



Universidad Indoamérica

Instituto de Investigación, Desarrollo e Innovación

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD Y BIENESTAR HUMANO

CARRERA DE PSICOLOGIA

TITULO:

**EXPLORACION DE TEST PSICOMETRICOS GAMIFICADOS PARA EL PROCESO DE
SELECCION**

RESPONSABLE

PAULINA GUERRA

SEDE QUITO

2025

 Universidad Indoamérica	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
Código Formato: FOR-PYI-2.0- 0496	Versión: 2.0	Fecha de vigencia: 23.02.2023	Pág. 1 / 24

A. DATOS GENERALES DEL PROYECTO

A.1. Título del Proyecto: “Exploración de test psicométricos gamificados para el proceso de selección”

Centro o Grupo de investigación / Facultad: Ciencias de la Salud y bienestar Humano

Duración del proyecto: 1 año

Presupuesto financiado por Universidad Indoamérica: \$5200

Presupuesto financiado con fondos externos: **\$0.00**

Presupuesto total del proyecto: \$12670

Investigador acreditado SENESCYT: **No**

A.6. Equipo de trabajo:

Enumerar e identificar a los diferentes colaboradores institucionales del equipo de investigación: coordinador de proyecto (tiempo completo), investigadores asociados, asistentes técnicos, analistas, personal de apoyo, becarios, estudiantes, consultores externos y otros.

N°	Nombre del participante	Documento de identidad	Rol en el proyecto	Afiliación institucional
1	Paulina Guerra	1720022647	Coordinador del proyecto	Facultad de Ciencias de la Salud y Bienestar Humano
2	Andrés Caicedo	1717178808	Docente de apoyo	Facultad de Arquitectura, Diseño y artes FADA

 Universidad Indoamérica	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
Código Formato: FOR-PYI-2.0- 0496	Versión: 2.0	Fecha de vigencia: 23.02.2023	Pág. 2 / 24

A.2. Área de conocimiento

Campo amplio	Ciencias periodismo información y derecho Artes y Humanidades
Campo específico	Ciencias sociales y del comportamiento Arte
Campo detallado	Psicología Diseño

A.3. Líneas de investigación

La línea de investigación corresponde a dos disciplinas en este caso Sociedad y empresa y Disciplinas proyectuales

B. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

B.1. RESUMEN

La presente investigación se centra en la exploración de la gamificación como estrategia para mejorar los test psicométricos utilizados en los procesos de selección de personal. Las variables principales a abordar incluyen la motivación, la precisión de los resultados, y la ansiedad de los candidatos, aspectos críticos en el contexto de la evaluación psicométrica. La gamificación, entendida como la aplicación de elementos de juego en contextos no lúdicos, ofrece una oportunidad para transformar la experiencia del candidato durante la evaluación, haciéndola más atractiva y potencialmente más efectiva. El objetivo general del estudio es evaluar el impacto de la gamificación en los test psicométricos durante el proceso de selección de personal. Para ello, se plantean objetivos específicos como analizar la relación entre gamificación y motivación, evaluar la precisión de los test gamificados en comparación con los tradicionales, y examinar el

 Universidad Indoamérica	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
Código Formato: FOR-PYI-2.0- 0496	Versión: 2.0	Fecha de vigencia: 23.02.2023	Pág. 3 / 24

impacto de la gamificación en la reducción de la ansiedad de los candidatos. La investigación seguirá un enfoque cuantitativo, utilizando un diseño experimental para comparar los resultados de test psicométricos tradicionales y gamificados. Se aplicarán cuestionarios pre y post evaluación para medir la motivación y ansiedad de los participantes, mientras que se utilizarán análisis estadísticos para comparar la precisión de los resultados obtenidos.

Se espera que la gamificación aumente la motivación y reduzca la ansiedad de los candidatos, proporcionando al mismo tiempo resultados más precisos y válidos en los test psicométricos. Estos hallazgos podrían revolucionar el proceso de selección de personal, mejorando tanto la experiencia del candidato como la calidad de la evaluación.

B.2. PALABRAS CLAVES

Gamificación, test psicométricos, ansiedad, selección de personal, selección de personal

B.3. ESTADO DEL ARTE

La gamificación, que se refiere a la aplicación de elementos típicos de los juegos en contextos no recreativos, ha ido ganando terreno en diversos sectores, incluido el de selección de personal. Los test psicométricos, que tradicionalmente se utilizan para evaluar las habilidades y características de los candidatos, están experimentando una transformación gracias a la incorporación de elementos de gamificación, con el objetivo de hacer estos procesos más atractivos y eficientes (Landers & Armstrong, 2017). Los test psicométricos han sido una herramienta clave en la selección de personal, proporcionando evaluaciones objetivas sobre las capacidades y rasgos de los candidatos. Estos test se han administrado tradicionalmente en formatos estandarizados, como cuestionarios y pruebas de opción múltiple (Ryan & Ployhart, 2014).

La incorporación de la gamificación en los test psicométricos añade elementos de juego, como puntos, niveles y retroalimentación inmediata. Este enfoque busca aumentar la motivación de los candidatos, mejorar su experiencia durante la evaluación y potencialmente obtener una medición más precisa de sus habilidades y comportamientos (Sailer et al., 2017). Además, la gamificación puede reducir el estrés y la ansiedad típicos de las evaluaciones tradicionales, permitiendo que los candidatos muestren su desempeño real (Georgiou & Nikolaou, 2020).

Estudios recientes sugieren que los test psicométricos gamificados pueden ser igual de efectivos que los métodos tradicionales en la evaluación de habilidades cognitivas y rasgos de personalidad. Armstrong et al. (2016) encontraron que estos test mantenían su validez predictiva y además mejoraban la percepción del proceso de selección por parte de los candidatos, lo que puede llevar a una mayor disposición para completar las evaluaciones. Las organizaciones innovadoras están utilizando test psicométricos gamificados para mejorar sus procesos de selección. Estos test permiten identificar competencias específicas, como el pensamiento crítico y la adaptabilidad, que son difíciles de evaluar con métodos convencionales (Chamorro-Premuzic et al., 2017). Además, la gamificación facilita la obtención de información en tiempo

 Universidad Indoamérica	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
Código Formato: FOR-PYI-2.0- 0496	Versión: 2.0	Fecha de vigencia: 23.02.2023	Pág. 4 / 24

real sobre el comportamiento de los candidatos, lo que puede ser esencial para tomar decisiones de selección bien fundamentadas.

Una de las principales ventajas de los test psicométricos gamificados es su capacidad para involucrar de manera más efectiva a los candidatos. Esto puede resultar en una mayor tasa de retención y en una experiencia de selección más satisfactoria para los candidatos (Landers et al., 2018). Desde una perspectiva práctica, los test psicométricos gamificados pueden transformar el proceso de selección, haciéndolo más atractivo y eficiente. Teóricamente, estos test cuestionan las nociones tradicionales de la evaluación psicométrica y abren nuevas áreas de investigación sobre la validez y fiabilidad de las medidas gamificadas (Schell, 2019).

No obstante, la gamificación de los test psicométricos también enfrenta desafíos. Algunos críticos advierten que los elementos de juego pueden introducir sesgos o desviar el enfoque de los objetivos de evaluación (Lumsden et al., 2016). También existe la preocupación de que los candidatos que están familiarizados con los juegos digitales puedan tener una ventaja sobre aquellos que no lo están.

Es por ello imprescindible integrar dentro de este estudio al área de diseño. Desde el contexto del diseño, es fundamental considerar que para promover una correcta interacción entre las plataformas y los usuarios es fundamental establecer prácticas continuas de mejora mediante la aplicación fundamentos teóricos, metodologías y prácticas de evaluación para que la interfaz con la que el usuario trabaja que pueda ser manipulada de manera satisfactoria y obedeciendo a criterios de eficiencia y eficacia, lo que contribuye a lograr una experiencia de usuario favorable, como lo establecen Montero & Martín (2005) en publicación referente a la experiencia de usuario.

Cuando las interfaces, independientemente de su tipología, no son concebidas bajo un enfoque centrado en quien las usa, presentan errores comunes, también conocidos como errores “clásicos” (Fernández, 2019, p.41) los cuales se generan en tres instancias base del proceso; en la definición de usuario, en la definición funcional, o en la fase de ensamblaje. Estos errores se vuelven aún más críticos cuando no se establece un proceso de análisis y mejora continua de las plataformas, lo que afecta directamente en la experiencia del usuario.

Se debe considerar que la satisfacción, por una parte, y la decisión de utilizar tal o cual herramienta interactiva por parte del usuario depende directamente de la calidad de la interacción. No es suficiente con que el recurso cumpla con la función para la que fue concebida, sino que debe responder a un proceso efectivo, considerando los contextos de uso, capacidades y limitaciones de quien las usa. (Garrett, 2010)

Sauro y Lewis (2016) mediante un estudio enfocado en la importancia de la usabilidad, concluyen que este concepto impacta directamente en el valor y percepción que el usuario tiene respecto a un producto o interfaz. Esto principalmente responde a que la usabilidad promueve la reducción de la carga cognitiva, así también disminuye la tasa de abandono del proceso que se está realizando a partir del producto, sea este físico o digital. En este sentido se entiende que una plataforma con niveles de usabilidad altos contribuye a que el esfuerzo por parte del usuario sea menor, lo que a su vez permite que éste alcance las metas propuestas en el momento de la intención, es decir, previo a la interacción. (Nielsen, 1994)

 Universidad Indoamérica	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
Código Formato: FOR-PYI-2.0- 0496	Versión: 2.0	Fecha de vigencia: 23.02.2023	Pág. 5 / 24

Es indispensable que las herramientas e interfaces, sean estas físicas o digitales, se sometan a una mejora continua por medio de métricas de usabilidad con el fin de garantizar que los usuarios ejecuten tareas de manera efectiva y con la menor cantidad de errores en el proceso. El integrar este concepto con la experiencia de usuario, permite mejorar la satisfacción, contribuye a la sostenibilidad del producto y mejora la fidelidad del usuario, es decir, aumenta la capacidad de decisión y elección.

Finalmente se puede mencionar, que en un mundo digitalizado y automatizado los procesos de selección tradicionales van quedando de lado, por ello es importante buscar alternativas que no solo dinamicen el proceso sino además que integren conceptos éticos que permitan reducir los sesgos que son frecuentes en los procesos de selección de personal y que no permiten alcanzar los objetivos organizacionales de contratar al personal más idóneo.

B.4. PROBLEMÁTICA

La variedad de desafíos sociales, económicos y tecnológicos que enfrentan las organizaciones actuales crea una necesidad de innovación en los procesos de adquisición de talento. Las pruebas psicológicas han jugado tradicionalmente un papel clave en la evaluación de candidatos para diversos puestos en las empresas. Sin embargo, aunque estos métodos tradicionales son efectivos, tienen una serie de limitaciones que llevan a la búsqueda de soluciones alternativas y más innovadoras.

Desafíos socioeconómicos

Uno de los principales desafíos es la necesidad de atraer y retener talento en un mercado laboral altamente competitivo. Los métodos de evaluación tradicionales pueden resultar poco atractivos, crear una experiencia negativa para los candidatos y afectar la imagen de una empresa y su capacidad para atraer a los mejores talentos (Hickman & Smith, 2022). Las pruebas psicológicas tradicionales, si se perciben como monótonas y estresantes, pueden desmotivar a los candidatos y reducir las tasas de aceptación (Aguado et al., 2021).

Desde el punto de vista económico, las empresas buscan eficiencia y reducción de costes en el proceso de selección. La implementación y evaluación de pruebas tradicionales puede requerir una inversión significativa de tiempo y recursos. La gamificación ofrece una alternativa para optimizar estos procesos, haciéndolos más eficientes y económicos (Kuhn et al., 2022).

Desafíos técnicos

La transformación digital ha cambiado las expectativas de los candidatos, cada vez más acostumbrados a experiencias interactivas e inmersivas. La integración de juegos en las pruebas psicológicas responde a esta tendencia, satisface las necesidades de la última generación de tecnología y proporciona una experiencia de evaluación más atractiva e integral (Robinson &

 Universidad Indoamérica	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
Código Formato: FOR-PYI-2.0- 0496	Versión: 2.0	Fecha de vigencia: 23.02.2023	Pág. 6 / 24

MacInnes, 2023). Esto es importante para mantener a los candidatos interesados y comprometidos en el proceso de selección.

Cuestiones ambientales y organizativas.

A nivel organizacional, crear un entorno inclusivo y adaptable es fundamental. Las pruebas tradicionales pueden no ser las más adecuadas para evaluar las habilidades y el potencial de todos los candidatos, especialmente aquellos que no obtienen buenos resultados en los formatos de prueba tradicionales (Aguado et al., 2021). La gamificación puede proporcionar una forma de evaluación más justa e inclusiva que descubre habilidades y destrezas que de otro modo podrían pasar desapercibidas (Hickman & Smith, 2022).

El propósito de este estudio es analizar y comprender cómo la gamificación aborda estas cuestiones e investigar su eficacia en el proceso de contratación. El objetivo es identificar las limitaciones de los métodos tradicionales, evaluar las ventajas de las pruebas psicológicas gamificadas y brindar recomendaciones para su implementación. A través de este análisis, pretendemos obtener conocimientos que mejoren la eficiencia, la experiencia de los candidatos y el compromiso en el proceso de contratación.

B.5. JUSTIFICACIÓN

La investigación sobre la gamificación de las pruebas psicológicas en el proceso de contratación aborda necesidades críticas de recursos humanos y gestión del talento. La mayor competencia en el mercado laboral, combinada con la evolución de las expectativas tecnológicas y el impulso hacia la eficiencia en los procesos de selección, subraya la importancia de investigar y desarrollar métodos innovadores de evaluación de candidatos.

Aunque probados y ampliamente utilizados, los métodos tradicionales de evaluación psicométrica tienen limitaciones inherentes. Estos métodos pueden resultar estresantes y poco atractivos para los candidatos, afectando así la percepción de la empresa y reduciendo la eficacia de la selección (Hickman & Smith, 2022). La gamificación ofrece una perspectiva nueva y potencialmente más eficaz para superar estas limitaciones al introducir juegos y elementos dinámicos en las pruebas psicológicas (Robinson & MacInnes, 2023).

Este estudio contribuye al conocimiento existente al evaluar sistemáticamente cómo la gamificación puede mejorar la experiencia del candidato, aumentar las tasas de participación y al mismo tiempo mantener o incluso mejorar la validez de las evaluaciones psicométricas. Al explorar y documentar el impacto de las pruebas gamificadas, esta investigación sienta una base sólida para futuras aplicaciones y desarrollos en este campo.

Los problemas asociados con los métodos tradicionales de evaluación, como la falta de atractivo para los candidatos y la ineficiencia en el uso de recursos, han llevado a la búsqueda de soluciones innovadoras. La gamificación tiene el potencial de resolver estos problemas al hacer que el proceso de evaluación sea más atractivo y menos estresante para los candidatos, lo que puede mejorar la imagen de la empresa y aumentar la tasa de aceptación de ofertas (Aguado et

 Universidad Indoamérica	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
Código Formato: FOR-PYI-2.0- 0496	Versión: 2.0	Fecha de vigencia: 23.02.2023	Pág. 7 / 24

al., 2021). Además, la gamificación puede optimizar los recursos al reducir el tiempo y los costos asociados con la administración y evaluación de los test tradicionales (Kuhn et al., 2022).

La implementación de test psicométricos gamificados puede tener múltiples beneficios prácticos para las organizaciones. Al ofrecer una experiencia de evaluación más envolvente y personalizada, las empresas pueden atraer a un grupo más amplio y diverso de candidatos, mejorando así la calidad de las contrataciones. Además, los datos obtenidos a través de métodos gamificados pueden proporcionar una visión más completa y matizada de las habilidades y comportamientos de los candidatos, lo que facilita la toma de decisiones más informadas en el proceso de selección (Aguado et al., 2021).

El impacto de la gamificación en la gestión del talento puede ser significativo. Al adoptar enfoques innovadores para la evaluación de candidatos, las empresas pueden no solo mejorar la experiencia del candidato, sino también fortalecer su posición competitiva en el mercado laboral. La investigación proporciona un marco para la implementación efectiva de estos métodos, ayudando a las organizaciones a adaptarse a las demandas cambiantes y a mantenerse a la vanguardia en la gestión del talento (Hickman & Smith, 2022).

En resumen, esta investigación es fundamental para abordar los desafíos actuales en los procesos de selección de personal y para explorar soluciones innovadoras que puedan mejorar la efectividad y la experiencia de evaluación. La gamificación de los test psicométricos ofrece una oportunidad única para avanzar en el campo, proporcionando una base sólida para futuras investigaciones y aplicaciones prácticas.

B.6. MARCO CONCEPTUAL

1. El recorrido cognitivo

Es el método de evaluación de la usabilidad de un diseño o sistema interactivo mediante la realización de tareas, con el propósito de identificar errores o áreas susceptibles de mejora.

2. La gamificación

Se refiere a la aplicación de elementos y principios de juego en contextos no lúdicos para motivar y aumentar la participación. Según Deterding et al. (2011), la gamificación utiliza mecánicas de juegos como puntos, recompensas y niveles para mejorar la experiencia del usuario y el compromiso en actividades diversas.

3. La teoría de la autodeterminación (Deci & Ryan, 2000)

Es relevante para entender cómo la gamificación puede aumentar la motivación intrínseca. Esta teoría sugiere que las personas son más motivadas cuando tienen autonomía, competencia y conexión social.

4. El modelo de aprendizaje experiencial de Kolb (1984)

 Universidad Indoamérica	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
Código Formato: FOR-PYI-2.0- 0496	Versión: 2.0	Fecha de vigencia: 23.02.2023	Pág. 8 / 24

Enfatiza el aprendizaje a través de la experiencia directa y la reflexión. La gamificación puede facilitar este tipo de aprendizaje al proporcionar simulaciones y escenarios interactivos.

5. Modelo de Diseño de Juegos

El modelo de diseño de juegos de Bartle (1996) clasifica a los jugadores en diferentes tipos basados en sus motivaciones y comportamientos en los juegos, como exploradores, asesinos, sociales y logros. Este modelo es útil para diseñar test psicométricos gamificados que atraigan a una variedad de tipos de jugadores.

6. Teoría de la Carga Cognitiva

La teoría de la carga cognitiva de Sweller (1988) sugiere que el diseño de materiales de aprendizaje debe considerar la capacidad limitada de la memoria de trabajo. La gamificación puede reducir la carga cognitiva al presentar la información de manera más atractiva y accesible, mejorando la comprensión y la retención.

7. Modelo de Experiencia del Usuario

El modelo de experiencia del usuario (UX) examina cómo las interacciones con un sistema afectan la percepción y satisfacción del usuario. La gamificación busca mejorar la UX a través de un diseño interactivo y atractivo que haga el proceso de evaluación más agradable y menos estresante.

8. Las pruebas de usabilidad son un importante paso a la hora de evaluar qué tan funcional es un producto o un sitio web según la experiencia de usuarios reales.

9. Modelo de Intrínseca y Extrínseca

La motivación intrínseca y extrínseca se refiere a las razones internas y externas que impulsan el comportamiento. La gamificación puede aumentar la motivación intrínseca al hacer las tareas más interesantes y gratificantes, mientras que las recompensas externas pueden motivar a los candidatos a alcanzar ciertos objetivos.

10. Teoría del Aprendizaje Social

La teoría del aprendizaje social de Bandura (1977) sostiene que las personas aprenden observando e imitando a otros. En la gamificación, los elementos sociales y colaborativos pueden fomentar el aprendizaje a través de la observación y la interacción con otros participantes.

11. Modelo de Evaluación de Competencias

El modelo de evaluación de competencias se centra en evaluar habilidades y comportamientos específicos en lugar de solo conocimientos. La gamificación puede proporcionar una evaluación

 Universidad Indoamérica	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
Código Formato: FOR-PYI-2.0- 0496	Versión: 2.0	Fecha de vigencia: 23.02.2023	Pág. 9 / 24

más completa al simular escenarios prácticos y evaluar cómo los candidatos aplican sus habilidades en situaciones reales.

12. Teoría de la Autodeterminación y el Juego

El enfoque de la teoría de la autodeterminación en el contexto del juego examina cómo los elementos lúdicos pueden satisfacer necesidades psicológicas básicas y promover el compromiso. La gamificación busca cumplir con estas necesidades para aumentar la motivación y el disfrute durante el proceso de evaluación.

13. Modelo de Aceptación de Tecnología (TAM)

El Modelo de Aceptación de Tecnología (TAM) de Davis (1989) explica cómo los usuarios llegan a aceptar y usar una nueva tecnología, considerando la facilidad de uso y la utilidad percibida. En el contexto de los test psicométricos gamificados, este modelo ayuda a entender cómo los candidatos perciben y aceptan estas nuevas herramientas de evaluación.

14. Benchmarking

El modelo ADDIE (Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation) es un enfoque sistemático para diseñar y desarrollar materiales de aprendizaje. En la gamificación, este modelo ayuda a estructurar las experiencias de evaluación de manera efectiva y a asegurar que cumplan con los objetivos deseados.

15. Teoría de la Expectativa

La teoría de la expectativa de Vroom (1964) sugiere que la motivación para realizar una tarea depende de la expectativa de éxito y el valor que se le atribuye a la recompensa. La gamificación puede influir en estas expectativas al proporcionar metas claras y recompensas que los candidatos consideran valiosas.

B.7. OBJETIVOS

Objetivo General	Resultado
Explorar y evaluar el impacto de la gamificación en la eficacia y precisión de los test psicométricos en el proceso de selección.	Obtener una comprensión integral sobre cómo la gamificación influye en la eficacia y precisión de los test psicométricos en el proceso de selección, abarcando aspectos como la motivación de los candidatos, la precisión de los resultados, la aceptación por parte de los profesionales, la reducción de la ansiedad y el impacto en la duración y eficiencia del proceso de evaluación.

 Universidad Indoamérica	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
Código Formato: FOR-PYI-2.0- 0496	Versión: 2.0	Fecha de vigencia: 23.02.2023	Pág. 10 /

N°	Objetivo Específico	Resultado	Porcentaje
	Analizar la relación entre la gamificación y la motivación de los candidatos en los test psicométricos.	Manuscrito	40
	Evaluar la precisión y validez de los resultados obtenidos a través de test psicométricos gamificados en comparación con test tradicionales.	Base de datos.	30
	Examinar el impacto de la gamificación en la reducción de la ansiedad durante el proceso de evaluación psicométrica.	Base de datos	30
TOTAL			100%

B.8. METODOLOGÍA

Área de Estudio

El estudio se centra en la evaluación de la efectividad de la gamificación en los test psicométricos utilizados en el proceso de selección de personal. El área de estudio abarca tanto los aspectos psicológicos de los candidatos (como la motivación y la ansiedad) como la validez y precisión de las evaluaciones obtenidas a través de test psicométricos gamificados frente a los tradicionales.

Enfoque

El estudio adoptará un enfoque mixto para obtener una comprensión integral del impacto de la gamificación en los test psicométricos. Este enfoque combina métodos cualitativos y cuantitativos para abordar las preguntas de investigación desde diferentes perspectivas.

Cualitativo: Para explorar la percepción y aceptación de los test gamificados por parte de los candidatos y los profesionales de recursos humanos a través de entrevistas.

Cuantitativo: Para evaluar la precisión, validez y el impacto de la gamificación en la motivación y la ansiedad. Se utilizará instrumentos psicométricos de satisfacción, análisis estadísticos y comparaciones de resultados de pruebas.

 Universidad Indoamérica	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
Código Formato: FOR-PYI-2.0- 0496	Versión: 2.0	Fecha de vigencia: 23.02.2023	Pág. 11 /

Tipo de Investigación

La investigación es aplicada, ya que busca resolver problemas prácticos relacionados con la eficacia de los test psicométricos gamificados en el proceso de selección y proporcionar recomendaciones basadas en los resultados obtenidos.

Técnicas e Instrumentos

Técnicas Cuantitativas:

Encuestas y Cuestionarios: Para medir la motivación, percepción, y niveles de ansiedad de los candidatos antes y después de la evaluación. Cuestionario de Motivación Intrínseca y Extrínseca, Inventario de Ansiedad.

Análisis Estadístico: Para comparar la precisión y validez de los test psicométricos gamificados con los tradicionales. Utilizará técnicas de análisis descriptivo e inferencial.

Técnicas Cualitativas:

Entrevistas: Para discutir en profundidad las opiniones y actitudes hacia la gamificación en el contexto de la evaluación psicométrica.

Población y Muestra:

Población: Candidatos que participan en procesos de selección en diversas empresas y profesionales de recursos humanos involucrados en la administración de test psicométricos.

Muestra:

Candidatos: Selección de 100 candidatos que participarán en test psicométricos gamificados y tradicionales.

Profesionales de Recursos Humanos: 15 a 20 profesionales para entrevistas.

Definición de Hipótesis

Las hipótesis se definen según los objetivos específicos del estudio:

Hipótesis 1: La incorporación de elementos de gamificación en los test psicométricos incrementa la motivación de los candidatos en comparación con los test tradicionales.

Hipótesis 2: Los resultados obtenidos de los test psicométricos gamificados son equivalentes en precisión y validez a los resultados obtenidos de los test psicométricos tradicionales.

Hipótesis 3: La implementación de elementos de gamificación en los test psicométricos reduce significativamente la ansiedad y el estrés de los candidatos en comparación con los test psicométricos tradicionales.

 Universidad Indoamérica	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
Código Formato: FOR-PYI-2.0- 0496	Versión: 2.0	Fecha de vigencia: 23.02.2023	Pág. 12 /

Procedimientos para la Obtención y Análisis de Datos

Recolección de Datos:

Administrar los test psicométricos gamificados y tradicionales a los candidatos.

Realizar encuestas y cuestionarios pre y post evaluación.

Conducir entrevistas con candidatos y profesionales de recursos humanos.

Análisis de Datos:

Cuantitativo: Analizar los resultados de los test utilizando técnicas estadísticas para comparar la precisión, validez y el impacto de la gamificación.

Cualitativo: Codificar y analizar las transcripciones de entrevistas para identificar temas y patrones en la percepción de los test gamificados.

Comparación y Evaluación:

Comparar los resultados obtenidos de los test gamificados con los tradicionales.

Evaluar la relación entre los elementos de gamificación y la motivación, precisión, validez, y reducción de ansiedad

Justificación de los Métodos Propuestos

El enfoque mixto permite una comprensión amplia del impacto de la gamificación en los test psicométricos, combinando la objetividad de los métodos cuantitativos con la efectividad de los métodos cualitativos. La investigación aplicada está orientada a resolver problemas prácticos y proporcionar recomendaciones útiles para la implementación de test gamificados en procesos de selección. El uso de técnicas variadas asegura una evaluación completa y precisa, permitiendo a otros investigadores replicar el estudio con una metodología bien documentada.

C. RESULTADOS ESPERADOS E IMPACTO

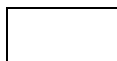
C.1. ALCANCE

Ámbito geográfico o institucional en el cual se desarrollará y aplicará el proyecto (solo elija uno).

Internacional	
Nacional	x
Provincial	
Cantonal	
Parroquial	

 Universidad Indoamérica	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
Código Formato: FOR-PYI-2.0- 0496	Versión: 2.0	Fecha de vigencia: 23.02.2023	Pág. 13 /

Institucional



C.2. IMPACTO SOCIAL

Mejora de la Igualdad de Oportunidades:

Al reducir el estrés y la ansiedad durante las evaluaciones, los test gamificados pueden permitir que un mayor número de candidatos demuestren su verdadero potencial. Esto puede nivelar el campo de juego para aquellos que pueden estar en desventaja en evaluaciones tradicionales, como personas con ansiedad o nerviosismo en situaciones de prueba.

La gamificación puede atraer a una demografía más amplia, incluyendo a candidatos más jóvenes o a aquellos que suelen estar menos interesados en procesos de selección tradicionales, promoviendo así la diversidad en las organizaciones.

Fomento del Empleo:

Al mejorar la precisión y validez de los test psicométricos, las empresas pueden hacer selecciones más acertadas, reduciendo la rotación de personal y aumentando la estabilidad laboral.

Las organizaciones que utilizan métodos de selección innovadores como la gamificación pueden tener una ventaja competitiva al atraer talentos, contribuyendo al desarrollo económico y social mediante la creación de equipos de trabajo más eficientes y motivados.

Reducción de la Ansiedad Laboral:

Los procesos de selección que utilizan test gamificados pueden ser percibidos como menos intimidantes y más atractivos, lo cual podría reducir la ansiedad no solo durante la evaluación, sino también al comenzar un nuevo empleo, ya que los candidatos seleccionados sentirán que fueron evaluados de manera justa y amigable.

Esta reducción del estrés en los procesos de selección puede tener un efecto positivo en la salud mental de los candidatos, promoviendo un entorno laboral más saludable desde el inicio.

Promoción de la Innovación:

La adopción de test gamificados fomenta una cultura de innovación dentro de las organizaciones, alentando a otros sectores a explorar métodos creativos y efectivos para mejorar procesos, no solo en recursos humanos sino en otros departamentos.

Este enfoque innovador también puede motivar a otras industrias a considerar la gamificación como una herramienta viable para mejorar la interacción y el compromiso en diversos contextos.

 Universidad Indoamérica	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
Código Formato: FOR-PYI-2.0- 0496	Versión: 2.0	Fecha de vigencia: 23.02.2023	Pág. 14 /

C.3. IMPACTO CIENTÍFICO

Innovación en Metodologías de Evaluación:

El estudio de los test psicométricos gamificados representa un avance significativo en las metodologías de evaluación psicológica y organizacional. Al integrar elementos de juego en las pruebas tradicionales, se exploran nuevas formas de medir competencias y habilidades, lo que puede transformar el campo de la psicometría.

Impulso a la Investigación Interdisciplinaria:

Al reunir conceptos de psicología, diseño, tecnología, gestión empresarial, la investigación fomenta la colaboración interdisciplinaria, promoviendo el intercambio de ideas y el desarrollo de proyectos de investigación integrados que aborden problemas complejos desde múltiples perspectivas.

Contribución a la Ciencia de Datos y Análisis:

La implementación de test gamificados ofrece nuevas oportunidades para la recolección y análisis de datos. Los datos generados a partir de estas evaluaciones pueden proporcionar información valiosa sobre patrones de comportamiento y respuestas humanas en contextos de juego, enriqueciendo así la ciencia de datos aplicada al comportamiento humano.

C.4. IMPACTO ECONÓMICO

El uso de test psicométricos gamificados en los procesos de selección puede tener varias repercusiones económicas positivas. Al mejorar la precisión en la selección de candidatos, las empresas pueden reducir costos asociados con la rotación de personal y el mal rendimiento. Además, al atraer y retener talento de manera más efectiva, las organizaciones pueden aumentar su productividad y competitividad en el mercado. La innovación en métodos de selección también puede generar nuevos nichos de mercado para empresas de tecnología y consultoría especializadas en herramientas de evaluación gamificadas.

C.5. IMPACTO POLÍTICO

Aunque el impacto político directo de este proyecto puede ser limitado, la investigación puede influir indirectamente en políticas públicas relacionadas con la empleabilidad y la inclusión laboral. Al promover métodos de selección más equitativos y accesibles, el proyecto podría inspirar la revisión de regulaciones sobre prácticas de recursos humanos y fomentar la adopción de tecnologías innovadoras en el sector público. Además, los hallazgos pueden informar la elaboración de políticas de apoyo al empleo juvenil y a la diversidad en el lugar de trabajo.

 Universidad Indoamérica	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
Código Formato: FOR-PYI-2.0- 0496	Versión: 2.0	Fecha de vigencia: 23.02.2023	Pág. 15 /

C.6. DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD I+D

El proyecto de investigación y desarrollo (I+D) se centrará en las siguientes actividades:

Revisión de Literatura: Realizar una revisión exhaustiva de estudios previos sobre gamificación en evaluaciones psicométricas.

Partir con la identificación y selección minuciosa de plataformas tradicionales y digitales disponibles en el mercado para el proceso de evaluación de perfiles, mediante la aplicación de la técnica de Benchmarking, que permitirá establecer criterios y métricas base para realizar una comparativa de las plataformas, con el objetivo de determinar sus fortalezas, debilidades y diferenciales.

A continuación, es fundamental medir la experiencia de los usuarios que emplean las plataformas para optimizar el proceso de evaluación y selección, como también de quienes son evaluados por medio de estos instrumentos. Para este proceso se propone:

Evaluación heurística: la cual consiste en una revisión de la herramienta por expertos bajo principios específicos para evaluar tanto la eficiencia de la herramienta como su nivel de usabilidad.

Pruebas de usabilidad: a partir de la participación de usuarios reales realizando tareas específicas bajo técnicas de observación, con el objetivo de identificar problemas de usabilidad y recopilar datos sobre la eficiencia, efectividad y satisfacción del usuario.

Recorrido cognitivo: Para el caso de las plataformas digitales, estos procesos se reforzarán con la aplicación de un recorrido cognitivo para identificar problemas de navegación y comprensión de la herramienta.

Análisis de Datos: Utilizar métodos estadísticos avanzados para analizar los datos recopilados y evaluar el impacto de los test gamificados en la selección de candidatos.

Informe de Resultados: Elaborar informes detallados sobre los hallazgos y recomendaciones para la implementación de test gamificados.

C.7. VINCULACIÓN CON LA COMUNIDAD

La vinculación con la comunidad será un componente clave del proyecto, asegurando la colaboración y el impacto positivo en diferentes grupos sociales:

Colaboración con Empresas Locales: Trabajar con empresas para implementar y evaluar los test gamificados, recogiendo datos y feedback que enriquezcan la investigación.

Participación de Candidatos: Involucrar a potenciales candidatos en el diseño y prueba de los test, asegurando que las herramientas desarrolladas sean inclusivas y accesibles.

 Universidad Indoamérica	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
Código Formato: FOR-PYI-2.0- 0496	Versión: 2.0	Fecha de vigencia: 23.02.2023	Pág. 16 /

Difusión de Resultados: Organizar talleres y seminarios para compartir los hallazgos del proyecto con la comunidad empresarial y educativa, promoviendo el uso de métodos innovadores en la selección de personal.

Promoción de Responsabilidad Social: Fomentar prácticas de selección equitativas y responsables que contribuyan al bienestar de la comunidad y a la sostenibilidad del empleo.

C.8. CONSIDERACIONES ETICAS

En el desarrollo de este proyecto, se garantizará el cumplimiento estricto de los principios éticos y los derechos de todos los participantes involucrados. Se implementarán las siguientes medidas para asegurar un enfoque responsable y respetuoso:

Consentimiento Informado: Se obtendrá el consentimiento informado de todos los participantes, asegurando que comprendan el propósito del estudio, los procedimientos, los posibles riesgos y beneficios, y su derecho a retirarse en cualquier momento sin penalización.

Confidencialidad y Privacidad: Se protegerá la privacidad de los participantes mediante el uso de métodos de codificación y almacenamiento seguro de datos. La información personal será tratada con estricta confidencialidad y solo se utilizará para los fines de la investigación.

Transparencia: Se proporcionará información clara y precisa a los participantes sobre el estudio, incluyendo los objetivos, procedimientos y resultados esperados, para garantizar la transparencia en todo el proceso de investigación.

No Discriminación: Se asegurará que los métodos de selección y evaluación sean inclusivos y equitativos, evitando cualquier forma de discriminación o sesgo en el diseño y aplicación de los test psicométricos gamificados.

Evaluación Ética: El proyecto será revisado y aprobado por un comité de ética, asegurando que todos los aspectos del estudio cumplan con las normas éticas establecidas y que se minimicen los riesgos para los participantes.

C.9. PRODUCTOS DE INVESTIGACIÓN

C.10. PLAN DE PUBLICACIONES

Nombre de la publicación	Revista / Congreso	Tipo de publicación	Base de datos	Cuartil
Sesgos en los procesos de selección tradicionales una visión desde los Ceos	<i>Por definir</i>	<i>Articulo</i>	Scopus	<i>Por definir</i>

 Universidad Indoamérica	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
Código Formato: FOR-PYI-2.0- 0496	Versión: 2.0	Fecha de vigencia: 23.02.2023	Pág. 17 /

<i>Niveles de Ansiedad en los procesos de selección tradicional vs gamificados</i>	<i>Por definir</i>	<i>Articulo</i>	Scopus	<i>Por definir</i>
--	--------------------	-----------------	--------	--------------------

C.11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Se sugiere estructurar el cronograma en función de los objetivos planteados. Esta planificación será utilizada por el Instituto de Investigación, Desarrollo e Innovación para verificar el avance del cumplimiento de los objetivos del proyecto.

Actividad	Fecha Inicio	Fecha Fin	Descripción del gasto
Investigar estudios previos sobre gamificación en evaluaciones psicométricas.	1 enero 2025	1 Marzo 2025	N/A
Recoger datos sobre rendimiento, satisfacción y feedback de los participantes. (estudio cualitativo)	1Marzo 2025	1 Mayo 2024	Movilización empresas
Aplicación de test psicométricos tradicionales y gamificados	1 Mayo 2025	1Julio 2025	Adquisición de test/Replica de instrumentos
Análisis de resultados	1Julio 2025	1 septiembre 2025	Análisis estadístico
Presentacion de artículos congresos	1Septiembre 2025	1 noviembre 2025	Congresos
Finalizacion de proyecto informes	1 noviembre 2025	1 diciembre 2025	N/A

 Universidad Indoamérica	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
Código Formato: FOR-PYI-2.0- 0496	Versión: 2.0	Fecha de vigencia: 23.02.2023	Pág. 18 /

C.12. MATRIZ DE MARCO LÓGICO

Objetivo Específico	Actividad	Resultado de la Actividad	Resultado del Objetivo Específico
Analizar la relación entre la gamificación y la motivación de los candidatos en los test psicométricos.	1.1 Aplicar test psicométricos para evaluar la motivación de los candidatos antes y después de realizar test psicométricos gamificados. 1.2 Realizar pruebas piloto para observar cambios en la motivación. 1.3 Analizar los datos recopilados para identificar correlaciones entre gamificación y motivación.	Datos que muestran cambios en la motivación de los candidatos antes y después de los test. Informe de correlaciones identificadas.	Comprensión detallada de cómo la gamificación afecta la motivación de los candidatos durante los test psicométricos, proporcionando evidencia de su influencia positiva o negativa.
Evaluar la precisión y validez de los resultados obtenidos a través de test psicométricos gamificados en comparación con test tradicionales.	2.1 Aplicar tanto test gamificados como tradicionales a grupos de candidatos. 2.2 Comparar los resultados obtenidos en términos de precisión y validez. 2.3 Realizar análisis estadísticos para determinar diferencias significativas.	Resultados comparativos detallados entre test gamificados y tradicionales. Informe estadístico sobre precisión y validez de ambos tipos de test.	Determinación clara de las ventajas o desventajas de los test psicométricos gamificados en comparación con los test tradicionales, con base en su precisión y validez.
Examinar el impacto de la gamificación en la reducción de la ansiedad durante el proceso de	3.1 Implementar un estudio para medir los niveles de ansiedad de los candidatos antes y después de realizar	Medición de niveles de ansiedad antes y después de los test. Análisis cualitativo de experiencias	Evidencia de cómo la gamificación puede reducir la ansiedad en los candidatos durante el proceso de evaluación

 Universidad Indoamérica	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
Código Formato: FOR-PYI-2.0- 0496	Versión: 2.0	Fecha de vigencia: 23.02.2023	Pág. 19 /

evaluación psicométrica.	test gamificados. 3.2 Realizar entrevistas para obtener perspectivas cualitativas sobre la experiencia. 3.3 Analizar los datos para identificar patrones.	personales de los candidatos.	psicométrica, mejorando la experiencia global de los participantes.
-----------------------------	---	----------------------------------	--

C.13. LITERATURA CITADA

Aguado, D., Rico, R., Sánchez-Manzanares, M., & Salas, E. (2014). Teamwork Competency Test (TWCT): A step forward on measuring teamwork competencies. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 18(2), 101-121. <https://doi.org/10.1037/gdn0000007>

Antonakis, J., & Day, D. V. (2017). *The Nature of Leadership* (3rd ed.). SAGE Publications.

Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Prentice-Hall.

Bartle, R. (1996). Hearts, clubs, diamonds, spades: Players who suit MUDs. In *Proceedings of the 1996 MUD Conference*. <https://www.mud.co.uk/richard/hcds.htm>

Becker, T. E., Atinc, G., Breaugh, J. A., Carlson, K. D., Edwards, J. R., & Spector, P. E. (2016). Statistical control in correlational studies: 10 essential recommendations for organizational researchers. *Journal of Organizational Behavior*, 37(2), 157-167. <https://doi.org/10.1002/job.2053>

Berk, R. A. (2010). Gaming the system: Using video games to achieve a positive classroom climate. *Journal of Faculty Development*, 24(2), 45-50.

Chamorro-Premuzic, T., & Furnham, A. (2010). *The psychology of personnel selection*. Cambridge University Press.

Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The Psychology of Optimal Experience*. Harper & Row.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227-268. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01

Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). From game design elements to gamefulness: Defining "gamification". In *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments* (pp. 9-15). ACM. <https://doi.org/10.1145/2181037.2181040>

Fernández, P. (2019). *Usabilidad web: teoría y uso*. Ediciones de la U. <https://bv.unir.net:2769/es/ereader/unir/127064?page=41>

 Universidad Indoamérica	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
Código Formato: FOR-PYI-2.0- 0496	Versión: 2.0	Fecha de vigencia: 23.02.2023	Pág. 20 /

Fleenor, J. W., & West, M. A. (2020). The Blackwell Handbook of Personnel Selection. Wiley-Blackwell.

Garrett, J. J. (2010). The elements of user experience: User-centered design for the Web and beyond (2nd ed.). New Riders Press.

Goffin, R. D., & Christensen, E. (2013). Emotional intelligence and job performance: The importance of emotion regulation and emotional labor context. *Industrial and Organizational Psychology: Perspectives on Science and Practice*, 6(4), 414-421. <https://doi.org/10.1111/iops.12070>

Hamari, J., Koivisto, J., & Sarsa, H. (2014). Does gamification work?--a literature review of empirical studies on gamification. *Proceedings of the 47th Hawaii International Conference on System Sciences*, 3025-3034. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2014.377>

Hassenzahl, M. (2010). Experience Design: Technology for All the Right Reasons. Morgan & Claypool Publishers. <https://doi.org/10.2200/S00334ED1V01Y201009HCI007>

Judge, T. A., & Kammeyer-Mueller, J. D. (2012). Job attitudes. *Annual Review of Psychology*, 63, 341-367. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-120710-100511>

Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263-291. <https://doi.org/10.2307/1914185>

Kaplan, R. M., & Saccuzzo, D. P. (2017). Psychological Testing: Principles, Applications, and Issues (9th ed.). Cengage Learning.

Kolb, D. A. (1984). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Prentice-Hall.

Landers, R. N., & Callan, R. C. (2011). Casual social games as serious games: The psychology of gamification in undergraduate education and employee training. In *Serious Games and Edutainment Applications* (pp. 399-423). Springer, London. https://doi.org/10.1007/978-1-4471-2161-9_20

Latham, G. P., & Pinder, C. C. (2005). Work motivation theory and research at the dawn of the twenty-first century. *Annual Review of Psychology*, 56, 485-516. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.55.090902.142105>

Locke, E. A., & Latham, G. P. (2002). Building a practically useful theory of goal setting and task motivation: A 35-year odyssey. *American Psychologist*, 57(9), 705-717. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.57.9.705>

McClelland, D. C. (1987). *Human Motivation*. Cambridge University Press.

Michael, D. R., & Chen, S. L. (2005). *Serious games: Games that educate, train, and inform*. Thomson Course Technology.

Molenda, M. (2003). In search of the elusive ADDIE model. *Performance Improvement*, 42(5), 34-37. <https://doi.org/10.1002/pfi.4930420508>

 Universidad Indoamérica	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
Código Formato: FOR-PYI-2.0- 0496	Versión: 2.0	Fecha de vigencia: 23.02.2023	Pág. 21 /

Montero, H. Y., & Martín, F. (2005). La experiencia del usuario. No Solo Usabilidad. http://www.nosolousabilidad.com/articulos/experiencia_del_usuario.htm

Muntean, C. I. (2011). Raising engagement in e-learning through gamification. Proceedings of the 6th International Conference on Virtual Learning, 323-331. <https://doi.org/10.1109/ICVL.2011.6110390>

Ryan, R. M., Rigby, S. C., & Przybylski, A. K. (2006). The motivational pull of video games: A self-determination theory approach. *Motivation and Emotion*, 30(4), 344-360. <https://doi.org/10.1007/s11031-006-9051-8>

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25(1), 54-67. <https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1020>

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2017). *Self-Determination Theory: Basic Psychological Needs in Motivation, Development, and Wellness*. The Guilford Press.

Sauro, J., & Lewis, J. R. (2016). *Quantifying the User Experience: Practical Statistics for User Research* (2nd ed.). Morgan Kaufmann.

Schmidt, F. L., & Hunter, J. E. (1998). The validity and utility of selection methods in personnel psychology: Practical and theoretical implications of 85 years of research findings. *Psychological Bulletin*, 124(2), 262-274. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.124.2.262>

Skinner, B. F. (1953). *Science and Human Behavior*. Macmillan.

Spencer, L. M., & Spencer, S. M. (1993). *Competence at Work: Models for Superior Performance*. Wiley.

Suh, A., Wagner, C., & Liu, L. (2018). The effects of game dynamics on user engagement in gamified systems. *Information & Management*, 55(3), 294-307. <https://doi.org/10.1016/j.im.2017.05.001>

Sweller, J. (1988). Cognitive load during problem solving: Effects on learning. *Cognitive Science*, 12(2), 257-285. https://doi.org/10.1207/s15516709cog1202_4

Vroom, V. H. (1964). *Work and Motivation*. Wiley.

Werner, J. M., & DeSimone, R. L. (2012). *Human Resource Development* (6th ed.). Cengage Learning.

Whetten, D. A., & Cameron, K. S. (2011). *Developing Management Skills* (8th ed.). Prentice Hall.

Yee, N. (2006). Motivations for play in online games. *CyberPsychology & Behavior*, 9(6), 772-775. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9.772>

 Universidad Indoamérica	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
Código Formato: FOR-PYI-2.0- 0496	Versión: 2.0	Fecha de vigencia: 23.02.2023	Pág. 22 /

D. PRESUPUESTO

D.1. PRESUPUESTO VALORADO

Descripción	Nombre del Docente	N° horas	Valor Hora	Monto Total
<i>Coordinador del proyecto</i>	Paulina Guerra	480	1800 / 160	4590
<i>Docente de apoyo</i>	Andrés Caicedo	288	1600 / 160	2880
Total				7470

D.2. PRESUPUESTO SOLICITADO

Cuenta de gasto	Descripción del gasto	Mes de ejecución	Monto Institución	Monto Externo	Monto Total
GASTOS DE VIAJE INVESTIGACIÓN	Recoger datos sobre rendimiento, satisfacción y feedback de los participantes. (estudio cualitativo)	Marzo a Mayo	1000		700
INSUMOS Y MATERIALES DE INVESTIGACIÓN	Aplicación de test psicométricos tradicionales y gamificados	Mayo-Julio	1500		1500
CONGRESOS Y PONENCIAS	Presentación de artículos congresos	Septiembre-Noviembre	2000		2000
PUBLICACIONES EN INVESTIGACIÓN	Edición de artículos, traducciones,	Septiembre-Noviembre	1000		1000
Total					5200

 Universidad Indoamérica	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		
Código Formato: FOR-PYI-2.0- 0496	Versión: 2.0	Fecha de vigencia: 23.02.2023	Pág. 23 /

D.3. PRESUPUESTO DEL PROYECTO

Descripción	Monto Total
Presupuesto Valorado	7470
Presupuesto Solicitado	5200
Fondos Externos	
Presupuesto Total	12670

D. FIRMAS DE RESPONSABILIDAD Y AVAL

VALIDACIÓN DEL DOCUMENTO				
	NOMBRE	CARGO	FIRMA	FECHA
ELABORADO POR	Paulina Guerra	Docente Investigador de Centros (Coordinador de Proyecto)		15/08/2024
REVISADO POR	Luis Iriarte	Coordinador Investigación de Facultad		15/082024
VALIDADO POR	Giovanni Lascano	Decano		15/08/2024
APROBADO POR	Ignacio Ayala	Director Institucional de Investigación		15/082024