Grafos INSTITUTO DE CIENCIAS DEL GRAFISMO

FORMACIÓN DE FACILITADORES EN COACHING CON TIPOS PSICOLÓGICOS · LECCIÓN INTRODUCTORIA · LECTURA 3

Cuando la estadística le dio la razón a la intuición

Los tipos, el Big Five y la historia del Inventario de Tipos Psicológicos Grafo-Metrics



Dos caminos hacia la misma montaña



En la primera lectura vimos que Jung llegó a sus tipos observando pacientes, colegas y obras de la historia del pensamiento. Fue un camino intuitivo, clínico, casi artesanal. Durante buena parte del siglo XX, muchos psicólogos académicos miraron ese camino con desconfianza: les parecía poco medible.

Mientras tanto, la psicología de la personalidad recorrió otro camino, completamente distinto. Desde los años treinta, varios investigadores se preguntaron: si las diferencias de personalidad son importantes, **deben estar registradas en el lenguaje**. Los idiomas tienen miles de palabras para describir a las personas: ordenada, conversadora, imaginativa, cálida, ansiosa, impulsiva… Si se pide a miles de personas que se des-

criban con esas palabras y se analiza estadísticamente qué palabras tienden a ir juntas, deberían aparecer las grandes dimensiones de la personalidad humana.

Ese trabajo, que tomó décadas y pasó por el análisis de miles de adjetivos en distintos idiomas, desembocó en lo que hoy se conoce como el modelo de los **Big Five** (los cinco grandes factores de la personalidad): Extraversión, Apertura a la experiencia, Amabilidad, Responsabilidad y Neuroticismo. Paul Costa y Robert McCrae construyeron a partir de él uno de los inventarios más usados en la investigación mundial, el **NEO-PI**.

Fíjate en lo distintos que son los dos caminos. Uno parte de la observación clínica y la intuición de un psiquiatra. El otro parte de diccionarios, cuestionarios y análisis factorial. Uno no buscaba al otro.

El encuentro de 1989

En 1989, McCrae y Costa publicaron un estudio que se volvió clásico. Aplicaron el NEO-PI y el instrumento de Briggs y Myers a 267 hombres y 201 mujeres de entre 19 y 93 años, y compararon los resultados. Su intención era más bien crítica: querían reinterpretar los tipos desde el modelo de los cinco factores.

Lo que encontraron, sin embargo, fue una notable convergencia. En la muestra de hombres:

Dimensión de los tipos	Factor del Big Five	Correlación
Extraversión–Introversión	Extraversión	0,74
Sensación–Intuición	Apertura a la experiencia	0,72
Pensamiento–Sentimiento	Amabilidad	0,44
Juicio–Percepción	Responsabilidad	0,49

Para quien no está acostumbrado a estos números: una correlación de 0,70 entre dos instrumentos construidos por caminos tan distintos es muy alta. Quiere decir que **la dirección de la energía que Jung describió observando personas coincide en gran medida con el factor de extraversión que la estadística encontró en el lenguaje**, y que la diferencia entre Sensación e Intuición se superpone con la apertura a la experiencia, a la imaginación y a las ideas nuevas. Las otras dos dimensiones también se relacionaron con factores esperables, aunque con menos fuerza.

Los propios autores sacaron una conclusión matizada: según ellos, los datos apoyaban mejor la idea de dimensiones continuas que la de tipos separados, y el modelo de los ti-

pos no incluía una dimensión equivalente al Neuroticismo. Es una crítica seria, y como coach te conviene conocerla (la retomaremos al hablar de «tipos, no rasgos»). Pero el hallazgo de fondo es el que más nos emociona: **cuatro de las cinco grandes dimensiones de la personalidad humana ya estaban, en esencia, en la mirada de Jung de 1921 y en el trabajo de dos mujeres que no eran psicólogas**.

La genialidad de detectar una necesidad universal

¿Qué significa esto? Que Jung no inventó categorías caprichosas. Detectó, con la sola herramienta de su observación, diferencias reales y universales entre los seres humanos, que la investigación empírica encontraría décadas después por otro camino. Y que Katharine Briggs e Isabel Myers, con su dimensión de Juicio–Percepción, describieron algo que la estadística reconoce como una dimensión importante: la manera de organizar la vida y relacionarse con el orden, los planes y los compromisos.

Hay, además, una diferencia de propósito que conviene valorar. Los inventarios de rasgos como el NEO-PI son excelentes para investigar y para medir cuánto de algo tiene una persona. La teoría de los tipos ofrece algo distinto: **un lenguaje positivo y dinámico** para que las personas se comprendan, conversen sobre sus diferencias sin sentirse juzgadas y aprendan a complementarse. En un taller de liderazgo, decir «tu preferencia es la Intuición» abre una conversación; decir «obtuviste un puntaje bajo en Responsabilidad» suele cerrarla. Por eso, en este programa usamos los tipos para el desarrollo y la conversación, y respetamos los límites que la investigación nos señala.

La historia de nuestro propio instrumento

El instrumento que usarás en este curso, y con tus futuros grupos, es el **Inventario de Tipos Psicológicos GrafoMetrics**. No es una traducción ni una adaptación del instrumento de Briggs y Myers: es un instrumento independiente, con ítems originales, construido a partir de la teoría de Jung y de la tradición de Juicio–Percepción.

Su historia tiene varias etapas:

- **Los talleres (desde 2009).** El autor de este programa, psicólogo y facilitador certificado en el uso de instrumentos tipológicos en el Center for Applications of Psychological Type (Gainesville, EE. UU.), comenzó a dictar talleres de trabajo en equipo y coaching basados en la tipología psicológica para ejecutivos y trabajadores en Chile, entre ellos programas en la minería y equipos directivos de distintas organizaciones. Esa práctica mostró una necesidad concreta: un instrumento en español de Chile, en línea y con un informe cálido y comprensible.

- **La versión previa (2018–2020).** Se desarrolló una primera versión en línea del inventario, aplicada 89 veces a 79 personas. Entre ellas, 53 colaboradores de una gran editorial internacional en Chile, incluida su plana directiva y 25 personas en cargos de jefatura o dirección. La experiencia confirmó que las personas valoraban un lenguaje cercano y un informe que pudieran conversar con su equipo.
- **El inventario actual (2026).** A partir de un banco de 123 ítems, revisados uno a uno según su pertinencia a una sola dimensión, su claridad y el equilibrio de deseabilidad entre las dos alternativas, se llegó a la versión de 84 ítems de elección forzada. Junto con ella nació la **Casa de los Tipos**: dieciséis personajes, en versión femenina y masculina, que dan rostro a cada tipo como una «habitación preferida» y no como una celda.
- **La batería de liderazgo (2026).** El inventario se integró con la Escala de Inteligencia Emocional de Wong y Law en el **Autodiagnóstico de Liderazgo (ADL)**, que entrega un informe individual con fortalezas, riesgos bajo presión, motivadores y preguntas de coaching.

En su primer análisis psicométrico (n = 50), las cuatro escalas mostraron una consistencia interna adecuada, con coeficientes alfa entre 0,74 (J–P) y 0,86 (E–I). Igual que el instrumento de Briggs y Myers en sus inicios, el inventario forma parte de un programa permanente de investigación: análisis factorial confirmatorio, estabilidad test-retest, relación con otros instrumentos de personalidad y normas chilenas. La tradición que heredamos es esa: **cambiar y mejorar con la evidencia, sin perder el espíritu original**.

Una palabra sobre el «tipo reportado»

Un último punto, que guiará todo el curso. El resultado del inventario se llama **tipo reportado**: es lo que la persona respondió en un momento de su vida. No siempre coincide con su **tipo de mejor ajuste**, que es el que la persona reconoce como propio después de conocer la teoría, compararse con los tipos vecinos y conversarlo. Tú vas a vivir ese proceso en carne propia: comenzaste el curso respondiendo el inventario, y al final, después de recorrer todas las dimensiones, decidirás cuál es tu tipo verificado.

Para llevar a tu práctica como coach

- Si alguien te dice que «los tipos no son científicos», no necesitas defenderte ni exagerar. Puedes contarle que cuatro de sus dimensiones convergen con el modelo de personalidad más investigado del mundo, y reconocer también sus límites.

- Presenta siempre el resultado como **tipo reportado** y deja que la persona lo verifique.
- Nunca uses el tipo para seleccionar, desvincular ni evaluar el desempeño.

Pregunta para tu bitácora



¿Qué te parece más útil para tu trabajo: saber cuánto tienes de un rasgo o conocer tu manera preferida de funcionar? ¿En qué situación concreta usarías cada una?

Referencias

- Costa, P. T., Jr., y McCrae, R. R. (1985). *The NEO Personality Inventory manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- McCrae, R. R., y Costa, P. T., Jr. (1989). Reinterpreting the Myers-Briggs Type Indicator from the perspective of the five-factor model of personality. *Journal of Personality, 57*(1), 17–40. https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1989.tb00759.x
- Myers, I. B., McCaulley, M. H., Quenk, N. L., y Hammer, A. L. (1998). *Manual: A guide to the development and use of the Myers-Briggs Type Indicator* (3.ª ed.). Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press. Cap. 9, *Validity*.
- GrafoMetrics (2026). *Autodiagnóstico de Liderazgo: Manual técnico, versión 1.0*. Santiago de Chile: GrafoMetrics. **Lectura recomendada de esta lección.**
- Wong, C.-S., y Law, K. S. (2002). The effects of leader and follower emotional intelligence on performance and attitude. *The Leadership Quarterly, 13*(3), 243–274.