

MANUAL TÉCNICO Y GUÍA DEL USUARIO

CTPI-R

Este manual ha sido elaborado por los psicólogos del departamento de Investigación y Desarrollo de Central Test.

El test CTPI-R y el logo de Central Test son marca registrada.

Queda prohibida la reproducción, modificación o adaptación sin el consentimiento expreso por escrito del editor Central Test.

*Copyright © 2020 de Central Test - Empowering Talent.
Todos los derechos reservados.*

Índice

1. Información para el usuario y áreas de aplicación	3
1.1. Resumen del capítulo	3
1.2. Áreas principales de aplicación	3
1.3. Cualificación del usuario	4
1.4. Suministro, condiciones y costes	5
2. Marco conceptual y desarrollo	7
2.1. Resumen del capítulo	7
2.2. Marco conceptual del CTPI-R	7
2.3. Descripción de las dimensiones	8
3. Estandarización y escalas	15
3.1. Resumen del capítulo	15
3.2. Escalas	15
3.3. Validez	15
3.4. Fiabilidad	16

1. Información para el usuario y áreas de aplicación

1.1. Resumen del capítulo

Este capítulo ofrece un resumen de la información disponible relativa al test **CTPI-R**, cuya administración se realiza en línea. Si desea obtener más información sobre los usos específicos y los modos de administración, póngase en contacto con una oficina regional de *Central Test*.

1.2. Áreas principales de aplicación

El test **CTPI-R** ha sido diseñado específicamente para los profesionales de los RR. HH. y está destinado para uso internacional. Se puede utilizar durante toda la carrera profesional de un empleado para distintos fines y en base a diferentes niveles:

Tabla 1. Áreas de aplicación de CTPI-R.

Individuos	Equipos	Empresas
Selección de personal	Análisis de necesidades para programas de formación	Auditorías de gestión
Gestión de carreras profesionales	Cohesión del equipo	Planificación de sustituciones
Desarrollo personal		Investigación
Asesoría laboral		Cambio en la cultura de la empresa

Este test es especialmente adecuado para la evaluación de personas que ostentan diplomas de postgrado (máster o superior) y para directivos; sin embargo el contenido del test **CTPI-R** se refiere a rasgos de personalidad que pueden ser atribuidos a diversos ámbitos profesionales.

No obstante, debido a las dimensiones que mide, es menos adecuado para la evaluación de personas con ciertas ocupaciones (o que están siendo reclutados para una ocupación determinada), como en el caso de cargos administrativos o en línea de producción. Esto se debe principalmente a que la mayoría de las dimensiones de la personalidad incluidas en el test **CTPI-R** están destinadas a predecir el rendimiento directivo (por ejemplo, Control/Poder o Compromiso), y esto hace que no sea relevante para todo tipo de cargos. El nivel de lenguaje utilizado en algunos ítems puede no ser el adecuado para personas con un dominio bajo del español.

Central Test ofrece otras herramientas, como el test de personalidad Perfil PRO y el test BF5, que se adaptan mejor para estos tipos de cargos. También existe otro cuestionario, el Test de Ventas, que está especialmente diseñado para evaluar puestos relacionados con las ventas y los servicios de atención al cliente.

Actualmente, el test **CTPI-R** solo está disponible en formato normativo.

Las preguntas del test **CTPI-R** se presentan en diversos formatos: escalas tipo Likert de 6 puntos; y preguntas de respuesta múltiple con 2, 3 o 4 opciones.

El cuestionario consta de 114 preguntas. Cada dimensión incluye 6 ítems.

Además de las 19 dimensiones, el cuestionario del **CTPI-R** incluye una escala de deseabilidad social. Los ítems de la escala de deseabilidad social están integrados en el cuestionario con los ítems de las demás escalas.

Este método tiene por objeto detectar la tendencia de las personas a responder preguntas de forma que muestren una imagen excesivamente positiva de uno mismo. Esto permite al administrador del test obtener un indicador de dicha tendencia. Sin embargo, las puntuaciones obtenidas en esta escala deben interpretarse con precaución y ser consideradas junto al candidato, así como otras informaciones acerca de la persona. Es importante destacar que el cuestionario del **CTPI-R** no incluye respuestas que puntúen en más de una escala, excepto en el caso de la escala de deseabilidad social.

El test de **CTPI-R** está disponible en español, inglés y francés; y pronto lo estará también en alemán. Si desea obtener información sobre la disponibilidad en un idioma concreto, póngase en contacto con el servicio de asesoramiento de *Central Test* (consulting@centraltest.com).

1.3. Cualificación del usuario

El cuestionario del **CTPI-R** utiliza un vocabulario empresarial y está destinado a su uso por parte de psicólogos y profesionales de RR. HH. para la selección, la formación y el desarrollo de cargos directivos. Todo aquel que utilice el test **CTPI-R** para realizar evaluaciones profesionales debe realizar un curso de formación previamente.

Modo de administración

El test **CTPI-R** está diseñado para administrarse en línea. Sin embargo, una versión PDF del cuestionario también está disponible para su administración sin conexión, cuando las circunstancias impidan que el test se realice por Internet. Los informes solo pueden ser generados en línea; por lo tanto, si se administra el test sin conexión a Internet, el administrador del test deberá introducir las respuestas del candidato en la versión en línea del cuestionario. Al tratarse de un cuestionario de personalidad, el test **CTPI-R** se puede administrar a distancia y sin necesidad de que se supervise al examinado.

Tiempo necesario para la administración

La siguiente tabla ofrece una perspectiva general del tiempo estimado necesario para completar la administración del test.

Tabla 2. Tiempo estimado para la administración del **CTPI-R**.

	En línea	Sin conexión a Internet
Preparación	Unos pocos segundos para enviar un correo electrónico modelo con las instrucciones	10 minutos para preparar los materiales y comunicar las instrucciones
Administración	25-30 minutos	25-30 minutos
Puntuación y elaboración del perfil	Unos pocos segundos	15 minutos (las respuestas deben introducirse en la versión en línea del cuestionario para obtener el informe)
Restitución de los resultados	Entre 20 minutos y 1 hora, dependiendo del ámbito de aplicación	Entre 20 minutos y 1 hora, dependiendo del ámbito de aplicación

El test no tiene restricción de tiempo. Sin embargo, es conveniente animar a los candidatos a que respondan a las preguntas rápidamente y que no pasen demasiado tiempo analizando cada afirmación. Siempre es preferible responder de forma espontánea a los cuestionarios de personalidad, ya que no existen respuestas correctas ni incorrectas.

Informes del test **CTPI-R** generados por ordenador

Al igual que el resto de las herramientas de *Central Test*, los informes del test **CTPI-R** son flexibles, personalizables y están disponibles en varios idiomas. Se pueden incluir o excluir determinadas secciones, en función de los requisitos del administrador. El informe está disponible en dos versiones: la versión para la empresa y la versión para el candidato, que se pueden configurar por separado.

1.4. Compra condiciones y costes

El modo de suministro, las condiciones y los costes del test **CTPI-R** varían dependiendo del país. No obstante, las siguientes consideraciones se aplican en todos los casos:

- El test **CTPI-R** ha sido diseñado para ser utilizado con los siguientes tipos de usuarios: profesionales de RR. HH., responsables de formación, profesionales de desarrollo de cargos directivos y psicólogos. Es obligatorio recibir un curso de formación previo. Para obtener más información sobre el curso de formación, póngase en contacto con el servicio de atención al cliente de *Central Test* o con alguna de las empresas asociadas a *Central Test*.
- Se puede solicitar el test **CTPI-R** en línea después de recibir el curso de formación o poniéndose en contacto con una de las oficinas de *Central Test* o una de sus empresas asociadas en todo el mundo.

- Este manual técnico es gratuito y está disponible para que los usuarios registrados de *Central Test* puedan descargarlo. El enlace de descarga se encuentra disponible en la pestaña “Documentación” de su cuenta de cliente.
- Para obtener más información sobre los precios del test **CTPI-R** y otros productos y servicios asociados, póngase en contacto con el servicio de atención al cliente de *Central Test* o con alguna de las empresas asociadas a *Central Test*.

2. Marco conceptual y desarrollo

2.1. Resumen del capítulo

Este capítulo describe el marco conceptual inicial del test **CTPI-R** y su desarrollo. El test **CTPI-R** es una versión revisada del test CTPI-PRO. Se ha desarrollado en base a distintos modelos teóricos y empíricos relativos a la personalidad en el trabajo, considerando las dimensiones medidas por cuestionarios de la personalidad ya existentes y los criterios conceptuales de otras herramientas de *Central Test* que se han mostrado exitosas (concretamente, el Perfil PRO y el Test de Intereses Vocacionales).

2.2. Marco conceptual de CTPI-R

La primera fase de desarrollo tuvo lugar entre 2004 y 2006. El desarrollo del marco conceptual del test **CTPI-R** comenzó con un estudio destinado a identificar los elementos principales necesarios para elaborar una herramienta integral de evaluación de la personalidad en el trabajo, el cual desembocó en la creación de un modelo inicial de la personalidad. Este modelo inicial de personalidad fue revisado por un panel de expertos de gestión de empresas. La primera versión se lanzó al mercado en 2009 para los países de habla inglesa (y, en 2010, para los países de habla española y francesa).

Factores clave en el Desarrollo del marco conceptual:

Con el objetivo de determinar las escalas (o dimensiones) más importantes que debía medir el cuestionario, se realizó una revisión detallada de la literatura existente y de diversos análisis de datos. Dicha fase de desarrollo duró dos años e incluyó los siguientes procesos:

- La revisión de todos los cuestionarios y modelos de personalidad existentes para el ámbito profesional. Esto incluye el trabajo de H. B. Cattell y H. Eysenck; la revisión de cuestionarios como las escalas CPI (California Personality Inventory), 16PF, 15FQ+ y FIRO; el Indicador Myers-Briggs; el Kostic PAPI y el cuestionario de Estados del Yo basado en la teoría del análisis transaccional de Eric Bern.
- La revisión de todos los estudios de validación acerca de la relación entre las escalas de la personalidad y el rendimiento laboral.
- El estudio de la documentación (perfiles de trabajo, procesos de evaluación, lista de habilidades solicitadas) procedente de las empresas de RR. HH. que son nuestros clientes para investigar aspectos de la personalidad que puedan resultar relevantes para ellos.

El cuestionario final (**CTPI-R – 2012**) incluye 114 preguntas que miden 19 dimensiones organizadas en 4 grupos. La siguiente tabla resume los grupos y las dimensiones:

Tabla 3. Grupos y Factores de CTPI-R.

Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4
Gestión de las personas	Modo de percepción	Auto-gestión	Gestión de los cambios
Afiliación	Meticulosidad	Compromiso	Acción
Afirmación	Racionalidad	Entusiasmo	Adaptabilidad
Control/Poder	Respeto a las normas	Optimismo	Experimental
Asesoramiento		Auto-confianza	Previsor
Táctica		Estabilidad emocional	
Confianza		Superación	

2.3. Descripción de las dimensiones

Tabla 4. Factores del grupo “Gestión de las personas”.

1- Afiliación	
Definición	Esta dimensión evalúa la tendencia de ser amable, afectuoso y abierto con los demás en el entorno laboral. Las personas con una puntuación elevada tratan de entablar relaciones sinceras con los que les rodean (compañeros de trabajo, socios...), saben escuchar a los demás y expresan sus sentimientos con facilidad. Las personas con una puntuación baja tienen tendencia a adoptar una actitud distante y formal, son reservadas, y tienen dificultades a la hora de compartir sus opiniones e impresiones de forma espontánea.
Puntuación alta	Gentil, amable, cordial
Puntuación baja	Distante, solitario/a, desvinculado/a

2- Afirmación	
Definición	La afirmación de uno mismo es la disposición a expresar y defender sus opiniones, derechos y deseos abiertamente, de manera relajada. Las personas con una puntuación alta no dudan en imponer sus opiniones y no temen llegar al enfrentamiento. Son capaces de tomar decisiones en situaciones difíciles para llevar a

buen puerto la misión que se les ha asignado. Las personas que tienen una puntuación baja son más conciliadoras y buscan evitar los conflictos. Tienen menos atrevimiento para rechazar un trabajo o imponer su decisión cuando va en contra de los intereses de los demás.

Puntuación alta

Firme, categórico/a, asertivo/a

Puntuación baja

Complaciente, conciliador/a, influenciabile

3- Control/ Poder

Definición

Esta dimensión evalúa la tendencia a querer controlar el transcurso de los acontecimientos, a imponer sus métodos y a tratar de obtener cierto poder. Las personas que tienen una puntuación elevada disfrutan dirigiendo a los demás y se motivan con cargos importantes en los que pueden intervenir con eficacia y autoridad. Las personas con una puntuación baja prefieren dejar que cada uno se gestione a su forma y demuestran su tolerancia dejando hacer.

Puntuación alta

Entrometido/a, controlador/a, dirigente

Puntuación baja

Indulgente, no intervencionista, no entrometido/a

4- Asesoramiento

Definición

Esta dimensión refleja la disposición y la voluntad de apoyar, asesorar y motivar a los demás para explotar su potencial. A las personas con una puntuación alta les gusta dedicar tiempo a identificar y desarrollar nuevos talentos individuales en beneficio del grupo. Creen firmemente en el potencial de todas las personas sin excepción. Las personas con una puntuación baja consideran que todos los empleados son capaces de auto gestionarse y que demasiado apoyo es perjudicial para la productividad. Pasan más tiempo con aquellas personas que consideran más dotadas que el resto.

Puntuación alta

Apoya, anima, asesora

Puntuación baja

Favorece la autonomía, autoaprendizaje

5-Táctica

Definición

Esta dimensión evalúa la tendencia a demostrar habilidad táctica y diplomática en las relaciones con los demás. Las personas con una puntuación alta prefieren un discurso adaptado a las personas y saben calar en su audiencia para influir en ésta, e incluso engatusarla. Ocultan ciertos pensamientos a fin de no delatarse. Las personas con una puntuación baja actúan de forma honesta y espontánea, incluso ingenua, lo cual puede volverse en su contra.

Puntuación alta

Estratega, capacidad táctica, calculador/a

Puntuación baja

Espontáneo/a auténtico, honesto/a

6-Confianza

Definición

Esta dimensión evalúa la tendencia a demostrar la confianza que uno tiene con los demás. Las personas con una puntuación alta tienen tendencia a creer en la bondad humana. Confían en los demás con que no ocurra nada sospechoso, hasta el punto de no tener vigilancia alguna. Las personas que tienen una puntuación baja, por lo contrario, están más alertas, sospechan más, cuestionan la exactitud de la información que reciben y la intención de las personas a su alrededor.

Puntuación alta

Confía con facilidad

Puntuación baja

Escéptico/a, desconfiado/a

Tabla 5. Factores del grupo "Modo de percepción"

7- Meticulosidad

Definición

Esta dimensión hace referencia a la tendencia a realizar el trabajo y las tareas de forma concienzuda y meticulosa. Las personas con una puntuación alta necesitan obtener resultados precisos, incluso perfeccionistas, lo que puede resultar un lastre para la productividad. Las personas que tienen una puntuación baja no siempre dedican el tiempo necesario a revisarlo todo. Son menos precavidos y menos precisos, pero logran avanzar de forma más rápida.

Puntuación alta

Meticuloso/a, organizado/a, concienzudo/a

Puntuación baja

Distraído/a, espontáneo/a, auténtico, centrado/a en la eficacia

8-Racionalidad

Definición

Esta dimensión hace referencia a la forma en que percibimos una determinada información y elaboramos juicios. Las personas racionales basan sus juicios sobre todo en actos y se interesan principalmente por los hechos concretos y los resultados. Por lo contrario, las personas con una puntuación baja dan prioridad a los sentimientos y la experiencia, y tienen en cuenta el aspecto humano subyacente a cada situación.

Puntuación alta

Objetivo/a, basado/a en hechos, analista

Puntuación baja

Sensible, sabe escuchar a los demás, percepción global

9- Respeto a las normas

Definición

Esta dimensión evalúa la tendencia a cumplir estrictamente las normas y los valores morales establecidos por la sociedad. Las personas con una puntuación alta necesitan referencias y respetan las normas establecidas y las leyes, aunque en ocasiones éstas sean demasiado rígidas y carezcan de fundamentos. Las personas con una puntuación baja pueden pasar por alto ciertas reglas, cuando es necesario, para alcanzar el éxito y llevar a cabo un proyecto, lo cual puede repercutir la empresa.

Puntuación alta

Respetuoso/a con los valores, las normas y los procedimientos

Puntuación baja

Tolerante, complaciente, permisivo/a

Tabla 6. Factores del grupo "Auto-gestión".

10- Compromiso

Definición

Esta dimensión hace referencia a la tendencia de obtener satisfacción al ser comprometido/a e implicado/a en su trabajo. Las personas con una puntuación alta necesitan implicarse y dedicarse a su empresa, siempre y cuando compartan los mismos valores. Al contrario, una puntuación baja hace referencia a cierto distanciamiento con respecto al trabajo, y al deseo de separar adecuadamente la vida profesional de la vida privada.

Puntuación alta

Implicado/a, comprometido/a con el trabajo

Puntuación baja

Separa la vida personal de la profesional

11- Entusiasmo

Definición

Esta dimensión evalúa un aspecto de la extroversión, la tendencia a ser enérgico, cordial y feliz. Las personas con una puntuación alta tienden a manejar situaciones de forma activa y vivaz, a riesgo de parecer demasiado dinámico y extrovertido. Por el contrario, personas con una puntuación baja son más discretas, tranquilo, serio y reflexivo.

Puntuación alta

Con energía, extrovertido/a, alegre

Puntuación baja

Contenido/a, tranquilo/a y sereno/a

12- Optimismo

Definición

El optimismo es la disposición a tener expectativas positivas y a recuperarse de los fracasos. Las personas con una puntuación alta en esta dimensión son optimistas por naturaleza, y toman responsabilidad de sus éxitos y fracasos. Las personas que tienen una puntuación baja son más críticas y prefieren tener expectativas negativas para evitar decepciones.

Puntuación alta

Con esperanzas, positive/a, sabe recuperarse de los fracasos

Puntuación baja

Pesimista, realista, con tendencia a desmotivarse

13- Auto-confianza

Definición

Esta dimensión evalúa la tendencia a confiar en uno mismo y creer en sus propias posibilidades. Las personas con una puntuación alta raramente se cuestionan, en ocasiones por ser demasiado confiado, carecen de aprehensión por lo que otros piensen de ellos. Por el contrario, las personas que tienen una puntuación baja tienden a dudar de sí mismos y se ven fácilmente afectadas por las críticas. Estas personas tienen más necesidad de reconocimiento.

Puntuación alta

Seguro/a de sí mismo/a, atrevido/a

Puntuación baja

Sin confianza, con duds sobre sus capacidades

14- Estabilidad emocional

Definición

Esta dimensión hace referencia a la capacidad de reconocer sus propias emociones y controlar sus reacciones emocionales. Las personas con una puntuación alta son más estables y no se dejan llevar fácilmente por las distintas situaciones de estrés o frustración, aunque en su caso extremo puede ser visto como indiferencia. Las personas que tienen una puntuación baja controlan menos sus emociones y pueden actuar de forma más impulsiva, pasional y reactiva.

Puntuación alta

Estable, imperturbable, autocontrol

Puntuación baja

Emotivo/a, impulsive/a, pasional

15- Superación

Definición

Esta dimensión evalúa la tendencia a ser ambicioso, competitivo y desear superarse. Las personas con una puntuación alta se fijan objetivos elevados y retos, y hacen cualquier cosa por alcanzarlos o incluso superarlos. Las personas con una puntuación baja están más satisfechas con su situación y, cuando logran alcanzar sus objetivos, no tratan de superarlo en exceso ni se fijan nuevos objetivos inmediatamente.

Puntuación alta

Ambicioso/a, competitivo/a

Puntuación baja

Satisfecho/a, con lo que tiene

Tabla 7. Factores del grupo “Gestión de los cambios”.

16- Acción

Definición

Esta dimensión hace referencia a la tendencia de tomar iniciativas y a favorecer la acción antes que la reflexión, con el objetivo de hacer avanzar los proyectos aunque exista incertidumbre. Las personas con una puntuación alta no dudan en actuar y tomar riesgos para obtener resultados rápidamente. Las personas que tienen una puntuación baja prefieren la reflexión a la acción, y avanzan con más precaución.

Puntuación alta

Con iniciativa y capacidad de reacción

Puntuación baja

Conceptualización, reflexión

17- Adaptabilidad

Definición

Esta dimensión hace referencia a la capacidad de adaptarse a los cambios y a las novedades. Las personas con una puntuación alta flexibles y pueden adaptar su comportamiento según las circunstancias, sin aferrarse a los hábitos y a la rutina. Las personas que tienen una puntuación baja son más reacias a los cambios y pueden experimentar dificultades a la hora de cambiar de hábitos.

Puntuación alta

Flexible, fácilmente adaptable a los cambios

Puntuación baja

Inflexible, reticente al cambio

18- Experimental

Definición

Esta dimensión refleja el deseo de explorar e innovar a veces en detrimento de los métodos existentes. Las personas con una puntuación alta a menudo buscan probar nuevos métodos y técnicas para facilitar sus tareas cotidianas, y buscar soluciones originales. Las personas que tienen una puntuación baja prefieren usar los métodos ya establecidos, son más convencionales y buscan la seguridad cuando llevan a cabo un proyecto.

Puntuación alta

Explorador/a, prueba nuevos métodos

Puntuación baja

Tradicional, sigue los métodos probados

19- Previsor

Definición

Esta dimensión evalúa la tendencia a tener una actitud “previsora”, es decir, tratar de comprender las tendencias del futuro para poder prever dichos acontecimientos, teniendo en cuenta el conjunto de los aspectos de un proyecto. Las personas con una puntuación alta tienen más necesidad de hacer previsiones sobre el desarrollo futuro de sus actividades. Las personas con una puntuación baja se desenvuelven en el presente y son más reticentes, e incluso escépticos, a la idea de querer prever los eventos en exceso.

Puntuación alta

Previsor/a, enfocado/a al future

Puntuación baja

Se basa en los hechos, pragmático/a, centrado/a en el presente

3. Estandarización y escalas

3.1. Resumen del capítulo

Este capítulo describe el proceso mediante el que se transforman las puntuaciones obtenidas de los individuos en escalas estandarizadas, el cual se llevó a cabo durante el proceso de desarrollo del test **CTPI-R**.

3.2. Escalas

El test **CTPI-R** utiliza una escala continua que va de 0 a 10 para medir los atributos de la personalidad. Para cada rasgo de personalidad, 0 implica un nivel bajo y 10 implica un nivel alto en el rasgo de personalidad correspondiente. Como se ha indicado anteriormente, cada escala está compuesta por 6 ítems con un total de 20 a 36 opciones de respuestas.

A cada respuesta se le atribuye un valor numérico. Para calcular la puntuación en cada dimensión, se suma el valor de cada respuesta elegida. Una puntuación superior a 8 o inferior a 2 se considera una puntuación extrema.

3.3. Validez

La validez es el grado en que un test mide lo que se supone que debe medir. Esto se juzga en base a la observación e indicadores estadísticos. Es importante que un test sea fiable con el fin de que sea válido. La validez puede ser explorada y determina de varias maneras:

La validez aparente se refiere a la operacionalización del concepto del test. Esto sirve para ver si los elementos de la prueba parecen ser una buena traducción de su constructo. Esta es una de las formas más leves para demostrar la validez, ya que es subjetiva. Hay que tener en cuenta que porque sea leve no significa que sea sin importancia. Se tiene que confiar en los juicios subjetivos para algunos propósitos prácticos. Lo único es que no será convincente para todo el mundo. Mediante el envío del test a un panel de expertos se mejoró la calidad de la validez aparente, volviendo el test más sistemático y objetivo en base a los comentarios de los expertos. Solo los ítems que mostraron un acuerdo consistente fueron usados en el test.

La validez de contenido se refiere se refiere al grado en el que el contenido del test (descripciones de los factores e ítems) verdaderamente representa la funcionalidad del constructo. Esto de nuevo se hace con un panel de expertos. El test indica un buen nivel de validez de contenido ya que el contenido está alineado con el juicio de los expertos.

La validez de criterio del test fue examinada usando un análisis de regresión múltiple entre las puntuaciones del test y criterios objetivos. Dado que esta prueba ha sido diseñada principalmente como una herramienta de evaluación de competencias hubo la oportunidad de probar su correspondencia con varios criterios objetivos. El número y tipo de criterios eran diferentes de un estudio a otro, pero en general se incluyeron estos criterios:

- Evaluación del supervisor
- El número de promociones/ incrementos en los últimos cinco años
- El tiempo medio entre dos promociones
- Evaluación del rendimiento en las evaluaciones anuales
- Duración media de la estancia en la empresa

3.4. Fiabilidad

La fiabilidad de un test se refiere a su precisión de medición. Formalmente, la fiabilidad se define como la relación entre la varianza de la puntuación “verdadera” del candidato y la varianza de la puntuación observada, y varía entre 0 (sin fiabilidad) y 1 (una fiabilidad perfecta). Las estimaciones de fiabilidad dependen de la muestra que se use. Cuanto mayor sea la variación de las puntuaciones en el grupo estudiado, mayor será la estimación medida de la confiabilidad. Un coeficiente de fiabilidad de 0,4 a 0,6 se considera adecuado en psicometría para determinar la precisión de un test. Debido a las grandes diferencias en la personalidad y el comportamiento individual, es raro encontrar un coeficiente superior a 0,6.

La fiabilidad se mide con el coeficiente alfa de Cronbach. Los valores altos de Cronbach coeficiente alta indican un mayor grado de coherencia en las puntuaciones, y contenido más homogénea en la escala. A continuación se muestra la fiabilidad, o consistencia interna, de los 19 factores del test **CTPI-R**. El coeficiente medio de fiabilidad para la prueba es de 0,50.

Tabla 8. Fiabilidad de los factores de CTPI-R

Dimensiones	Fiabilidad
Acción	0,54
Adaptabilidad	0,54
Afiliación	0,60
Afirmación	0,46
Asesoramiento	0,51
Auto-confianza	0,32
Compromiso	0,47
Confianza	0,64
Control /Poder	0,64
Entusiasmo	0,52
Estabilidad emocional	0,62
Experimental	0,68
Meticulosidad	0,61
Optimismo	0,44
Previsor	0,46

Racionalidad	0,54
Respeto a las normas	0,60
Superación	0,61
Táctica	0,57

Las puntuaciones medias (género)

A continuación se realiza la comparación de las puntuaciones medias entre hombres y mujeres en todas las dimensiones del **CTPI-R**. Existen pequeñas diferencias en las puntuaciones medias de ciertas dimensiones.

Tabla 9. Puntuaciones medias en los factores en función del género

Dimensiones	Puntuación media	Puntuación media	Puntuación media
	masculino	femenino	general
Acción	4,30	4,10	4,20
Adaptabilidad	4,70	4,70	4,70
Afiliación	6,00	5,80	5,90
Afirmación	5,40	4,80	5,10
Asesoramiento	5,60	5,30	5,50
Auto-confianza	6,20	5,90	6,10
Compromiso	5,10	4,70	4,90
Confianza	5,10	5,10	5,10
Control /Poder	4,90	4,40	4,70
Entusiasmo	5,60	5,60	5,60
Estabilidad emocional	6,10	6,10	6,10
Experimental	6,40	6,20	6,30
Meticulosidad	5,20	5,40	5,30
Optimismo	7,10	7,30	7,20
Previsor	5,60	5,20	5,50
Racionalidad	5,60	5,40	5,50

Respeto a las normas	6,30	6,30	6,30
Superación	7,10	6,70	6,90
Táctica	4,70	4,00	4,40

Tabla 10. Distribución de la población en función del género.

Distribución por género	N	%
Masculino	1170	56,6
Femenino	898	43,4
Total	2068	100

Correlación items- factor

Las puntuaciones medias (género)

Un análisis de las correlaciones entre los ítems y los factores muestra que los ítems miden un mismo constructo y que están altamente correlacionados con su factor y no con los demás factores.

Tabla 11. Correlación del ítem con su factor

Acción		Adaptabilidad	
Q 21	0,57	Q15	0,55
Q 40	0,50	Q 28	0,47
Q 57	0,47	Q 56	0,51
Q 79	0,52	Q 69	0,46
Q 89	0,29	Q 92	0,53
Q 97	0,53	Q 98	0,29
Afiliación		Afirmación	
Q 25	0,47	Q1	0,45
Q 34	0,59	Q 39	0,44

Q 49	0,48
Q 59	0,55
Q 82	0,40
Q 99	0,41

Q 50	0,56
Q 74	0,46
Q 83	0,34
Q 101	0,40

Asesoramiento

Q 26	0,40
Q 107	0,38
Q 65	0,55
Q 91	0,54
Q 46	0,36
Q 10	0,39

Auto-confianza

Q 5	0,48
Q 45	0,41
Q 66	0,31
Q 100	0,64

Compromiso

Q 113	0,57
Q 41	0,53
Q 17	0,54
Q 51	0,51
Q 72	0,55

Confianza

Q 24	0,63
Q 36	0,63
Q 61	0,31
Q 80	0,58
Q 94	0,68
Q 33	0,66

Control/Poder

Q 16	0,55
Q 32	0,56
Q 42	0,42

Entusiasmo

Q 7	0,38
Q 48	0,59
Q 60	0,41

Q 58	0,56	Q 71	0,62
Q 70	0,56	Q 108	0,53
Q 102	0,34		
Estabilidad emocional		Experimental	
Q 27	0,51	Q 11	0,46
Q 114	0,55	Q 106	0,39
Q 64	0,38	Q 19	0,41
Q 4	0,44	Q 43	0,32
Q85	0,52	Q 78	0,41
Q 105	0,59	Q 88	0,38
Meticulosidad		Optimismo	
Q 31	0,28	Q 18	0,53
Q 35	0,55	Q 109	0,39
Q 81	0,42	Q 73	0,41
Q 90	0,59	Q 30	0,45
Q 103	0,48	Q 87	0,59
Previsor		Racionalidad	
Q 2	0,30	Q 112	0,40
Q 110	0,36	Q 3	0,40
Q 23	0,49	Q 9	0,22
Q 55	0,42	Q 54	0,49
Q 68	0,53	Q 67	0,28
Q 77	0,39	Q 86	0,41

Respeto a las normas	
Q 93	0,47
Q 111	0,20
Q 75	0,43
Q 22	0,24
Q 47	0,21
Q 84	0,39

Superación	
Q 8	0,42
Q 37	0,52
Q 44	0,46
Q 52	0,46
Q 63	0,36
Q 96	0,45

Táctica	
Q 6	0,52
Q 14	0,22
Q 20	0,53
Q 29	0,49
Q 95	0,59
Q 104	0,48

INFORMACIÓN DE CONTACTO

Servicio al cliente: **atencion.cliente@centraltest.com**

Servicios de formación y consultoría: **consulting@centraltest.com**



www.centraltest.com

© 2020 de Central Test - Empowering Talent.

Todos los derechos reservados.