



UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Facultade de Economía e Empresa

Trabajo de fin de grado

Capital social de red y empleo

El caso español

Luis Bonilla Diéguez

Tutor: Paolo Rungo

Grado en Economía

Curso académico 2021/22

Trabajo de Fin de Grado presentado en la Facultad de Economía e Empresa
de la Universidade da Coruña para la obtención del Grado en Economía

Resumen

Las redes de contactos creadas y mantenidas por los individuos a lo largo de su vida constituyen una dotación de capital social que influye, entre otros ámbitos, en su desempeño en el mercado de trabajo. En este trabajo se estudia esta cuestión mediante una revisión de la literatura y un análisis empírico del caso español. La literatura empírica existente aproxima la dotación de capital social individual mediante medidas indirectas, como la participación en asociaciones. Este enfoque no permite valorar el tamaño efectivo de las redes de cada individuo y, por lo tanto, su efecto sobre las oportunidades de las personas. Este trabajo resuelve esta cuestión mediante el uso de un instrumento específico para la medición de redes, el “generador de posiciones”. En particular, para el análisis empírico se utilizan datos de una encuesta a una muestra representativa de la población española mayor de edad. Después de valorar la necesidad de utilizar variables instrumentales para tratar la posible endogeneidad de la variable de capital social, las estimaciones realizadas mediante modelos probit permiten concluir que, para el caso español, una mayor amplitud de red de contactos personales está asociada a una mayor probabilidad de tener un empleo. Estos resultados ponen en evidencia que el capital social juega un papel fundamental en el mercado laboral, aparte de la educación y del mérito personal.

Palabras clave: capital social, redes sociales, empleo, España.

Número de palabras: 11.887

Abstract

Networks of personal contacts created and maintained by individuals during their lives constitute a stock of social capital that affects, among other consequences, their outcomes in the labour market. This work studies this issue through a literature review and an empirical analysis of the Spanish case. The existing empirical literature uses proxy measures of the stock of social capital, such as the participation in associations. This approach does not permit a proper assessment of the extension of individual networks and, therefore, their effect on life chances. This work attempts to solve this problem by employing a specific instrument to measure networks, the “position generator”. In particular, the empirical analysis utilises data from a survey administered to a representative sample of the Spanish adult population. After a discussion of the opportunity to use instrumental variables to treat the possible endogeneity of the social capital measure, we estimated probit models that permit us to conclude that, for the Spanish case, a more extensive network is associated with a higher probability of being employed. Our results stress the critical role that social capital plays in the labour market, apart from education and personal merit.

Keywords: social capital, social networks, employment, Spain.

Number of words: 11.887

Índice

1. Introducción.....	6
2. Capital social de redes y mercado laboral.....	8
2.1. Redes de contactos personales y mecanismos de influencia	8
2.2. Rendimientos asociados a las redes de contactos personales	12
3. El capital social y su medición	17
3.1. Concepto de capital social.....	17
3.2. Medidas del capital social	22
4. Análisis empírico	26
4.1. Metodología	26
4.2. Datos	28
4.3. Resultados.....	31
Conclusiones	36
Bibliografía.....	38

Índice de gráficos

Gráfico 1. Medidas del capital social.....	25
Gráfico 2. Distribución de frecuencias de la variable Amplitud en la muestra.	29
Gráfico 3. Amplitud por grupos.	31

Índice de tablas

Tabla 1. Descripción de los datos.....	30
Tabla 2. Test de Independencia de las variables Amplitud y Confianza.....	32
Tabla 3. Test de Independencia de las variables Empleado y Confianza.	33
Tabla 4. Estimación probit del modelo 1	34

1. Introducción

A nadie sorprende el hecho de que, en nuestro propio entorno, las redes de contactos personales jueguen un papel relevante a la hora de encontrar un empleo. En 2015, el 42% de los jóvenes ocupados habían recurrido con ese fin a sus familiares, amigos o conocidos. De hecho, es con diferencia el método de búsqueda de empleo más utilizado de los recogidos en la encuesta (INE, 2016), también en otros países: en el conjunto de los estados de la Unión Europea (incluido Reino Unido, en el momento del estudio), el 60% de los encuestados declaraba que en caso de tener que buscar trabajo recibiría ayuda de sus contactos personales, frente al 22% que recurriría a una institución o un proveedor de este tipo de servicios. En el caso español, sin embargo, la diferencia es aún mayor: el 78% recurriría a sus contactos, mientras que sólo el 11% acudiría a las vías formales (Eurofund, 2016).

De este modo, no sólo factores *a priori* tan evidentes como la formación y experiencia de un individuo (su capital humano) contribuyen a su empleabilidad, sino también su capital social. Las personas que constituyen nuestra red de contactos y los recursos a su disposición pueden influir en nuestras oportunidades vitales. Este trabajo estudia en particular los efectos en el mercado laboral.

Aunque relativamente reciente, la investigación en este ámbito ha establecido los mecanismos de información, influencia y credenciales sociales como los vehículos a través de los que las redes de contactos permiten mejorar los resultados de un individuo en ámbitos como el laboral (Lin, 2001a). En este sentido, el concepto de capital social recoge la idea de que los contactos de un individuo y los recursos que estos poseen pueden ayudarle a conseguir sus objetivos; es decir, las relaciones sociales son una inversión que aporta rendimientos al individuo (van der Gaag, 2005). No obstante, el trabajo de Granovetter (1973) pretendió señalar los distintos tipos de vínculos que forman las redes sociales individuales, descubriendo mayores rendimientos a través de los vínculos más débiles. A raíz de estos trabajos, numerosos estudios analizan los efectos del capital social sobre el desempeño individual en el mercado de trabajo (Brady, 2015; Caparrós Ruiz, 2020; Cappellari & Tatsiramos, 2015; Petersen et al., 2000). Sin embargo, la dificultad de medir las redes de relaciones personales constituye una de las mayores limitaciones de estos estudios. De hecho, el capital social de un individuo se suele medir mediante su participación en grupos y asociaciones.

Este trabajo trata de explicar en qué medida influyen las redes de contactos en los resultados de un individuo en el mercado laboral español, concretamente cómo afectan a su probabilidad de encontrar empleo. Para ello, se utiliza una medida específica para valorar el capital social individual de las personas, que se deriva de un “generador de posiciones”. De esta forma, no recurrimos a las medidas indirectas de capital social, como la participación en asociaciones. Asimismo, la parte empírica de este trabajo tiene en cuenta la posibilidad de una relación inversa entre situación laboral y amplitud de las redes sociales, es decir, el problema de la endogeneidad.

Para alcanzar los objetivos, se realiza una revisión de la literatura relativa a las redes de contactos, los efectos que producen, el concepto de capital social y su medición. Asimismo, se realiza un análisis empírico para el caso español con datos procedentes de una encuesta nacional para estudiar la existencia de un efecto de las redes de contactos sobre la probabilidad de estar empleado.

El resto del trabajo está estructurado de la forma siguiente. En el capítulo 2 se lleva a cabo la revisión de la literatura relativa a las redes de contactos y los distintos mecanismos a través de los que pueden influir en las oportunidades vitales, profundizando en los efectos de estas redes en el mercado laboral. En el capítulo 3 se aborda el concepto de capital social desde las perspectivas microsocial y macrosocial y se exponen los distintos métodos utilizados para su medición. En el capítulo 4 se presenta el análisis empírico: la metodología y los datos utilizados, así como los resultados obtenidos a partir de este. Finalmente, se presentan las conclusiones alcanzadas.

2. Capital social de redes y mercado laboral

En este capítulo se realiza una revisión de la literatura existente respecto a la influencia de las redes de contactos personales en los resultados en el mercado laboral. En primer lugar, se caracterizan las redes de contactos personales y los mecanismos a través de los cuales influyen en los resultados individuales. A continuación, se expone la evidencia existente sobre los rendimientos asociados al uso de las redes de contactos personales en el mercado laboral.

2.1. Redes de contactos personales y mecanismos de influencia

La investigación sobre el concepto de capital social ha contribuido a la definición del concepto de apropiabilidad que establece la posibilidad de utilizar los vínculos sociales desarrollados con un propósito concreto para fines distintos de los originales (Coleman, 1988). En este trabajo, nos interesa la factibilidad de utilizar con fines instrumentales las redes de contactos desarrolladas por las personas a lo largo de su vida. En este sentido, una persona podrá utilizar sus redes de contactos buscando los diferentes beneficios que le puedan aportar como, por ejemplo, en el caso que nos ocupa, un empleo. Los factores que explican por qué una persona con más contactos puede tener algún tipo de ventaja respecto a otros pueden ser variadas. Sin embargo, Lin (2001a) sintetiza los mecanismos mediante los cuales las redes sociales pueden mejorar los resultados en el mercado laboral en información, influencia y credenciales sociales.

Primero, en referencia al canal de la información, los mercados de trabajo se modelan a menudo como simples lugares de encuentro entre oferta y demanda. Sin embargo, lo habitual es que sean mercados imperfectos en los que las redes sociales tienen un papel relevante (Granovetter, 2005). Estas redes suponen una mejora de los flujos de información de posibles empleados, empleadores y oportunidades laborales. Es decir, a través de los contactos que las conforman, las personas pueden obtener información inaccesible de cualquier otro modo. Además, el flujo tiende a ser bilateral:

también las empresas pueden recibir por parte de sus empleados información sobre la disponibilidad de alguno de sus contactos (Lin, 2001a).

En el flujo de información descrito toman parte tres actores: la persona que busca el empleo (*job seeker*), el encargado de seleccionar a un candidato (*job screener*) y el contacto que ejerce de intermediario entre ambos. Los intermediarios conectan la información recibida de los *job seekers* y los *job screeners*. Por un lado, pueden recibir la información de que un contacto de su red está buscando empleo bien mediante encuentros casuales (unos “conocidos”) o porque este se haya dirigido directamente a él en busca de ayuda (en general, familiares y amigos). Por otro lado, reciben información sobre oportunidades de trabajo a través de redes como LinkedIn, otros contactos de su red, por casualidad o porque el departamento de Recursos Humanos (RR.HH.) de su empleador haya solicitado referencias (Fernández, 2021).

La importancia del papel informativo de las redes de contactos se debe a las asimetrías de información que afectan tanto a las personas que buscan empleo como a los empleadores. Ambos actores prefieren conocerse a través de personas en las que confían, por lo que la información procedente de las redes supone una disminución de los costes de búsqueda para las dos partes (Brady, 2015; Granovetter, 2005).

No obstante, el influyente trabajo *The strength of weak ties* de Granovetter (1973) abrió el debate sobre la importancia de la fortaleza de los vínculos en este proceso. El célebre artículo define la fortaleza como “una combinación (probablemente lineal) de la cantidad de tiempo, intensidad emocional, intimidad (confianza mutua) y servicios recíprocos que caracterizan el vínculo” (Granovetter, 1973, pp. 240-241). No todos los enlaces interpersonales que forman una red son iguales ni tienen la misma capacidad de transmitir información novedosa y útil. De acuerdo con Granovetter (1973), es más probable recibir información sobre oportunidades de trabajo de personas a las que nos unen vínculos débiles (conocidos) en lugar de vínculos fuertes (como familiares y amigos). La explicación reside en que las personas unidas por vínculos fuertes a un individuo suelen conocerse entre ellas y moverse en los mismos círculos. A menudo, aunque puedan tener una mayor predisposición que los conocidos a ofrecer su ayuda en la búsqueda de empleo, la información que ofrecen es redundante. Sin embargo, los conocidos tienen acceso a información que no está presente en la red social más próxima de un individuo y, por tanto, nueva para él.

De acuerdo con Granovetter (1995), muchos estudios excluyen del análisis a los encuestados que no buscan empleo. Por ello, los modelos económicos sobre la

búsqueda del empleo pueden pasar por alto la frecuencia real con la que los individuos descubren nuevos empleos a través de las redes de contactos. Los postulados de Granovetter se fundamentaron en datos empíricos. Este sociólogo, fundador de la Nueva Sociología Económica, realizó entrevistas a una muestra de estadounidenses que habían encontrado su empleo a lo largo de los años anteriores. De igual forma que en los estudios citados al comienzo de ese capítulo, los resultados revelaron que las redes de contactos eran la principal vía de acceso a un puesto de trabajo. El 56% de los entrevistados habían encontrado empleo de este modo. De ellos, algo más del 73% provenían de personas a las que los participantes decían ver menos de dos veces a la semana (lo que podríamos considerar como vínculos débiles o “conocidos”).

Algunos autores discuten y matizan las tesis de Granovetter (1973) sobre la importancia de los vínculos débiles en el mercado laboral. Gee et al. (2017) confirman que es más probable que una persona reciba ayuda para encontrar trabajo a través de sus vínculos débiles. Sin embargo, argumentan que esto se debe a la abundancia relativa de este tipo de lazos en la red de contactos de una persona. Utilizando datos de usuarios de Facebook, toman como proxy de la asistencia en la búsqueda de empleo el hecho de compartir lugar de trabajo con alguien a quien se conocía previamente. De este modo, demuestran que la probabilidad de compartir lugar de trabajo con una persona concreta a la que se está unido mediante un vínculo fuerte es mayor que la que tendría uno débil. Por tanto, individualmente un vínculo fuerte podría ser más valioso a la hora de encontrar trabajo que uno débil (Gee et al., 2017).

En cualquier caso, parece evidente que el canal de la información juega un papel importante como mecanismo generador de ventaja en la búsqueda de empleo. En base a esto, parece lógico pensar que tener una red de contactos relevantes, posiblemente de lazos débiles, permita obtener beneficios en el mercado laboral.

Segundo, para seguir con los mecanismos identificados por Lin (2001a), dependiendo de su posición social, los contactos de una persona pueden ejercer influencia sobre aquellos agentes con poder de decisión sobre la contratación. Esto implica que las recomendaciones hechas por los contactos pueden tener un peso distinto a la hora de tomar decisiones que afectan al individuo (Lin, 2001a).

Por definición, las personas de clases más altas gestionan empresas u ocupan puestos con más poder en las organizaciones. Por lo tanto, participar en una red de contactos que incluye personas de clase más alta puede tener un mayor impacto en los resultados en el mercado de trabajo, gracias al mecanismo de influencia.

A esto hay que sumarle el hecho de que los vínculos entre personas no se establecen de forma aleatoria, sino que siguen un patrón homofílico (Mouw, 2003). McPherson et al. (2001, p. 416) definen la homofilia como “el principio de que el contacto entre personas similares se produce a una tasa más alta que entre personas disímiles”. Es decir, es la tendencia de los individuos a establecer vínculos con personas similares a ellos (Cappellari & Tatsiramos, 2015).

El patrón es especialmente marcado en la dimensión étnica, pero también se manifiesta en muchas otras como la religión, la edad, el género, la educación, la ocupación o la clase social. De hecho, los autores destacan que la homofilia educacional, ocupacional y de clase tiene una mayor relevancia en la formación de vínculos débiles (Mcpherson et al., 2001), que presumiblemente, como ya se ha observado, son más relevantes para el mercado de trabajo.

Como resultado de la homofilia en la formación de las redes de contactos, el mecanismo de influencia contribuye a acentuar las desigualdades sociales: las personas en los estratos más bajos no tendrán, por lo general, vínculos con otros en las clases altas y con mayor capacidad de influencia; sin embargo, aquellas de los estratos altos tenderán a mejorar sus resultados a través de este canal, multiplicando así sus oportunidades vitales.

Tercero, ni siquiera es necesario que un contacto llegue a abogar por alguien ante el empleador para que el capital social tenga efecto. El hecho de que una persona tenga un vínculo reconocido con un determinado contacto puede llegar a ser considerado por la organización o los agentes a cargo de la toma de decisiones como una prueba de las credenciales sociales del individuo. Brown et al. (2016) citan como ejemplo de credenciales sociales la diferenciación que aportan los estudios en universidades de élite (como Oxford) frente al resto de títulos universitarios. Entre otras razones, argumentan que estas titulaciones señalan una red de contactos diversa y amplia. Estas credenciales sirven para certificar que el individuo tiene acceso a determinados recursos a través de sus redes (es decir, como se desarrollará en el apartado 3.1 de este trabajo, su capital social). El empleador puede tener en cuenta estos recursos por considerarlos útiles, más allá de otras formas de capital intrínsecas al individuo (Lin, 1999). Las credenciales sociales son, por lo tanto, indicadores de la posibilidad de acceso de un individuo a determinados recursos a través de la movilización de los contactos de su red, recursos que pueden ser de utilidad también para la entidad empleadora.

De hecho, este tipo de credenciales están cobrando cada vez una mayor relevancia en el mercado laboral español, debido, entre otros factores, a la devaluación de otro tipo de credenciales, como las titulaciones universitarias. Antaño, los titulados universitarios representaban una proporción pequeña de la población española. Sin embargo, a lo largo de las últimas generaciones, ha tenido lugar un gran crecimiento de la cantidad de titulados universitarios. Mientras que sólo el 14% de los nacidos en España a lo largo de la década de 1950 disponían de educación universitaria, la mitad de los nacidos en los años 80 alcanzaron este nivel educativo (INE, 2020).

El sistema productivo español no ha sido capaz de absorber ese fuerte incremento del capital humano con nuevas ocupaciones que requieran esas competencias. Como muestra de ello, de los empleados en puestos de cuello blanco con bajas competencias, un 45% de los nacidos en las décadas de los 70 y los 80 tienen estudios universitarios (es decir, están sobrecualificados), frente al 12% de los nacidos en los años 40 y 50. Algo similar ocurre con los trabajadores de cuello azul (un 15% frente a un 4%). (INE, 2020). Una titulación universitaria es una credencial de la que actualmente disponen muchos candidatos. Se evidencia así un fenómeno de inflación de credenciales educativas en el mercado laboral español. Algunos autores defienden que, en esta situación, los encargados de un proceso de selección valorarán otros factores diferenciadores de un candidato, como las credenciales sociales (Perales & Hernández, 2015; Tholen et al., 2013). En consecuencia, las credenciales sociales suponen, cada vez en mayor medida, una posición de ventaja en el mercado laboral español.

En conclusión, la información, la influencia y las credenciales sociales constituyen instrumentos que otorgan una ventaja a las personas que poseen redes más amplias y de más valor. Esta ventaja se materializa en la posibilidad de acaparar las mejores oportunidades laborales, tal y como se describe en el siguiente apartado.

2.2. Rendimientos asociados a las redes de contactos personales

Las redes, a través de los mecanismos expuestos anteriormente, pueden afectar a distintos resultados en el mercado laboral. En este apartado nos centraremos en los efectos sobre la probabilidad de estar empleado y el salario.

En general, la mayoría de los autores concuerdan en que las personas que utilizan sus redes de contactos para encontrar empleo tienen una mayor probabilidad de ser contratados. Por ejemplo, Cappellari & Tatsiramos (2015) analizan la influencia de la

calidad de las redes en el proceso de búsqueda de empleo. Utilizan datos sobre relaciones de amistad y resultados en el mercado laboral de ciudadanos británicos. Con ellos concluyen que tener un amigo empleado adicional aumenta un 15% la probabilidad de encontrar empleo. Esto respalda el hecho de que estos contactos podrían utilizar los mecanismos de información e influencia para favorecer la contratación del candidato. En la misma línea, Brady (2015) encuentra, para el mercado de trabajo irlandés, que los individuos involucrados en grupos o asociaciones religiosas, cívicas, sociales o políticas tienen un 4% más de probabilidad de estar empleados. Aunque más adelante en este trabajo desarrollaremos este punto, cabe destacar que la participación en este tipo de grupos redundaría en la creación de un mayor número de vínculos débiles en la red de un individuo. Por el contrario, el contacto con amigos o familiares (personas con las que se mantienen lazos fuertes) no tiene un efecto significativo sobre la probabilidad de estar empleado. Estos resultados respaldarían las tesis de Granovetter (1973) respecto a la importancia de los vínculos débiles. No obstante, los vínculos fuertes tienen una gran utilidad al jugar un papel de amortiguadores en situaciones en las que el individuo no tiene empleo (Brady, 2015).

También existe evidencia al respecto a nivel micro. Mediante el estudio de los procesos de selección de empresas, autores como Petersen et al. (2000) llegan a la conclusión de que los candidatos que son objeto de una referencia por parte de un empleado tienen una mayor probabilidad de ser contratados. Profundizando en este ámbito, se detecta que las organizaciones tienen en cuenta en mayor medida las referencias realizadas por los empleados con mayor rendimiento (Yakubovich & Lup, 2006). Esto, seguramente, sea un reflejo de cómo interviene la homofilia existente en las redes de contactos en los procesos de contratación. En consecuencia, la organización considerará que los candidatos referenciados por estos empleados comparten características con ellos, en particular su productividad (Hasan, 2018). En este sentido, se trataría de otra forma de credenciales sociales.

Para el caso del mercado de trabajo español (sobre el que versa este trabajo), la literatura existente destaca que la participación social se traduce en un aumento de la probabilidad de estar empleado (Caparrós Ruiz, 2020). En concreto, tomar parte en organizaciones como partidos políticos y sindicatos, asociaciones profesionales u otro tipo de asociaciones supone el establecimiento de vínculos débiles. La participación en estas organizaciones implica el trato cotidiano con dichos contactos, influyendo positivamente en la probabilidad de estar empleado. Asimismo, el contacto cotidiano con amigos cercanos y familiares (vínculos fuertes) también supone una reducción de

la probabilidad de encontrarse desempleado. Estos resultados contradicen de forma parcial las hipótesis de Granovetter (1973), ya que los lazos débiles no influyen en el resultado en mayor medida que los fuertes. Esta es una importante diferencia con los resultados obtenidos en países anglosajones. Podría deberse a factores culturales relacionados con el hecho de que sean sociedades más individualistas que la española (Caparrós Ruiz, 2020).

Otra línea de investigación relevante se centra en las consecuencias del uso de las redes de contactos sobre los salarios. La teoría indica que el uso de las redes propicia una reducción de la incertidumbre debido a las mejoras de los flujos de información. En consecuencia, las organizaciones encontrarán trabajadores que se ajusten mejor a las características de los puestos. El contratante debería estar dispuesto a pagar salarios mayores a trabajadores más adecuados y de mayor calidad (Hasan, 2018). Sin embargo, para el caso de los salarios, la evidencia parece menos clara que para el de la probabilidad de encontrar empleo. En este sentido, el propio Granovetter desvinculó los efectos sobre los salarios de su teoría sobre la importancia de los lazos débiles: “no afirmé que los trabajos encontrados a través de vínculos débiles tuvieran mejores salarios que aquellos encontrados mediante vínculos fuertes” (Granovetter, 1995, p. 148).

Bentolila et al. (2010) asocian el uso de las redes de contactos en la búsqueda de empleo con un menor salario. Este efecto negativo podría estar relacionado con la idea de que las redes sociales limitan su alcance a unas determinadas ocupaciones. En consecuencia, muchas veces imposibilitan aprovechar al máximo las capacidades del individuo en el puesto de trabajo encontrado. Sin embargo, estos autores destacan que la experiencia del sujeto contribuye a neutralizar este efecto negativo del uso de contactos sobre el salario. En cualquier caso, este resultado apunala la importancia de la composición y del valor de las redes sociales, relacionada con el concepto de credencial social. No todas las redes son iguales: las redes de personas que ocupan posiciones más relevantes en la escala social conllevan mayores recursos y el acceso a mayores oportunidades.

Cappellari y Tatsiramos (2015) encuentran diferencias en los efectos sobre los salarios derivadas del grado de homofilia de las redes. Confirman, con datos del Reino Unido, la relación negativa entre el uso de las redes y los salarios expuesta por Bentolila et al. (2010) para las personas poco cualificadas y con redes sociales más familiares (es decir las redes menos homófilas). Sin embargo, las redes de las personas

cualificadas, con amigos con cualificaciones similares, tienen un efecto positivo sobre los salarios. En concreto, cada amigo adicional empleado supone un aumento del salario de un 6%. Se entiende, por lo tanto, que las redes homófilas (principalmente en cuanto a ocupación) proporcionan más oportunidades de trabajo que encajen con las habilidades de la persona que busca empleo. Estos resultados señalan la importancia de las redes de contactos profesionales en el mercado laboral.

Deguilhem et al. (2019) presentan una visión muy similar a la anterior para el mercado de trabajo colombiano. Para el conjunto de los trabajadores, la relación entre el uso de las redes de contactos y la calidad del empleo obtenido (un índice que combina salario y responsabilidades) es negativa. Sin embargo, profundizan en esta relación distinguiendo el efecto entre los trabajadores mejor posicionados y los más vulnerables socialmente. Para los primeros, que suelen utilizar vínculos débiles, no se halla un efecto significativo sobre la calidad del empleo respecto al uso de las vías formales de búsqueda. Por el contrario, para los trabajadores vulnerables, la movilización de sus vínculos fuertes en el proceso de búsqueda de empleo supone una reducción de la calidad del puesto encontrado.

Para el caso del mercado laboral de España, Caparrós Ruiz (2020) analiza datos anteriores y posteriores a la crisis del año 2008 (años 2006 y 2015) para observar posibles cambios en la relación entre el uso de las redes de contactos y los salarios. Sin embargo, no aprecia grandes alteraciones: tanto los vínculos fuertes derivados de la interacción frecuente con amigos y familiares como los débiles derivados de la participación tienen un efecto positivo sobre los salarios para ambos períodos.

En resumen, hemos puesto en evidencia que las redes sociales pueden, mediante distintos mecanismos (información, influencia y credenciales sociales), afectar a los resultados que cada individuo alcanza en el mercado laboral. Por lo tanto, la revisión de la literatura existente lleva a plantear la hipótesis de que, también para el caso de España, los individuos con una mayor dotación de capital social de red tienen una mayor probabilidad de estar empleados. En particular:

Hipótesis 1: En España, los individuos que disponen de redes de contactos más amplias tienen una mayor probabilidad de estar empleados.

Como se ha observado hasta el momento, en general, la literatura empírica ha analizado esta relación suponiendo que el asociacionismo es una medida indirecta de la amplitud de las redes sociales. Sin embargo, en este trabajo se plantea este análisis mediante una medida más directa de la red de contactos personales, derivada de un “generador de posiciones”, un instrumento que se describirá en el capítulo siguiente.

3. El capital social y su medición

Una vez establecida la importancia del capital social para los resultados en el mercado laboral, en este capítulo se aborda el problema de su medición. En primer lugar, se presenta el concepto de capital social. A continuación, se exponen distintas herramientas desarrolladas con la finalidad de medirlo y, en particular, el instrumento que se utiliza en la parte empírica de este trabajo.

3.1. Concepto de capital social

La Economía, así como otras Ciencias Sociales como la Sociología, han intentado abordar la gran pregunta de las causas de las distintas formas de desigualdad. Aunque desde diversos puntos de vista como el social, legal o religioso, la igualdad de oportunidades parece una aspiración importante, es evidente que unos individuos gozan de mayores facilidades que otros a la hora de alcanzar sus metas (van der Gaag, 2005).

De entre las distintas explicaciones que se han dado a estas desigualdades el concepto de capital social ofrece una respuesta desde una perspectiva socioeconómica: se necesita acceso a recursos y capacidad de movilizarlos para conseguir objetivos personales. Por lo tanto, los individuos con más recursos tendrán más oportunidades de triunfar a la hora de alcanzar sus metas (van der Gaag, 2005).

El concepto se sitúa en un lugar donde los límites entre lo económico y lo social son difusos. Esto permite tener en cuenta la influencia de la dimensión social en los hechos económicos a la vez que plantea una serie de cuestiones sociológicas. Algunos ejemplos son las preguntas de hasta qué punto es importante el mérito personal y hasta cuál disponer de contactos o qué tipo y bajo qué circunstancias los contactos son útiles (Membriela-Pollán & Pena-López, 2017; van der Gaag, 2005).

El concepto de “capital” ha experimentado un largo desarrollo, desde, por ejemplo, el trabajo de Weber, quien teorizó alrededor de la contribución del dinero (el capital financiero). Posteriormente, se fueron incorporando conceptos como el capital político (a través del poder), el capital humano (derivado de las habilidades) y el capital cultural (derivado de los conocimientos culturales) (Bourdieu, 1973) como variables que influyen en los logros individuales (van der Gaag, 2005).

Finalmente, se ha planteado la cuestión de cómo las personas con las que un individuo mantiene algún tipo de relación (familiares a través de la transmisión intergeneracional, de amistad, laboral, o vecindad, por ejemplo) pueden influir, tanto positiva como negativamente, en la consecución de sus metas. De aquí surge el concepto de capital social: la consideración de que las relaciones son una llave a una serie de recursos más allá de los personales, es decir, un capital que ofrece algún tipo de rendimiento (van der Gaag, 2005).

La idea de capital social permite llevar a cabo analogías con la teoría económica. Hennings (1987, p. 327) define el capital como “el stock de (...) productos básicos que se requieren para la producción, sin importar lo sujetos que están al desgaste”. El capital social encaja bien en esta definición. Las relaciones suponen una inversión de recursos propios para generar y mantener un stock de contactos, los recursos de la red funcionan como bienes de capital (el producto básico requerido) y ambos están expuestos al desgaste .

Desde una perspectiva histórica, se puede situar la primera mención al concepto de capital social tal y como lo conocemos décadas atrás en el tiempo, con los estudios de Hanifan (1920). El término ya se recogía en el s. XIX, aunque, de acuerdo con Castiglione et al. (2008), con un significado distinto y poco consistente.

A pesar de ser un ámbito de investigación relativamente reciente, el concepto de capital social bebe de conceptos desarrollados anteriormente, como las formas de solidaridad de Durheim, la jerarquía y el poder de Weber, las clases sociales de Marx o las redes de relaciones de Rousseau (Membiela-Pollán & Pena-López, 2017).

Paralelamente al estudio del capital social, florece el estudio de las redes sociales. Algunos temas de interés para los investigadores en este ámbito son los patrones en las relaciones interpersonales y sus consecuencias, la formación de las redes sociales o el concepto de apoyo social. Este último punto de vista contemplaba los intercambios de ayuda entre individuos como el resultado más relevante de las relaciones sociales. Algunos autores, como Flap (1991) incluso consideran que la simple existencia de los contactos facilita a un individuo el alcance de sus metas.

Los distintos autores divergen a la hora de dar una definición de capital social. Esto se debe a que en él convergen aspectos a nivel individual y colectivo y, por tanto, tiene efectos a nivel micro y macro (Paxton, 1999). La principal crítica a la teoría del capital social es, de hecho, la ambigüedad existente respecto al término *capital social*. El concepto a veces actúa como un paraguas que recoge multitud de aspectos distintos,

como normas, confianza, valores, o redes sociales individuales (Pena-López & Sánchez Santos, 2005). Esto está relacionado con la multidimensionalidad que se deriva de la complejidad de lo social. Sin embargo, dicha multidimensionalidad no merma la importancia que este concepto tiene en el plano económico.

En este trabajo adoptaremos una clasificación de las distintas definiciones de capital social en dos perspectivas: el capital social a nivel colectivo (macro) y a nivel individual (micro). De acuerdo con van der Gaag (2005), estas dos corrientes identifican el capital social como un bien colectivo o como un bien individual, respectivamente.

En primer lugar, la perspectiva macro define el capital social como un bien colectivo, surgido de la participación e implicación de los individuos en grupos sociales del que tanto el conjunto de la comunidad como cada uno de sus miembros salen beneficiados (van der Gaag, 2005).

A pesar de convivir distintas visiones dentro de esta perspectiva, se pueden extraer una serie de apreciaciones comunes. Los individuos no dan acceso a terceros a sus recursos salvo que se den unas condiciones determinadas. Algunos autores señalan las ideas de reciprocidad, complementariedad, confianza y la presencia de normas entre dichas condiciones (van der Gaag, 2005).

La reciprocidad está presente en las transacciones con capital social, que se caracterizan por ser intercambios diferidos (van der Gaag, 2005). Es decir, a menudo un individuo da acceso a otro a sus recursos esperando recibir a cambio una contraprestación en el futuro (Flap & Völker, 2003). Además, para que el intercambio se produzca, el valor de la ayuda para el receptor debe ser mayor que el coste de prestarla (Coleman, 1990). La incertidumbre respecto a la futura contraprestación hace necesaria la confianza en que la otra parte devolverá la ayuda recibida y no incurrirá en un comportamiento oportunista. El concepto de reciprocidad, además, encaja con la idea de que (de forma premeditada o no) las personas invierten en la formación y mantenimiento de redes sociales con la expectativa de recibir a través de ellas beneficios, tanto expresivos como instrumentales (Flap, 2002).

Los valores y normas de comportamiento específicos que rigen un determinado contexto social permiten la realización de intercambios diferidos. Para ello, Coleman (1990) ve necesaria la existencia de un consenso social sobre el deber moral de ofrecer una contraprestación a cambio de la ayuda recibida. Se configura así un clima de cierta confianza en la sociedad que facilita las transacciones con capital social, limitando el oportunismo. También pueden afectar al capital social las normas relativas a la

solidaridad, orientadas al deber de ofrecer ayuda a aquellos que la necesitan. En este sentido, autores como Putnam (1993) señalan una tendencia al alza del individualismo que merma el capital social. No obstante, las normas también pueden generar un efecto negativo cuando señalan a qué individuos se debe ayudar y a cuáles no (van der Gaag, 2005).

Desde su propio punto de vista, Coleman (1988) señala que el capital social “no es una entidad única, sino una variedad de entidades diferentes que tienen dos características en común: las dos forman parte de algún aspecto de una estructura social y facilitan ciertas acciones a los individuos dentro de la estructura” (Coleman, 1988, p. 98). Dichas entidades (como las normas, sanciones o la cercanía entre miembros que garantiza el cumplimiento de las anteriores) se emplean con el fin de conseguir ciertos objetivos o cubrir determinadas necesidades (Millán & Gordon, 2004). Además, regulan las interacciones de los miembros de un grupo o sociedad, facilitando la colaboración entre los individuos y mejorando la productividad del conjunto.

Otros autores dentro de la perspectiva macro centran su visión del capital social en un nivel social. Un ejemplo paradigmático es Putnam, que define el capital social como las “características de la organización social, como la confianza, las normas y las redes que pueden mejorar la eficiencia de la sociedad al facilitar las acciones coordinadas” (Putnam et al., 1993, p. 167). De este modo, el capital social contribuye al buen funcionamiento de las instituciones y los mercados, el desarrollo económico y la cohesión social (Membiela-Pollán & Pena-López, 2017).

La perspectiva macro enfatiza el papel de la confianza como un componente del capital social que contribuye a la reducción de los costes de transacción (Castiglione et al., 2008). Además, reconocen el papel del asociacionismo en la generación de confianza social, fomentando la cooperación, y la solidaridad entre los individuos (Putnam et al., 1993).

Sin embargo, también existe una vertiente negativa de este tipo de capital social. Los recursos de los que habla Coleman (1988) (obligaciones y expectativas, información potencial, normas y sanciones, relaciones de autoridad y apropiabilidad) puede tener efectos perniciosos. En tal caso, el capital social favorecerá los intereses del grupo generando externalidades negativas que mermen el capital social agregado (sirvan como ejemplo los casos de las organizaciones criminales o de algunos grupos de interés). En este sentido, Paxton (2007) alega que el asociacionismo genera confianza

social cuando las asociaciones no permanecen aisladas, sino conectadas con el resto de las asociaciones.

En segundo lugar, la perspectiva micro o de redes aborda el capital social como un recurso individual. Se caracteriza por poner el foco en el individuo como beneficiario de sus redes. Esta perspectiva parte de la idea de que los recursos de las personas con las que mantenemos algún vínculo, se pueden considerar capital. Los recursos sociales tienen la capacidad de complementar o sustituir a los recursos propios (capital financiero, humano y político) para la consecución de los objetivos de un individuo (van der Gaag, 2005). Se centra en el uso de dichos recursos por parte de los individuos con fines tanto instrumentales como expresivos. Las acciones instrumentales son aquellas cuyo fin es conseguir recursos que no se poseían anteriormente (como una vivienda, estatus o, como en este trabajo, un empleo). Las acciones expresivas, por su parte, permiten mantener los recursos que ya se poseen; por ejemplo, el apoyo afectivo de otros individuos (van der Gaag, 2005).

Dentro de la perspectiva micro, Membiela-Pollán y Pena-López (2017) clasifican las definiciones de los distintos autores en dos grupos. Los primeros identifican el capital social con la red de contactos de la que dispone un individuo (que le permitirá extraer recursos para su propio beneficio). Para el segundo grupo, el capital social lo constituyen los propios recursos que los individuos obtienen de dichas redes.

Como uno de los autores más relevantes dentro de la perspectiva individual, Nan Lin integra ambas visiones incluyendo tanto las redes como los recursos. Define el capital social como “los recursos incrustados en la red social de un individuo, recursos a los que se puede conseguir acceso o movilizar a través de vínculos en las redes” (Lin, 2008, p. 4).

Estas definiciones recogen la visión, expuesta anteriormente, de las redes como un lugar donde los individuos intercambian sus recursos en base a sus preferencias hasta alcanzar un equilibrio. Para ello, invierten racionalmente sus recursos en la formación de sus redes teniendo en cuenta los beneficios esperados en el futuro. Por ello, las principales críticas a la perspectiva individual del capital social se centran en la visión excesivamente instrumental que da de las redes sociales y las relaciones interpersonales, así como la omisión de los efectos negativos que pueden ocasionar (Membiela-Pollán & Pena-López, 2017).

Como hemos observado en el capítulo 2, el objetivo de este trabajo es estudiar el papel de las relaciones personales en la consecución de un objetivo instrumental

concreto, la consecución de un empleo. Por lo tanto, la perspectiva que adoptamos es la individual. Es decir, consideramos que las redes sociales de cada persona constituyen los mecanismos fundamentales de generación de una ventaja en el mercado laboral.

Cada una de las perspectivas que se han presentado en este apartado implica el uso de instrumentos específicos de medición del capital social. En el apartado siguiente se discute esta cuestión.

3.2. Medidas del capital social

Cada una de las perspectivas analizadas en el apartado anterior ha ido desarrollando sus propias herramientas para la medición del capital social.

Desde la perspectiva macro, se utiliza el número de grupos (de índole religiosa, sindical, o deportiva, entre otros) per cápita de los que forma parte una población como medida de la densidad del asociacionismo. Esta es, por tanto, desde la perspectiva de autores como Putnam, la manera adecuada de medir el capital social.

Otros métodos centrados en el ámbito macro del capital social se basan en la medición de la confianza a través de encuestas. En los cuestionarios de dichas encuestas, se incluyen preguntas directas sobre el nivel de confianza del individuo en la sociedad (Paldam, 2000).

La perspectiva micro, que es la que se adopta en este trabajo, se centra, sin embargo, en medir la extensión y los recursos contenidos en una red social individual, así como la capacidad de movilizarlos. En general, la información no se obtiene de la observación directa, sino a través de encuestas. Con ese fin, Lin (2008) señala el generador de nombres y el generador de posiciones como los instrumentos más adecuados

El generador de nombres obtiene una lista de miembros de la red de un individuo a través de un grupo de preguntas sistematizadas. El sujeto los enumera de memoria cuando se le pregunta a través de quienes podrían acceder a una serie de recursos. Posteriormente, una entrevista (de interpretación de los nombres) puede servir para recabar las características de las personas nombradas y el tipo de relación que mantienen con el entrevistado (Membiela-Pollán & Pena-López, 2017; van der Gaag, 2005).

Aunque el generador de nombres es especialmente útil en el estudio de los contactos más cercanos y, por tanto, de los vínculos fuertes, Lin (2008) señala su

limitación en cuanto al número de miembros de la red que el individuo es capaz de recordar. Sin embargo, al incluir también a personas con las que existen vínculos débiles, recoge recursos tanto de tipo expresivo como instrumental.

Por su parte, el generador de posiciones es un instrumento de medición que no se centra de forma específica en las relaciones que componen la red de contactos de un individuo, sino que tiene en cuenta los recursos contenidos en ella (Lin & Dumin, 1986). Para inferirlos, se mide el acceso del individuo a otras personas que trabajan en una serie de posiciones.

La construcción de este instrumento parte de las premisas recogidas por la teoría de los recursos sociales de (Lin, 1982). De acuerdo con estas, la riqueza, el poder y el estatus son recursos que pueden indicarse mediante el prestigio ocupacional.

El primer paso para obtener los datos del generador de posiciones es elaborar una lista de ocupaciones representativas de la población de estudio. Las ocupaciones elegidas combinarán empleos de distinto estatus, y se ordenarán a través de una escala de prestigio. Aunque la cifra de ocupaciones incluidas varía entre investigaciones, es importante que las seleccionadas estén lo suficientemente extendidas socialmente como para que se produzcan respuestas afirmativas (Lin & Dumin, 1986).

Posteriormente, se pregunta a los encuestados si conocen personalmente a alguien cuyo empleo encaje con cada una de las ocupaciones de la lista. La disponibilidad de los recursos dependerá del tipo de relación que le da acceso a una ocupación. Cuanto más fuerte es el vínculo que lo une al encuestado, mayor será la predisposición de un determinado conocido a darle acceso a sus recursos. En consecuencia, muchas de las encuestas distinguen entre tres niveles de relaciones: de parentesco, de amistad o simples conocidos. Estas respuestas son codificadas para su posterior análisis. (van der Gaag, 2005).

Es importante definir de forma precisa en el cuestionario qué se considera como un "conocido". El generador de posiciones no se refiere de manera específica a ningún intercambio de recursos entre las partes. En consecuencia, la definición escogida debe evitar que los encuestados tengan en cuenta relaciones que no generan capital social. En concreto, debe excluir a personas con las que el individuo se encuentra a menudo, pero con las que no mantienen ningún tipo de relación personal ni existe un trato de reciprocidad (Lin & Dumin, 1986).

Por lo tanto, el generador de posiciones se basa en la disponibilidad de recursos ajenos a través de las relaciones sociales y mide el acceso a los recursos, no su uso. En contraste con otros instrumentos centrados en el individuo, el generador de posiciones no busca información detallada acerca de las personas que forman la red social de un individuo. Por el contrario, se centra en la composición a nivel de estatus de la red social individual a un nivel amplio, no sólo incluyendo a las personas a las que unen vínculos más fuertes. Frente al generador de nombres, presta una mayor atención a los vínculos débiles: conocidos, compañeros o excompañeros de trabajo, miembros de las mismas asociaciones o clubes que el individuo, entre otros. Además, al enfocarse en el estatus de las distintas posiciones que componen la red, se centra en medir el acceso a los recursos de tipo instrumental (Schulz et al., 2017; van der Gaag, 2005).

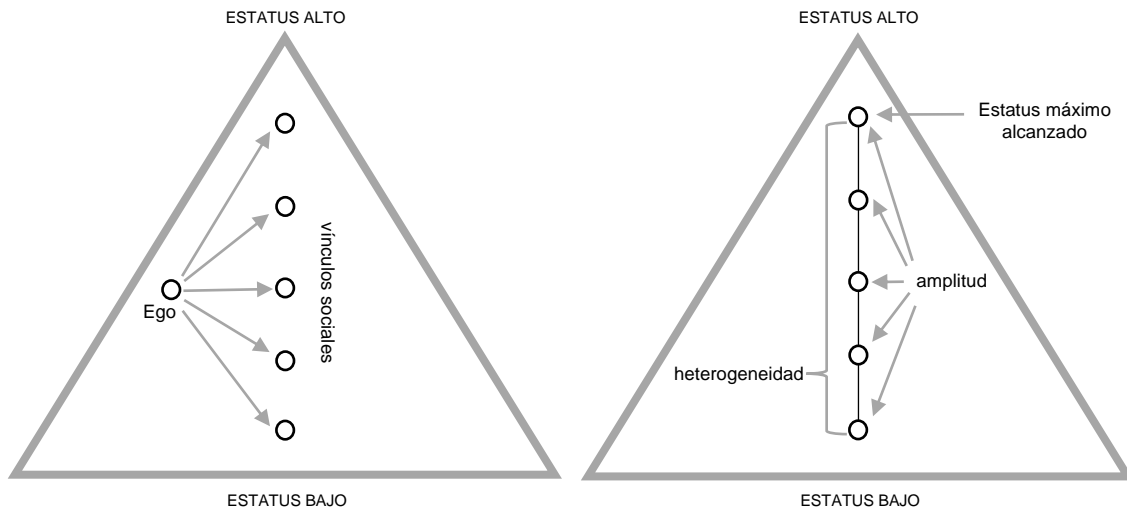
Los datos obtenidos a través del generador de posiciones permiten la extracción de las tres características principales de la red social de un individuo, recogidas en la figura 1: estatus máximo alcanzado, heterogeneidad de los recursos y amplitud de red. De acuerdo con Lin (2001b), estas tres características permiten medir la dotación de capital social individual.

Van der Gaag, (2005, p. 106) define el estatus máximo alcanzado como “el mayor nivel de prestigio al que se accede” entre las ocupaciones recogidas en el cuestionario. Es decir, de entre los vínculos sociales del entrevistado, el que se sitúa más alto en la escala de estatus. La utilidad de esta medida descansa en la idea de que las personas con mayor estatus social y mejor posicionadas socioeconómicamente dan acceso a mejores recursos sociales: mejor información, más poder sobre otros o más credibilidad (Schulz et al., 2017).

La heterogeneidad de los recursos es “la diferencia de prestigio entre las posiciones de menor y mayor prestigio a las que ha accedido el encuestado” (van der Gaag, 2005, p. 106), es decir, la amplitud de niveles de prestigio que abarca la horquilla de posiciones a las que tiene acceso. Esta medida recoge la diversidad de la red. La idea básica detrás del concepto de diversidad es que del mantenimiento de unos vínculos sociales más diversos se deriva un incremento de la probabilidad de acceder a capital social útil (Flap, 1991).

Del propio concepto de diversidad surge también la tercera medida: la amplitud de red. Su obtención es sencilla, sumando el total de respuestas positivas. Es decir, es el “número de posiciones distintas” (Lin, 2001b, p. 63) a las que el encuestado tiene acceso a través de su red de entre las recogidas por el instrumento.

Gráfico 1. Medidas del capital social.



Fuente: Elaboración propia a partir de Lin (2001b, p. 62)

Además, una de las ventajas del generador de posiciones es su versatilidad. Dependiendo del propósito concreto de cada investigación, los datos obtenidos permiten la obtención de diferentes índices (Schulz et al., 2017). Algunos ejemplos recogidos por van der Gaag (2005) son el prestigio total accedido (obtenido sumando el prestigio de todas las posiciones a las que se tiene acceso), el número de elementos accedidos o el prestigio medio accedido (calculado dividiendo el prestigio total entre el número de ocupaciones al que se tiene acceso).

El presente trabajo se centra en analizar el impacto del capital social de un individuo en sus resultados en el mercado laboral. De acuerdo con los objetivos citados, las herramientas que se utilizarán para medir el capital social son las medidas derivadas del generador de posiciones; en concreto, la amplitud.

4. Análisis empírico

En este capítulo se presenta la metodología utilizada para el análisis, se describen los datos empleados, la muestra final y sus principales características y finalmente se exponen e interpretan los resultados obtenidos.

4.1. Metodología

Para estudiar la hipótesis que hemos planteado desde el punto de vista empírico, en este trabajo seguimos la metodología empleada por Brady (2015), que analiza la relación entre asociacionismo y situación laboral para el caso de Irlanda, adaptada para tener en cuenta la amplitud de las redes medida mediante el generador de posiciones. En particular, se utiliza una estrategia en dos pasos. El primero es la elaboración de un modelo Probit para evaluar la relación entre el capital social de red y la probabilidad de tener un empleo. En la estimación del modelo, se incluyen como controles las variables generalmente utilizadas en la literatura empírica para este caso: el nivel de educación, el tipo de hábitat de residencia, la situación de pareja del individuo (si está emparejado o no) y otras características personales como la edad y el género.

El modelo Probit modela la probabilidad de que un individuo esté empleado ($Y=1$) usando la función de distribución acumulada de una distribución normal estándar ($\Phi(z)$), evaluada en $z = \beta_0 + \beta_1 X$, en donde X es un vector de variables independientes. El modelo se puede expresar como $Pr(Y=1 | X) = \Phi(\beta_0 + \beta_1 X)$ - donde $\Phi(\cdot)$ es la función de densidad normal acumulada y $z = \beta_0 + \beta_1 X$ es el z -valor.

En nuestro caso, la Ecuación 1 es una representación simple del modelo de referencia:

$$Empleo_i = \alpha_0 + \beta Amplitud_i + \sigma Z_i + \varepsilon_i \quad (1)$$

Donde $Empleo_i$ es una variable binaria que indica si el individuo está empleado (1) o desempleado (0). $Amplitud_i$ es la herramienta utilizada para medir la dotación de capital social de red del individuo. Z_i contiene las variables de control enumeradas anteriormente y ε_i es la perturbación aleatoria.

En consecuencia, la probabilidad de que un individuo i esté empleado es:

$$P_i = Pr(Empleo_i = 1 | Amplitud_i, Z_i) = \Phi(\alpha_0 + \beta Amplitud_i + \sigma Z_i + \varepsilon_i) \quad (2)$$

Siendo Φ la función de distribución normal. Los parámetros anteriores se estiman por los métodos de máxima verosimilitud bajo el supuesto de que la perturbación aleatoria ε_i no está correlacionada con las variables exógenas del modelo.

A la hora de estimar la Ecuación 1 se asume que $Amplitud_i$ está determinada de forma exógena. Sin embargo, existe la posibilidad de que la amplitud de la red personal esté determinada a su vez por el empleo o por factores no observados que afectan a ambas variables. En particular, en nuestro caso, parece relevante considerar la posibilidad de que el hecho de estar empleado tenga un efecto sobre el tamaño de las redes de contactos personales, generando así un problema de simultaneidad. Por lo tanto, debemos evaluar si $Amplitud_i$ presenta un problema de endogeneidad, es decir, contrastar si está correlacionada con la perturbación aleatoria (ε_i). Si esto sucede, la estimación de la Ecuación 1 mediante un modelo Probit tendrá como resultado la estimación de parámetros sesgados.

Para afrontar este posible problema de endogeneidad, estimamos un modelo Probit con variables instrumentales a partir de las ecuaciones 1 y 3 (Brady, 2015; Greene, 2012).

$$Empleo_i = \alpha_0 + \beta Amplitud_i + \sigma Z_i + \varepsilon_i \quad (1)$$

$$Amplitud_i = \alpha_1 + \beta Instrumento_i + \mu Z_i + \tau_i \quad (3)$$

Donde la amplitud de la red de un individuo i está determinada por los controles ya mencionados y por una variable instrumental. El instrumento que se utilizará es la confianza en los demás, en línea con Narayan y Pritchett (2000) y Brady (2015). La suposición de partida es que la confianza tiene un efecto positivo sobre la amplitud de las redes, es decir, está correlacionada con el capital social; pero, simultáneamente, no está correlacionada con el empleo. Para contrastar estas hipótesis estimaremos las ecuaciones 1 y 3 y utilizaremos un test t.

Además, un test de Wald servirá para contrastar la posible endogeneidad de la variable $Empleo_i$. Bajo la hipótesis nula de que el coeficiente de correlación entre los errores ε_i y τ_i es cero, un resultado no significativo supondría la inexistencia del problema de endogeneidad. En ese caso, es apropiado utilizar los resultados de la estimación Probit de la ecuación 2 y no sería necesario la utilización de variables instrumentales.

4.2. Datos

Para la elaboración de este trabajo se han utilizado las respuestas a la encuesta “Capital Social y Desigualdad” llevada a cabo por el grupo de investigación OSIM de la UDC en el marco del proyecto CSO2017-86178-R del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad de España.

Los datos se obtuvieron mediante la realización de un cuestionario a una muestra representativa ($n=3000$) de la población española mayor de 18 años. Se desarrolló un muestreo multietapa teniendo en cuenta las unidades territoriales, el tipo de hábitat, el género y la edad. El cuestionario se llevó a cabo a través de contactos telefónicos aleatorios asistidos por ordenador.

Para obtener la muestra utilizada en este trabajo se parte de las 3.000 respuestas disponibles. Atendiendo a su situación profesional, se descarta a los jubilados (860 personas), a los estudiantes (245 personas) y a las personas que llevan a cabo trabajo doméstico no remunerado (223 personas). Además, se eliminan las observaciones que no contienen respuesta a las preguntas sobre el nivel educativo (80 personas) y su situación de pareja (7 personas). Como resultado, la muestra utilizada en este trabajo está formada por un total de 1.585 individuos.

A partir de aquí, se crea la variable “*empleo*”. La categoría “*empleado*” ($empleo=1$) aglutina a todos aquellos individuos que declaran tener un empleo en el momento de la entrevista (el 83% del total). Estos datos muestran bastante concordancia con la tasa de desempleo española, arrojando un 17,1% de personas no empleadas en la muestra ($empleo = 0$).

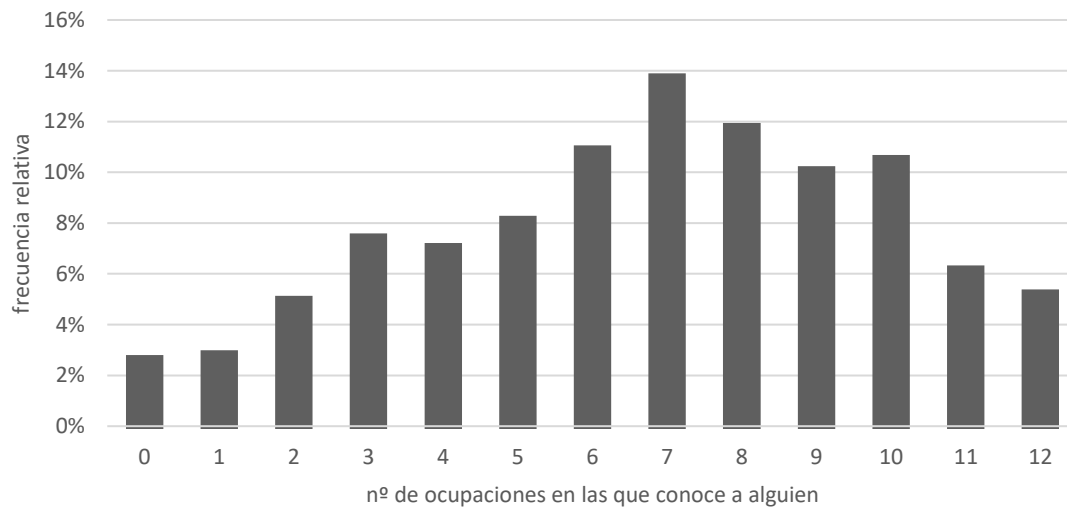
La composición de género de la muestra también es representativa de la población, con un 51% de mujeres ($género = 0$) y un 49% de varones ($género = 1$). En cuanto a edad, la media de las observaciones se sitúa en 44,46 años ($DT = 11,21$).

Para la creación de la variable “*nivel educativo*”, se establecen 3 niveles. El *nivel 1* incluye a las personas que reportan no tener estudios o tener estudios primarios (6%). El *nivel 2* incorpora a aquellos con estudios secundarios (46%). Finalmente, el *nivel 3* comprende a los individuos con educación universitaria (48%).

Se crea la variable binomial “*pareja*”. En la categoría *con pareja* ($pareja = 1$) se incluye a las personas casadas, las que viven en pareja y las que tienen pareja, pero no conviven con ella (el 69% de los individuos de la muestra). Entre las personas sin pareja ($pareja = 0$) se agrupan solteros, viudos, separados y divorciados (31%).

La mayoría de los individuos incluidos en la muestra viven en los hábitats urbanos (*hábitat 1*, 40%) o en su periferia (*hábitat 2*, 33%). El resto de las observaciones se distribuyen entre cabeceras comarcales (*hábitat 3*, 14%) y zonas rurales (*hábitat 4*, 13%).

Gráfico 2. Distribución de frecuencias de la variable *Amplitud* en la muestra.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta “Capital Social y Desigualdad”.

La variable “*amplitud*”, que se ha descrito anteriormente, se utiliza como medida de la dotación de capital social individual. La amplitud de red se obtiene del recuento de las profesiones en las que un individuo conoce a alguien de entre cada una de las profesiones recogidas en el cuestionario. El generador de posiciones utilizado incluye un total de 12 ocupaciones, seleccionadas teniendo en cuenta su perfil de clase y género, así como su alta frecuencia entre la población española. Estas ocupaciones son: propietario de una empresa con 10 o más empleados, profesor de universidad, periodista, arquitecto, empleado de oficina sin personal a cargo, encargado o jefe de sección de una tienda, propietario de una empresa con menos de 10 empleados, taxista autónomo, cuidador de personas mayores, cajero, albañil y personal de limpieza. Por término medio, los individuos de la muestra conocen a alguien en 6,77 (DT = 3,05) de las anteriores 12 ocupaciones.

La distribución de esta variable en la muestra se recoge en el Gráfico 2. A partir de esta distribución se crea una variable binaria “*amplitud binaria*”. Esta variable toma el valor 0 para las observaciones con una amplitud menor a 7 contactos y el valor 1 para aquellas con al menos 7 contactos. Se trata de una posición cercana al percentil 50

(dado que la amplitud es discreta, realmente recoge al 56,85% de las observaciones con un mayor valor para esta variable).

Tabla 1. Descripción de los datos

	Total	Media (%)	DT
Empleo			
Empleado	1314	82,90%	
Desempleado	271	17,10%	
Género			
Varón	774	48,83%	
Mujer	811	51,17%	
Edad			
		44,46	11,21
Hábitat			
Hábitat 1	635	40,06%	
Hábitat 2	522	32,93%	
Hábitat 3	228	14,38%	
Hábitat 4	200	12,62%	
Nivel educativo			
Nivel ed. 1	98	6,18%	
Nivel ed. 2	724	45,68%	
Nivel ed. 3	763	48,14%	
Pareja			
Con pareja	1090	68,77%	
Sin pareja	495	31,23%	
Amplitud de la red			
		6,77	3,05
Amplitud binaria			
≥7 contactos	901	56,85%	
<7 contactos	684	43,15%	
Confianza			
Confía	745	47,00%	
No confía	840	53,00%	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta "Capital Social y Desigualdad".

En cuanto a la confianza, escogida como posible instrumento, el 47% de las observaciones se corresponden con personas que contestan "se puede confiar en la mayoría de la gente" a la pregunta "En general, ¿diría que se puede confiar en la mayoría de la gente, o que nunca se es lo suficientemente prudente al tratar con los demás?". El otro 53% ha contestado "Nunca se es lo suficientemente prudente".

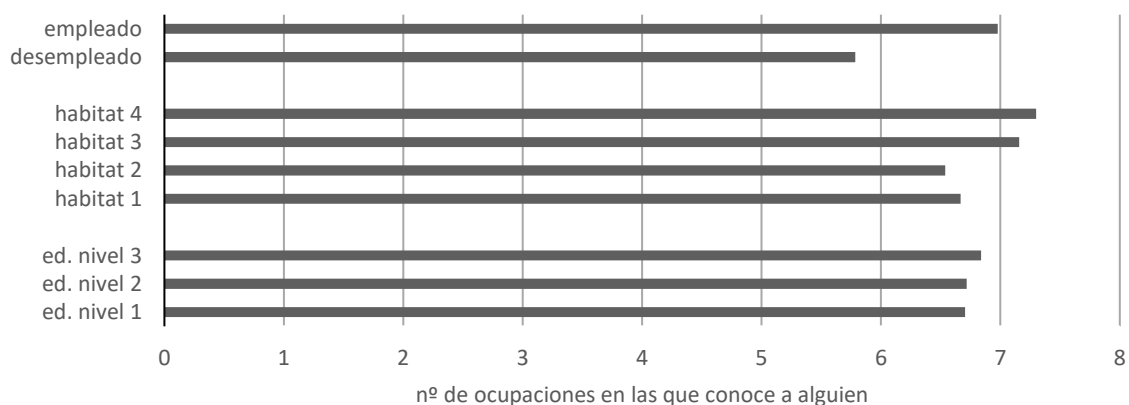
En la Tabla 1 se resumen las características de la muestra final.

4.3. Resultados

Profundizando en los datos de amplitud de las redes, en el Gráfico 3 se desglosan los resultados para diferentes grupos de la muestra. En el caso de la situación laboral, las personas empleadas ($M = 6,979$; $DT = 3,047$) afirman conocer a individuos en algo más de una ocupación extra con respecto a las que están desempleadas ($M = 5,786$; $DT = 3,041$), $t = -5,667$; $p = 0,000$. Esto revela la importancia del puesto de trabajo a la hora de formar redes. Sin embargo, también puede mostrar una relación de causalidad: las personas con redes más amplias son las que más fácilmente encuentran un empleo debido a los mecanismos de información, influencia y credenciales sociales que hemos discutido. Las personas de la muestra con empleo tienen acceso, en media, a aproximadamente 1,2 ocupaciones más que aquellas desempleadas.

En el caso del hábitat, resulta llamativa la diferencia de contactos de los entornos más rurales (hábitats 3 y 4) respecto a los más urbanos (hábitats 1 y 2). Por ejemplo, si comparamos los dos hábitats con mayor diferencia en términos de relaciones sociales, se observa que la población que reside en zonas rurales ($M = 7,300$; $DT = 3,295$) tiene acceso a más posiciones sociales que la población de áreas urbanas ($M = 6,666$; $DT = 3,013$), $t = 2,353$; $p = 0,009$. La mayor amplitud de las redes en poblaciones de menor entidad podría deberse a la existencia de cierta segregación en las áreas más urbanas. En estas zonas podría resultar más fácil relacionarse con otros en posiciones semejantes a la propia y, por tanto, tejer redes menos amplias.

Gráfico 3. Amplitud por grupos.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta "Capital Social y Desigualdad".

La diferencia es mucho menos significativa para el caso de la educación. Como cabría pensar *a priori*, un mayor nivel educativo implica, en media, una mayor amplitud.

Sin embargo, entre las personas sin estudios o con estudios primarios (nivel 1, $M = 6,704$; $DT = 3,057$) y aquellas con educación secundaria (nivel 2, $M = 6,718$; $DT = 3,205$) apenas hay diferencias de amplitud, $t = -0,206$; $p = 0,837$. Los que disponen de educación universitaria (nivel 3, $M = 6,837$; $DT = 2,976$) no tiene un número de contactos superior al de las personas que han alcanzado el nivel educativo inmediatamente inferior, $t = 0,358$; $p = 0,720$.

A continuación, se presentan los resultados del análisis, que sigue los pasos detallados en el apartado dedicado a la metodología.

En primer lugar, se valora si la variable *Confianza* es un instrumento apropiado de *Amplitud*. En la Tabla 2 se muestran los resultados del contraste de independencia para la variable *Amplitud* y la variable instrumental *Confianza*. Este contraste nos permite evaluar si el instrumento escogido es adecuado. El resultado del estadístico χ^2 de Pearson ($\text{chi}2(1) = 7,9961$; $p\text{-valor} = 0,005$), lleva a rechazar la hipótesis nula de independencia para los niveles de confianza empleados habitualmente. En consecuencia, los resultados obtenidos apuntan a la posible correlación entre la variable que pretendemos utilizar como instrumento (*Confianza*) y la medida de capital social (*Amplitud binaria*), potencialmente endógena.

Tabla 2. Test de Independencia de las variables Amplitud y Confianza.

		amplitud binaria		
		0	1	Total
confianza	0	383	436	819
		46,76%	53,24%	100%
		55,43%	48,28%	51,38%
	1	308	467	775
		39,74%	60,26%	100%
		44,57%	51,72%	48,62%
Total	691	903	1.594	
	43,35%	56,65%	100%	
	100%	100%	100%	

Pearson $\text{chi}2(1) = 7,9961$ Pr = 0,005

Una vez contrastada la relación entre *Amplitud* y *Confianza*, el siguiente paso es contrastar la independencia de la variable explicada, *Empleo*, y el instrumento escogido, *Confianza*. Los resultados de este contraste se muestran en la Tabla 3.

No podemos rechazar la hipótesis nula de independencia ($\chi^2(1) = 1,9271$; p-valor = 0,165) para los niveles de confianza utilizados habitualmente.

Tabla 3. Test de Independencia de las variables *Empleo* y *Confianza*.

		confianza		
		0	1	Total
empleo	0	147	672	819
		17,95%	82,05%	100%
		55,26%	50,60%	51,38%
	1	119	656	775
		15,35%	84,65%	100%
		44,74%	49,40%	48,62%
Total	266	1.328	1.594	
	16,69%	83,31%	100%	
	100%	100%	100%	

Pearson $\chi^2(1) = 1,9271$

Pr = 0,165

El siguiente paso es la estimación de las Ecuaciones 1 y 3, y la realización de la prueba *t* para confirmar los resultados obtenidos anteriormente para la correlación, así como un test de Wald cuya hipótesis nula es la exogeneidad de la variable *Amplitud*.

Los resultados de las pruebas *t* apuntan a una falta de correlación entre las variables *Empleo* y *Confianza* ($\chi^2(1) = 1,21$; p-valor = 0,2709), así como a la existencia de una asociación entre *Amplitud* y *Confianza* ($\chi^2(1) = 5,02$; p-valor = 0,0250) para los niveles de confianza utilizados habitualmente. De acuerdo con estos resultados, y en línea con Brady (2015) y Narayan y Pritchett (2000), podemos afirmar que la *Confianza* parece ser un instrumento adecuado de la variable *Amplitud*.

Por otra parte, los resultados del test de Wald ($\chi^2(1) = 0,95186$; p-valor = 0,3292) sugieren que no se puede rechazar la hipótesis nula de exogeneidad para los niveles de confianza habituales. Como consecuencia no podemos rechazar que la relación entre el empleo y la amplitud sea exógena.

En este caso, donde no hay evidencia de endogeneidad, no es recomendable utilizar el método de variables instrumentales (Angrist & Pischke, 2009; Brady, 2015). Por lo tanto, hemos estimado la Ecuación 1 mediante un modelo Probit sin instrumentos (mediante el software Gretl) y los resultados se recogen en la Tabla 4. Este modelo permite aproximar mejor los efectos de las variables estudiadas sobre el empleo.

Tabla 4. Estimación probit del modelo 1

Modelo 1: Probit, usando las observaciones 1-1585 (n = 1585)
Variable dependiente: empleo

	<i>Coefficiente</i>	<i>Desv. Típica</i>	<i>z</i>	<i>Pendiente***</i>
Constante	-0.607 **	0.227	-2.669	
Amplitud binaria	0.323 **	0.079	4.154	0.079
Género	0.157 *	0.079	1.990	0.037
Edad	0.014 **	0.004	4.036	0.003
Hábitat 2	-0.218 *	0.094	-2.323	-0.053
Hábitat 3	-0.299 *	0.120	-2.486	-0.078
Hábitat 4	-0.338 **	0.125	-2.711	-0.090
Nivel ed. 2	0.572 **	0.148	3.866	0.131
Nivel ed. 3	0.790 **	0.152	5.196	0.184
Pareja	0.358 **	0.084	4.266	0.090
Media de la vble. dep.	0.829	D.T. de la vble. dep.	0.377	
Chi2(9)	117.0	P-valor Chi2(9)	0.000	
Log-verosimilitud	-666.5	R-cuadrado de McFadden	0.081	

Nota: * indica significatividad al 95% ** indica significatividad al 99%
***Evaluado en la media

A partir de las pendientes (los efectos marginales) de los coeficientes del Modelo 1, se observa que tener redes con una amplitud de al menos 7 posiciones (aproximadamente por encima del percentil 50) incrementa la probabilidad de estar empleado en 7,92 puntos porcentuales, cuando el resto de las variables se mantienen en su valor medio. Estos resultados siguen la línea de otros estudios recogidos en el apartado 2.2 de este trabajo. Ninguno de ellos se refiere específicamente a la amplitud de la red como herramienta de medida; sin embargo, coinciden en señalar las redes de contactos y el capital social derivado (medido a través de otros instrumentos) como un factor que redundo en una mayor probabilidad de obtener un empleo (Brady, 2015; Cappellari & Tatsiramos, 2015; Petersen et al., 2000). De hecho, Caparrós Ruiz (2020) verifica para la misma población que este trabajo (el caso español) la existencia de una

relación positiva entre el capital social de red (en este caso medido a través de la perspectiva del asociacionismo) y la probabilidad de estar empleado.

Cabe destacar que, aunque para la estimación del modelo se ha utilizado la variable *Amplitud binaria*, se ha comprobado que el sentido de este efecto se mantiene para otros cortes de la muestra, así como utilizando los datos originales de la amplitud en lugar de una variable binaria. El uso de la variable binaria, que implica una pérdida de información, es debido a la mayor facilidad de tratamiento para estudiar la oportunidad de usar variables instrumentales.

Entre el resto de las variables sobresale la influencia de la educación en la probabilidad de tener un empleo. Manteniendo las demás variables en su nivel medio, se estima que los individuos con educación superior tienen una probabilidad 18,36 puntos porcentuales mayor que las personas sin estudios o con estudios primarios. Para los individuos con educación secundaria, la estimación de este efecto positivo decrece hasta los 13,14 puntos. Estos resultados evidencian la importancia de la formación como medio para mejorar las perspectivas de empleo.

Otras variables con un efecto marginal estimado destacable son el hábitat y el hecho de tener pareja. Vivir fuera del hábitat urbano (categoría de referencia del hábitat en el Modelo 1) supone un decremento estimado de la probabilidad de tener un empleo de 5,34 puntos porcentuales en el caso de la periferia urbana, de 7,81 p.p. en el de las cabeceras comarcales y 9,00 p.p. en las zonas rurales. Por su parte, tener pareja tiene un efecto positivo de 9,01 p.p. respecto a no tenerla.

El resto de las variables tienen un efecto estimado más limitado sobre la probabilidad de estar empleado. En el caso de la edad, un año adicional (partiendo de la edad media de la muestra) supone un ligero incremento en 0,37 puntos. El género favorece a los hombres con un incremento de la probabilidad de 3,68 p.p.¹

¹ Todos los efectos marginales recogidos en este apartado han sido estimados para cada variable suponiendo que el resto de las variables se mantienen en su valor medio.

Conclusiones

Las redes de contactos influyen en los resultados individuales en el mercado de trabajo, concretamente en la probabilidad de encontrar empleo, a través de los mecanismos de información, influencia y las credenciales sociales que representan. Estos recursos ajenos que ponen a disposición de un individuo sus familiares, amigos y conocidos, representan desde la perspectiva adoptada por este trabajo, la microsociedad, una dotación de capital social de red. Es decir, los individuos invierten en crear y mantener vínculos con otras personas, que les ofrecen rendimientos en forma de ventajas en ámbitos como el laboral.

Los resultados de este trabajo confirman la hipótesis planteada. El análisis de los datos obtenidos a partir del generador de posiciones indica que, en España, los individuos con una red de contactos más amplia y, en consecuencia, una mayor dotación de capital social, gozan de una probabilidad mayor de estar empleados. Es decir, y más generalmente, tal y como se expuso durante la revisión bibliográfica del apartado 2.1, los resultados obtenidos muestran para el caso español que disponer de una red de contactos relevantes permite obtener beneficios en el mercado laboral.

Además, los resultados obtenidos están en línea con los mostrados en otros trabajos que estudian efectos semejantes para otras poblaciones o utilizando otro tipo de metodologías, como los expuestos en el apartado 2.2, relacionando una mayor dotación de capital social con una mayor probabilidad de encontrar empleo (Brady, 2015; Caparrós Ruiz, 2020; Cappellari & Tatsiramos, 2015; Petersen et al., 2000). Una conclusión secundaria de este trabajo, por lo tanto, es que las medidas indirectas de capital social que se utilizan en la literatura existente, como el asociacionismo, podrían en efecto capturar el tamaño real de las redes individuales.

Como se ha discutido anteriormente, las redes de contactos son, por lo general, homófilas, es decir, las personas tienden a establecer vínculos con otras en posiciones semejantes a ellas. En consecuencia, las personas en los estratos sociales más altos tendrán, por lo general, vínculos con otros en las clases altas y con mayor capacidad para ejercer influencia o funcionar como credenciales sociales. Esto ayuda a amplificar el efecto positivo del capital social sobre la probabilidad de estar empleado que recogen los resultados obtenidos. El capital social puede contribuir, por lo tanto, a agravar las desigualdades. El conocimiento de este efecto de las redes de contactos y, en definitiva,

del capital social, puede ayudar al desarrollo de políticas públicas más eficaces o, desde otro punto de vista, a poner en evidencia sus limitaciones. Por ejemplo, las políticas de mejora de los niveles educativos de la población podrían tener consecuencias menores de lo esperado si el capital social juega un papel relevante, en particular en un contexto de sobre-educación. Asimismo, y en relación con esta cuestión, los resultados permiten redimensionar el papel del mérito personal frente a la disponibilidad de redes de contactos útiles.

A partir de los resultados obtenidos, este trabajo podría ampliarse con el estudio de la relación entre la dotación de capital social individual y otro tipo de rendimientos en el mercado laboral español. Estos rendimientos podrían ser, por ejemplo, los salarios o las expectativas de mejora. La encuesta utilizada dispone de datos sobre ambas variables; sin embargo, por sus propósitos, no han sido tenidas en cuenta a la hora de realizar este trabajo.

Una limitación de este trabajo es haber obviado la distinción entre las distintas clases de vínculos que los individuos establecen con sus contactos. Como se ha expuesto, dependiendo de su fortaleza, estos vínculos pueden tener distinta capacidad para generar ventajas o predisposición a movilizar sus recursos para ayudar al individuo. Trabajos posteriores pueden estudiar los efectos de los distintos tipos de vínculos interpersonales (fuertes o débiles) que componen la red, contrastando para el caso del mercado de trabajo español las tesis de Granovetter (1973) sobre los mayores rendimientos de los vínculos débiles.

Finalmente, una tercera línea podría profundizar en el estudio de las desigualdades existentes en la distribución del capital social y cómo este, a través de la homofilia de las redes, puede contribuir a agravar la brecha de la desigualdad entre aquellos con más recursos y los que disponen de menos.

Bibliografía

- Angrist, J., & Pischke, J.-S. (2009). *Mostly Harmless Econometrics*. <https://press.princeton.edu/books/paperback/9780691120355/mostly-harmless-econometrics>
- Bentolila, S., Michelacci, C., & Suarez, J. (2010). Social contacts and occupational choice. *Economica*, 77(305), 20-45. Scopus. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0335.2008.00717.x>
- Bourdieu, P. (1973). Cultural Reproduction and Social Reproduction. En *Knowledge, Education, and Cultural Change*. Routledge.
- Brady, G. (2015). Network social capital and labour market outcomes: Evidence for Ireland. *Economic and Social Review*, 46(2), 163-195. Scopus.
- Brown, P., Power, S., Tholen, G., & Allouch, A. (2016). Credentials, talent and cultural capital: A comparative study of educational elites in England and France. *British Journal of Sociology of Education*, 37(2), 191-211. <https://doi.org/10.1080/01425692.2014.920247>
- Caparrós Ruiz, A. (2020). Social capital, labour market status and wages: Some evidence from Spain. *International Journal of Social Economics*, 47(4), 539-560. Scopus. <https://doi.org/10.1108/IJSE-04-2019-0253>
- Cappellari, L., & Tatsiramos, K. (2015). With a little help from my friends? Quality of social networks, job finding and job match quality. *European Economic Review*, 78, 55-75. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2015.04.002>
- Castiglione, D., Deth, J. W. van, & Wolleb, G. (2008). *The Handbook of Social Capital*.

- Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94, 95-120. <https://doi.org/10.1086/228943>
- Coleman, J. S. (1990). *Foundations of Social Theory*. Harvard University Press.
- Deguilhem, T., Berrou, J.-P., & Combarrous, F. (2019). Using your ties to get a worse job? The differential effects of social networks on quality of employment in Colombia. *Review of Social Economy*, 77(4), 493-522. Scopus. <https://doi.org/10.1080/00346764.2019.1627573>
- Eurofund. (2016). *Encuesta europea sobre calidad de vida* [Data set]. <https://cutt.ly/RG5PICr>
- Fernández, R. M. (2021). Strength of Weak Ties in the Labor Market: An Assessment of the State of Research. En B. Pescosolido, B. L. Perry, E. B. Smith, & M. L. Small (Eds.), *Personal Networks: Classic Readings and New Directions in Egocentric Analysis* (pp. 251-264). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108878296.019>
- Flap, H. (1991). Social Capital in the Reproduction of Inequality, a Review. *Sociologie Comparée de La Famille de La Santé et de l'éducation = Comparative Sociology of Family, Health & Education: A Volume in Memory of Ferran Valls i Taberner, 1991, ISBN 84-604-0007-7, Págs. 6179-6202, 6179-6202.* <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2971849>
- Flap, H. (2002). No man is an island. En *Conventions and Structures in Economic Organization* (pp. 29-59). Edward Elgar Publishing. <https://www.elgaronline.com/view/1840645105.00007.xml>
- Flap, H., & Völker, B. (Eds.). (2003). *Creation and Returns of Social Capital*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203643648>

- Gee, L. K., Jones, J., & Burke, M. (2017). Social networks and labor markets: How strong ties relate to job finding on facebook's social network. *Journal of Labor Economics*, 35(2), 485-518. Scopus. <https://doi.org/10.1086/686225>
- Granovetter, M. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Granovetter, M. (1995). *Getting a Job: A Study of Contacts and Careers*. University of Chicago Press. <https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/G/bo3636056.html>
- Granovetter, M. (2005). The impact of social structure on economic outcomes. *Journal of Economic Perspectives*, 19(1), 33-50. Scopus. <https://doi.org/10.1257/0895330053147958>
- Greene, W. H. (2012). *Econometric analysis* (7th ed). Prentice Hall.
- Hanifan, L. J. (1920). *The community center*. Silver, Burdett & Co.
- Hasan, S. (2018). *Social Networks and Careers* (SSRN Scholarly Paper ID 3059783). Social Science Research Network. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3059783>
- Hennings, K. (1987). *Capital as a factor of production*. J. Eatwell et al.(eds.), *The New Palgrave: A dictionary of economics* (pp. 327-332). Londres: Macmillan.
- INE. (2016). *Asalariados de 16 a 34 años, según el método utilizado para encontrar el empleo actual, por sexo*. [Data set]. <https://cutt.ly/OG5SZZn>
- INE. (2020). *Encuesta de condiciones de vida* [Data set]. https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176807&menu=resultados&idp=1254735976608#!tabs-1254736194824
- Lin, N. (1982). Social resources and instrumental action. En N. Lin & P. V. Marsden (Eds.), *Social structure and network analysis* (pp. 131-145). Sage.

- Lin, N. (2001a). Building a Network Theory of Social Capital. En *Social Capital*. Routledge.
- Lin, N. (2001b). *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511815447>
- Lin, N. (2008). A network theory of social capital. *The handbook of social capital*, 50(1), 69.
- Lin, N., & Dumin, M. (1986). Access to occupations through social ties. *Social Networks*, 8(4), 365-385. [https://doi.org/10.1016/0378-8733\(86\)90003-1](https://doi.org/10.1016/0378-8733(86)90003-1)
- Mcpherson, M., Smith-Lovin, L., & Cook, J. (2001). Birds of a Feather: Homophily in Social Networks. *Annual Review of Sociology*, 27, 415. <https://doi.org/10.3410/f.725356294.793504070>
- Membriela-Pollán, M., & Pena-López, J. A. (2017). Clarifying the concept of social capital through its three perspectives: Individualistic, communitarian and macrosocial. *European Journal of Government and Economics*, 6(2), 146-170. <https://doi.org/10.17979/ejge.2017.6.2.4327>
- Millán, R., & Gordon, S. (2004). Capital social: Una lectura de tres perspectivas clásicas. *Revista mexicana de sociología*, 66(4), 711-747.
- Mouw, T. (2003). Social capital and finding a job: Do contacts matter? *American Sociological Review*, 68(6), 868-898. Scopus. <https://doi.org/10.2307/1519749>
- Narayan, D., & Pritchett, L. (2000). Social capital: Evidence and implications. En *Social Capital: A Multifaceted Perspective* (pp. 269-295). World Bank Publications.
- Paldam, M. (2000). Social Capital: One or Many? Definition and Measurement. *Journal of Economic Surveys*, 14(5), 629-653. <https://doi.org/10.1111/1467-6419.00127>

- Paxton, P. (1999). Is Social Capital Declining in the United States? A Multiple Indicator Assessment. *American Journal of Sociology*, 105(1), 88-127.
<https://doi.org/10.1086/210268>
- Paxton, P. (2007). Association Memberships and Generalized Trust: A Multilevel Model Across 31 Countries. *Social Forces*, 86(1), 47-76.
- Pena-López, A., & Sánchez Santos, J. M. (2005). Actividad asociativa, confianza y generación de capital social: Evidencia empírica. *Ekonomiaz: Revista vasca de economía*, 59, 136-159.
- Perales, I. M., & Hernández, C. J. G. (2015). Origen social y sobreeducación en los universitarios españoles: ¿es meritocrático el acceso a la clase de servicio? *REIS: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 150, 89-112.
- Petersen, T., Saporta, I., & Seidel, M. L. (2000). Offering a Job: Meritocracy and Social Networks. *American Journal of Sociology*, 106(3), 763-816.
<https://doi.org/10.1086/318961>
- Putnam, R. D., Leonardi, R., & Nonetti, R. Y. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton University Press.
<https://doi.org/10.2307/j.ctt7s8r7>
- Rowell, D., & Connelly, L. (2010). Labour market outcomes for people with a spinal cord injury. *Economics & Human Biology*, 8(2), 223-232.
<https://doi.org/10.1016/j.ehb.2010.05.003>
- Schulz, B., Horr, A., & Hoenig, K. (2017). *The Position Generator in the NEPS*.
<https://doi.org/10.5157/NEPS:SP23:1.0>
- Tholen, G., Brown, P., Power, S., & Allouch, A. (2013). The role of networks and connections in educational elites' labour market entrance. *Research in Social*

Stratification and Mobility, 34, 142-154.

<https://doi.org/10.1016/j.rssm.2013.10.003>

van der Gaag, M. (2005). *Measurement of individual social capital*.

Yakubovich, V., & Lup, D. (2006). Stages of the Recruitment Process and the Referrer's Performance Effect. *Organization Science*, 17(6), 710-723.