



Papeles del Psicólogo

ISSN: 0214-7823

ISSN: 1886-1415

Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos

Andrés, José Carlos; Aguado, David; Miguel, Jesús de
¿Qué hay detrás de LinkedIn? Midiendo a través de rúbricas las LinkedIn Big Four Dimensions
Papeles del Psicólogo, vol. 43, núm. 1, 2022, Enero-Abril, pp. 12-20
Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos

DOI: <https://doi.org/10.23923/pap.psicol.2979>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77870244003>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en [redalyc.org](https://www.redalyc.org)



Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

¿Qué hay detrás de LinkedIn? Midiendo a través de rúbricas las LinkedIn Big Four Dimensions

What's behind LinkedIn? Measuring the LinkedIn Big Four Dimensions through rubrics

José Carlos Andrés¹, David Aguado^{1,2} y Jesús de Miguel^{1,3}

¹Universidad Autónoma de Madrid, España. ²Instituto de Ingeniería del Conocimiento, España. ³Centro de Investigación para la Efectividad Organizacional, España

LinkedIn es la red social más utilizada en el ámbito profesional para funciones de reclutamiento y selección de personal. Aunque los profesionales de Recursos Humanos realizan inferencias sobre los candidatos en base a la información contenida en el perfil de LinkedIn, estas inferencias no se realizan de forma sistematizada y objetiva. En esta investigación se proponen rúbricas, basadas en el modelo LinkedIn Big Four, como herramienta para hacer más sistemáticas y objetivas las inferencias de los profesionales de selección. Para el análisis se utilizó una muestra de profesionales del sector IT ($n = 105$). Los resultados muestran unos resultados de fiabilidad adecuados a los estándares al uso y una evidencia inicial de validez que relaciona las puntuaciones en las rúbricas con las competencias genéricas de los profesionales.

Palabras clave: LinkedIn Big Four, rúbricas, reclutamiento online, Selección de personal online.

LinkedIn is the most used social network in the professional field for recruitment and selection. Although human resources professionals make inferences about candidates based on the information contained in the LinkedIn profile, these inferences are not made in a systematized or objective way. In this research, rubrics, based on the LinkedIn Big Four model, are proposed as a tool to make the inferences of selection professionals more systematic and objective. A sample of professionals from the IT sector ($n = 105$) was used. Results show adequate reliability and initial evidence of validity by means of correlation between the rubrics and generic competencies scores.

Key Words: LinkedIn big four, Rubrics, online recruitment, online selection.

INTRODUCCIÓN

Las organizaciones, cada vez más, conceden al proceso de reclutamiento y selección un papel fundamental en el éxito y la competitividad organizacional (Deros y De Fruyt, 2016). En este contexto de "la guerra" por el talento (Frasca y Edwards, 2017) la tecnología se ha erigido como un elemento clave (Deros y De Fruyt, 2016; García-Izquierdo et al., 2019; Ryan y Deros, 2019) para la identificación y selección de profesionales con un adecuado ajuste al puesto y a la organización (García-Izquierdo et al., 2015; Sylva y Mol, 2009).

Entre estos usos tecnológicos, junto con la utilización de los test informatizados, la gamificación, los recursos audiovisuales, y las páginas web corporativas entre otros (Elosúa, 2022), las Social Networks Websites (SNW) se han convertido en una de las principales herramientas utilizadas tanto por los profesionales de ámbitos y ocupaciones diversas, como por los profesionales del reclutamiento y la selección (Chapman y Mayers, 2015; Nikolaou, 2014; Woods et al, 2020). Para los primeros, la búsqueda de un puesto de trabajo es una de las razones más importantes para unirse a una red social profesional como LinkedIn (Frasca y Edwards, 2017) ante la que muestran una actitud positiva (Aguado et al., 2016). Para los segundos, las SNW son una herramienta para, en el reclutamiento online, realizar el cribado de candidatos y configurar un banco sobre el que desarrollar los procesos evaluativos asociados al proceso de selección (Black y Johnson, 2012; Chiang y Suen, 2015).

Ahora bien, el uso de las SNW para reclutamiento y selección conlleva algunas dificultades. Por ejemplo, la tradicional división entre el reclutamiento (atracción de un número suficiente de candidatos adecuados) y la selección (evaluación de su ajuste a los requerimientos de la posición) puede difuminarse (Aguado et al., 2016). Así, los profesionales de recursos humanos infieren, a partir de la información que el candidato aporta en su perfil, características sobre su personalidad, sus competencias, e incluso predicen la calidad de su desempeño futuro en la empresa (Van Iddekinge et al., 2016), y en base a ello evalúan la idoneidad del candidato en cuanto a su ajuste al puesto y a la organización (Back et al., 2010; Chamorro-Premuzic y Steinmetz, 2013; Kluemper et al., 2012; Roulin y Bangerter, 2013). Este proceso de toma de decisiones asociado al análisis de la información pública del candidato y no a un proceso de medición estandarizado, puede acompañarse de déficits en la fiabilidad de las medidas, y de falta de validez por la escasez de evidencias asociadas. Limitaciones que, además, pueden producir sesgos al utilizar información que no está relacionada con el desempeño en el trabajo (García-Izquierdo et al., 2015; Seiter y Hatch, 2005; Shannon y Stark, 2003; Villeda et al., 2019).

En este contexto, diferentes autores reclaman tanto mayor investigación sobre el uso de las SNW para el reclutamiento y la selección (e.g. Ryan y Deros, 2016), como el desarrollo de herramientas que permitan una utilización de éstas acorde a los criterios psicométricos establecidos (Ötting y Maier, 2018).

En esta línea, el objetivo de nuestro trabajo es construir cuatro rúbricas específicas para valorar la información presente en los perfiles de LinkedIn, tomando como modelo sustantivo el LinkedIn Big Four (Aguado et al., 2019), y obtener evidencia inicial acerca de su fiabilidad y validez. Para ello se explora la fiabilidad de las rúbricas

Recibido: 1 noviembre 2021 - Aceptado: 10 diciembre 2021

Correspondencia: David Aguado. Universidad Autónoma de Madrid e Instituto de Ingeniería del Conocimiento. España.

E-mail: david.aguado@uam.es

a través de su consistencia interna, fiabilidad temporal y fiabilidad inter-jueces; y su validez predictiva mediante el análisis de su relación con las competencias genéricas establecidas en el Great Eight Competency Model (Bartram, 2005).

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Las SNW en el contexto del Reclutamiento y la Selección

Una SNW se caracteriza por permitir al usuario: (a) definir un perfil dentro de un sistema acotado; (b) articular una lista de contactos con los que compartir la información; y (c) ver y recorrer la lista propia y las de los demás usuarios para identificar oportunidades de conexión y contacto (Boyd y Ellison, 2007). Además, las redes sociales profesionales como LinkedIn, permiten poner a disposición de un gran número de usuarios de Internet información relativa a los proyectos profesionales, los puestos desempeñados y la contribución realizada a organizaciones profesionales (Black y Johnson, 2012; Nikolaou, 2014).

Entre las ventajas de la utilización de las SNW como medio de reclutamiento online podemos destacar: (a) la rapidez en la que los candidatos pueden aplicar a las vacantes actuales; (b) la calidad de la información respecto de las competencias, habilidades y experiencia específicas del candidato; (c) el ahorro tanto en coste como en tiempo invertido; (d) la imagen de marca que la organización ofrece a los candidatos; (e) el incremento en la capacidad para alcanzar un número mayor y más variado de candidatos; y (f) la facilidad de aproximación a los candidatos pasivos, que no están en búsqueda activa de empleo (Ghazzawi y Accoume, 2014; Kaur 2015; Lievens y Harris, 2003).

Por otro lado, desde la perspectiva del candidato, las SNW también tienen importantes ventajas. Entre ellas se valora especialmente la inmediatez del proceso (Nikolaou, 2014), la posibilidad de búsqueda y comparación entre las distintas ofertas de empleo y la facilidad de aplicación a las mismas (Sylva y Mol, 2009), la rapidez para establecer contacto con más oportunidades de trabajo (Lievens y Harris, 2003), y el acceso a un mayor flujo de información sobre

el puesto y la organización, que permite tomar mejores y más rápidas decisiones sobre a qué vacantes aplicar (Galanaki, 2002; Kashi y Zheng, 2013). Además, al igual que para las organizaciones, también supone un ahorro de costes para los candidatos (Sylva y Mol, 2009). Adicionalmente, las SNW permiten a los usuarios controlar la forma en la que se presentan a sí mismos, pudiendo escoger qué información, comentarios, fotografías, etc., ofrecer en su perfil para crearse una determinada imagen online (Roulin, 2014).

Una mirada estructural sobre LinkedIn: LinkedIn Big Four

Entre las SNW profesionales, LinkedIn es probablemente la más utilizada por los profesionales del reclutamiento y la selección (Aguado et al., 2016; Chiang y Suen, 2015). LinkedIn permite a los usuarios incluir información equivalente a su currículum, combinando información personal y profesional (Chiang y Suen, 2015). Así, a partir de ella, los profesionales del reclutamiento y la selección son capaces de extraer información representativa sobre las habilidades específicas que muestran los candidatos. Por ejemplo, utilizando la experiencia profesional, la trayectoria académica o las tareas de voluntariado, los profesionales infieren información sobre las capacidades de liderazgo; mediante la observación de la estructura del perfil se valoran las habilidades de planificación; y, a través de las descripciones que el usuario hace en su perfil sobre su experiencia profesional, se valoran sus habilidades de comunicación (Roulin y Levashina, 2019). Por otro lado, la información contenida en el perfil, que es gestionada por el propio usuario, es también relevante para su posicionamiento en los procesos de reclutamiento. Por ejemplo, los reclutadores prestan más atención a los perfiles con más información y realizan peores valoraciones de aquellos en la que ésta es incompleta (McCabe, 2017; Shahani-Denning et al., 2017).

En la Tabla 1 se observa la organización del perfil de LinkedIn en sus 8 aspectos diferentes.

Sobre esta estructura de LinkedIn, Aguado et al., (2019) proponen el LinkedIn Big Four (LKBF). Mediante el LKBF la información existente en los perfiles de LinkedIn es organizada en cuatro dimensiones:

TABLA 1
PRINCIPALES ELEMENTOS EN EL PERFIL LINKEDIN

Aspecto	Descripción
Datos básicos	Fotografía personal; nombre; número de contactos; titular profesional; ubicación; información de contacto.
Extracto	Resumen con palabras clave (hasta 2.000 caracteres)
Actividad	Publicaciones, imágenes, comentarios sobre publicaciones de otros usuarios.
Experiencia	Descripción de la experiencia profesional y de los logros conseguidos
Estudios	Titulaciones acreditadas
Certificaciones y cursos	Certificaciones logradas y cursos realizados
Experiencia como voluntario	Experiencias y causas de voluntariado
Aptitudes y validaciones	Aptitudes del usuario y validaciones realizadas de cada aptitud por parte de otros usuarios
Recomendaciones	Recomendaciones realizadas y recibidas
Logros	Publicaciones; idiomas; proyectos; premios
Intereses	Seguimiento de: Personalidades relevantes; empresas; grupos; y universidades.

1) amplitud de la experiencia profesional; 2) capital social; 3) interés por mantener la formación actualizada; y 4) amplitud de la información no profesional (ver Tabla 2). Estas dimensiones son generalizables a través de cualquier perfil profesional y han resultado ser eficaces tanto en el análisis de las diferencias entre profesionales TIC en función de su experiencia, como en la predicción de su rendimiento profesional (Aguado et al., 2019).

Midiendo las dimensiones LKBF mediante rúbricas

La utilización de rúbricas para la evaluación en contextos educativos y organizacionales tiene una amplia tradición (e.g., Hung et al., 2013; Nadelson et al., 2015; Riebe y Jackson, 2014; Vaughan et al., 2019). En esencia, una rúbrica es una guía que permite atribuir una puntuación a una determinada dimensión a partir del cumplimiento de un conjunto de criterios (Wenzlaff et al., 1999). Así, una rúbrica consiste en un conjunto de elementos que describen a través de diferentes niveles escalados el rendimiento o ejecución en una determinada tarea o dimensión (Unal et al., 2012).

En nuestro trabajo, para la medida de las cuatro dimensiones especificadas en el LKBF se desarrollaron cuatro rúbricas diferentes (una para cada dimensión, ver Apéndice I). En su elaboración se siguieron los estándares al uso (Wenzlaff et al., 1999) y se especificaron tanto los aspectos del perfil LinkedIn a evaluar, como los elementos a utilizar para ello. Para el establecimiento de las diferentes categorías de respuesta, para cada elemento se analizaron las distribuciones de frecuencias encontradas por Aguado et al., (2019) en su estudio original realizado sobre 618 perfiles de LinkedIn en el sector TIC. Como resultado de este ejercicio, los diferentes elementos contemplados en las rúbricas son valorados en escalas de 10 categorías, cinco categorías o dos categorías (presencia-ausencia). Debido a estas diferencias en las escalas de respuesta, siguiendo las recomendaciones de Meade (2010), la puntuación total en cada rúbrica se obtiene mediante la adición de las puntuaciones estandarizadas de cada elemento.

MÉTODO

Participantes

La muestra está compuesta por 105 candidatos a cubrir vacantes del sector TIC: El 79% de los participantes son hombres con edades comprendidas entre los 22 y los 57 años (edad media 32.27). Todos los participantes fueron informados de los objetivos de la investigación y se requirió su consentimiento informado. Se aclaró que la no participación en la investigación no tenía ninguna consecuencia en el proceso selectivo. Ningún participante declinó participar en el estudio.

Instrumentos

Perfil LinkedIn de los participantes

Con el objetivo de mantener estable la información de los perfiles a analizar, estos fueron impresos en formato pdf. Para ello se utilizó una licencia *recruiter* de LinkedIn.

Competencias Genéricas

La valoración de las competencias de los participantes se realizó con el test PRISMA 4D (Instituto de Ingeniería del Conocimiento, 2015). A través de esta prueba se exploran las ocho competencias definidas en el *Great Eight Competency Model* (Bartram, 2005) mediante el análisis de (a) los comportamientos del evaluado, a los que se denomina destrezas; (b) la experiencia profesional en puestos que favorecen el desarrollo de cada competencia, a lo que se denomina experiencia; (c) el desarrollo de acciones formativas que permitan al evaluado adquirir habilidades relacionadas con cada competencia, a lo que se denomina formación; y (d) las actitudes del evaluado hacia cada competencia, lo que se denomina preferencias. Por tanto, para cada competencia, mediante PRISMA 4D se obtienen cuatro puntuaciones diferentes.

Rúbricas para la valoración de las cuatro dimensiones del perfil LinkedIn

Se utilizaron las cuatro rúbricas descritas anteriormente (ver Apén-

TABLA 2
LINKEDIN BIG FOUR DIMENSIONS (AGUADO ET AL., 2019)

Dimensiones y Elementos	Descripción
Amplitud de la Experiencia Profesional. Número de experiencias distintas reflejadas en el perfil; número de roles distintos desempeñados en la actividad profesional; número de empresas en las que ha desempeñado actividad profesional; número de líneas dedicadas a desarrollar la experiencia profesional; número de meses que suman la experiencia laboral del candidato.	Esta dimensión expresa la amplitud y profundidad de la experiencia profesional. Permite acercarse a las diferentes experiencias laborales del individuo, así como a su duración y a los roles desempeñados.
Capital Social. Número de contactos que tiene el candidato en su perfil; número de validaciones de aptitudes; recomendaciones recibidas por el candidato; número de empresas a las que sigue el candidato; número de grupos a los que sigue el candidato.	Refleja la intensidad de la interacción del participante con la comunidad presente en la red social, así como el grado de dinamismo de dicha actividad.
Interés por mantener conocimientos actualizados. Número de titulaciones universitarias (grado o posgrado); número de cursos adicionales a la formación universitaria; número de universidades a las que sigue el candidato.	Integra la información sobre la trayectoria académica reglada y no reglada. Refleja el interés por mantenerse actualizado en los contenidos relevantes para la actividad profesional.
Amplitud de la Información no profesional. Número de categorías rellenas en el perfil que muestran información sobre el candidato; número de idiomas que refiere conocer el candidato (excepto el español); intereses; causas benéficas; existencia de la sección "Acerca de" o "Extracto".	Señala el interés del usuario por ofrecer un perfil LinkedIn completo, de forma que otros usuarios puedan conocer sus intereses más allá del ámbito estrictamente profesional.

dice 1): amplitud de la experiencia profesional (LKBF1), capital social (LKBF2), interés por mantener la formación actualizada (LKBF3), y amplitud de la información no profesional (LKBF4).

Con el objetivo de realizar una valoración inicial de la calidad del contenido de las rúbricas, siguiendo las recomendaciones al uso (Curran et al., 2011; Roblyer & Wiencke, 2003), trabajamos en un Grupo Focal formado por 12 expertos. Estos fueron elegidos tomando como criterio su experiencia en la utilización de LinkedIn para tareas de reclutamiento y selección de personal. El trabajo del Grupo Focal se encaminó a valorar el grado en el que las rúbricas eran fáciles de utilizar, amigables, y entendibles, tanto en los aspectos que contienen como en la valoración que se solicita al evaluador. Como resultado de este proceso se realizaron modificaciones en las nomenclaturas de las secciones de LinkedIn y en la redacción de algunos enunciados.

Procedimiento

Los participantes cumplimentaron el cuestionario PRISMA 4D en el marco de los diferentes procesos selectivos en los que participaban (los procesos se desarrollaron a lo largo del año 2019 y principios de 2020). Tras ello, el primer autor del trabajo recolectó los perfiles LinkedIn de los participantes y los guardó como documentos *Printable Document Format* (pdf).

La fiabilidad de las rúbricas se exploró a través de (a) la fiabilidad inter-jueces (los 12 expertos que formaron parte del grupo focal); (b) la fiabilidad test-retest (a través de las valoraciones de 6 de los 12 expertos, transcurrido un lapso de tiempo de 6 semanas); y (c) la consistencia interna (a través de las puntuaciones que los 12 expertos otorgaron a los diferentes elementos de las rúbricas en la primera valoración de los perfiles). La validez de las puntuaciones obtenidas con las rúbricas se examinó a partir de las correlaciones entre dichas puntuaciones y las obtenidas en las destrezas, experiencia, formación y preferencias, relativas a las 8 competencias genéricas.

RESULTADOS

Evidencias de Fiabilidad

En la tabla 3 pueden observarse los resultados obtenidos en relación a la fiabilidad de las medidas. La fiabilidad inter-jueces de las cuatro medidas resultó ser superior a los estándares recomendados (Stellmack et al., 2009) en todas las dimensiones excepto en la tercera (LKBF3). El índice Kappa promedio para los 12 reclutadores resultó ser .86, .94, .65, y .83 respectivamente para cada una de las cuatro medidas. Los resultados referidos a la fiabilidad temporal

también resultaron ser adecuados para todas las medidas. Los índices de correlación de Pearson obtenidos para cada una de las cuatro dimensiones valoradas fueron 1, 1, .97, y .99 respectivamente. Finalmente, respecto de la consistencia interna, se obtuvieron valores por encima del estándar habitual ($> .70$) para LKBF1 (.89), LKBF2 (.72), y LKBF4 (.70), pero para la dimensión LKBF3 (.40) no se alcanzó dicho estándar.

Evidencias de Validez

En la Tabla 4 se muestran las correlaciones entre las puntuaciones obtenidas en las rúbricas y las obtenidas en los cuatro elementos de cada competencia: destrezas, formación, experiencia y preferencias.

Un primer análisis de los resultados muestra que las puntuaciones obtenidas en las rúbricas parecen ser útiles para inferir tanto el grado en el que los profesionales han desarrollado sus competencias a partir de la experiencia profesional, como el grado en el que son efectivos en las competencias a través de su comportamiento. La puntuación en la rúbrica LKBF1 (amplitud de la experiencia profesional) correlaciona significativamente con la experiencia en las competencias Liderar-Decidir ($r = .30$; $p < .05$) y Analizar-Usar conocimiento ($r = .30$, $p = .05$); la puntuación en la rúbrica LKBF2 (capital social) correlaciona significativamente con la experiencia en las 8 competencias: Liderar-Decidir ($r = .41$, $p < .05$), Cooperar-Respeto ($r = .27$, $p < .05$), Comunicar-Relacionar ($r = .46$, $p < .001$), Analizar-Usar conocimiento ($r = .46$, $p < .001$), Aprendizaje e Innovación ($r = .40$, $p < .05$), Planificación y Organización ($r = .30$, $p < .05$), Adaptación y Afrontamiento ($r = .30$, $p < .05$) y Logro y Emprendimiento ($r = .41$, $p < .05$). La puntuación en LKBF3 (interés por mantener la formación actualizada), correlaciona significativamente con la experiencia en la competencia Comunicar-Relacionar ($r = .37$, $p < .05$). Finalmente, la puntuación en la rúbrica LKBF4 (amplitud de la información no profesional) muestra correlaciones significativas en la componente experiencia con 6 de las 8 competencias: Cooperar-Respeto ($r = .31$, $p < .05$), Comunicar-Relacionar ($r = .39$, $p < .05$), Analizar-Usar conocimiento ($r = .29$, $p < .05$), Planificación y Organización ($r = .39$, $p < .05$), Adaptación y Afrontamiento ($r = .32$, $p < .05$) y Logro y Emprendimiento ($r = .32$, $p < .05$).

Al observar las correlaciones con las destrezas observamos que las puntuaciones obtenidas en LKBF1 y en LKBF3 no correlacionan significativamente con el comportamiento relacionado con las competencias. Por otro lado, la puntuación en la LKBF2 muestra correlaciones significativas con Liderar-Decidir ($r = .32$, $p < .05$),

TABLA 3
ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS E INDICADORES DE FIABILIDAD DE LAS RÚBRICAS

	Media	DT	Fiabilidad Inter-jueces	Fiabilidad Temporal	Consistencia Interna
LKBF1: Amplitud de la Experiencia Profesional	-.34	4.50	.86 (.95)	1	.89
LKBF2: Capital Social	-.15	3.40	.94 (.99)	1	.72
LKBF3: Interés Formación Actualizada	-.23	1.69	.65 (.84)	.97	.40
LKBF4: Amplitud Información no Profesional	-.21	3	.83 (.93)	.99	.70

Nota: los valores de la media están normalizados; DT, desviación típica; Fiabilidad Inter-jueces (Cohen Kappa, entre paréntesis weighted kappa). Fiabilidad Temporal (Correlación de Pearson); Consistencia Interna (Alpha de Cronbach)

Comunicar Relacionar ($r = .40, p < .05$), Aprendizaje e Innovación ($r = .40, p < .05$) y Logro y Emprendimiento ($r = .40, p < .05$). Finalmente, la puntuación en LKBF4 correlaciona significativamente en el nivel de las destrezas con Aprendizaje e Innovación ($r = .29, p < .05$) y con Logro y Emprendimiento ($r = .33, p < .05$).

Por otro lado, los resultados nos muestran que no existe ninguna correlación significativa entre las puntuaciones en las rúbricas y el aspecto de “formación” de las competencias. De manera similar, las puntuaciones en las rúbricas solo muestran dos relaciones significativas con las “preferencias” de los participantes respecto de las competencias: para las actitudes relacionadas con el logro y el emprendimiento, y para las relacionadas con la comunicación y la relación, en ambos casos con la puntuación obtenida en LKBF2 (Capital Social) ($r = .29; p < .05$) y ($r = .32; p < .05$) respectivamente.

DISCUSIÓN

En este trabajo se han mostrado las propiedades psicométricas iniciales de cuatro rúbricas diseñadas para valorar los perfiles de LinkedIn a la luz de las dimensiones propuestas por Aguado et al., (2019) en el modelo LinkedIn Big Four. Los resultados muestran una buena fiabilidad de las medidas obtenidas por las rúbricas tanto en términos de fiabilidad inter-jueces, como de fiabilidad temporal. La fiabilidad expresada a partir del coeficiente Alfa de Cronbach resultó ser adecuada para tres de las medidas obtenidas con las rúbricas, pero no para la rúbrica diseñada para la medición del LKBF3 (interés por mantener la formación actualizada). Así mismo, nuestros resultados aportan evidencia inicial de la validez de las rúbricas para informar acerca de las competencias genéricas de los candidatos. La medida del LinkedIn Big Four que se realiza con las rúbricas

TABLA 4
CORRELACIONES ENTRE LAS PUNTUACIONES OBTENIDAS EN LAS RÚBRICAS Y LAS PUNTUACIONES EN LAS COMPETENCIAS

	LKBF1: Amplitud de la Experiencia Profesional	LKBF2: Capital Social	LKBF3: Interés Formación Actualizada	LKBF4: Amplitud Información no Profesional
Liderar-Decidir				
Formación	.06	.23	.02	.14
Actitudes	.18	.18	-.07	.12
Experiencia	.30*	.41*	.17	.23
Destrezas	.13	.32*	-.06	.19
Cooperar-Respeto				
Formación	-.01	.15	.03	.18
Actitudes	.07	.13	-.06	.09
Experiencia	.02	.27*	.18	.31*
Destrezas	.14	.19	.03	.25
Comunicar Relacionar				
Formación	.07	.16	.13	.17
Actitudes	.03	.32*	.10	.16
Experiencia	.25	.46**	.37*	.39*
Destrezas	.18	.40*	.16	.24
Analizar-Usar conocimiento				
Formación	.08	.15	.03	.07
Actitudes	.09	.14	.01	.13
Experiencia	.30*	.46**	.23	.29*
Destrezas	.19	.22	.08	.25
Aprendizaje e Innovación				
Formación	.06	.22	.05	.07
Actitudes	.06	.14	.03	.04
Experiencia	.22	.40*	.11	.23
Destrezas	.24	.40*	.03	.29*
Planificación y Organización				
Formación	.17	.25	.12	.14
Actitudes	-.02	.07	.01	.04
Experiencia	.27*	.30*	.14	.39*
Destrezas	.20	.20	-.07	.17
Adaptación y Afrontamiento				
Formación	.12	.23	-.08	.00
Actitudes	-.03	.15	-.03	.06
Experiencia	.23	.30*	.07	.32*
Destrezas	.12	.24	-.03	.22
Logro y emprendimiento				
Formación	.03	.16	.01	.03
Actitudes	-.09	.29*	-.01	.01
Experiencia	.24	.41*	.19	.32*
Destrezas	.16	.40*	.08	.33*

Nota: * $p < .05$; ** $p < .01$

muestra una fuerte relación con los componentes experiencial y comportamental de las competencias, pero no con los componentes formativos ni con los actitudinales.

Más específicamente, la puntuación en capital social (LKBF2) muestra relación significativa y positiva con los componentes de experiencia en todas las competencias, denotando que el desarrollo por parte de los participantes de posiciones laborales que les permiten desarrollar sus competencias corre parejo con el desarrollo de su capital social expresado en LinkedIn. De igual forma, la relación entre LKBF2 y los comportamientos desarrollados por los participantes es fuerte y positiva para determinadas competencias. Así, se muestra cómo la mayor amplitud del capital social de los participantes parece indicar también un mayor desarrollo de sus comportamientos de Liderazgo y Toma de Decisiones, Cooperación y Relación con Otros, Análisis y Utilización de conocimiento, Aprendizaje e Innovación, y Logro y Emprendimiento. Por otro lado, la dimensión de amplitud de la experiencia profesional (LKBF1) refleja bien la experiencia adquirida por los participantes en posiciones laborales que les han permitido desarrollar las competencias de Liderazgo y Toma de Decisiones, Análisis y Utilización de conocimiento y Planificación y Organización. Por otro lado, la dimensión relativa a la amplitud de la información no profesional representada en LinkedIn (LKBF4) parece reflejar la experiencia adquirida por los participantes en posiciones laborales que favorecen el desarrollo de la Cooperación y el Respeto, la Comunicación y la Relación con otros, el Análisis y la Utilización de conocimientos, la Planificación y Organización, la Adaptación y el Logro y el Emprendimiento.

Estos hallazgos parecen estar en línea con los resultados de estudios anteriores donde se ofrece evidencia sobre la relación entre la experiencia laboral y el capital social y las competencias personales relacionadas con el pensamiento estratégico, el pensamiento emprendedor, la dirección de personas y el liderazgo, la toma de decisiones y la resolución de problemas (Dragoni et al., 2011; Gabriellson & Politis, 2012; Krueger, 2007; Lord & Hall, 2005; Mumford et al., 2000).

Por último, la medida realizada de la dimensión LKBF3 (interés por mantener los conocimientos actualizados) no tiene la misma capacidad que las otras tres para reflejar los aspectos competenciales evaluados. En resumen, los resultados parecen mostrar que las rúbricas presentadas pueden ser un instrumento útil para explorar el desarrollo de competencias que los usuarios de los perfiles de LinkedIn han obtenido a través de la experiencia.

Lo anterior tiene varias implicaciones prácticas para el profesional del reclutamiento y la selección. La primera de ellas es que puede utilizar una herramienta estándar para realizar su aproximación a los perfiles de LinkedIn de los candidatos. Esta estandarización permite a los profesionales realizar comparaciones entre los diferentes perfiles profesionales valorados. La segunda implicación tiene que ver con la posibilidad de que los profesionales, utilizando las medidas proporcionadas por las rúbricas, puedan realizar inferencias sobre las competencias de los candidatos apoyadas en los resultados presentados.

Nuestro estudio no está exento de algunas limitaciones. En concreto, solo se contempla la información de carácter estructural presente en el perfil y, en ningún caso, el contenido específico presentado en el perfil. Contemplar dicha información proporcionaría información adicional que también debiera conectarse con las competencias ad-

quiridas por los usuarios de los perfiles. En este sentido, estudios posteriores podrían indagar en la relación existente entre ese contenido específico informado en LinkedIn y las competencias de los usuarios.

CONCLUSIONES

Los resultados presentados en este estudio suponen evidencia inicial de la calidad de las rúbricas desarrolladas para la medición de las cuatro dimensiones del modelo LinkedIn Big Four. Profesionales y académicos tienen en ellas una herramienta estándar para explorar estas dimensiones y utilizar las medidas con ellas obtenidas para los diferentes procesos de toma de decisiones que se producen en el ámbito aplicado de la evaluación de personas en los contextos organizacionales.

Además, parece evidente que las SNW han venido para quedarse y que los profesionales de la psicología en el desarrollo de sus tareas de carácter evaluativo y/o diagnóstico, tienen en ellas una fuente importante de información acerca del comportamiento de los individuos. Nuestro estudio pone de manifiesto que la forma en la que los usuarios de LinkedIn trabajan con su perfil puede ser entendida como una expresión de sus competencias individuales. El modo de acercamiento al perfil de LinkedIn a través de un conjunto de medidas estandarizadas a través de las rúbricas, bien pudiera trasladarse a la valoración de la información presente en otras redes sociales, con otros objetivos evaluativos diferentes de la selección de personal. El comportamiento de los individuos en las redes sociales es, en definitiva, una expresión particular de las diferencias individuales que caracterizan a cada persona. Y, desde este punto de vista, el psicólogo tiene en ellas un recurso de gran valor. Su utilización, en cualquier caso, debe estar sujeta al menos a dos principios generales: (a) utilización acorde a las convenciones sociales y legales relacionadas con la protección de la privacidad; y (b) exploración a partir de instrumentos que permitan obtener una información válida y fiable respecto de los objetivos del profesional.

CONFLICTO DE INTERESES

No existe conflicto de intereses

REFERENCIAS

- Aguado, D., Andrés, J. C., García-Izquierdo, A. L., & Rodríguez, J. (2019). LinkedIn "Big Four": Job Performance Validation in the ICT Sector. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 35(2), 53-64. <https://doi.org/10.5093/jwop2019a7>
- Aguado, D., Rico, R., Rubio, V. J., & Fernández, L. (2016). Applicant reactions to social network web use in personnel selection and assessment. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 32(3), 183-190. <https://doi.org/10.1016/j.rp-to.2016.09.001>
- Back, M. D., Stopfer, J. M., Vazire, S., Gaddis, S., Schmukle, S. C., Egloff, B., & Gosling, S. D. (2010). Facebook profiles reflect actual personality, not self-idealization. *Psychological Science*, 21(3), 372-374. <https://doi.org/10.1177/0956797609360756>
- Bartram, D. (2005). The Great Eight competencies: a criterion-centric approach to validation. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1185-1203. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1185>
- Black, S. L., & Johnson, A. F. (2012). Employers' use of social net-

- working sites in the selection process. *The Journal of Social Media in Society*, 1(1), 7-28.
- Boyd, D., & Ellison N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Chamorro-Premuzic, T., & Steinmetz, C. (2013). Technology and psychology are reshaping the search for the best employees. *Scientific American Mind*, 1(1), 43-47. <https://fermion.com.au/wp-content/uploads/The-Perfect-Hire-1.pdf>
- Chapman, D. S., & Mayers, D. (2015). Recruitment processes and organizational attraction. In *Employee Recruitment, Selection, and Assessment* (2nd ed., pp. 39-54). Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9781315742175>
- Chiang, J. K. H., & Suen, H. Y. (2015). Self-presentation and hiring recommendations in online communities: Lessons from LinkedIn. *Computers in Human Behavior*, 48, 516-524. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.017>
- Curran, V., Hollett, A., Casimiro, L. M., McCarthy, P., Banfield, V., Hall, P., Lackie, K., Oandasan, I., Simmons, B. & Wagner, S. (2011). Development and validation of the interprofessional collaborator assessment rubric ((ICAR)). *Journal of Interprofessional Care*, 25(5), 339-344. <http://dx.doi.org/10.3109/13561820.2011.589542>
- Derous, E., & De Fruyt, F. (2016). Developments in recruitment and selection research. *International Journal of Selection and Assessment*, 24(1), 1-3. <https://doi.org/10.1111/ijsa.12123>
- Dragoni, L., Oh, I. S., Vankatwyk, P., & Tesluk, P. E. (2011). Developing executive leaders: The relative contribution of cognitive ability, personality, and the accumulation of work experience in predicting strategic thinking competency. *Personnel Psychology*, 64(4), 829-864. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1744-6570.2011.01229.x>
- Elosua, P. (2022). Impacto de la TIC en el entorno evaluativo. Innovaciones al servicio de la mejora continua. *Papeles del Psicólogo*, 43(1), 3-11. <https://doi.org/10.23923/pap.psicol.2985>
- Frasca, K. J., & Edwards, M. R. (2017). Web-based corporate, social and video recruitment media: Effects of media richness and source credibility on organizational attraction. *International Journal of Selection and Assessment*, 25(2), 125-137. <http://dx.doi.org/10.1111/ijsa.12165>
- Gabrielsson, J., & Politis, D. (2012). Work experience and the generation of new business ideas among entrepreneurs: An integrated learning framework. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* 18(1), 48. <http://dx.doi.org/10.1108/13552551211201376>
- Galanaki, E. (2002). The decision to recruit online: A descriptive study. *Career Development International*, 7(4), 243-251. <https://doi.org/10.1108/13620430210431325>
- García-Izquierdo, A. L., Ramos-Villagrasa, P. J., & Castaño, A. M. (2015). e-Recruitment, gender discrimination, and organizational results of listed companies on the Spanish Stock Exchange. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 31(3), 155-164. <https://dx.doi.org/10.1016/j.rpto.2015.06.003>
- García-Izquierdo, A. L., Aguado, D., & Ponsoda-Gil, V. (2019). New insights on technology and assessment: introduction to JWOP special issue. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 35(2), 49-52. <https://doi.org/10.5093/jwop2019a6>
- Ghazzawi, K., & Accoume, A. (2014). Critical success factors of the e-recruitment system. *Journal of Human Resources Management and Labor Studies*, 2(2), 159-170.
- Hung, H. T., Chiu, Y. C. J., & Yeh, H. C. (2013). Multimodal assessment of and for learning: A theory-driven design rubric. *British Journal of Educational Technology*, 44(3), 400-409. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-8535.2012.01337.x>
- Instituto de Ingeniería del Conocimiento (2015). PRISMA 4D. Retrieved from <https://www.iic.uam.es/soluciones/recursos-humanos/evaluacion-por-perfiles-profesionales/>
- Kashi, K., & Zheng, C. (2013). Extending Technology Acceptance Model to the E-recruitment Context in Iran. *International Journal of Selection and Assessment*, 21(1), 121-129. <https://doi.org/10.1111/ijsa.12022>
- Kaur, P. (2015). E-recruitment: A conceptual study. *International Journal of Applied Research*, 1(8), 78-82.
- Kluemper, D. H., Rosen, P. A., & Mossholder, K. W. (2012). Social networking websites, personality ratings, and the organizational context: More than meets the eye? *Journal of Applied Social Psychology*, 42(1), 1143-1172. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2011.00881.x>
- Krueger Jr, N. F. (2007). What lies beneath? The experiential essence of entrepreneurial thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(1), 123-138. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00166.x>
- Lievens, F., & Harris, M. M. (2003). Research on Internet recruiting and testing: Current status and future directions. In C. Cooper & I. T. Robertson (Eds.), *International review of industrial and organizational psychology* (1st ed., 131-166). Wiley Online Library. <https://doi.org/10.1002/0470013346.ch4>
- Lord, R. G., & Hall, R. J. (2005). Identity, deep structure and the development of leadership skill. *The Leadership Quarterly*, 16(4), 591-615. <http://dx.doi.org/10.1016/j.leaqua.2005.06.003>
- McCabe, M. B. (2017). Social media marketing strategies for career advancement: An analysis of LinkedIn. *Journal of Business and Behavioral Sciences*, 29(1), 85 - 149.
- Meade, A. W. (2010). A taxonomy of effect size measures for the differential functioning of items and scales. *Journal of Applied Psychology*, 95(4), 728. <http://dx.doi.org/10.1037/a0018966>
- Mumford, M. D., Marks, M. A., Connelly, M. S., Zaccaro, S. J., & Reiter-Palmon, R. (2000). Development of leadership skills: Experience and timing. *The Leadership Quarterly*, 11(1), 87-114. [https://doi.org/10.1016/S1048-9843\(99\)00044-2](https://doi.org/10.1016/S1048-9843(99)00044-2)
- Nadelson, L. S., Pfister, J., Callahan, J., & Pyke, P. (2015). Who is doing the engineering, the student or the teacher? The development and use of a rubric to categorize level of design for the elementary classroom. *Journal of Technology Education*, 26(2), 22-45. <http://dx.doi.org/10.21061/jte.v26i2.a2>
- Nikolaou, I. (2014). Social networking web sites in job search and employee recruitment. *International Journal of Selection and Assessment*, 22(2), 179-189. <https://doi.org/10.1111/ij-sa.12067>

- Ötting, S. K., & Maier, G. W. (2018). The importance of procedural justice in human-machine interactions: Intelligent systems as new decision agents in organizations. *Computers in Human Behavior*, 89, 27-39. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.07.022>
- Riebe, L., & Jackson, D. (2014). The use of rubrics in benchmarking and assessing employability skills. *Journal of Management Education*, 38(3), 319-344. <http://dx.doi.org/10.1177/1052562913511437>
- Roblyer, M. D., & Wiencke, W. R. (2003). Design and use of a rubric to assess and encourage interactive qualities in distance courses. *The American Journal of Distance Education*, 17(2), 77-98. http://dx.doi.org/10.1207/S15389286AJDE1702_2
- Roulin, N. (2014). The influence of employers' use of social networking websites in selection, online self-promotion, and personality on the likelihood of faux pas postings. *International Journal of Selection and Assessment*, 22(1), 80-87. <https://doi.org/10.1111/ijsa.12058>
- Roulin, N., & Bangerter, A. (2013). Social networking websites in personnel selection. *Journal of Personnel Psychology* 12(1), 143-151. <https://doi.org/10.1027/1866-5888/a000094>
- Roulin, N., & Levashina, J. (2019). LinkedIn as a new selection method: Psychometric properties and assessment approach. *Personnel Psychology*, 72(2), 187-211. <https://doi.org/10.1111/peps.12296>
- Ryan, A. M., & Derous, E. (2016). Highlighting tensions in recruitment and selection research and practice. *International Journal of Selection and Assessment*, 24(1), 54-62.
- Ryan, A. M., & Derous, E. (2019). The unrealized potential of technology in selection assessment. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 35(2), 85-92. <https://doi.org/10.5093/jwop2019a10>
- Seiter, J. S., & Hatch, S. (2005). Effect of tattoos on perceptions of credibility and attractiveness. *Psychological Reports*, 96(3_suppl), 1113-1120. <http://dx.doi.org/10.2466/pr0.96.3c.1113-1120>
- Shahani-Denning, C., Patel, V., & Zide, J. (2017). Recruiter and applicant use of LinkedIn: A spotlight on India. *The Psychologist-Manager Journal*, 20(2), 90-105. <https://doi.org/10.1037/mgr0000052>
- Shannon, M. L., & Stark, C. P. (2003). The influence of physical appearance on personnel selection. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 31(6), 613-623. <https://doi.org/10.2224/sbp.2003.31.6.613>
- Stellmack, M. A., Konheim-Kalkstein, Y. L., Manor, J. E., Massey, A. R., & Schmitz, J. A. P. (2009). An assessment of reliability and validity of a rubric for grading APA-style introductions. *Teaching of Psychology*, 36(2), 102-107. <http://dx.doi.org/10.1080/00986280902739776>
- Sylva, H., & Mol, S. T. (2009). E-Recruitment: A study into applicant perceptions of an online application system. *International Journal of Selection and Assessment*, 17(3), 311-323. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2389.2009.00473.x>
- Unal, Z., Bodur, Y., & Unal, A. (2012). A standardized rubric for evaluating Webquest design: reliability analysis of ZUNAL Webquest design rubric. *Journal of Information Technology Education: Research*, 11(1), 169-183. <http://dx.doi.org/10.28945/1688>
- Van Iddekinge, C. H., Lanivich, S. E., Roth, P. L., & Junco, E. (2016). Social media for selection? Validity and adverse impact potential of a Facebook-based assessment. *Journal of Management*, 42(7), 1811-1835. <http://dx.doi.org/10.1177/0149206313515524>
- Vaughan, B., Yoxall, J., & Grace, S. (2019). Peer assessment of teamwork in group projects: Evaluation of a rubric. *Issues in Educational Research*, 29(3), 961-978.
- Villeda, M., McCamey, R., Essien, E., & Amadi, C. (2019). Use of social networking sites for recruiting and selecting in the hiring process. *International Business Research*, 12(3), 66-78. <http://dx.doi.org/10.5539/ibr.v12n3p66>
- Wenzlaff, T. L., Fager, J. J., & Coleman, M. J. (1999). What is a rubric? Do practitioners and the literature agree?. *Contemporary Education*, 70(4), 41.
- Woods, S. A., Ahmed, S., Nikolaou, I., Costa, A. C., & Anderson, N. R. (2020). Personnel selection in the digital age: A review of validity and applicant reactions, and future research challenges. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 29(1), 64-77. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2019.1681401>

Apéndice I

Rúbricas para la recogida de la información contenida en los perfiles de LinkedIn

Rúbrica 1: Amplitud de la Experiencia Profesional

Elemento 1: número de experiencias distintas reflejadas en el perfil (contar las distintas experiencias reflejadas por el candidato en su perfil). 1 (puntuación = 1); 2 (puntuación = 2); 3 (puntuación = 3); de 4 a 5 (puntuación = 4); > 5 (puntuación = 5)

Elemento 2: número roles distintos desempeñados en la actividad profesional (contar los roles distintos en cuanto a puesto, categoría, etc.). 1 (puntuación = 1); 2 (puntuación = 2); 3 (puntuación = 3); de 4 a 5 (puntuación = 4); > 5 (puntuación = 5)

Elemento 3: número de empresas en las que ha desempeñado actividad profesional (contar las empresas en las que ha tenido actividad profesional). 1 (puntuación = 1); 2 (puntuación = 2); 3 (puntuación = 3); de 4 a 5 (puntuación = 4); > 5 (puntuación = 5)

Elemento 4: número de líneas dedicadas a describir la experiencia profesional (contar las líneas en las que se extiende el apartado de experiencia profesional (se cuentan las líneas en el formato que aparece en el perfil). De 0 a 3 (puntuación = 1); de 4 a 7 (puntuación = 2); de 8 a 10 (puntuación = 3); de 11 a 13 (puntuación = 4); de 14 a 18 (puntuación = 5); de 19 a 24 (puntuación = 6); de 25 a 32 (puntuación = 7); de 33 a 42 (puntuación = 8); de 43 a 62 (puntuación = 9); y > 62 (puntuación = 10)

Apéndice I

Rúbricas para la recogida de la información contenida en los perfiles de LinkedIn (Continuación)

Elemento 5: número de meses que suman la experiencia laboral del candidato (sumar en meses la duración de las distintas actividades profesionales señaladas en el perfil). De 0 a 49 (puntuación = 1); de 50 a 79 (puntuación = 2); de 80 a 102 (puntuación = 3); de 103 a 116 (puntuación = 4); de 117 a 131 (puntuación = 5); de 132 a 148 (puntuación = 6); de 149 a 179 (puntuación = 7); de 180 a 208 (puntuación = 8); de 209 a 250 (puntuación = 9); y > 250 (puntuación = 10)

Rúbrica 2: Capital Social

Elemento 1: número de contactos que tiene el candidato en su perfil. De 0 a 23 (puntuación = 1); de 24 a 49 (puntuación = 2); de 50 a 74 (puntuación = 3); de 75 a 91 (puntuación = 4); de 92 a 112 (puntuación = 5); de 113 a 138 (puntuación = 6); de 139 a 169 (puntuación = 7); de 170 a 213 (puntuación = 8); de 214 a 311 (puntuación = 9); > 312 (puntuación = 10)

Elemento 2: número de validaciones de aptitudes (sumar el número de aptitudes validadas en total). 0 (puntuación = 1); de 1 a 17 (puntuación = 2); de 18 a 44 (puntuación = 3); de 45 a 89 (puntuación = 4); > 89 (puntuación = 5)

Elemento 3: recomendaciones recibidas por el candidato (referir si el candidato ha recibido alguna recomendación). No ha recibido recomendaciones (puntuación = 0); sí ha recibido recomendaciones (puntuación = 1)

Elemento 4: número de empresas a las que sigue el candidato (contar las empresas a las que sigue el candidato en el apartado intereses). De 0 a 2 (puntuación = 1); 3 (puntuación = 2); de 4 a 5 (puntuación = 3); de 6 a 12 (puntuación = 4); y > 12 (puntuación = 5)

Elemento 5: número de grupos a los que sigue el candidato (contar los grupos a los que sigue el candidato en el apartado intereses). 0 (puntuación = 1); 1 (puntuación = 2); de 2 a 3 (puntuación = 3); de 4 a 7 (puntuación = 4); y > 7 (puntuación = 5)

Elemento 6: número de noticias que sigue el candidato (referir si el candidato sigue alguna noticia o no en el apartado intereses). No sigue noticia alguna (puntuación = 0); sigue alguna noticia (puntuación = 1)

Rúbrica 3: Interés en mantener la Formación Actualizada

Elemento 1: número de titulaciones universitarias (grado o posgrado) referidos por el candidato (contar las distintas formaciones universitarias reflejadas por el candidato en su perfil). 0 (puntuación = 1); 1 (puntuación = 2); 2 (puntuación = 3); 3 (puntuación = 4); > 3 (puntuación = 5)

Elemento 2: número de cursos adicionales a la formación universitaria referidos por el candidato (referir si el candidato ha realizado algún curso adicional a la formación universitaria). No refiere ningún curso adicional (puntuación = 0); refiere algún curso adicional (puntuación = 1)

Elemento 3: número de universidades a las que sigue el candidato (referir si el candidato sigue a alguna universidad). No sigue a ninguna universidad (puntuación = 0); sigue a alguna universidad (puntuación = 1)

Rúbrica 4: Amplitud de la Información No Profesional

Elemento 1: número de categorías rellenas en el perfil que muestran información sobre el candidato (contar las categorías que el candidato ha relleno). De 0 a 4 (puntuación = 1); de 5 a 6 (puntuación = 2); 7 (puntuación = 3); 8 (puntuación = 4); y > 8 (puntuación = 5)

Elemento 2: número de idiomas que refiere conocer el candidato, excepto el español (contar los idiomas referidos, excepto el español). 0 (puntuación = 1); 1 (puntuación = 2); 2 (puntuación = 3); 3 (puntuación = 4); y > 3 (puntuación = 5)

Elemento 3: intereses referidos por el candidato (verificar si el candidato ha referido intereses o no). No refiere ningún interés en su perfil (puntuación = 0); refiere algún interés en su perfil (puntuación = 1)

Elemento 4: causas benéficas referidas por el candidato (verificar si el candidato ha referido causas benéficas o no). No refiere ninguna causa benéfica en su perfil (puntuación = 0); refiere alguna causa benéfica en su perfil (puntuación = 1)

Elemento 5: existencia de la sección "Acerca de" o "Extracto" (verificar si el candidato ha relleno la sección "Acerca de" o "Extracto"). No ha relleno la sección "Acerca de" o "Extracto" (puntuación = 0); ha relleno la sección "Acerca de" o "Extracto" (puntuación = 1)