

NetRep: su reputación en Internet

Informe que explica el impacto que puede tener su visibilidad en Internet para oportunidades profesionales

Primavera 2007

Encargado por

viadeo

Estudio original realizado por

YouGov



Descripción



En los últimos años, una gama de herramientas online permiten que los usuarios contribuyan con contenidos a la Web de una manera mucho más activa.

En unos minutos se puede crear un blog personal, colgar un video-clip en YouTube, subir fotos a la red o agregar tu propia descripción en una enciclopedia, como la Wikipedia. Al mismo tiempo, las redes sociales están creando gran interés entre los usuarios que no solo quieren información, sino también conectar con otras personas para intercambiar ideas y mantener un diálogo online.

Este informe se hizo para ver como estamos utilizando la Web en lo que respecta al intercambio de información personal y explorar su impacto. En particular, se buscaba conocer si las empresas que buscan trabajadores (empresas de selección) están comenzando a utilizar la información personal encontrada en el Web para tomar decisiones sobre los candidatos potenciales y el grado en el que los usuarios están utilizando las redes sociales de negocios para intentar dar una imagen más profesional de sí mismos en el mundo online.

Para lograr este objetivo, la empresa de estudios de mercados, YouGov, ha examinado a 2.447 usuarios de Internet y les ha preguntado sobre la información que han colgado online sobre ellos mismos y sobre la información sobre ellos que han colgado terceras partes. Esta empresa, también ha examinado a 600 empresas de selección de diferente tamaño y les preguntó si utilizaban y cómo utilizaban la información personal de la Web para documentarse en los procesos de decisión de reclutamiento de personal.

Los resultados son sorprendentes y proporcionan un aviso a cualquiera que haya colgado información en la red.

Acerca del estudio

Todas las cifras, a menos que se especifique puntualmente, son de YouGov Plc. YouGov es una empresa de investigación que utiliza paneles online para suministrar estudios de políticas públicas, investigación de mercado, y consultas a públicos objetivo. Tiene un record de seguimiento como la empresa de encuestas más fiable del Reino Unido. En cada una de las cinco encuestas de YouGov donde los datos pueden compararse a los resultados reales (incluyendo las elecciones generales del Reino Unido, las elecciones de Australia, el concurso Pop Idol), YouGov solo se desvió un 1% de los resultados reales.

Los resultados se basan en dos encuestas, realizadas por separado en Marzo 2007 – una con consumidores (usuarios) y la otra con empresas de selección.

Las dos encuestas se realizaron a través de entrevistas online con personas suscritas al panel de YouGov Plc GB de más de 115.000 individuos que han aceptado tomar parte en las encuestas. Se envió un email a los panelistas de la base de muestra según la definición de muestra dada y seleccionados por el método ciego, se les invitó a realizar la encuesta y se les proporcionó un link a la encuesta.

YouGov Plc hace todos sus esfuerzos para suministrar información representativa. Todos los resultados se basan en una muestra y están, por lo tanto, sujetos a errores estadísticos normalmente asociados con la información basada en la muestra

Encuesta a los consumidores

El total del tamaño de la muestra fue de 2.447 adultos. El trabajo de campo se realizó entre el 8 y el 12 de marzo 2007. La encuesta se realizó online. Las cifras se han consolidado y son representativas para adultos de GB (mayores de 18 años.).

Encuesta a las empresas de selección

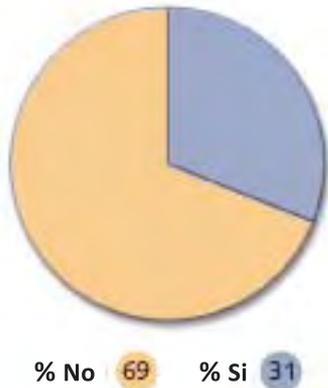
El total del tamaño de la muestra fue de 597 Jefes y Directores de empresas con más de dos empleados. El trabajo de campo se realizó entre el 1 y el 7 de marzo 2007. La encuesta se realizó online.

Sección 1: La interacción de los usuarios con la nueva Web

Esta investigación preguntó primero a los participantes, procedentes de la población del Reino Unido, sobre su interacción con la web en términos de colgar información personal online.

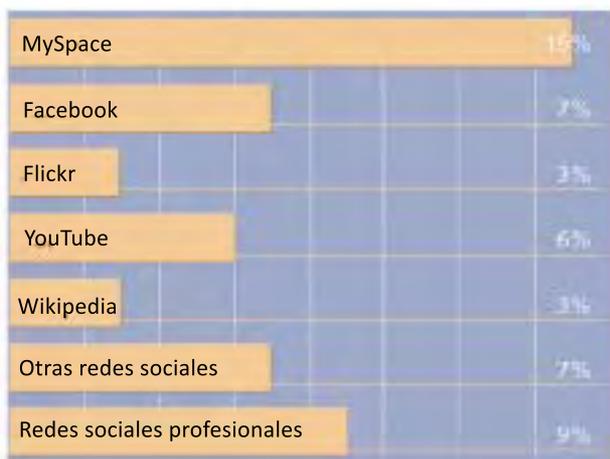
A pesar de que la mayoría de los servicios que permiten a los usuarios subir información fácilmente a la red (como blogs gratis, wikis o redes sociales o de negocios) fueron lanzados en los últimos años, la investigación descubrió que han sido adoptados ampliamente por toda la población. Incluso cuando todos los grupos de misma edad fueron preguntados (incluyendo los grupos de mayor edad que probablemente son los usuarios que menos utilizan Internet) se descubrió que el 31% de los usuarios habían colgado información online.

¿Ha puesto información personal online alguna vez?



Para conocer que tipo de sitios online eran los más populares, los encuestados podían elegir entre ocho opciones de tipos particulares de sitios, desde sitios de redes sociales muy conocidas como MySpace y Facebook a sitios de intercambio de fotos y videos como YouTube y Flickr. Myspace fue por mayoría el sitio más popular para colgar información online.

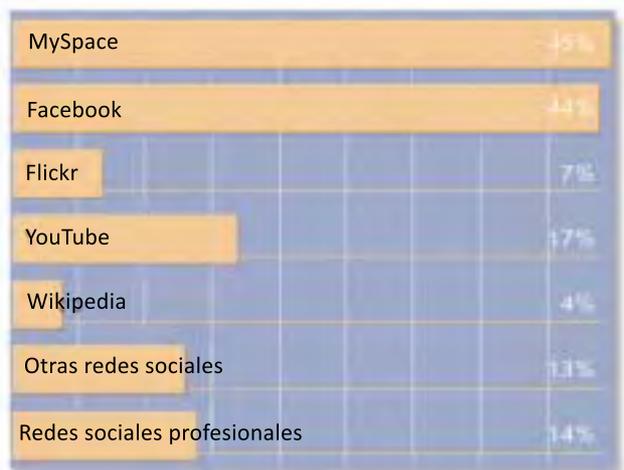
¿Alguna vez ha puesto información personal en alguno de los siguientes sitios?



Los números más altos de los encuestados que ponían información online era el grupo de 18 a 24 años, el 45% dijo que había puesto información personal en MySpace, el 44% había usado Facebook y el 17% había puesto material en YouTube.

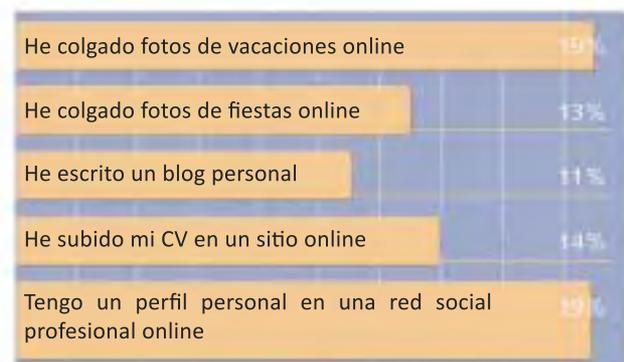
Era evidente que esta categoría de edad también comenzaba a utilizar las redes sociales profesionales (14%) que les permiten colgar información personal relevante de su carrera profesional en un ambiente online dirigido a socios y empresas de selección.

18-24 años: ¿Ha puesto información personal en alguno de los siguientes sitios?



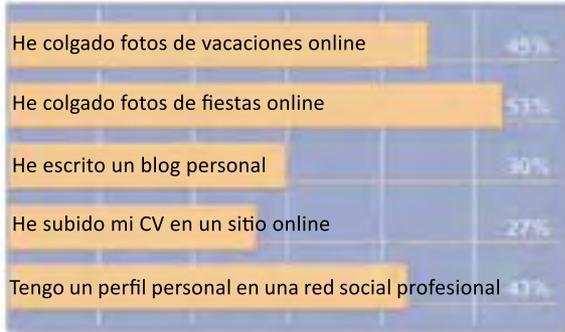
También se le preguntó a los encuestados que tipo de información compartían activamente online. En resumen, uno de cada cinco personas habían puesto fotos de sus vacaciones online y uno de cada diez tenía un blog personal.

¿Con cuál, si es el caso, de las siguientes respuestas se identifica?

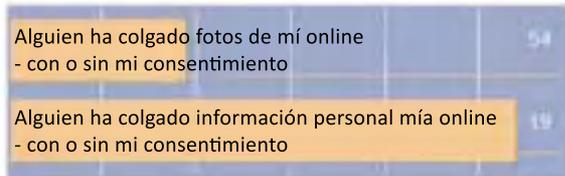


Sección 1: La interacción de los usuarios con la nueva Web

De nuevo, el grupo de edad de entre 18-24 años mostró los niveles más altos de actividad; el 53% había puesto fotos personales de fiestas online, el 43% dijo que tenía un perfil personal online y el 30% había escrito un blog personal.

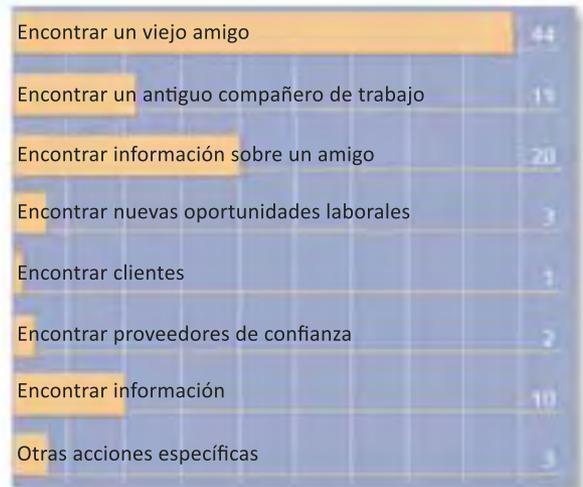


Quizás lo más preocupante, es que los usuarios no siempre tienen el control sobre qué información personal se colgó online y que será vista por todo el mundo, particularmente entre los encuestados más jóvenes, con un 54% de entre 18 y 24 años que dijeron que otros habían puesto información online sobre ellos con o sin su consentimiento.



Los investigadores también preguntaron a los usuarios por qué estaban usando las redes sociales y profesionales. Una mayoría abrumadora dijo que querían encontrar viejos amigos (44%) o compañeros de trabajo (20%) y sólo un pequeño número lo usaron como redes para buscar trabajo (3%).

¿Ha usado alguna vez una red social o profesional para alguna de las siguientes acciones?



Sección 2: ¿Qué dicen las empresas de selección?

Con tantos usuarios colgando información personal online, los investigadores quisieron ver si las empresas de selección estaban usando esa información como parte de su proceso de reclutamiento. Para ello, encuestaron 597 jefes y directores con responsabilidad de reclutamiento de personal y decisiones finales sobre los candidatos.



Se preguntó a los encuestados si alguna vez habían encontrado información sobre un posible empleado, en otras palabras, información que el candidato potencial no dio voluntariamente durante el proceso.

Al menos uno de cada cinco (18%) de todos los encuestados dijo que encontraron información online, una cifra que alcanza el 20% cuando los responsables específicos de RRHH fueron los encuestados.

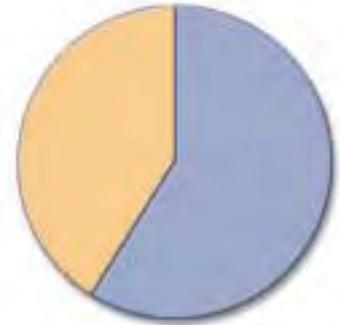
¿Alguna vez ha encontrado información online sobre un empleado potencial? (información que no facilitaron voluntariamente)



- % Sí - hemos encontrado información online sobre un candidato 18
- % No - no hemos encontrado 82

Además, esta información era utilizada por los empleadores potenciales para complementar sus decisiones de reclutamiento; un 59% de los que habían encontrado información sobre candidatos en la web dijeron que había afectado a su decisión sobre si emplear a una persona o no.

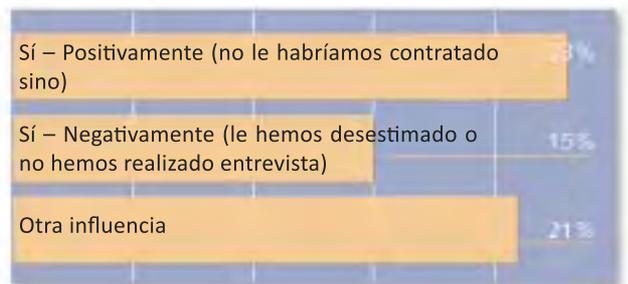
¿La información sobre candidatos potenciales ha influido en su decisión de contratarle alguna vez?



- % Sí 59
- % No - No se atribuye mucha credibilidad a la información online 41

La existencia de información online tuvo un efecto positivo para la mayoría de los seleccionadores de personal, pero un 15% dijo que habían rechazado candidatos debido a la información que habían encontrado en la web.

¿La información sobre candidatos potenciales ha influido en su decisión de contratarle alguna vez?



El impacto creció significativamente cuando los jefes y directores de Recursos Humanos fueron preguntados sobre esta misma cuestión; el 25% dijo que habían rechazado candidatos basándose en su NetRep y solo el 13% dijo que esto tuvo un impacto positivo.

A los encuestados también se les preguntó que dieran razones de por qué la información había influenciado sus decisiones, ofreciendo algún dato interesante de cómo la información online puede presentar una imagen positiva o negativa de los seleccionadores de personal.

Sección 2: ¿Qué dicen las empresas de selección?

Muchos comentarios se centraron en lo negativo, lo que llevó a los candidatos ser rechazados para entrevistas de trabajo:

“Su sitio web en MySpace mostraba un lado negativo de él, incluyendo abuso de alcohol y una falta de consideración por su trabajo”

“Nos enteramos que el candidato estaba en una lista de búsqueda de la policía”

“Me encontré con que el candidato estaba involucrado en alguna actividad que no se correspondía con la ética de mi compañía”

“Encontré que el candidato no era quien decía ser”

“Mostraba posible indiscreción, fanfarroneando de sus actividades online”

Muchos de los posibles empleadores encuestados encontraron información de apoyo que justificaba o ratificaba el CV de un posible candidato de una manera positiva, por ejemplo:

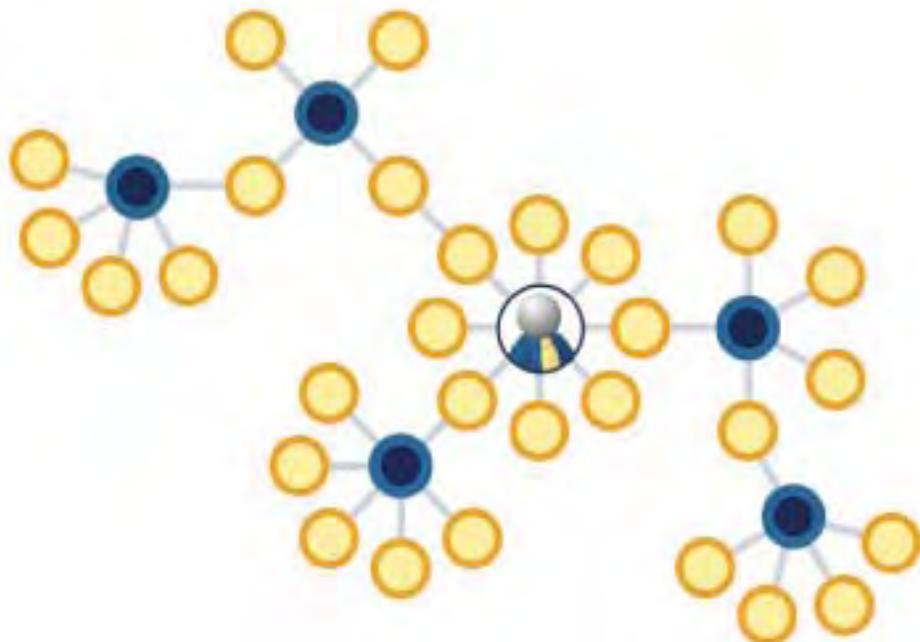
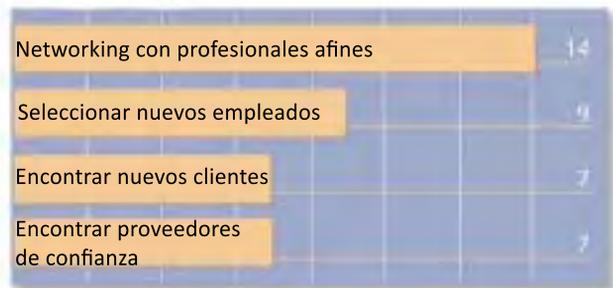
“Muestra capacidades en Internet a través de su propio website”

“Encontré logros que no habría encontrado de otra manera”

“Descubrí que la candidata tenía más que ofrecer de lo que revelaba un formulario corporativo mal diseñado”

El impacto de las redes sociales y profesionales como fuentes para seleccionadores de personal que pueden utilizar tanto para sus procesos de reclutamiento como para el networking en general también fue explorado más brevemente. Los investigadores revelaron que este impacto está en crecimiento, con uno de cada cinco (20%) de los seleccionadores que afirmaron usar las redes sociales y profesionales. Solo el 9% dijo que las usa directamente para reclutar empleados en la actualidad. Sin embargo, esto puede minimizar el impacto verdadero de tantos perfiles almacenados en las redes sociales que pueden ser encontrados a través de búsquedas generales en Internet, por ejemplo con la barra de búsquedas de Google.

¿Consideraría usar o usa actualmente las redes profesionales para alguna de las siguientes acciones?



Conclusiones

Durante los últimos 18 meses, la World Wide Web ha sufrido un cambio radical. Más que nunca, la web se ha convertido en un medio interactivo para todos los usuarios – y no solo para aquellos con habilidades técnicas – y esto aumenta cada día, a medida que van contribuyendo y consumiendo.

La llegada de lo que se ha denominado la Web 2.0, que enfatiza el intercambio y la colaboración, ha hecho posible que casi todo el mundo pueda contribuir al mundo online y los usuarios están añadiendo información personal en todo momento. La web está ahora viva con información sobre todos nosotros como individuos: de repente, todo el mundo está dejando huellas online y puede ser muy difícil borrarlas.

Este informe muestra que estamos facilitando toda clase de información sobre nosotros mismos online – desde fotos y videos, a perfiles y opiniones personales. Al mismo tiempo, nos estamos uniendo a “redes sociales” y “redes sociales profesionales” online, especialmente los grupos de usuarios más jóvenes. Todo esto está contribuyendo a crear nuestra marca personal online – nuestra propia “identidad digital”. Y no sólo nosotros estamos creando esta identidad otros también contribuyen a nuestra Identidad Digital, nos guste o no.

La mayoría de la información que estamos añadiendo en Internet tiene como objetivo compartirla con nuestros amigos o familiares y frecuentemente se refiere a una parte de nuestra vida. Pero la web es, por supuesto, una red pública y la información que se cuelga en ella tiene, sin embargo, una duración a largo plazo.

El estudio explica el impacto que pueden tener sus datos personales en Internet cuando alguien accede a su contenido en el momento de tomar una decisión profesional. Con el ascenso de los motores de búsqueda como Google y de las redes sociales y profesionales, su futuro jefe sólo está a unos clics de sus datos personales.

En algunos casos puede resultar positivo. Sin embargo, con más del 25% de los responsables de RR.HH que declaran haber rechazado a candidatos tras encontrar información privada, hay que tener cuidado con lo que publicamos. Tarde o temprano, alguien nos va buscar en Internet. Puede ser alguien que se esté informando para una posterior reunión: un proveedor, un futuro cliente, un headhunter o nuestro próximo jefe... Si no nos encuentra denota una falta de notoriedad o transparencia y es negativo porque puede ser una oportunidad perdida. También puede encontrar resultados inapropiados ya que hoy en día cada vez se publica más información personal en Internet (blogs, fotos, vídeos, currículum, noticias...) que en algunos casos resulta perjudicial.

Una manera de controlar nuestra reputación en Internet sería quitar todos los datos que hemos publicado. Sin embargo esta información queda en el caché de los motores de búsqueda ya que la memorizan y sigue apareciendo en los resultados de búsqueda. Además las empresas buscan cada vez más información positiva por lo que otra opción consiste en diseñar en positivo nuestra visibilidad profesional en la web, por ejemplo en una red profesional con credibilidad que indexa el perfil de sus usuarios en los motores de búsqueda.

Algunos de los encuestados ya lo están haciendo. Crean su Identidad Digital profesional y construyen una red de contactos de confianza a través de redes profesionales para acreditar su trayectoria. Parece que esta tendencia irá ganando importancia ya que el impacto de nuestra reputación en Internet tiene cada vez más influencia en los procesos de selección.





Viadeo conecta los mejores profesionales, directivos y empresarios. Es la red de contactos profesionales de referencia en Europa para los negocios ya que fue creada por empresarios para las necesidades reales de empresarios.

Viadeo (antes llamado Viaduc) se crea en Junio 2004 en Francia desde un club de 200 emprendedores para favorecer el contacto permanente entre sus miembros y para crear redes de contacto de confianza que permitan identificar nuevas oportunidades de negocio. En España se lanza en Enero de 2007 con el objetivo de convertirse en la red local de profesionales más importante con proyección internacional.

Más de 1.2 millones de profesionales utilizan ya VIADEO, un espacio único para identificar clientes, colaboradores y oportunidades; tener una identidad online multilingüe; conseguir contactos directamente o por cooptación; intercambiar experiencias profesionales en los grupos de usuarios; conocer la trayectoria e intereses de sus interlocutores; y mantener el contacto con antiguos compañeros de estudios.

Más información en www.viadeo.com

Pedro Sánchez Pernia
Country Manager
Viadeo España y Portugal

Tel 00 34 917 885 748
Mob 00 34 696 942 873
Email psanchez@viadeoteam.com

Viadeo España y Portugal
Paseo de la Castellana, 164 Ent.
28046 Madrid

