

**Ensayo de examen MEDITE; Psicopedagogía; Universidad de Sevilla.  
Convocatoria Mayo'07**

**En el examen de la convocatoria oficial aparecerán 30 preguntas; 15 preguntas por caso práctico.**

**Dos horas para realizar los dos ejercicios; para aprobar 21 respuestas correctas; errores no restan.**

TEXTO D

La psicóloga de la sección de "marketing" de unos grandes establecimientos comerciales plantea a la dirección de la empresa la posibilidad de estudiar los horarios de máxima afluencia de público, así como el género de los clientes. La psicóloga plantea como hipótesis que el volumen de ventas de la empresa aumentará si la publicidad emitida por megafonía en el establecimiento informa de productos que se adecuen al perfil de clientes que se encuentren en el centro comercial.

Del total de los 25 empleados del centro, la psicóloga utilizó a cinco de ellos (que previamente habían sido adiestrados en el registro de datos y habían colaborado con ella en otros estudios) que usualmente estaban atendiendo al público, asignando a un empleado a cada uno de los cinco lugares de acceso al centro comercial, de tal forma que de las diez horas que permanecía abierto el centro al público, anotasen el número y el sexo de las personas que entraban en el establecimiento cada hora. Al mismo tiempo se utilizaron las cámaras de video ocultas del establecimiento para realizar el mismo tipo de registro, encontrándose los mismos datos que los obtenidos por los empleados, y comprobándose que cada cliente/a sólo era registrado/a una vez en el estudio.

Los resultados mostraron que las horas con mayor número de clientes fueron de 11 a 13 y de 19 a 21, de tal forma que en los horarios de mañana de máxima afluencia de público los clientes eran de sexo femenino, mientras en los horarios de tarde de máxima afluencia de público el género mayoritario de los clientes era varón. Este último resultado se invertía en los días de fin de semana.

Preguntas referidas al texto D.

1. El objeto de estudio es calificable de

1. unitario simple
2. relacional simple
3. unitario múltiple\*

2. Considerando la información aportada en el conjunto del estudio la calificación de variable cualitativa no ordinal, predictora es aplicable a

1. centro comercial
  2. número de clientes que visitan el centro
  3. género de los clientes\*
3. Las variables del objeto de estudio son calificables como
1. cuantitativas exclusivamente
  2. cualitativas exclusivamente
  3. cuantitativas y cualitativas\*
4. La metodología llevada a cabo para estudiar el núcleo se identifica como
1. selectiva de encuesta
  2. cuasiexperimental con técnica de encuesta
  3. naturalista con observación externa\*
5. Respecto a los empleados que registraron los datos se utilizó un muestreo
1. aleatorio simple
  2. por cuotas
  3. intencional\*
6. Considerando los accesos públicos al centro comercial; la técnica de muestreo para seleccionar lugares de registro fue
1. aleatorio simple
  2. no hubo muestreo\*
  3. intencional
9. Se menciona confusión entre las dos siguientes variables:
1. psicóloga y centro comercial
  2. codificadores y centro comercial
  3. codificadores y lugares de acceso al centro comercial\*
10. La variable día de la semana ha sido controlada mediante la técnica de
1. bloqueo
  2. balanceo
  3. sistematización\*

11. La técnica utilizada para controlar el nivel de adiestramiento de los codificadores ha sido la misma utilizada para controlar la siguiente variable:

1. demanda
2. reactividad
3. número de codificadores\*

12. La estrategia de diseño es calificable de

1. mixto
2. logitudinal únicamente
3. transversal únicamente\*

13. En el estudio realizado se dan resultados acerca de

1. fiabilidad en los datos\*
2. fiabilidad por pasar el mismo test dos meses a los mismos sujetos
3. fiabilidad en datos de codificadores

14. En su conjunto los resultados informan de

1. relación de interacción\*
2. sistematización
3. relación múltiple

15. El máximo orden de las relaciones sobre las que se informa en los resultados es de

1. primero
2. segundo
3. tercero\*

## TEXTO E

Se diseñó una investigación con el objetivo de determinar los efectos que la hostilidad y el conocimiento de la audiencia tienen sobre la ejecución competente en una tarea. La hipótesis manejada por los investigadores era que las audiencias hostiles paradójicamente pueden provocar ejecuciones superiores en los sujetos, del mismo modo que ocurriría con audiencias desconocidas o extrañas. Los efectos de las audiencias se estudiaron sobre dos aspectos de la ejecución de los sujetos resolviendo una tarea: a) el número de errores cometidos y b) el tiempo empleado en número de segundos.

A partir de los datos de estudiantes de una universidad inscritos como voluntarios para participar en investigaciones psicológicas, y mediante un procedimiento informático que garantizaba a todos la misma posibilidad de participar, se eligió una muestra de 60 sujetos. Los sujetos tenían que acudir durante dos sesiones a jugar un juego de ordenador pidiéndoles que alcanzaran una determinada puntuación. Los participantes debían realizar el juego en presencia de un observador, o audiencia, que podía ser amigable, neutral u hostil (los observadores eran colaboradores de investigación, se clasificaban como amigables si recibían una pequeña ayuda económica por el éxito del jugador en el juego, neutral si no ganaba nada por el juego, y hostil si podían ganar dinero en función de que perdieran los jugadores). Un tercio de los sujetos fueron asignados al azar a cada tipo de audiencia por su hostilidad. Del mismo modo fueron asignados la mitad de los sujetos a realizar un juego donde la puntuación era fácilmente alcanzable, mientras que para la otra mitad era más difícil. En la primera sesión se consideraba que el observador era desconocido o extraño, mientras que en la segunda ya se consideraba conocido por el sujeto.

La tabla para anotar los resultados promedios de los participantes en el estudio estaba configurada del siguiente modo (las letras de las celdas hacen referencia a los resultados de la ejecución de los sujetos, tanto el número de errores como el tiempo empleado).

Tarea	Audiencia					
	Amigable		Neutral		Hostil	
	Extraño	Conocido	Extraño	Conocido	Extraño	Conocido
Fácil	a	B	c	d	e	f
Difícil	g	H	i	j	k	l

### PREGUNTAS DEL TEXTO E.

- e.1) El objeto de estudio planteado es calificable como relacional
1. múltiple con dos Pt y un St\*
  2. múltiple con dos St y un Pt
  3. de relaciones con una relación simple como St
- e.2) La calificación de independiente y activa es aplicable a la variable
1. dificultad de la tarea
  2. número de errores en la tarea
  3. hostilidad de la audiencia\*
- e.3) En el estudio se pueden identificar la utilización de las técnicas de control de
1. aleatorización\*
  2. equiparación
  3. contrabalanceo
- e.4) El muestreo de los sujetos inscritos como voluntarios se puede calificar de
1. aleatorio simple\*
  2. cuotas
  3. aleatorio estratificado
- e.5) Se ha intentado controlar las características que puedan tener lo sujetos estudiados, mediante
1. equiparación y sujeto como propio control
  2. bloqueo y aleatorización
  3. sujeto como propio control y aleatorización\*
- e.6) En esta investigación las condiciones determinadas por el objetivo implican
1. tres grupos y dos momentos\*
  2. cuatro momentos
  3. doce grupos

- e.7) Considerando que la tabla de resultados presentada conforman un diseño, éste se podría calificar como
1. 3x2x2 transversal
  2. 3x2x2 longitudinal
  3. 3x2x2 mixto\*
- e.8) Por las condiciones necesarias para el diseño del objetivo, éste sería calificable como diseño factorial
1. 3x2\*
  2. 2x2
  3. 4x3
- e.9) El estudio realizado es calificable por metodología y técnica de
1. experimental con técnica observacional interna\*
  2. cuasiexperimental con técnica de encuestas
  3. experimental con técnica de encuestas
- e.10) El diseño en conjunto es calificable de
1. transversal
  2. longitudinal
  3. mixto\*
- e.11) El número de sujetos por cada condición es de
1. diez
  2. veinte\*
  3. treinta
- e.12) Con los datos del cuadro de resultados se podrían contestar a
1. una sistematización\*
  3. tres relaciones de interacción de segundo orden
  4. una relación de interacción de tercer orden
- e.13) Por lo informado en el texto del caso práctico se puede considerar confusión en los datos de la variable
1. dificultad de la tarea
  2. expectativas de los sujetos\*
  3. conocimiento de la audiencia
- e.14) Para contestar a la hipótesis de que el conocimiento de la audiencia afecta a la ejecución, se podrían comparar los dos grupos de datos siguientes:
1. (a,b,c,d,e,f) con (g,h,i,j,k,l)
  2. (a,g,c,i,e,k) con (b,h,d,j,f,l)\*
  3. (a,b,g,h) con (e,f,k,l)