

# IPV

## Inventario de Personalidad para Vendedores

Informe para el profesional



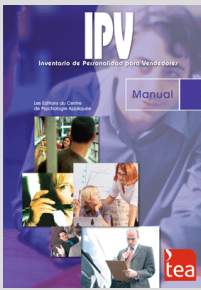
**Autores:**

Informe: D. Arribas

Solución informática: X. Minguijón

Diseño: R. Sánchez





**Id:** Caso Ilustrativo

**Edad:** 30 años

**Sexo:** Mujer

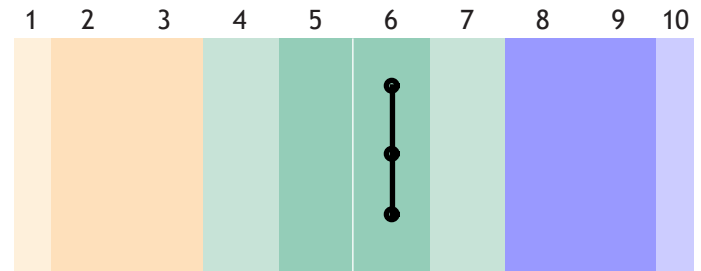
**Fecha de aplicación:** 21/02/2019

**Baremo:** España, Población general

**Responsable de la aplicación:**

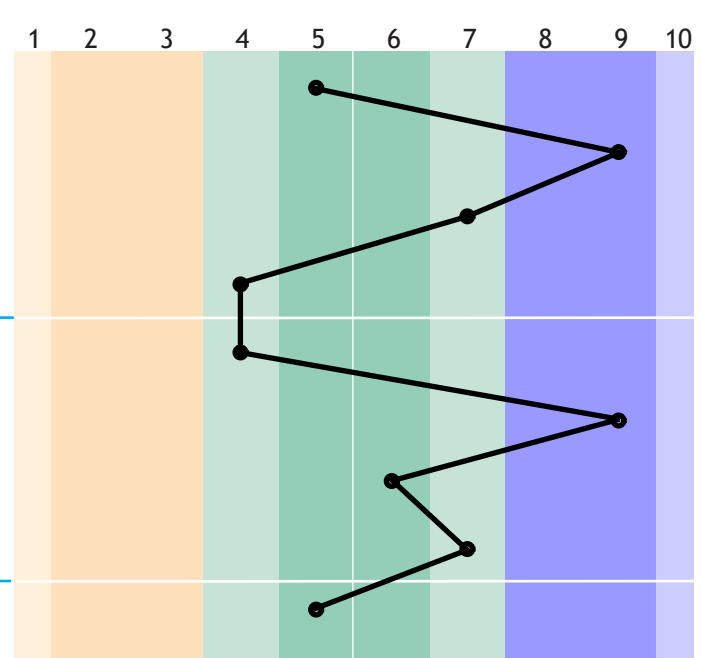
**DIMENSIONES GENERALES**

	PD	DE
GV	11	6
R	22	6
A	14	6



**RASGOS DE PERSONALIDAD**

	PD	DE
I	4	5
II	7	9
III	6	7
IV	5	4
V	3	4
VI	6	9
VII	3	6
VIII	2	7
IX	4	5



Nota: DE (decatipo, escala típica con media=5,5 y Dt=2).

El Inventario de Personalidad para Vendedores (IPV) evalúa diversos rasgos de la personalidad que son de interés para cubrir puestos de trabajo relacionados con la venta o la función comercial. La importancia dada a cada rasgo dependerá del análisis del puesto, de la estructura de la empresa, del equipo de ventas donde vaya a incorporarse el examinando, así como del producto y de la configuración del mercado donde vaya a trabajar.

## **DISPOSICIÓN GENERAL PARA LA VENTA (DGV)**

Es el índice más discriminativo de los buenos vendedores. El examinando, a partir de su puntuación de catipo, tiene una facilidad media para establecer relaciones con los demás en la venta, con un matiz de combatividad para elevar las ventas o persuadir al cliente, pero moderada por un control suficiente de sí mismo. No parece, por tanto, una persona especialmente dotada para la función comercial, pero con adecuada formación y motivación puede dar un rendimiento aceptable.

## **RECEPTIVIDAD (R)**

Evalúa la capacidad de empatía y de adaptación a situaciones o personas diferentes, el control de sí mismo y la resistencia a la frustración. El examinando tiene un nivel medio de receptividad. Por tanto, presenta cualidades medias de empatía (ponerse en lugar de los demás, comprender, escuchar, etc.) y algunas posibilidades de adaptarse rápida y fácilmente a situaciones y personas diferentes. Puede ser una persona válida para el tipo de venta *receptivo*, el de acción sedentaria o de representación en un mercado ya implantado, pero debe tratar de mejorar su nivel de receptividad.

## **AGRESIVIDAD (A)**

Este término no tiene un matiz negativo sino que se corresponde con un tipo de venta *agresivo*, de apertura de mercados y de acción competitiva ante otros productos y mercados. El sujeto ha obtenido una puntuación que denota un nivel medio de agresividad, lo que se relaciona también con aspectos como la capacidad de soportar situaciones conflictivas, la dominancia, la seguridad en sí, la actividad y el dinamismo. Puede ser una persona válida para la actividad de venta pero no es de esperar que actúe con alta agresividad ni que tenga elevada facilidad para abrir nuevos mercados o conseguir resultados espectaculares.

## **DIMENSIONES ESPECÍFICAS DE RECEPTIVIDAD**

### **Comprensión (I)**

Dado que la puntuación obtenida en esta escala ha sido media, el examinando muestra un nivel medio de empatía y de capacidad para las relaciones humanas, así como de intuición y de capacidad para integrar en su contexto un suceso cualquiera.

### **Adaptabilidad (II)**

La puntuación obtenida en esta variable alude a un sujeto de muy fácil y rápida adaptación a personas y situaciones diferentes, muy flexible en sus actividades (intelectuales o de

relación) y capaz de desempeñar papeles y actuar con mimetismo.

### **Control de sí mismo (III)**

Se ha obtenido una puntuación alta lo que indica que el sujeto tiene un control de sí mismo superior a la media y es capaz de una buena administración de su potencial intelectual, psicológico o físico. Es una persona organizada, perseverante y con cierta capacidad para ocultar sus sentimientos.

### **Tolerancia a la frustración (IV)**

La puntuación obtenida alude a un sujeto con un nivel inferior a la media para soportar las acciones frustrantes, para comprender los fracasos (aunque sean provisionales), y que tiende a personalizar las situaciones en que se ve implicado. Todo ello puede producir algún problema en casos en que la venta sea especialmente difícil o competitiva.

## **DIMENSIONES ESPECÍFICAS DE AGRESIVIDAD**

### **Combatividad (V)**

La persona evaluada tiene algunas dificultades para aceptar el conflicto y soportar los desacuerdos; puede resultar una persona algo conformista y resignada, con una dosis insuficiente de lo que se suele conocer como *agresividad comercial*. Por todo ello, puede ser poco adecuada cuando se desea un tipo de venta agresivo.

### **Dominancia (VI)**

El valor obtenido señala a una persona con elevada voluntad de dominio, de ganar o manipular a los demás, persuasiva o cautivadora en su entorno, dominante o con ascendencia. Al disponer de estas cualidades en alto grado, puede ser adecuada o potencialmente conflictiva, en función del tipo de acción comercial requerido, del poder atribuido o del grado de autonomía disponible.

### **Seguridad (VII)**

La puntuación indica que se trata de una persona con un nivel medio de seguridad en sí misma, con cierta capacidad para afrontar situaciones nuevas o inesperadas y con una habilidad normal para enfrentarse, si es necesario, a los riesgos.

### **Actividad (VIII)**

Al haberse obtenido un decatipo alto, puede pensarse que el examinando es una persona activa y dinámica (en el sentido de actividad física), que tiende a evitar la pasividad y la inactividad; le gusta estar ocupada y tener cosas que hacer, preferiblemente actividades que exijan ejercicio físico.

### **Sociabilidad (IX)**

Este dato no interviene en la obtención de las puntuaciones R y A pero es importante para la

venta pues está en la base de esta actividad. La puntuación obtenida se refiere a una persona con un nivel medio de extraversión y capacidad para crear nuevos contactos y convivir con los demás. Acepta tanto la compañía como la soledad, y muestra cierta sensibilidad a la importancia de las relaciones humanas, pero sin conceder una atención preferente a este aspecto.