

- DRAFTS OF ECONOMIC INTELLIGENCE -

PERSONALIDAD Y APARIENCIA: SUS EFECTOS EN LA SELECCIÓN DE PERSONAL EN EL ÁMBITO DE LAS VÍDEO-ENTREVISTAS ASÍNCRONAS

Aguado Mesonero, Ana María*

Resumen

En los últimos años, se ha estado utilizando un nuevo tipo de entrevistas conocidas como AVIs (vídeo-entrevista asíncrona). Debido a esto, han surgido dudas sobre la influencia que pueden tener en las AVIs la personalidad y la apariencia a la hora de contratar o no a la persona entrevistada, dada la ausencia de otras señales informativas. El presente estudio tiene como objetivo estudiar esta relación con un conjunto de 320 evaluaciones, mediante análisis de regresión y de variables moderadoras. Así, se ha obtenido un modelo donde una tercera parte de la varianza en empleabilidad puede ser predicha a partir de la personalidad y la apariencia.

Palabras clave: Personalidad, apariencia, empleabilidad, AVIs.

Abstract

In recent years, a new type of interview known as AVIs (asynchronous video interview) has been increasingly used. As a result, doubts have arisen regarding the influence that personality and appearance may have on hiring decisions in AVIs interviews, given the absence of other informative signals. The present study aims to explore this relationship using a dataset of 320 cases through regression and moderation analysis. Thus, a model has been obtained where one-third of the variance in hireability is attributed to personality and appearance.

Key words: Personality, appearance, hireability, AVIs.

1. Introducción

En la última década, ha surgido un nuevo tipo de entrevista como alternativa a la entrevista tradicional o por videoconferencia, utilizada durante la selección de personal, conocida como AVI (vídeo-entrevista asíncrona por sus siglas en inglés). Las AVIs son un tipo de entrevista donde la persona solicitante del puesto graba sus respuestas en forma de vídeo a preguntas realizadas por la empresa, por lo que este tipo de entrevista resulta totalmente asíncrona en tiempo y espacio (Lukacik et al., 2022).

El objetivo de las AVIs, al igual que el de cualquier entrevista, es intentar predecir qué personas encajarán mejor en

la empresa y tendrán un mejor rendimiento en el futuro. Para ello, se suelen utilizar, principalmente, variables cognitivas y de personalidad, que son las que han mostrado una mejor validez predictiva (Scroggins et al., 2009). Como el uso de cuestionarios suele provocar un gran gasto de tiempo y dinero en los procesos de evaluación y selección, se tiende a estimar los rasgos cognitivos y de personalidad a partir de una serie de características como el tono de voz, la sonrisa, el lenguaje corporal, etc. (Koutsoumpis et al., 2024; Ones et al., 2007).

En relación con la evaluación de la personalidad por parte de los demás, es interesante mencionar que parece que las

* Escuela de Inteligencia Económica (La_SEI). Universidad Autónoma de Madrid (Spain) Correo de contacto: annagume06@gmail.com

conclusiones a las que llegan las personas sobre la personalidad de los demás están fuertemente relacionadas con los autoinformes de personalidad que hace la propia persona sobre sí misma. De este modo, podría ser que el resto de personas sean más precisas para evaluar ciertos comportamientos externos al incluir información adicional que nosotros no vemos en nuestra evaluación de la personalidad. De esta manera, las inferencias que hacen las personas sobre la extraversión, la responsabilidad y la apertura, están en consonancia con las respuestas que dan las personas en los autoinformes de personalidad. Mientras, rasgos menos visibles y fáciles de ver como la cordialidad y el neuroticismo varían más dependiendo del contexto (Borkenau y Liebler, 1992).

A pesar de que las AVIs llevan siendo utilizadas desde hace ya unos años, la crisis del COVID – 19 ha provocado un aumento en el uso de este tipo de entrevistas, hasta el punto de que millones de personas en todo el mundo son contratadas a través de este medio (Lukacik et al., 2022). Por esta razón se hace cada vez más necesario investigar sobre las propiedades psicométricas de las mismas, así como de sus beneficios y desventajas (Tilston et al., 2023).

Para realizar una AVI, se requiere, en primer lugar, algún tipo de dispositivo tecnológico, que permita acceder a la plataforma donde se va a realizar (Torres y Mejía, 2017). Más tarde, la persona grabará su respuesta siguiendo las indicaciones dadas por la empresa y, por último, estas respuestas serán analizadas por el personal de la empresa o por un algoritmo o inteligencia artificial (Lukacik et al., 2022).

En cuanto a las indicaciones que da la empresa, estas siguen el diseño elegido por la misma. Así, las empresas pueden elegir el tiempo de preparación, si dan la oportunidad de volver a grabar la respuesta, la longitud de la grabación, el tipo de medio de la pregunta y el número de preguntas. Todas estas decisiones influirán en las actuaciones de los solicitantes (Dunlop et al., 2022; Lukacik et al., 2022; Tilston et al., 2023). Por ejemplo, según Basch et al. (2021) el tiempo de preparación ayuda a los solicitantes a organizar mejor su respuesta, provocando además un aumento en la sensación de equidad por parte de la persona que solicitó el puesto.

Entre los beneficios de las AVIs se encuentra que estas resultan más rápidas y económicas, aumentando la eficiencia del proceso de selección. Además, permiten que ciertas personas que no podrían hacer una entrevista por problemas con el idioma, una discapacidad o el tiempo y dinero que se gasta en ir al lugar de la entrevista, tengan la oportunidad de ser seleccionadas. Al mismo tiempo, las AVIs bien diseñadas resultan en una evaluación altamente estandarizada, lo que impacta positivamente en los índices de validez y fiabilidad de las mismas. Según el estudio de Hickman et al. (2022) y en relación con la personalidad, las AVIs muestran

una evidencia alta de fiabilidad test - retest para la extraversión, la responsabilidad y la apertura, pues son los rasgos más visibles y, por tanto, más fáciles de predecir. Mientras, muestran una evidencia de fiabilidad test - retest más baja para la cordialidad y la estabilidad emocional al ser rasgos más difíciles de observar. En relación con la validez y en el caso de usar la personalidad, las AVIs muestran una alta validez convergente (Hickman et al., 2022). Por último, algunos autores sugieren que las AVIs, sobre todo si son analizadas por algoritmos o inteligencias artificiales, disminuyen el sesgo de deseabilidad social (Lukacik et al., 2022; Torres y Mejía, 2017).

En relación con las desventajas de las AVIs, parece que todos los estudios coinciden en que la principal desventaja es la reacción de las personas a las AVIs. De esta manera, parece que las personas reaccionan negativamente al hecho de tener que realizar una AVI en relación con otros tipos de entrevista, no perciben equidad en el análisis de las grabaciones, perciben cierta frialdad en el proceso de selección y sienten que no tienen las mismas oportunidades que en otro tipo de entrevistas (Basch et al., 2021; Dunlop et al., 2022; Lukacik et al., 2022; Oostrom et al., 2023; Roulin et al., 2022).

Por otro lado, parece que las AVIs abren la posibilidad a la aparición de nuevos sesgos en relación con el entorno elegido por la persona o con la calidad de la grabación. Así, la elección de un entorno y no otro puede abrir la posibilidad a conocer información sobre la persona que, de otra manera, no se conocería. Asimismo, la calidad de la grabación, la falta de estabilidad o la mala luz pueden influir en la reacción de los evaluadores (Lukacik et al., 2022; Roulin et al., 2022).

Por otra parte, se ha estudiado la existencia de diversos sesgos existentes en los procesos de selección, como pueden ser aquellos relacionados con la raza, el acento y la nacionalidad, el género, la edad y/o la apariencia. Por ejemplo, en relación con la raza, en un estudio realizado por Paim y Pereira (2018), los reclutadores elegían antes a los participantes con una piel más clara en las fotografías de los currículos que aquellos con una piel más oscura. En materia de género, parece que la relación entre el atractivo físico y la posibilidad de ser seleccionado se ve influida por el género de la persona que solicita el puesto. De este modo, parece que los hombres atractivos son más seleccionados que aquellos que no son atractivos en todo tipo de trabajos, mientras que, en las mujeres, el atractivo solo les beneficia en trabajos típicamente femeninos (Desrumaux et al., 2009; Johnson et al., 2010). En cuanto a la edad, las personas que lucen más mayores son menos seleccionadas que aquellas que parecen más jóvenes, efecto que se ve incrementado según aumenta la edad (Kaufmann et al., 2017).

Para terminar, dada la naturaleza del presente estudio, nos centraremos en los sesgos existentes en torno a la apariencia, conocidos como la heurística de "lo que es bello es bueno". En este caso, parece que existe un gran sesgo en torno a la apariencia que influye durante el proceso de selección de personal. Así, por ejemplo, en el estudio de Rooth (2009) se encontró que, tras una entrevista, en igualdad de competencia, se llamaba antes a la gente que resultaba atractiva que a aquella que no resultaba atractiva. Además, se han encontrado numerosas evidencias de que los reclutadores se ven muy influenciados por las primeras impresiones y, por tanto, por la apariencia. Asimismo, parece que aquellos solicitantes que son menos atractivos tienen menos probabilidad de ser contratados pues son vistos de una manera menos favorable (Cann et al., 1981).

Según el estudio de Lowman et al. (2019), algunas de las variables de apariencia que afectan en los procesos de selección son el sobrepeso, donde personas con mayor sobrepeso suelen tener menos probabilidades de ser seleccionadas; la altura, donde personas más altas suelen ser más favorecidas; el tipo de vestimenta, donde se prefiere a personas con ropa más formal, y el atractivo general, donde personas más atractivas son vistas más favorablemente.

Por último, parece que los sesgos relacionados con la apariencia se ven influidos por las inferencias que hacen los entrevistadores de ciertos rasgos psicológicos. De este modo, se entiende que las personas más atractivas son más inteligentes, tienen mayores habilidades sociales, son más extravertidos, amables, etc., lo que se conoce comúnmente como efecto halo (Cann et al., 1981; Jones et al., 2018; Lowman et al., 2019).

1.1. Objetivos

Viendo estos antecedentes, se ha decidido realizar el presente estudio con tres objetivos.

El primer objetivo es contrastar los resultados encontrados acerca del peso que tienen la apariencia y la personalidad en la empleabilidad, tanto por separado como en su conjunto, en el contexto de las AVIs, donde existe un menor número de señales informativas que en el caso de las entrevistas tradicionales, para lo que se utilizará la literatura previa.

El segundo objetivo es observar si la apariencia tiene algún impacto en la relación entre la personalidad y la empleabilidad, es decir, si se da un efecto de moderación.

El tercer objetivo es contrastar si, en el caso de las AVIs, un ambiente poco rico y donde existen pocas señales informativas, las personas se dejan guiar por la observación de la apariencia, para predecir otras variables como la personalidad.

2. Metodo

2.1. Participantes

En cuanto a los participantes, como se puede observar en la Tabla 1, contamos con 39 evaluadores que proporcionaron, en conjunto, 320 evaluaciones de 50 AVIs.

Tabla 1. Número de participante, Evaluaciones, y AVIs analizadas en el estudio

	Participantes	Evaluaciones	AVIs analizadas
Muestra 1:	11	180	50
Muestra 2:	28	140	5
Total:	39	320	50

Se dispuso de dos muestras de evaluaciones. La primera muestra se obtuvo a partir de un grupo de 11 expertos que proporcionaron 180 evaluaciones. Dentro de ese grupo, dos expertos analizaron cada uno de ellos las 50 AVIs, sumando un total de 100 evaluaciones entre ambos. Los otros 9 expertos realizaron, en conjunto, 80 evaluaciones adicionales. Estos expertos realizaron entre 1 y 10 evaluaciones. El número de evaluaciones de cada AVI varió entre 3 y 11.

En relación con la segunda muestra, esta se derivaba de las evaluaciones de un conjunto de 28 estudiantes universitarios del Máster de Dirección de Recursos Humanos de la UAM, que contestaron cada uno a las mismas cinco AVIs, formando así un conjunto de 140 evaluaciones.

2.2. Procedimiento

El presente estudio tuvo dos fases, cada una de ellas representando a cada una de las muestras.

En primer lugar, se eligió a un grupo de dos expertos dada su experiencia y conocimiento a los que se les dieron un conjunto de AVIs a analizar, teniendo que ver las grabaciones y, más tarde evaluarlas con las tres escalas descritas en el siguiente apartado. Más tarde se decidió hacer un muestreo no probabilístico tipo bola de nieve, gracias al cual se consiguieron al resto de los expertos ($n = 9$). A estos expertos se les dio la oportunidad de ver 10 grabaciones de manera aleatoria, donde ellos realizaron entre 1 y 10 evaluaciones. Cabe destacar que con esta muestra se usaron solo los dos primeros ítems de la escala de empleabilidad, pues no existía la necesidad de hacer una comparación entre distintas AVIs.

En segundo lugar, se escogió a una clase de 28 estudiantes y se les pidió observar y evaluar a cada uno el mismo conjunto de cinco AVIs. Para ello, se les dieron las tres escalas que se comentarán en el siguiente apartado. Cabe destacar que con esta muestra se utilizaron tres ítems en la escala de empleabilidad, siendo el objetivo del último ítem ver el orden que le daban a las cinco grabaciones que habían visto. Esto se hizo con la finalidad de poder darles una retroalimentación al encontrarse en un contexto académico.

A pesar de que el estudio dispone de dos fases, para el análisis de los datos se usarán los datos en su conjunto.

2.2.1. AVIs (Video-Entrevistas Asíncronas)

Antes de pasar a comentar las medidas, se comentarán algunos datos sobre las AVIs analizadas durante el procedimiento de la investigación. De este modo, existía un conjunto de 50 AVIs que debían ser analizadas por el total de expertos, que provenían de entrevistas asíncronas reales realizadas por los departamentos de recursos humanos de distintas empresas, con las que se llegó a un acuerdo para poder utilizarlas.

Acorde a los estudios de Dunlop et al. (2022), Lukacik et al. (2022) y Tilston et al. (2023), el tiempo óptimo de duración de una AVI debe ser entre 30 y 180 segundos, es decir, entre medio minuto y tres minutos; por lo que se estimó que grabaciones con una duración entre un minuto y un minuto y medio de duración serían deseables y representativas de la realidad.

Por otro lado, durante el procedimiento de la investigación no se les ofreció a los participantes un tipo de puesto concreto en el que tenían que pensar para decidir si contrataban o no a la persona, por lo que se dejó en su mano elegir qué características generales consideraban más importantes a la hora de decidir contratar a una persona.

En cuanto al número de candidatos por puesto, no había un número mínimo ni máximo de personas que se tenían que contratar, ya que se pretendía no sesgar las respuestas de los expertos, al limitar las personas que podían elegir contratar, sino que eran los propios expertos los que elegían si contrataban a la persona basándose en las características que consideraban más importantes.

2.3. Medidas

2.3.1. Empleabilidad

La empleabilidad puede definirse como la probabilidad que tiene una persona de ser contratada (Kaufmann et al., 2017). Para el análisis de la empleabilidad, se desarrolló una escala de tres ítems (ver Tabla 2), para evaluar el porcentaje de empleabilidad de la persona, la decisión de recomendación para el puesto y el orden de preferencia de ese candidato entre los cinco posibles. En los análisis realizados se utilizará el primer ítem de la escala para valorar la empleabilidad de la persona y su relación con el resto de las variables. El segundo ítem fue utilizado para confirmar los resultados del primer ítem y el tercer ítem para dar retroalimentación a los estudiantes.

Tabla 2. Escala de empleabilidad utilizada

ID	Pregunta	Valores
E1	Indica a continuación el porcentaje de empleabilidad de la persona que has observado en el vídeo.	0-100
E2	Indique con cuál de las siguientes opciones está más de acuerdo: (1 = no recomendaría a esta persona; 2 = recomendaría con dudas; 3 = recomendaría con seguridad)	1-3
E3	Indica el orden que tiene el candidato en tu preferencia para ser elegido para el puesto	1-5

Como el objetivo principal del estudio era observar la relación que existe entre la personalidad, la apariencia y la probabilidad de ser contratado, se desarrolló una escala de tres ítems siguiendo trabajos previos como el de Kaufmann et al. (2017), que también utilizó una escala de tres preguntas que medían la idoneidad del solicitante y la cualificación del mismo que verían otros empleados y la que veían los entrevistadores.

2.3.2. Personalidad

La personalidad hace referencia a un conjunto de rasgos y comportamientos relativamente consistentes, es decir, parecidos en diferentes contextos y estables, es decir, similares

en distintos momentos temporales, a partir de los cuales se puede predecir, comparar y ordenar la conducta de las personas. Para algunos autores la personalidad se divide en factores como los modelos PEN de Eysenck con tres factores o el modelo de los cinco grandes factores de la personalidad (Colom, 2018; McCrae y Costa, 1987).

De esta manera, para la evaluación y análisis de la personalidad, se utilizó un cuestionario, desarrollado por el Instituto de Ingeniería del Conocimiento, basado en el modelo de los cinco grandes factores de personalidad (Big Five) compuesto por apertura a la experiencia, cordialidad, estabilidad emocional (también conocido como neuroticismo),

extraversión y responsabilidad. Como es una escala utilizada por el equipo del centro, se decidió hacer uso de ella para la presente investigación. Cabe mencionar que la escala de personalidad valora la personalidad percibida por los expertos sobre las personas que aparecen en las grabaciones.

En la tabla 3 se incluyen los 20 ítems aplicados, agrupados por dimensiones (4 ítems por dimensión), con un formato de respuesta de acuerdo (1: Nada de acuerdo; 2: Algo de acuerdo; 3: Acuerdo medio; 4: Mucho acuerdo; 5: Total acuerdo)

Tabla 3. Escala de personalidad utilizada

Dimensiones	ID	Pregunta
Extraversión	P1	Es el alma de la fiesta
	P6	Habla mucho
	P11	En las fiestas habla con muchas personas
	P16	Le gusta ser el centro de atención
Cordialidad	P2	Es sensible hacia las emociones de otros
	P7	Se interesa por los problemas de otras personas
	P12	Siente las emociones de los otros
	P17	En realidad, se interesa por los demás
Responsabilidad	P3	Realiza sus tareas inmediatamente
	P8	Suele poner las cosas en su lugar
	P13	Le gusta el orden
	P18	Es ordenada/o
Estabilidad	P4	Tiene pocos cambios de ánimo
	P9	Está relajado/a la mayor parte del tiempo
	P14	Difícilmente se molesta
	P19	Rara vez se siente triste
Apertura	P5	Tiene mucha imaginación
	P10	Le interesan las ideas abstractas
	P15	Entiende con facilidad las ideas abstractas
	P20	Tiene buena imaginación

Así, la escala ha sido validada en la muestra con la que se trabajó, contando con buenos índices de fiabilidad, siendo el alfa de Cronbach de 0,898 ($\alpha = 0,898$), por lo que la escala posee una buena fiabilidad. En el caso de los índices de ajuste, un análisis factorial exploratorio con un método de extracción de máxima verosimilitud y una rotación oblimin confirmó la existencia de cinco factores con pesos factoriales mayores de 0,35 y con un 64,23% de varianza total explicada por los cinco factores. Además, cabe mencionar que el RMSR es de 0,0695, siendo este un valor inferior a 0,08, lo que indica un buen ajuste.

2.3.3. Apariencia

La última variable analizada se trataba de la apariencia en la que, contrastando la literatura existente (Hosoda et al., 2003; Paim y Pereira, 2018), se vio que las escalas de apariencia solían medir solo el atractivo general. Por ello, se decidió desarrollar una escala de apariencia que midiera no solo el atractivo general sino también el impacto de otras variables como la fluidez al hablar o el lenguaje corporal en

la empleabilidad. De este modo, en la Tabla 4, podemos observar los 16 ítems que componen la escala, donde los ítems A1, A2, A3 y A4 conforman el factor atractivo general, los ítems A5, A6, A7, A8, A9 y A10 el factor paralingüaje y los ítems A11, A12, A13, A14, A15 y A16 el factor tensión. El atractivo general hace referencia a la imagen corporal de la persona en términos de físico, vestimenta, estilo e higiene. Mientras, el factor paralingüaje se refiere a la fluidez en el lenguaje de la persona y a la expresión facial de la misma. Por último, el término tensión hace referencia a un lenguaje corporal exagerado. Con esto se pretendía profundizar en un mayor número de variables que las que se han encontrado en estudios previos.

En la tabla 4 se incluyen los 16 ítems aplicados, agrupados por dimensiones, con un formato de respuesta de acuerdo (1: En absoluto; 2: Muy poco; 3: Poco; 4: Neutral; 5: Algo; 6: Mucho; 7: Absolutamente).

En cuanto a la fiabilidad y validez de la escala con la muestra a la que se tuvo acceso, esta cuenta con un alfa de Cronbach

de 0,877 ($\alpha = 0,877$), por lo que se trata de una escala con valores adecuados de fiabilidad. En el caso de la validez, un análisis factorial exploratorio con un método de extracción de máxima verosimilitud y una rotación oblimín confirmó la existencia de tres factores con pesos factoriales mayores

de 0,35 y con un 62,61% de varianza total explicada por los tres factores. Además, cabe mencionar que el RMSR es de 0,079, siendo este un valor inferior a 0,08, lo que indica un buen ajuste.

Tabla 4. Escala de apariencia final utilizada

	ID	Pregunta:
Atractivo general	A1	Atractivo en términos de apariencia saludable, bien proporcionado, con rostro agradable, etc.
	A2	La vestimenta que utiliza se considera formal y habitual
	A3	Aparenta ser una persona que "viste" con cierto estilo
	A4	Muestra una imagen cuidada, aseada y pulcra
Paralenguaje	A5	Se entiende su mensaje con claridad, tiene una comunicación clara
	A6	Tiene una voz que suena agradable y no estridente
	A7	Tiene una expresión facial agradable (sonríe, parece positivo, etc.)
	A8	Mira a la cámara al hablar y parece tener contacto ocular
	A9	Tiene una voz expresiva, clara, suficientemente enérgica y con variaciones
	A10	Tiene un habla fluida, que utiliza pausas, que no pierde el hilo (frente a un habla excesivamente rápida y de apariencia nerviosa)
Tensión	A11	Se mueve mucho en general
	A12	Los movimientos que hace son energéticos y aparenta estar físicamente animado
	A13	Los movimientos que realiza denotan buena coordinación del cuerpo
	A14	Los movimientos que realiza son muy rápidos y veloces
	A15	El movimiento de los brazos es abierto y no están pegados de forma rígida al cuerpo
	A16	Se ayuda de las manos al hablar y gesticula con ellas de forma adecuada "sus manos hablan"

2.4. Análisis

En relación con el análisis de los datos, se llevaron a cabo dos tipos de análisis, una regresión múltiple lineal y un análisis de moderación.

En primer lugar, se aplicaron modelos de regresión lineal para valorar los efectos de la personalidad y la apariencia percibidas sobre la empleabilidad. En concreto, se aplicaron dos modelos de regresión múltiple, tomando las dimensiones de personalidad y las dimensiones de apariencia por separado, y un modelo de regresión múltiple, que permitía valorar la proporción de varianza explicada por ambos tipos de predictores. Por último, se consideraron modelos de regresión para valorar el efecto de las dimensiones de apariencia en la evaluación de las dimensiones de personalidad. Para todos los modelos se utilizó un método de introducción de predictores por pasos (*stepwise*), con el objetivo de optimizar el modelo de regresión.

Para realizar el modelo de moderación, se midió el impacto que tenían las tres variables de apariencia en la relación entre los cinco factores de personalidad y la empleabilidad. Para ello, en cada uno de los 15 (5x3) modelos se evaluó el

efecto de la interacción entre una dimensión de personalidad y una dimensión de apariencia.

3. Resultados

Los resultados se dividirán en tres partes, correspondientes con cada uno de los objetivos. Antes de ello, se comentarán los estadísticos descriptivos y las correlaciones entre factores.

En relación con los descriptivos (ver Tabla 5), cabe mencionar la alta desviación típica que se observa en la variable empleabilidad ($DT = 23,226$), lo que indica una gran variabilidad a la hora de dar las puntuaciones. Esta variabilidad es la que se pretende explicar con los resultados obtenidos en los siguientes apartados.

En la Tabla 6, aparecen las correlaciones entre todas las variables, de las que solo se mencionarán las importantes y relacionadas con los objetivos de la investigación. Antes de ello, es interesante destacar que todas las correlaciones ex-

cepto la existente entre tensión y responsabilidad, apariencia y cordialidad, y apariencia y tensión son estadísticamente significativas. En relación con la empleabilidad, esta tiene una correlación moderada con la extraversión ($r = 0,401$), la apertura ($r = 0,341$), el paralenguaje ($r = 0,481$) y la tensión ($r = 0,349$). Además, existe una correlación moderada entre atractivo y responsabilidad ($r = 0,423$). En el caso del

paralenguaje, este posee una relación alta con la extraversión ($r = 0,587$) y la apertura ($r = 0,568$), y una correlación moderada con la estabilidad ($r = 0,394$), la responsabilidad ($r = 0,310$) y la cordialidad ($r = 0,448$). Por último, la tensión tiene una correlación moderada con la estabilidad ($r = 0,244$), la apertura ($r = 0,492$) y la cordialidad ($r = 0,391$), y una correlación alta con la extraversión ($r = 0,563$).

Tabla 5. Estadísticos descriptivos de la personalidad, la Apariencia y la Empleabilidad

	Variables	Media	Desviación	Mínimo	Máximo
Empleabilidad	Empleabilidad	58,57	23,226	0	100
Personalidad	Extraversión	11,13	3,386	4	18
	Estabilidad	11,37	2,744	4	20
	Responsabilidad	12,23	3,415	4	20
	Apertura	12,19	3,730	4	20
	Cordialidad	13,38	3,118	4	20
Apariencia	Atractivo	17,12	5,315	6	28
	Paralenguaje	28,80	7,059	9	42
	Len. corporal	22,53	8,229	6	40

Tabla 6. correlaciones entre variables

	Emp	Ext	Est	Res	Ape	Cor	Atr	Par	Ten
Emp	1	0,401**	0,176**	0,162**	0,341**	0,152**	0,241**	0,481**	0,349**
Ext		1	0,283**	0,180**	0,376**	0,311**	0,112*	0,587**	0,563**
Est			1	0,409**	0,423**	0,355**	0,113*	0,394**	0,244**
Res				1	0,305**	0,391**	0,423**	0,310**	0,098
Ape					1	0,545**	-0,011	0,568**	0,492**
Cor						1	0,120*	0,448**	0,291**
Atr							1	0,128*	-0,04
Par								1	0,611**
Ten									1

Nota. Emp: Empleabilidad; Ext: Extraversión; Est: Estabilidad emocional; Res: Responsabilidad; Ape: Apertura; Cor: Cordialidad; Atr: Atractivo general; Par: Paralenguaje, Ten: Tensión.

Nota. Dos asteriscos (**) significan que la correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral), y un asterisco (*) significa que la correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral) Es decir que, la probabilidad de haber encontrado la correlación por error es igual o menor que el 0,1% o el 0,5 %.

3.1. Predicción de Empleabilidad a partir de Personalidad y Apariencia percibidas

3.1.1. Personalidad y Empleabilidad

En la Tabla 7, se muestran los resultados de la regresión por pasos para predecir la empleabilidad a partir de las dimen-

siones de personalidad. Como primer predictor entra la dimensión de extraversión, que explicaría un 15% de la varianza. El porcentaje de varianza explicado en el modelo final, que incluye apertura como predictor adicional es de 19,0% ($R^2 = 0,190$); es decir, las dimensiones de personalidad explican casi un 20% de la variabilidad en empleabilidad. En este caso, todos los rasgos tienen pesos significativos ($\alpha = 0,05$; $p = 0,000$)

3.1.2. Apariencia y Empleabilidad

En la Tabla 9, se muestran los resultados de la Regresión por pasos para predecir la empleabilidad a partir de las dimensiones de apariencia. En cuanto a la varianza explicada en el modelo final, las dimensiones de apariencia explican un 26,7% ($R^2 = 0,267$) de la varianza en empleabilidad. Ade-

más, podemos observar cómo todas las variables predictoras incluidas son significativas ($\alpha = 0,05$; valores de p entre 0,000 y 0,045; ver Tabla 10) y guardan una relación positiva con la empleabilidad.

Tabla 7. Resumen de la Regresión por pasos para predecir Empleabilidad a partir de Personalidad

Predictores	R	R ²	R ² ajustado	Cambio en R ²	Cambio en F	Sig. Cambio en F
Extraversión	0,393	0,154	0,152	0,154	54,977	0,000
Extra/Apertura	0,442	0,196	0,190	0,041	15,373	0,000

Nota. Extra: Extraversión

Tabla 8. Coeficientes del modelo final de Personalidad y Empleabilidad

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
	Beta	Desviación Error	Beta	t	Significación
Constante	18,821	4,848		3,882	0,000
Extraversión	2,114	0,377	,312	5,610	0,000
Apertura	1,341	0,342	,218	3,921	0,000

Tabla 9. Resumen de la Regresión por pasos para predecir Empleabilidad a partir de Apariencia

Modelo	R	R ²	R ² ajustado	Cambio en R ²	Cambio en F	Sig. Cambio en F
Paralenguaje	0,481	0,232	0,229	0,232	90,543	0,000
Par, Atr	0,514	0,264	0,259	0,032	13,198	0,000
Par, Atr, Ten	0,524	0,274	0,267	0,010	4,051	0,045

Nota. Par: Paralenguaje; Atr: Atractivo; Ten: Tensión.

Tabla 10. Coeficientes del modelo final de Apariencia y Empleabilidad

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
	Beta	Desviación Error	Beta	t	Significación
Constante	0,247	5,797		0,043	0,966
Paralenguaje	1,227	0,206	0,380	5,969	0,000
Atractivo	0,882	0,225	0,198	3,925	0,000
Tensión	0,357	0,177	0,127	2,013	0,045

3.1.3. Personalidad, Apariencia y Empleabilidad

Por último, en cuanto al modelo conjunto para predecir empleabilidad a partir de las dimensiones de personalidad y apariencia, se obtuvo el modelo final mostrado en la tabla 11, con cinco predictores, que explican casi un 30% de la varianza de la empleabilidad ($R^2 = 0,299$). Además, todas

las variables predictoras mostraron un efecto significativo ($p < 0,05$; ver tabla 12). Todas las variables mostraron una relación positiva con la empleabilidad (β entre 0,165 y 0,331), salvo cordialidad ($\beta = -0,200$). Una diferencia con los modelos anteriores era que no se incluía la variable tensión, pues al meterla disminuye la varianza explicada por el modelo.

Tabla 11. Resumen de la Regresión por pasos para predecir Empleabilidad a partir de las dimensiones de Apariencia y Personalidad, de forma conjunta

Modelo	R	R ²	R ² ajustado	Cambio en R ²	Cambio en F	Sig. Cambio en F
1: Paralenguaje	0,475	0,225	0,223	0,225	86,059	0,000
2: +Atractivo	0,509	0,259	0,254	0,034	13,515	0,000
3: +Extraversión	0,526	0,276	0,269	0,017	6,986	0,009
4: +Cordialidad	0,537	0,289	0,279	0,012	5,043	0,025
5: +Apertura	0,558	0,311	0,299	0,022	9,469	0,002

Tabla 12. Coeficientes del modelo de Personalidad, Apariencia, y Empleabilidad

Coeficientes no estandarizados			Coeficientes estandarizados		
Modelo	Beta	Desviación Error	Beta	t	Significación
Constante	5,130	6,408		0,800	0,424
Paralenguaje	1,065	0,225	0,331	4,734	0,000
Atractivo	0,923	0,219	0,209	4,215	0,000
Extraversión	1,117	0,411	0,165	2,720	0,007
Cordialidad	-1,512	0,455	-0,200	-3,318	0,001
Apertura	1,226	0,398	0,200	3,077	0,002

3.2. Efectos moderadores de la Apariencia entre Personalidad y Empleabilidad

Tras evaluar los distintos modelos de moderación, solo resultaron estadísticamente significativas las interacciones entre cordialidad y atractivo y entre cordialidad y tensión. Se resume el efecto moderador en cada caso en los siguientes apartados.

3.2.1. Cordialidad y Atractivo general

En la Tabla 13 se muestra que la varianza explicada por el modelo que incluye el efecto de interacción entre cordialidad y atractivo general en la predicción de la empleabilidad es del 10,5% ($R^2 = 0,105$), siendo significativos los efectos simples de cordialidad ($\alpha = 0,05$; $p = 0,013$), atractivo ($\alpha = 0,05$; $p = 0,023$) y la interacción ($\alpha = 0,05$; $p = 0,001$).

Tabla 13. Resumen del modelo de moderación entre cordialidad y atractivo

R	R ²	ECM	F	gl1	gl2	p
0,324	0,105	488,070	11,689	3	300	0,000

Nota. ECM: error cuadrático medio; gl1: grados de libertad 1; gl2: grados de libertad 2

Tabla 14. Modelo de moderación entre Cordialidad y Atractivo.

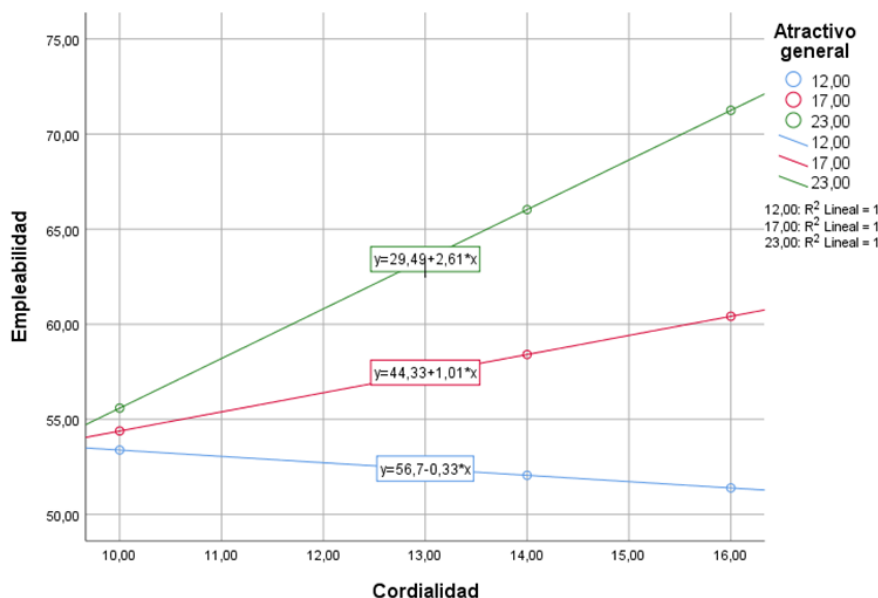
	Coeficiente	EE	t	p	LIIC	LSIC
Constante	86,383	18,640	4,634	0,000	49,701	123,066
Cordialidad	-3,541	1,421	-2,492	0,013	-6,337	-0,744
Atractivo	-2,474	1,083	-2,284	0,023	-4,605	-0,342
Interacción	0,267	0,082	3,823	0,001	0,107	0,428

Nota. EE: error estándar; LIIC: límite inferior del intervalo de confianza; LSIC: límite superior del intervalo de confianza

En la Figura 1 se muestra el gráfico de la moderación entre cordialidad y atractivo. Así, es interesante comprobar que, cuando el atractivo es bajo, según aumenta la puntuación en cordialidad, la puntuación en empleabilidad disminuye; mientras, cuando la puntuación en atractivo es media, según

aumenta la puntuación en cordialidad, se mantiene prácticamente la empleabilidad. Por último, si la puntuación en atractivo es alta, según aumenta la cordialidad, la empleabilidad aumenta en hasta 10 puntos.

Figura 1. Gráfico del modelo de moderación entre Cordialidad y Atractivo



3.2.2. Cordialidad y Tensión

En la Tabla 13 se muestra que la varianza explicada por el modelo que incluye el efecto de interacción entre cordialidad y atractivo general en la predicción de la empleabilidad

es del 10,5% ($R^2 = 0,105$), siendo significativos los efectos simples de cordialidad ($\alpha = 0,05$; $p = 0,013$), atractivo ($\alpha = 0,05$; $p = 0,023$) y la interacción ($\alpha = 0,05$; $p = 0,001$).

Tabla 15. Resumen del modelo de moderación entre Cordialidad y Tensión

R	R2	ECM	F	gl1	gl2	p
0,372	0,139	471,302	15,994	3	298	0,000

Nota. ECM: error cuadrático medio; gl1: grados de libertad 1; gl2: grados de libertad 2

Tabla 16. Modelo de moderación entre Cordialidad y Tensión.

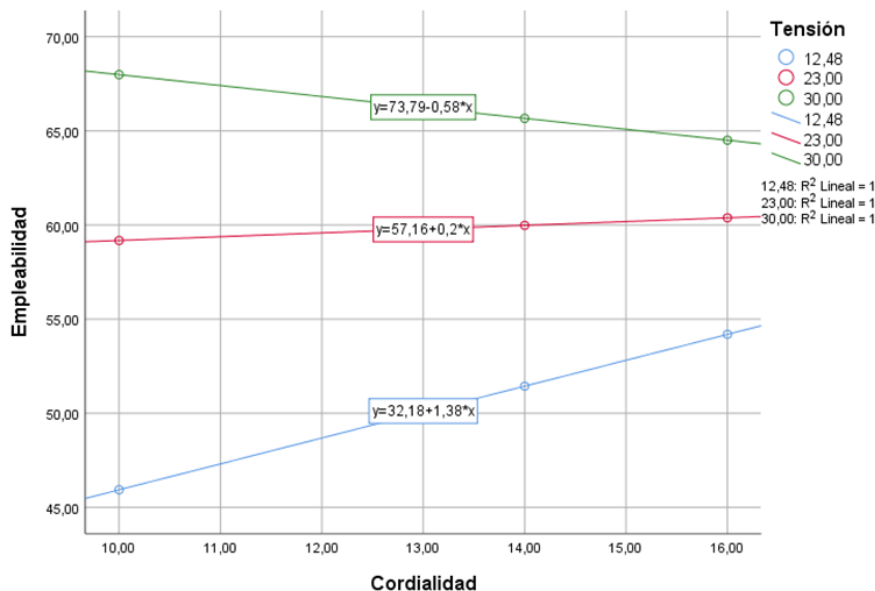
	Coefficiente	EE	t	p	LIIC	LSIC
Constante	2,549	14,367	0,177	0,859	-25,726	30,283
Cordialidad	2,769	1,126	2,459	0,015	0,553	4,984
Tensión	2,374	0,661	3,592	0,000	1,074	3,676
Interacción	-0,112	0,049	-2,258	0,025	-0,209	-0,014

Nota. EE: error estándar; LIIC: límite inferior del intervalo de confianza; LSIC: límite superior del intervalo de confianza

En la Figura 2 se ilustra el efecto de moderación entre cordialidad y tensión. En este caso, si la puntuación en tensión es alta, a medida que aumenta la cordialidad, la puntuación en empleabilidad disminuye; mientras, si la puntuación en

tensión es media, según aumenta la cordialidad, la puntuación en empleabilidad se mantiene prácticamente estable; y, al mismo tiempo, si la puntuación en tensión es baja, según aumenta la cordialidad aumenta la puntuación en empleabilidad.

Figura 2. Gráfico del modelo de moderación entre Cordialidad y Tensión



3.3. Uso de la Apariencia para predecir la Personalidad

Se llevaron a cabo distintos análisis de regresión lineal realizados para ver en qué medida se utilizaba la apariencia para

predecir los rasgos de personalidad. En la Tabla 17 se muestran los resultados para las distintas dimensiones de personalidad. Las proporciones de varianza explicada por los predictores de apariencia variaban entre el 15,4% (para Estabilidad) y el 41,1% (para Extraversión).

Tabla 17. Resumen de la Regresión por pasos para predecir Empleabilidad a partir de las dimensiones de Apariencia y Personalidad, de forma conjunta

Modelo	R	R ²	R ² ajustado	Cambio en R ²	Cambio en F	Sig. Cambio en F
1: Paralenguaje	0,475	0,225	0,223	0,225	86,059	0,000
2: +Atractivo	0,509	0,259	0,254	0,034	13,515	0,000
3: +Extraversión	0,526	0,276	0,269	0,017	6,986	0,009
4: +Cordialidad	0,537	0,289	0,279	0,012	5,043	0,025
5: +Apertura	0,558	0,311	0,299	0,022	9,469	0,002

En la Tabla 18 se muestran los pesos estandarizados, siendo siempre significativos ($\alpha = 0,05$; $p < 0,001$) y positivos, variando entre 0,225 y 0,457. Para todas las variables de per-

sonalidad, el paralenguaje resultó un predictor relevante. Algunas dimensiones fueron predictivas de rasgos específicos (Tensión, para predecir Extraversión y Apertura; Atractivo, para predecir Responsabilidad)

Tabla 18. Coeficientes del modelo de Personalidad, Apariencia, y Empleabilidad

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
	Beta	Desviación Error	Beta	t	Significación
Extraversión:					
Constante	2,749	0,614		4,479	0,000
Paralenguaje	0,190	0,026	0,398	7,292	0,000
Tensión	0,131	0,022	0,318	5,817	0,000
Estabilidad:					
Constante	6,990	0,595		11,739	0,000
Paralenguaje	0,153	0,020	0,396	7,609	0,000
Responsabilidad:					
Constante	4,359	0,840		5,186	0,000
Atractivo	0,246	0,032	0,382	7,695	0,000
Paralenguaje	0,128	0,024	0,266	5,345	0,000
Apertura:					
Constante	3,324	0,710		4,696	0,000

4. Discusión

Como se ha mencionado anteriormente, el presente estudio tenía tres objetivos. En primer lugar, se intentaba contrastar los efectos encontrados en la literatura entre personalidad y apariencia percibidas y la empleabilidad. En segundo lugar, se intentaba ver cuál era el efecto moderador de las dimensiones de apariencia percibida en la relación entre los rasgos de personalidad y la empleabilidad. Por último, el tercer objetivo trataba de observar las relaciones entre personalidad y apariencia percibida.

Como se ha descrito en el apartado de resultados, las puntuaciones en empleabilidad tenían una gran variabilidad por lo que era interesante estudiar algunas de las causas que podrían producir este efecto.

Si tenemos en cuenta la literatura existente, varios estudios nos hablan de la existencia de una relación entre personalidad y empleabilidad, donde la evaluación de la personalidad permite predecir un gran número de componentes de la productividad y el rendimiento laboral (Ones et al., 2007; Sartori et al., 2020). Si bien es cierto que en el presente estudio hemos utilizado la personalidad percibida, parece que existe una estrecha relación entre la personalidad percibida por los demás y la personalidad autopercebida, que entendemos como real (Borkenau y Liebler, 1992).

En nuestro estudio la proporción de varianza explicada por la personalidad percibida ($R^2 = 0,196$) fue relativamente baja, pero dentro del rango encontrado en la literatura. Por ejemplo, aunque el metaanálisis realizado por Ones et al. (2007) informa de proporciones de varianza explicadas por

la personalidad real, los valores se encuentran entre 0,01 y 0,203. No obstante, se encuentran algunas diferencias con estudios previos, ya que mientras que tradicionalmente la mejor variable de personalidad predictora del rendimiento es la responsabilidad (Ones et al., 2007), nuestro estudio encuentra mayor capacidad predictiva de la empleabilidad para la extraversión y la apertura. Este resultado ha podido tener varias razones.

En primer lugar, aunque rendimiento y empleabilidad no son lo mismo, se podría pensar que se tendría en cuenta en mayor medida la responsabilidad durante el proceso de selección al ser un gran predictor del rendimiento futuro. De este modo, el objetivo de contratar a una persona es que tenga un buen rendimiento laboral. Sin embargo, en el presente estudio esto no ha ocurrido. En segundo lugar, para este estudio, se ha valorado la personalidad percibida por el experto sin hacer uso de autoinformes. En este sentido, por ejemplo, es posible que el rasgo de apertura cuyos ítems hacen referencia indirecta a la capacidad cognitiva (imaginación, abstracción, etc.) pueda haberse relacionado con la inteligencia, que es el mejor predictor del rendimiento laboral. Por otro lado, el mayor peso de la extraversión podría deberse a que el evaluador haya pensado en un puesto de trabajo que se relacionara con una alta extraversión (p.ej. un puesto de comercial). Así, se tiene evidencia de que distintos tipos de trabajo requieren distintas características; por ejemplo, para un trabajo en un departamento de ventas se necesitarían niveles más altos de extraversión que en departamentos de informática, para los que se necesitaría una alta estabilidad emocional y donde la extraversión carece de tanta importancia (Scroggins et al., 2009).

En lo que respecta a la relación entre apariencia y empleabilidad, se replican los resultados encontrados en investigaciones previas. Por consiguiente, parece que existe una estrecha relación entre apariencia y empleabilidad, lo que implica que una mejor puntuación en paralenguaje, atractivo y tensión deriva en una mayor probabilidad de ser contratado. Esto ilustra una vez más los sesgos de selección que pueden producirse a partir de la imagen personal del candidato (Lowman et al., 2019).

Los resultados encontrados muestran que, en las condiciones evaluadas, los expertos parecen aplicar el heurístico de “lo que es bueno es bello”, atribuyendo características positivas en función del atractivo, cuando no tienen oportunidad, tiempo o recursos para profundizar. Esto podría ser causado por el tipo de procesamiento usado en el momento de manejar la información. Así, acorde a Stanovich y West (2000), hay dos tipos de procesamientos, el procesamiento de tipo I, que se caracteriza por ser rápido, automático, sin esfuerzo e implícito, y el procesamiento de tipo II, que es más lento, requiere esfuerzo, y es más consciente y flexible. Si se tiene en cuenta esta teoría, es probable que este heurístico sea controlado por el Sistema 1, por lo que sería necesario un esfuerzo para controlar la relación entre apariencia y empleabilidad.

Teniendo en cuenta el contexto tratado, las AVIs, tiene sentido que, en ausencia de otras variables informativas como puede ser el currículum, los expertos se dejen llevar en mayor medida por la apariencia. En este sentido, los reclutadores se fijan más en la apariencia que en la idoneidad de la personalidad al puesto para seleccionar a las personas, lo que puede resultar en un rendimiento laboral futuro más bajo de lo que debería si se tuvieran en cuenta en mayor medida los requerimientos del puesto y la cualificación de la persona.

En relación con el segundo objetivo, es interesante descubrir una interacción significativa entre cordialidad y atractivo. Esto nos indica que, en el caso de que la persona sea atractiva, se vista de manera formal, tenga estilo y su imagen esté cuidada y, además, sea percibida como cordial, sus probabilidades de ser contratadas se dispararán. Mientras, en el caso de que su imagen no sea percibida como atractiva, según aumenta su cordialidad, sus oportunidades de ser seleccionada disminuirán.

Así, parece que el atractivo de la persona modera la relación entre personalidad y empleabilidad, lo cual puede ser consecuencia de la falta de otras señales informativas que permitan conocer de manera exacta las características de la persona entrevistada. Una implicación preocupante de este hecho es que las personas atractivas se pueden permitir ser menos cordiales que las personas no atractivas, lo que nos habla de la importancia de educar a los formadores sobre los sesgos y cómo evitarlos.

En el caso de la interacción entre cordialidad y tensión encontramos el efecto contrario. En este caso, si la persona tiene un lenguaje corporal exagerado y además es cordial, sus probabilidades de ser empleadas son menores que si es menos cordial. Del mismo modo, si es una persona que no se mueve mucho y no utiliza demasiado los brazos y las manos y además es cordial, sus probabilidades de ser empleadas son mayores que si es menos cordial. Esto nos habla de un efecto donde las personas con una alta tensión y poca cordialidad son las que tienen más probabilidad de ser contratadas.

Este efecto se ha podido dar por el tipo de ítems de la variable tensión, que se han podido entender como síntoma de nerviosismo. Este, se sabe que se correlaciona negativamente con el rendimiento laboral en múltiples trabajos, donde niveles altos de nerviosismo producen un desempeño más bajo (Ones et al., 2007). En el caso de la cordialidad, esta relación se ha podido dar por el tipo de puesto en el que se estaba pensando (p.ej. un puesto de informático).

Respecto al último objetivo, se midió la relación entre apariencia y personalidad, con el objetivo de ver si, en el caso de las AVIs, las personas se dejarían guiar por la apariencia para intentar predecir la personalidad. Así, obtuvimos que, para factores como la extraversión y la apertura, las personas se dejan llevar en una gran medida por el paralenguaje y la tensión, es decir, por la manera de hablar y el movimiento corporal. De hecho, en ambos casos, más del 35% de la variabilidad existente en las puntuaciones de ambas variables se da como consecuencia de estas variables. Esto nos habla de la importancia que puede tener el lenguaje corporal y la forma de comunicarnos a la hora de realizar una entrevista.

Es interesante comentar, además, que la responsabilidad es el único factor de la personalidad en el que el atractivo general tiene un gran peso. Esto puede tener ciertas implicaciones en la selección de personal, donde la responsabilidad es el factor de la personalidad que más se tiene en cuenta para el rendimiento laboral (Barrick y Mount, 1991).

4.1. Limitaciones del estudio

En cuanto a las limitaciones encontradas en la realización del presente estudio, habría que mencionar, en primer lugar, el bajo tamaño muestral al que se ha tenido acceso. Aunque consideramos que se trata de un estudio inicial, sería recomendable ampliar el número y tipos de expertos, entrevistas y evaluaciones, que ayudarían a generalizar los resultados encontrados.

Asimismo, sería recomendable estudiar un mayor número de variables más profundamente en el contexto de las AVIs como pueden ser el lenguaje corporal o la fluidez al hablar.

Por último, habría que mencionar la dependencia que existe en el estudio hacia las evaluaciones, que hace que se incumplan los supuestos de las técnicas que se han aplicado, ya que los datos se han analizado como si las observaciones fueran independientes.

4.2. Aplicaciones y líneas futuras de estudio

Podemos distinguir dos tipos de líneas futuras de investigación, según se orienten a la investigación sobre el método en sí o a la investigación aplicada. Con respecto a lo primero, sería interesante estudiar las diferencias de clasificación según las evaluaciones sean realizadas por inteligencias artificiales y algoritmos, o por personas. A pesar de que este tipo de investigaciones se han empezado a hacer todavía resultan insuficientes en número. Por otro lado, sería recomendable medir las consecuencias que tiene el hecho de contratar a la gente basándonos en su apariencia a través del análisis del rendimiento entre personas atractivas y no atractivas. También, se podría hacer un nuevo tipo de AVI en la que no se vea el vídeo, existiendo solo el audio y evaluar qué sesgos aparecen y cómo estos influyen en los procesos de selección de las empresas. Por último, sería interesante explorar qué aspectos podrían mejorar las características de las AVIs, para que posean menos sesgos y aumenten su capacidad predictiva.

En lo que concierne a la aplicación, toda esta investigación podría servir para preparar programas de formación donde las personas involucradas en la evaluación y selección de personal conozcan los sesgos que más aparecen en estos procesos y aprendan a eliminarlos.

Todas estas mejoras respecto al método de las AVIs y su posterior aplicación afectarían en gran medida a la mejora de las AVIs en relación con posibles sesgos, propiedades psicométricas y posibles usos (contexto académico, laboral, militar, etc.).

5. Referencias

- Barrick, M. R., y Mount, M. K. (1991). The big five personality dimensions and job performance: a meta-analysis. *Personnel Psychology*, 44(1), 1-26. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1991.tb00688.x>
- Basch, J. M., Brenner, F., Melchers, K. G., Krumm, S., Dräger, L., Herzer, H., y Schuwerk, E. (2021). A good thing takes time: The role of preparation time in asynchronous video interviews. *International Journal Of Selection And Assessment*, 29(3-4), 378-392. <https://doi.org/10.1111/ijsa.12341>
- Borkenau, P., y Liebler, A. (1992). Trait inferences: Sources of validity at zero acquaintance. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 62(4), 645-657. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.62.4.645>
- Cann, A., Siegfried, W. D., y Pearce, L. (1981). Forced attention to specific applicant qualifications: impact on physical attractiveness and sex of applicant biases. *Personnel Psychology*, 34(1), 65-75. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1981.tb02178.x>
- Colom, R. (2018). *Manual de psicología diferencial: métodos, modelos y aplicaciones*. Ediciones Pirámide.
- Desrumaux, P., De Bosscher, S., y Leoni, V. (2009). Effects of Facial Attractiveness, Gender, and Competence of Applicants on Job Recruitment. *Swiss Journal Of Psychology*, 68(1), 33-42. <https://doi.org/10.1024/1421-0185.68.1.33>
- Dunlop, P. D., Holtrop, D., y Wee, S. (2022). How asynchronous video interviews are used in practice: A study of an Australian-based AVI vendor. *International Journal Of Selection And Assessment*, 30(3), 448-455. <https://doi.org/10.1111/ijsa.12372>
- Hosoda, M., Stone-Romero, E. F., y Coats, G. (2003). The effects of physical attractiveness on job-related outcomes: a meta-analysis of experimental studies. *Personnel Psychology*, 56(2), 431-462. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2003.tb00157.x>
- Johnson, S. K., Podratz, K. E., Dipboye, R. L., y Gibbons, E. (2010). Physical Attractiveness Biases in Ratings of Employment Suitability: Tracking Down the “Beauty is Beastly” Effect. *The Journal Of Social Psychology*, 150(3), 301-318. <https://doi.org/10.1080/00224540903365414>
- Jones, A. L., Tree, J. J., y Ward, R. (2018). Personality in faces: Implicit associations between appearance and personality. *European Journal Of Social Psychology*, 49(3), 658-669. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2534>
- Kaufmann, M., Krings, F., Zebrowitz, L. A., y Sczesny, S. (2017). Age Bias in Selection Decisions: The Role of Facial Appearance and Fitness Impressions. *Frontiers In Psychology*, 8. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.02065>
- Lowman, G. H., Harms, P. D., y Mills, M. J. (2019). The influence of job candidates’ physical appearance on interview evaluations: A prototype matching model. *Journal of Personnel Psychology*, 18(2), 55-70. <https://doi.org/10.1027/1866-5888/a000223>

- Lukacik, E., Bourdage, J. S., y Roulin, N. (2022). Into the void: A conceptual model and research agenda for the design and use of asynchronous video interviews. *Human Resource Management Review*, 32(1), 100789. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2020.100789>
- McCrae, R. R., y Costa, P. T. (1987). Validation of the five-factor model of personality across instruments and observers. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 52(1), 81-90. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.52.1.81>
- Ones, D. S., Dilchert, S., Viswesvaran, C., y Judge, T. A. (2007). In support of personality assessment in organizational settings. *Personnel Psychology*, 60(4), 995-1027. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2007.00099.x>
- Oostrom, J. K., Holtrop, D., Koutsoumpis, A., Van Breda, W., Ghassemi, S., y De Vries, R. E. (2023). Applicant reactions to algorithm- versus recruiter-based evaluations of an asynchronous video interview and a personality inventory. *Journal Of Occupational And Organizational Psychology*. <https://doi.org/10.1111/joop.12465>
- Paim, A. D. S., y Pereira, M. E. (2018). Judging good appearance in personnel selection. *Organizações y Sociedade*, 25(87), 656-675. <https://doi.org/10.1590/1984-9250876>
- Rooth, D. (2009). Obesity, Attractiveness, and Differential Treatment in Hiring: A Field Experiment. *Journal Of Human Resources*, 44(3), 710-735. <https://doi.org/10.1353/jhr.2009.0027>
- Roulin, N., Lukacik, E., Bourdage, J. S., Clow, L., Bakour, H., y Díaz, P. (2022). Bias in the background? The role of background information in asynchronous video interviews. *Journal Of Organizational Behavior*, 44(3), 458-475. <https://doi.org/10.1002/job.2680>
- Sartori, R., Costantini, A., y Ceschi, A. (2020). Psychological assessment in human resource management: discrepancies between theory and practice and two examples of integration. *Personnel Review*, 51(1), 284-298. <https://doi.org/10.1108/pr-05-2019-0281>
- Scroggins, W. A., Thomas, S. L., y Morris, J. A. (2009). Psychological Testing in Personnel Selection, Part III: The Resurgence of Personality Testing. *Public Personnel Management*, 38(1), 67-77. <https://doi.org/10.1177/009102600903800105>
- Stanovich, K. E., y West, R. F. (2000). Individual differences in reasoning: Implications for the rationality debate? *Behavioral And Brain Sciences*, 23(5), 645-665. <https://doi.org/10.1017/s0140525x00003435>
- Tilston, O., Krings, F., Roulin, N., Bourdage, J. S., y Fetzter, M. S. (2023). Reactions to asynchronous video interviews: The role of design decisions and applicant age and gender. *Human Resource Management*. <https://doi.org/10.1002/hrm.22202>
- Torres, E. N., y Mejia, C. (2017). Asynchronous video interviews in the hospitality industry: Considerations for virtual employee selection. *International Journal Of Hospitality Management*, 61, 4-13. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.10.012>