

Diferencias de personalidad en la valoración de la utilidad percibida de la Realidad Virtual (RV) para la exposición de estímulos alimentarios

Ruiz, J.^{a,b}, Fusté, A.^{a,b}, Ferrer-García, M.^{a,b}, Krieger, V.^a, Genovard, M.^a, Bau, M.^a, de Torres, J.^a, Serrano, E.^c y Gutiérrez-Maldonado, J.^{a,b}



Institut de Neurociències
UNIVERSITAT DE BARCELONA



^a Departamento de Psicología Clínica y Psicobiología – Universidad de Barcelona

^b Instituto de Neurociencias de la Universidad de Barcelona

^c Unidad Funcional Integrada de TCA – Hospital Sant Joan de Déu de Barcelona



✉ jruizro@ub.edu

Objetivos

Analizar el grado de aceptación tecnológica de la realidad virtual (RV) para la exposición a estímulos alimentarios en función de la personalidad. Específicamente:

- Comprobar si distintos perfiles de personalidad difieren en la valoración que hacen de la utilidad percibida de la RV.
- Verificar qué rasgos específicos de personalidad permiten predecir la utilidad percibida de la RV.

Estímulos alimentarios: 11 alimentos modelados en 3D (y tamaño equivalente) presentados secuencialmente en orden aleatorio sobre un plato (magdalena, pizza, tortilla, embutidos, queso, carne, albóndigas, pasta, hamburguesa, pescado y bagel). Los participantes podían manipular el plato con el controlador manual.

Análisis: Los perfiles de personalidad se identificaron mediante un *Análisis de Conglomerados Jerárquico* utilizando las escalas BIS/BAS como variables de agrupamiento, con distancias euclidianas al cuadrado incluidas en la matriz de proximidad. Se empleó el método de Ward para formar los grupos, así como datos estandarizados para minimizar el sesgo causado por las diferencias en la medición de las variables. Las diferencias entre grupos se comprobaron con un *Análisis de la Varianza* y la magnitud de las diferencias con la *g* de Hedges. El valor predictivo de los rasgos de personalidad se comprobó mediante un *Análisis de Regresión Múltiple*.

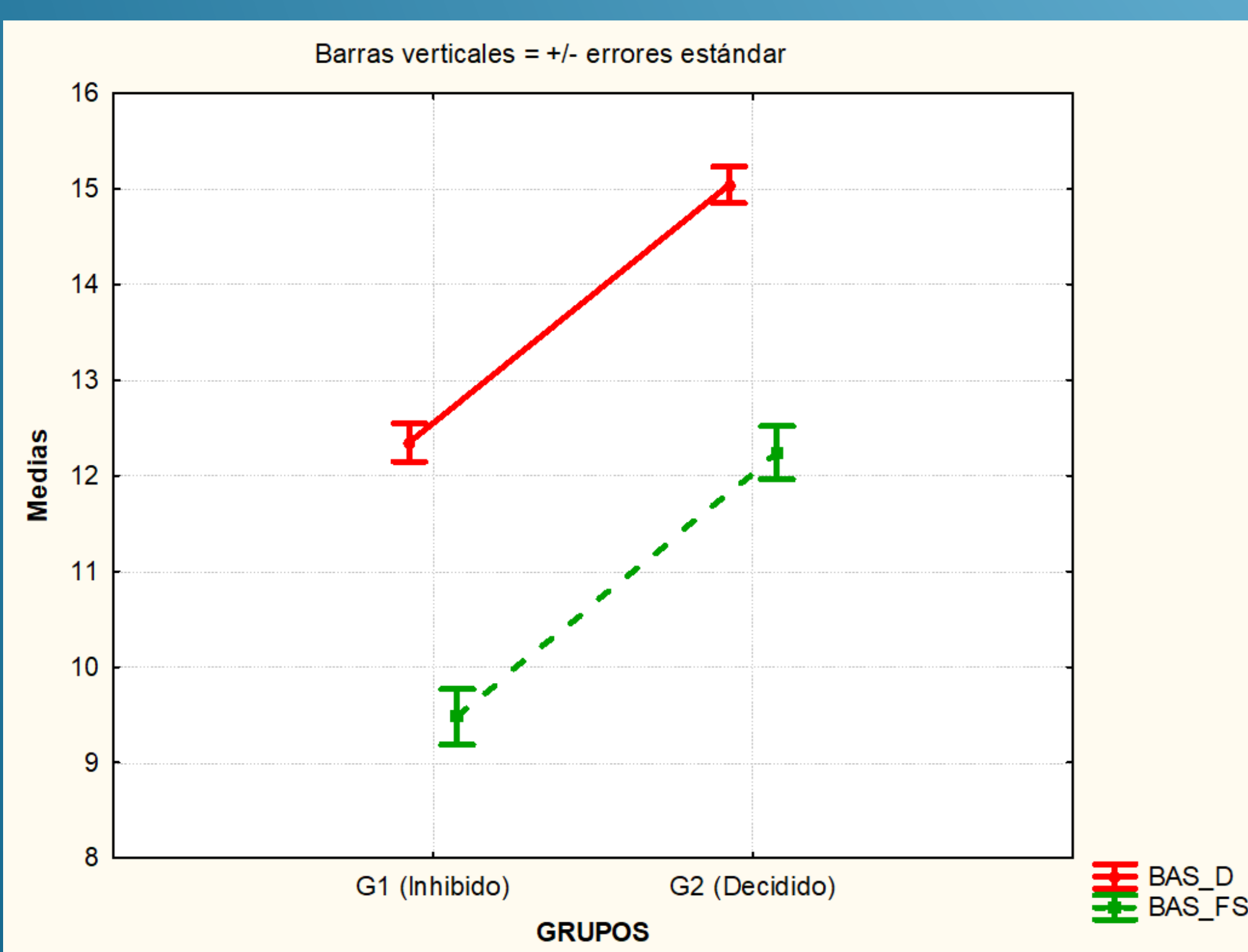
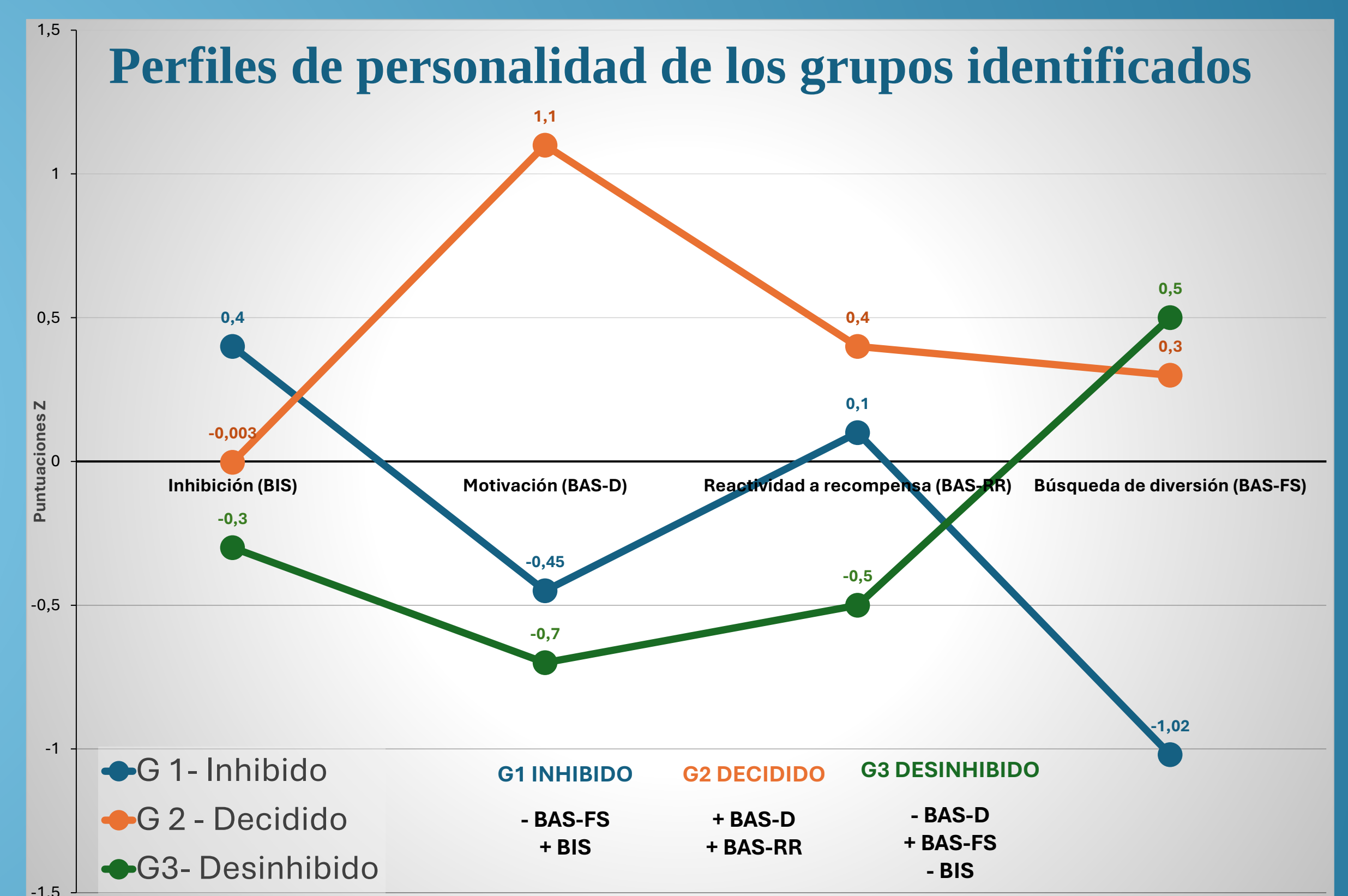
Resultados

Identificamos 3 grupos (G1–G3) con perfiles de personalidad significativamente distintos con diferencias de elevada magnitud ($0,99 \leq g \leq 3,71$):

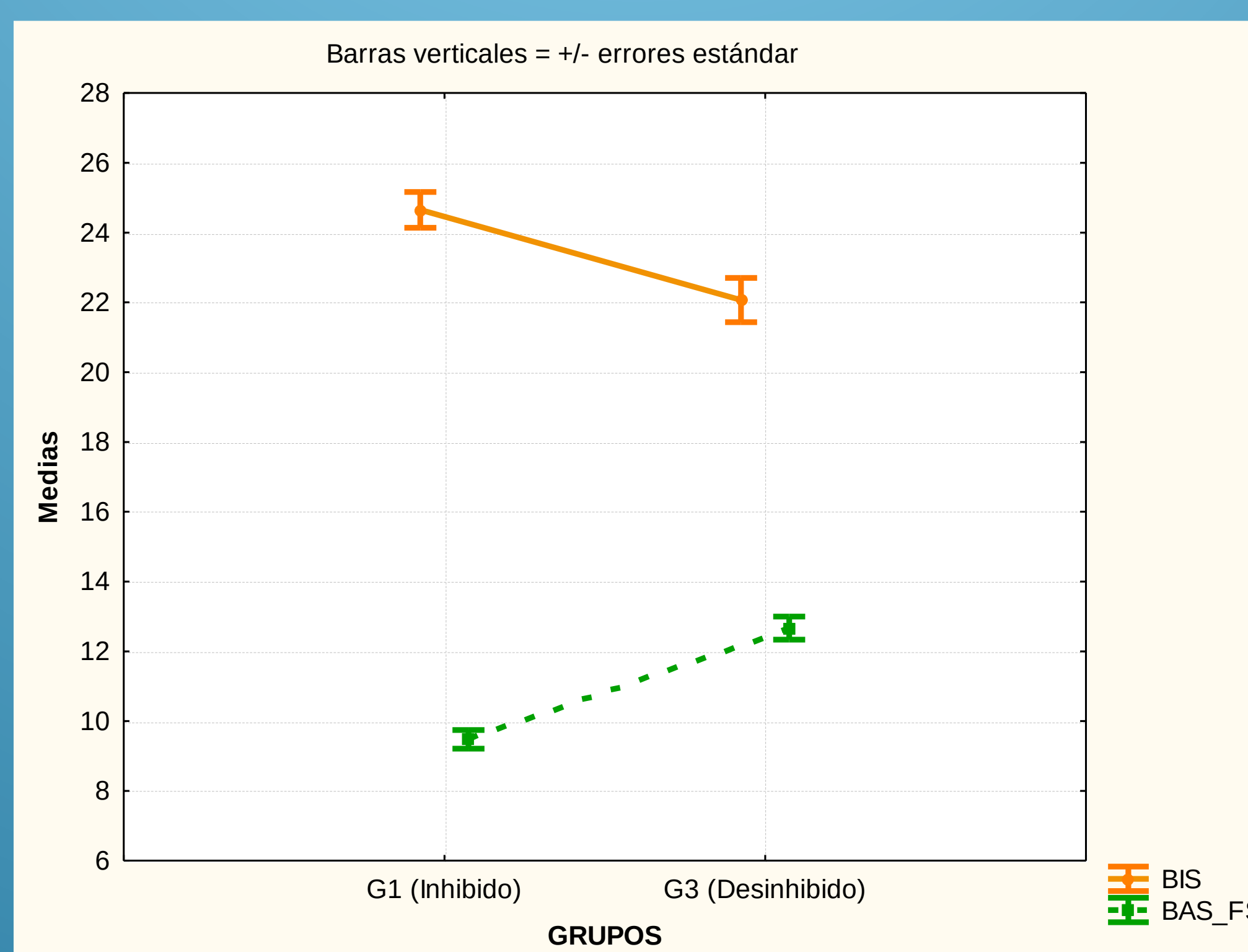
G1-Inhibido (n=23), **G2-Decidido** (n=25), **G3-Desinhibido** (n=15)

Tabla 1. Diferencias de *Personalidad* entre los 3 Grupos

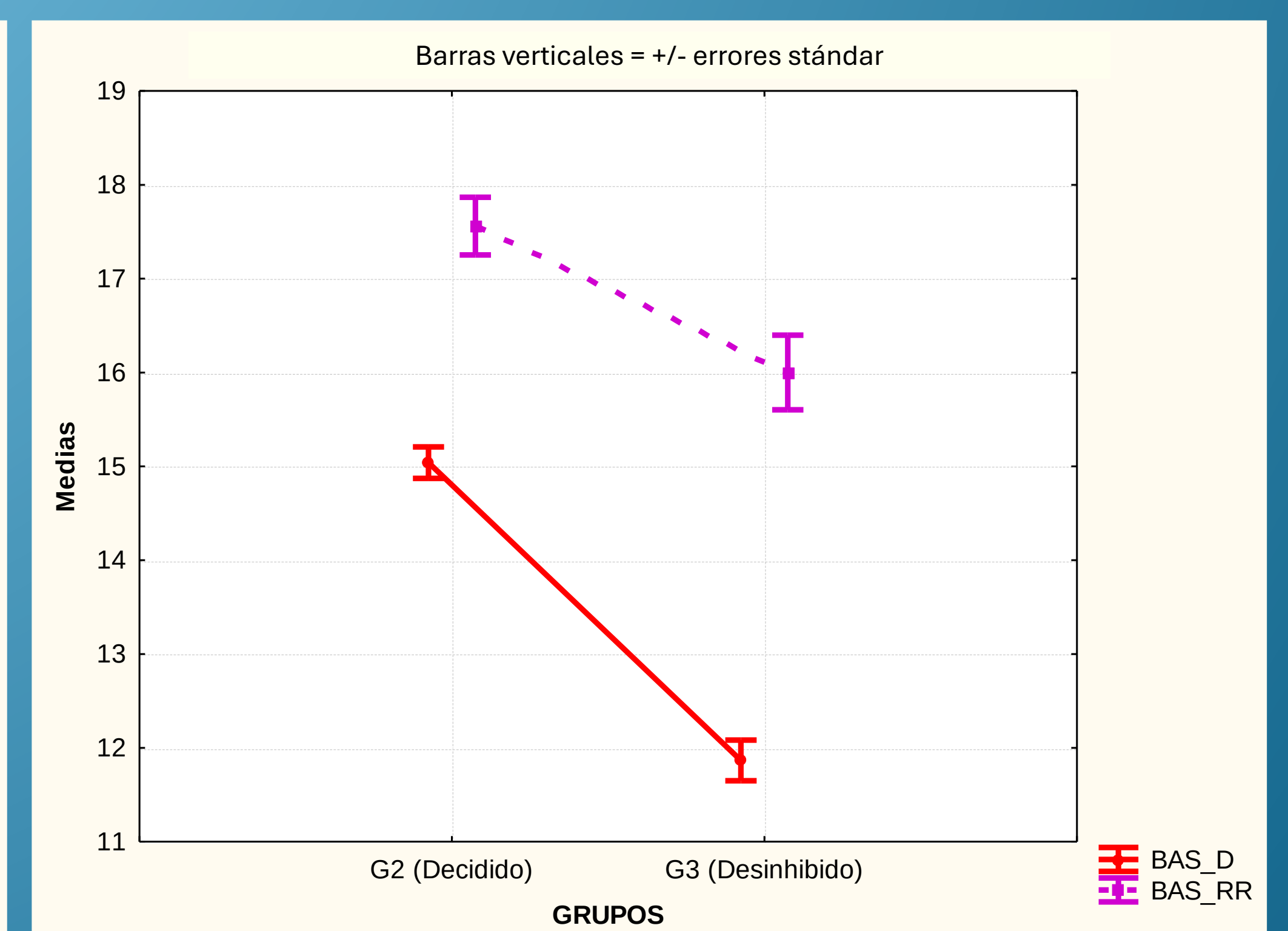
BIS/BAS	G1 Inhibido M (DS)	G2 Decidido M (DS)	G3 Desinhibido M (DS)	Comparación entre Grupos (Hochberg)	<i>g</i>	CI 95%
<i>Inhibición</i> (BIS)	24,7 (2,31)	23,20 (3,6)	22,1 (2,7)	G1 > G3	1,03	0,18; 4,99
<i>Motivación</i> (BAS-D)	12,3 (1,2)	15,04 (0,6)	11,9 (1,1)	G1 < G2 G2 > G3	-2,77 3,71	-3,40; -1,98 2,37; 3,97
<i>React. a recompensa</i> (BAS-RR)	17,0 (1,7)	17,6 (1,6)	16,0 (1,5)	G2 > G3	0,99	0,28; 2,84
<i>Búsqueda diversión</i> (BAS-FS)	9,5 (1,3)	12,2 (1,4)	12,7 (1,2)	G1 < G2 G1 < G3	-1,96 -2,44	-3,71; -1,81 -4,28; -2,10



G1 (Inhibido) puntúa menos que **G2 (Decidido)** en *Motivación* ($g = -2,77$) y *Búsqueda de diversión* ($g = -1,96$).



G1 (Inhibido) puntúa menos que **G3 (Desinhibido)** en *Búsqueda de diversión* ($g = -2,44$), pero más en *Inhibición* ($g = 1,03$).



G2 (Decidido) puntúa más que **G3 (Desinhibido)** en *Motivación* ($g = 3,71$) y en *React. a la recompensa* ($g = 0,99$).

Table 2. Diferencias en la *Aceptación tecnológica* de la RV entre los 3 Grupos

TAM	G1 Inhibido M (SD)	G2 Decidido M (SD)	G3 Desinhibido M (DS)	Comparación entre Grupos (Hochberg)	<i>g</i>	CI 95%
<i>Facilidad de uso</i> (PEOU)	26,61 (1,7)	26,5 (1,8)	26,1 (2,5)	$p = ,694$	-	
<i>Utilidad percibida</i> (PU)	25,5 (2,7)	27,4 (0,9)	26,9 (1,8)	G1 < G2	-0,92	-1,50; -0,33
<i>Actitud</i> (Att)	25,8 (2,3)	27,04 (1,7)	26,3 (2,3)	$p = ,128$	-	
<i>Inmersión</i> (Imm)	35,26 (4,4)	38,1 (3,1)	36,3 (3,9)	G1 < G2	-0,73	-1,31; -0,15

El grupo **G2 (Decidido)** valoró significativamente más que **G1 (Inhibido)** tanto la *utilidad* ($g = -0,92$) como el grado de *inmersión* ($g = -0,73$) de la RV para la exposición de estímulos alimentarios.

Predicción de la “*Utilidad Percibida*” de la RV

Variable predictora	R^2 ajustada	ΔR^2	β	p	Durbin-Watson
<i>Búsqueda de diversión</i> (BAS-FS)	,084	,099	,314	,012	2,235

La “*Utilidad percibida*” de la RV fue predicha por el rasgo ‘*Búsqueda de diversión*’

Predicción del grado de “*Inmersión*” en la RV

Variable predictora	R^2 ajustada	ΔR^2	β	p	Durbin-Watson
<i>Motivación</i> (BAS-D)	0,121	,135	,368	,003	2,178

El grado de “*Inmersión*” de la RV fue predicha por el rasgo de ‘*Motivación*’.

Conclusiones La diferente valoración de la utilidad percibida de la RV para la exposición a estímulos alimentarios está parcialmente explicada por la personalidad. Que el rasgo de *Búsqueda de diversión* prediga la utilidad percibida de la RV y la *Motivación* su grado de inmersión es coherente con el modelo de Davis et al. (1992), según el cual el disfrute y la motivación determinan en gran parte la utilidad e intención de uso de la tecnología (Fernández, 2017). Las implicaciones psicológicas y terapéuticas de este resultado avalan la importancia de considerar la personalidad en el uso de esta tecnología.

XV JORNADAS AIIDI · BCN26



XV Jornadas de la Asociación Iberoamericana para la Investigación de las Diferencias Individuales (AIIDI)
Barcelona, 17 ~ 18 de septiembre de 2026
Campus Mundet – Facultad de Psicología
Universidad de Barcelona (UB)

Diferencias de personalidad en la valoración de la utilidad percibida de la Realidad Virtual (RV) para la exposición a estímulos alimentarios

Ruiz, J.,^{a,b} Fusté, A.,^{a,b} Ferrer-García, M.,^{a,b} Krieger, V.,^a Genovard, M.,^a Bau, M.,^a de Torres, J.,^a
Serrano, E.^c y Gutiérrez-Maldonado, J.^{a,b}

^(a) Departamento de Psicología Clínica y Psicobiología – Universidad de Barcelona (UB)

^(b) Instituto de Neurociencias – Universidad de Barcelona (UBNeuro)

^(c) Unidad Funcional Integrada de TCA – Hospital Sant Joan de Déu de Barcelona



UNIVERSITAT DE
BARCELONA



Institut de Neurociències
UNIVERSITAT DE BARCELONA

Referencias

Carver, C.S. y White, T.L. (1994). Behavioral Inhibition, Behavioral Activation, and Affective Responses to impending rewards and punishment: The BIS/BAS Scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67(2), 319-333. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.67.2.319>

Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly* 13(3), 319–340.
http://www.jstor.org/stable/249008?seq=1#page_scan_tab_contents

Davis, F.D., Bagozzi, R.P. y Warshaw, P.R. (1992). Extrinsic and intrinsic motivation to use computers in the workplace. *Journal of Applied Social Psychology*, 22(14), 1111–1132.

Fernández, B. (2017). *Aplicación del Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM) al uso de la realidad aumentada en estudios universitarios*. Tesis doctoral. Universidad de Córdoba.

Citar como: Ruiz, J., Fusté, A., Ferrer-García, M., Krieger, V., Genovard, M., Bau, M., de Torres, J., Serrano, E. y Gutiérrez-Maldonado, J. (2026, septiembre). *Diferencias de personalidad en la valoración de la utilidad percibida de la Realidad Virtual (RV) para la exposición a estímulos alimentarios*. [Presentación de póster]. XV Jornadas de la Asociación Iberoamericana para la Investigación de las Diferencias Individuales (AIIDI). Universidad de Barcelona – Barcelona, España. <https://hdl.handle.net/2445/231804>

