

Prueba Psicométrica

COEFIV[®]

Índice

Marco teórico.....	3
Metodología.....	5
Validez.....	6
Confiabilidad	7
Referencias Bibliográficas:.....	10

Prueba Psicométrica COEFIV[®]

Marco teórico

En este apartado abordaremos el marco teórico para la elaboración de la prueba Coefiv[®] partiendo de la Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones (CIUO) que maneja la Organización Internacional del Trabajo (OIT)¹ encontramos que los vendedores de diversas áreas deben contar con las siguientes habilidades comerciales para lograr el éxito en su desempeño laboral.

Tanto la habilidad de comunicación como la capacidad de negociación son herramientas fundamentales para todo aquel que cumpla una función de ventas, pero para esto se requiere también la empatía ya que De La Parra y Madero² refieren que con un poco de observación podemos ponernos en el lugar del otro para conocer su lenguaje cerebral y tener acceso a sus emociones y preferencias, logrando de esta manera conectar con el otro y poder compartir nuestras ideas, necesidades y deseos, de una forma en que logre aceptar lo que le proponemos.

Aunado a esto, otra de las habilidades comerciales más importantes para conseguir altas ventas, consiste en tener una alta tolerancia al rechazo como lo menciona Bañuelos³ debido a que del 100% que se ofrezca un producto o servicio, solo el 20% lo comprará, por lo cual, se habrá de soportar un 80% de ocasiones en donde se obtenga una negativa, si el vendedor

¹ <https://www.ilo.org/public/spanish/bureau/stat/isco/isco88/5220.htm>

² De La Parra, E., & Madero, M. (2003). *Estrategias de ventas y negociación*. Panorama Editorial.

³ <http://gestiondepymes.over-blog.com/article-desarrolle-su-tolerancia-al-rechazo-y-haga-que-las-ventas-de-su-pyme-despeguen-108572377.html>

no cuenta con esta habilidad, desistirá con facilidad y dejará de realizar el proceso de venta, generalmente esto ocasiona que las PYMES no logren despegar. (Bañuelos, 2012).

Robbins ⁴ resalta la relevancia del enfoque a la orientación de resultados, para lograr las metas planteadas por la empresa, es necesario que el vendedor cuente con cierto nivel de intensidad porque nos indicara la fuerza productiva con la que se desenvuelve, por tanto, se relaciona con la autodisciplina y la persistencia para cumplir dichos resultados.

En cuanto al gusto por la venta, De Salterain⁵ hace hincapié en la pasión que existe dentro del gremio de los vendedores, ya que además de ser una profesión, es también un estilo de vida, este gusto les otorga un plus sobre otros vendedores que pueden tener las habilidades comerciales pero que aún no han logrado desarrollar el gusto, ya que debido a esto a largo plazo las ventas se podrían ver disminuidas puesto que no hay un interés genuino por el proceso de venta.

Los resultados de esta prueba nos arrojan un Coeficiente de Ventas, el cual va en un rango del 0 al 100% y nos proporciona una descripción y un detalle de perfil, en una comparativa con el resto de los vendedores, para poder ubicar dentro de que porcentaje se encuentra mi candidato.

Las habilidades comerciales se desglosan en la parte inferior, reflejando el nivel en que se encuentran cada una de éstas (Alto, Suficiente, Regular, Insuficiente y Bajo) y también ofrece una comparativa con los demás vendedores.

⁴Robbins, S. P. (2004). *Comportamiento organizacional*. Pearson Educación.

⁵ De Salterain, F. (2009). *Locos por las ventas*. Ediciones Granica SA.

Metodología

Para llevar a cabo la elaboración de la prueba Coefiv[®], se siguió la siguiente metodología:

1. Se llevo a cabo la conceptualización de la prueba, tomando como referencia los lineamientos de las teorías mencionadas previamente en los antecedentes.
2. La construcción de la prueba se realizó con una serie de reactivos dicotómicos⁶, en los cuales se presenta una perspectiva proyectiva⁷ utilizando una imagen situacional como estímulo, cada evaluado tendrá que otorgar una sumatoria de 11 puntos a cada opción de respuesta, por lo cual tendrá que estar analizando la información y de esta forma eliminamos las respuestas al azar donde solo contestan a o b.
3. Posteriormente se realizó el ensayo de la prueba (estudio piloto) para poder tener un muestro rápido de 5,750 evaluados con un rango de edad de 16 a 65 años, actualmente laborando con distintos niveles de puestos como: vendedores de campo, vendedores departamentales, ventas al detalle, ventas de retail entre otras.
4. Análisis de reactivos, con esta fase descartamos los reactivos que no ofrecían información relevante para la competencia laboral a desempeñar y fueron eliminados.
5. Finalizamos con la revisión de la prueba para asegurar la confianza y validez de cada uno de los reactivos para poder generar resultados fidedignos.

⁶ Reactivos dicotómicos: Tienen dos opciones de respuestas.

⁷ Perspectiva proyectiva: Tareas facilitadoras de componentes o aspectos de la conducta difícilmente accesibles por métodos directos.

Validez

A continuación, se procederá a explicar cómo se llevó a cabo la validación de la prueba, haciendo mención al tipo de validez más conveniente para dicho proceso, así como las fórmulas necesarias para obtener los resultados esperados.

La **validez⁸ de contenido** es un juicio de cuán adecuadamente una prueba es una muestra de un conjunto de conductas representativas dentro del universo de conductas que se quieren evaluar (Cohen y Swerdlik, 2006). En Coefiv[®], se abordó tomando una muestra representativa de las habilidades comerciales que se requieren, por lo tanto, se procedió a realizar una observación conductual para elegir el contenido de los reactivos, posteriormente se solicitó a un conjunto de reclutadores expertos en perfiles de ventas para que especificaran cuales reactivos de la conducta observada se consideraban: a) esenciales, b) útiles, pero no esenciales y c) no son necesarios.

La cuantificación de la validez de contenido la obtuvimos con la siguiente fórmula de Lawshe a la cual se le conoce como **razón de validez de contenido**:

$$CVR = \frac{n_e - (N/2)}{N/2}$$

Donde:

CVR = razón de validez de contenido (content validity ratio)

n_e = número de expertos que indican “esencial”

N = número total de expertos.

⁸ Validez: Estimación acerca de qué tan bien una prueba mide lo que pretende medir en un determinado contexto.

Conservamos en nuestra prueba los reactivos cuyo resultado se encontró en un rango de .80 a .99 lo cual indica que la razón de validez de contenido es satisfactoria y que los ítems pueden conservarse⁹.

Confiabilidad

Para obtener la **confiabilidad**¹⁰ de la prueba se utilizó la fórmula **KR-20** o también conocida como la **20 Kuder-Richardson**¹¹.

$$r_{KR20} \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum pq}{\sigma^2} \right)$$

Donde:

r_{KR20} = coeficiente de confiabilidad de la fórmula 20 de Kuder-Richardson

k = número de reactivos de la prueba

σ^2 = varianza total de las puntuaciones de la prueba

p = proporción de candidatos que aprobaron

q = proporción de candidatos que no aprobaron

$\sum pq$ = suma de los productos pq de todos los reactivos.

Obteniendo un coeficiente de confiabilidad de .90 como lo indican diversos autores para tomar decisiones sobre el futuro de personas¹².

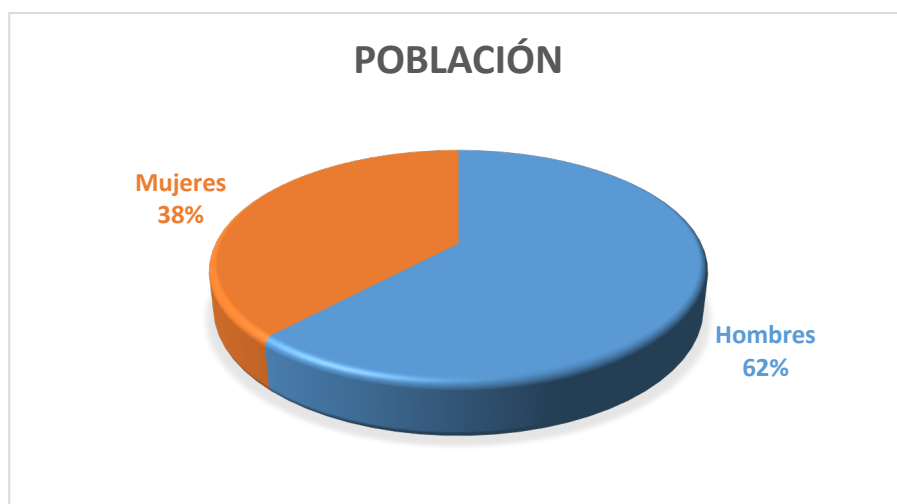
⁹ Escobar-Pérez, J., & Cuervo-Martínez, Á. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización. *Avances en medición*, 6(1), 27-36.

¹⁰ Confiabilidad: atributo de consistencia en la medición.

¹¹ 20 Kuder-Richardson, debido al nombre de sus autores G. Frederick Kuder y M. W. Richardson.

¹² Macías, A. B. (2007). ¿Cómo valorar un coeficiente de confiabilidad? *Investigación educativa duranguense*, (6), 6-10.

Se utilizó una muestra representativa¹³ de 16,187 candidatos, de los cuales 10,036 eran hombres y 6,151 mujeres con un rango de edad de 16 a 65 años, actualmente laborando con distintos niveles de puestos como: vendedores de campo, vendedores departamentales, ventas al detalle, ventas de retail entre otras.



Para minimizar el margen de error en la elaboración de esta prueba involucramos la selección de reactivos de acuerdo con su contenido, nivel de dificultad y poder de discriminación.

Para la escala de competencias laborales elegimos los reactivos más deseables que son los que poseen un nivel mayor de discriminación. Y el nivel de dificultad por su parte, se ajusta de acuerdo con: 1. El propósito de la prueba, que en este caso son las competencias laborales y; 2. El criterio preestablecido para el grupo al cual se aplicará la prueba, de acuerdo con las competencias laborales de los distintos puestos de trabajo.

¹³ https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/enoe_ie/enoe_ie2018_11.pdf



En resumen, esta prueba psicométrica cumple con los requisitos de validez y confianza del 90%, de acuerdo con los datos estadísticos y con base a las fórmulas anteriormente descritas, con los cálculos realizados deducimos que la muestra tomada es representativa y válida para la población de candidatos en edad laboral para México. Para los casos en que se aplica esta prueba en países de habla hispana se llevó a cabo un proceso de estandarización para cada país, así como la respectiva tropicalización.

Referencias Bibliográficas:

- Bañuelos, D. (2012). Desarrolle su “tolerancia al rechazo” y haga que las ventas de su PYME despeguen. Recuperado el 13 de diciembre 2017 en:
<http://gestiondepymes.over-blog.com/article-desarrolle-su-tolerancia-al-rechazo-y-haga-que-las-ventas-de-su-pyme-despeguen-108572377.html>
- Cohen, R. J., & Swerdlik, M. E. (2006). *Pruebas y evaluación psicológica: Introducción a las pruebas y a la medición*. México: McGraw-Hill.
- De La Parra, E., & Madero, M. (2003). *Estrategias de ventas y negociación*. Panorama Editorial.
- De Salterain, F. (2009). *Locos por las ventas*. Ediciones Granica SA.
- Robbins, S. P. (2004). *Comportamiento organizacional*. Pearson Educación.