajuato; Villa Hidalgo, en Jalisco).
- Escasa diferenciación vertical en pequeñas y medianas empresas. Menor desigualdad social.
- Alta homogeneidad ocupacional, grupos homófilos de trabajadores.

Enclaves productivos en México

- Generador de posiciones “Indirecto” a través de redes personales a 30 Alteri.
- Cálculo de medidas adaptadas de Lin y desarrollo de otras (Similaridad y estructura):

Indicadores de acceso al Capital Social a partir de redes personales.	
Indicador de acceso al CS	Rasgo a Medir
Posiciones Diferentes	Diversidad
“Tamaño efectivo” de la red	Bridging
Prestigio accedido intraclase	Bonding
Prestigio accedido extraclase	Bridging
Prestigio extraclase superior	Linking
Máxima centralidad – prestigio	Alcanzabilidad - centralidad
Prestigio ponderado por centralidad	Volumen - centralidad

Enclaves productivos en México

- El mismo efecto observado en Catalunya:
- ¿Se accede al mismo Capital Social cuando una misma ocupación tiene diferentes condiciones?



Enclaves productivos en México

Las divisiones ocupacionales son muy amplias e inducen a sesgos en la interpretación.

Indicadores de Capital Social. Enclaves textiles en México

División de ocupación Ego		Prestigio total accedido	Prestigio promedio accedido	Máximo prestigio accedido	Rango de prestigio accedido
Funcionarios, directores y jefes	Media	1084,67	41,7427	60,87	37,47
	N	15	15	15	15
	Desv. típ.	269,205	6,34255	11,432	13,902
Comerciantes, empleados en ventas y agentes de ventas	Media	968,34	40,2500	60,34	37,76
	N	29	29	29	29
	Desv. típ.	298,825	6,40789	10,910	12,631
Trabajadores artesanales	Media	845,64	37,3107	59,50	39,29
	N	14	14	14	14
	Desv. típ.	245,752	6,55972	8,383	11,006
Operadores de maquinaria industrial, ensambladores, choferes y conductores de transporte	Media	698,18	33,1088	56,18	37,18
	N	17	17	17	17
	Desv. típ.	260,747	5,03750	6,626	8,826
Total	Media	907,47	38,3812	59,35	37,85
	N	75	75	75	75
	Desv. típ.	302,344	6,81581	9,735	11,644

Enclaves productivos en México

La desagregación permite realizar precisiones:

Indicadores de Capital Social. Tres enclaves textiles en México. Grupo Principal de Ocupación

Grupo Principal de ocupación Ego		Prestigio total accedido	Prestigio promedio accedido	Máximo prestigio accedido	Rango de prestigio accedido
Directores y gerentes	Media	1084,67	41,7427	60,87	37,47
	N	15	15	15	15
	Desv. típ.	269,205	6,34255	11,432	13,902
Comerciantes en establecimientos	Media	1077,93	42,5447	65,27	42,73
	N	15	15	15	15
	Desv. típ.	201,874	5,53901	9,430	10,780
Empleados de ventas	Media	850,93	37,7914	55,07	32,43
	N	14	14	14	14
	Desv. típ.	346,031	6,54320	10,133	12,623
Artesanos	Media	845,64	37,3107	59,50	39,29
	N	14	14	14	14
	Desv. típ.	245,752	6,55972	8,383	11,006
Operadores	Media	698,18	33,1088	56,18	37,18
	N	17	17	17	17
	Desv. típ.	260,747	5,03750	6,626	8,826
Total	Media	907,47	38,3812	59,35	37,85
	N	75	75	75	75
	Desv. típ.	302,344	6,81581	9,735	11,644

Conclusiones

- La estandarización del Generador de Posiciones le resta sensibilidad para adaptarse a contextos específicos.
- Su énfasis en la diferenciación y disimilaridad limita su aplicación en espacios de alta homogeneidad, como los enclaves.

Conclusiones

- Necesario incorporar la dimensión estructural para maximizar su potencial. En eso consisten nuestros futuros desarrollos.

