**Así afectan las noticias negativas a la reputación online: el caso de Florentino Pérez**

* **Desde la publicación de los audios privados de Florentino Pérez, la reputación online del Presidente del Real Madrid ha caído 2 puntos sobre 10 (un 20%), según la tecnológica española RepScan.**
* **Este análisis forma parte de una serie de estudios que realizará RepScan sobre diferentes personalidades públicas para analizar cómo las noticias afectan a la reputación online.**

**Barcelona, octubre de 2021 –** La tecnológica española [RepScan](http://www.repscan.com), empresa líder en la mejora de reputación online para particulares y empresas, tiene muy claro que las noticias negativas pueden contribuir a hundir una reputación.

Para demostrarlo, ha analizado la evolución durante los últimos meses de la reputación online del empresario español y Presidente del Real Madrid, Florentino Pérez, el cual vio cómo unos audios privados suyos se filtraban a la prensa el 13 de julio del presente año.

Desde RepScan han analizado cuál era la reputación online de Florentino Pérez antes y después de esa filtración y la han calificado, de acuerdo con su índice, en una escala del -10 (la peor nota) a 0 (la mejor puntuación).

*Este Índice de Reputación Negativa que permite conocer cuál es la reputación de personas y empresas en Internet fue creado con la participación de un grupo de investigadores internacional liderado por David López, doctor en reputación online y profesor de Esade.*

El análisis forma parte de una serie de estudios que realizará RepScan sobre diferentes personalidades públicas para analizar cómo las noticias afectan a la reputación online.

**Los resultados**

El día 12 de julio, justo antes de la filtración, la reputación online de Florentino Pérez era de -0,35, es decir, casi perfecta. Sin embargo, al día siguiente y a causa de las noticias negativas generadas por los audios filtrados había bajado ya a -0,93 y al día siguiente alcanzaba la cifra de -1,97.

Los meses siguientes, la reputación de Florentino no se ha recuperado. Así, a comienzos de agosto era de -2,83 y a comienzos de octubre de -2,97. Es decir, el paso del tiempo no ha permitido a Florentino Pérez mejorar o recuperar la reputación online que tenía antes de la filtración de los audios y de la generación de noticias y comentarios asociados a los mismos.

Para establecer esta puntuación, la tecnología de RepScan establece, por un lado, un porcentaje de contenidos negativos sobre el total de contenidos publicados acerca de una persona en la Red, en este caso Florentino Pérez y por otro lado mide la Percepción Negativa, teniendo en cuenta tanto el número de noticias negativas y la web donde se encuentran, como la posición que las mismas ocupan en una búsqueda.

«La reputación en Internet es cada vez más crucial para particulares y empresas. Una noticia falsa, un rumor o una investigación que luego queda en nada pueden lastrar esa reputación durante años, a los empresarios conocidos, pero también a personas anónimas y a negocios de todos los tamaños», explica Josep Coll, CEO de RepScan.

**Más información de prensa y entrevistas**

Alberto Gómez

Comunicación y Más

agomez@comunicacionymas.es

675 68 13 34 (recibimos Whatsapp)