

Herramienta de validación, mejora de cuestionarios OEEU v.1
GRupo de investigación en InterAcción y eLearning
Autor/es: Juan Cruz-Benito, Roberto Therón,
Francisco J. García-Peñalvo, Martín Martín-González



**Herramienta para la validación de elementos de mejora
UX/Engagement para los cuestionarios de recogida de información de
egresados en el contexto del Observatorio de Empleabilidad y Empleo
Universitarios (OEEU)**

Elaborado por: Juan Cruz-Benito, Roberto Therón,
Francisco J. García-Peñalvo, Martín Martín-González
DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.322575>

Validado por:
Fecha de validación:

Introducción

La recogida de información mediante cuestionarios y entrevistas es uno de los métodos más conocidos y utilizados en la actualidad, tanto en el medio físico como en el digital.

Es común que cualquier web que se visite cuente con algún formulario para la entrada de información, ya sea como punto de contacto, como parte del acceso a partes privadas del sistema, como parte de un proceso de pago, etc. Los formularios están tan integrados en la interacción del usuario dentro de una web, que puntualmente se relativiza su importancia y se presupone que el usuario va a completarlo por el mero hecho de utilizarlos habitualmente. Sin embargo, esto no es así.

Debido a que los usuarios utilizan los formularios habitualmente, en los últimos años estos usuarios han desarrollado ciertas tendencias y conductas frente a dichas herramientas de entrada de información. Por ejemplo, se ha comprobado que los usuarios [1]:

- Confían más en los sitios web, incluso estando más dispuestos a realizar acciones complejas (a todos los niveles), como compras, pagos, etc.
- Protegen más su información, están menos dispuestos a revelar información personal
- Demandan mejores productos, son menos tolerantes a malos formularios

Durante los últimos años se ha realizado multitud de trabajo en relación a los cuestionarios, detectándose que los usuarios tienen cierta reticencia hacia completar un formulario desde antes de rellenarlo [1]. Esto impone ciertos problemas respecto a la consecución de objetivos de recogida de información intrínsecos a cualquier formulario.

Respecto a los tipos de usuarios que completan formularios, se pueden establecer distintos perfiles [1]:

1. Usuarios que leen: aquellos que leen el formulario cuidadosamente
2. Usuarios apresurados: completan lo más rápido que pueden los campos de los formularios, leyendo únicamente el formulario cuando creen que es necesario.
3. Usuarios que se niegan: son aquellos que creen que no tienen que hacer nada con el formulario.

Además del perfil de usuario, hay diversos factores relevantes que influyen decisivamente en la intención de completar un cuestionario por parte de usuarios [2]:

- Confianza
- Costes (sociales, individuales). Estos costes se pueden vislumbrar en los sentimientos negativos del usuario frente al cuestionario, en la incomodidad, etc.
- Recompensas

Según la literatura, e íntimamente relacionado con la Teoría de Intercambio Social [2], algunos autores [1] distinguen tres capas en los formularios: relación, conversación y apariencia.

1. La relación de un formulario se basa en la relación que tiene quién hace las preguntas con quién las responde.



2. La conversación de un formulario va desde las cuestiones que se preguntan, a las instrucciones que se dan o la organización de las preguntas según su temática.
3. La apariencia del formulario es la imagen que proyecta: colocación del texto, gráficos, áreas de entrada de datos, color, etc.

Mejorar estos factores la relación del usuario, es más fácil que éste esté dispuesto a participar y completar su tarea dentro del cuestionario. Y son en ellas donde se incidirá, partiendo de los puntos de vista de la usabilidad y el *engagement* (enganche), como se comentará más adelante.

1.1 El contexto: Observatorio de Empleabilidad y Empleo Universitarios (OEEU)

Durante los meses de Junio - Julio de 2015 el Observatorio de Empleabilidad y Empleo Universitarios (OEEU) contactó a varios miles de egresados universitarios españoles (133588) - a través de las universidades (48, públicas y privadas) donde cursaron estudios de grado durante el curso 2009-2010 - para invitarles a rellenar un cuestionario [3, 4].

Este cuestionario contaba con una parte común con 60 preguntas y 167 variables medidas, además de 3 itinerarios específicos (ramificaciones) en función de las respuestas de los usuarios. El primer itinerario añade 3 preguntas y 9 variables medidas más. El segundo, añade 24 preguntas y 70 variables. Por último, el tercer itinerario añade 32 cuestiones más y 112 variables. Por tanto el cuestionario varía entre 63-92 cuestiones y 176-279 variables en función del itinerario que siga el usuario. Se puede afirmar sin lugar a dudas, que el cuestionario es muy extenso.

La cantidad de usuarios que iniciaron el cuestionario fueron 13006 (9.74% del total de la población), de los cuales lo finalizaron 9617 (7.20% del total de la población, 73.94% del total de cuestionarios iniciados).

Los datos descriptivos en cuanto a la edad de los participantes en el cuestionario fueron los siguientes:

count	12109.000000
mean	32.525972
std	7.018282
min	25.000000
25%	28.000000
50%	30.000000
75%	34.000000
max	80.000000

En cuanto al sexo, el 56,05% (7290) de los usuarios que respondieron el cuestionario fueron mujeres y el 43,94% (5716) hombres. En relación a la nacionalidad, el 98,54% (11672) de los usuarios son españoles y 1,46% (173) extranjeros.

Sobre los usuarios que abandonaron el cuestionario, los cuartiles de tasa de abandono en función de la pantalla del cuestionario donde lo dejaron fue:

count	3389.000000
25%	4.000000
50%	5.000000
75%	7.000000



Es decir, el 25% de los usuarios abandonaron en la pantalla 4 o antes, otro 25% abandonaron entre las pantallas 4 y 5 del cuestionario, otro 25% entre las pantallas 5 y 7 y otro 25% entre la pantalla 7 y el final (dependiendo de su itinerario).

Ahora, en 2017, se va a volver a realizar un proceso de recogida de información similar al realizado durante 2015. En este caso se va a recoger información sobre egresados de estudios de máster durante el curso 2013-2014. Para ello, se ha propuesto un cuestionario compuesto por entre 32 y 60 preguntas (el cuestionario cuenta con varios itinerarios en función de las respuestas del usuario) y entre 86 y 181 variables medidas. En principio, se puede considerar que a pesar de las diferencias, es un cuestionario grande y comparte parte de la problemática del anterior en cuanto a las dificultades o retos que puede presentar para ser completado por los usuarios.

Actualmente, a día 14 de Febrero, se cuenta con datos de 28744 personas provenientes de 32 universidades españolas públicas y privadas. De estas personas se tienen los siguientes datos:

Datos descriptivos en cuanto a la edad de la población a la que se dirigirá el cuestionario:

count	28744.000000
mean	35.854370
std	15.852381
min	5.000000
25%	28.000000
50%	31.000000
75%	38.000000
max	117.000000

En los datos de la edad, evidentemente se nota el envejecimiento de la población respecto a la del cuestionario anterior. Esto es normal pensando en que la edad de entrada a un máster es más alta que la que se tiene al acceder a un grado (al menos de forma habitual).

Sobre el sexo de la población a la que se dirigirá el cuestionario, el 55,2% (16385) son mujeres y el 44,8% (13317) son hombres. En relación a la nacionalidad, este es el aspecto en el que más se diferencia la población actual (egresados de máster) de la del estudio de egresados de grado. En esta ocasión, la proporción de estudiantes extranjeros es mayor, habiendo un 88,11% (25318) de estudiantes de nacionalidad española frente al 11,88% (3414) estudiantes con nacionalidad extranjera.

En líneas generales, se podría decir que las poblaciones (poniendo en contexto cada una de ellas) no son muy distintas. En este sentido, se podría destacar la diferencia principal existente en cuanto a la nacionalidad. Esta diferencia podría llevar a considerar tratar de forma distinta algunos aspectos del cuestionario para ajustarse a posibles diferencias culturales. En este caso, no va a haber distinción cultural a la hora de diseñar, presentar o realizar el cuestionario. Esto podría considerarse una limitación del estudio en relación a los objetivos que se plantearán a continuación.



1.2 Objetivos

Los objetivos principales del experimento que se está diseñando, y que se presentará a continuación, son:

- Estudiar cómo mejorar el ratio de inicio del cuestionario (anteriormente, cercanos a un 9,7% del total de la población).
- Estudiar cómo mejorar el ratio de finalización del cuestionario (anteriormente 73,94% de tasa de finalización).

Además de estos objetivos fundamentales, se podría proponer otro objetivo relacionado con el segundo, y es que en caso de abandono, los usuarios hayan completado todas las pantallas posibles (obteniéndose más información aunque abandonen).

1.3 Propuesta

Para la nueva versión del cuestionario, se considera que se pueden mejorar diversos puntos en relación al cuestionario implementado en 2015 y a las formas de aumentar la participación por parte de los usuarios.

Para implementar estas mejoras, se propone la realización de dos experimentos en paralelo:

- Estudio sobre cómo mejorar los procesos de invitación a los egresados.
- Estudio sobre qué mejoras se pueden implementar en los cuestionarios para mejorar los ratios de participación y finalización.

A continuación se comentarán los aspectos clave de cada uno de los estudios, indicando también los cambios principales que se implementarían, etc. Posteriormente en el cuestionario para expertos, el lector podrá opinar sobre dichos elementos.

Este cuestionario para expertos se basa en la propuesta de Sánchez-Prieto, et. al. [5] y en ella se evalúa mediante una escala Likert 1-7 la pertinencia del cambio propuesto, la claridad del mismo y su importancia, además de permitir un comentario por parte del experto sobre cualquier cuestión relacionada.

1.3.1 Estudio sobre cómo mejorar los procesos de invitación a los egresados

En el caso de los cuestionarios producidos por el OEEU, es necesario tener en cuenta un factor fundamental: la privacidad del usuario prima por encima de todo (entre otros motivos, debido a los datos sensibles que se manejan). Este proyecto es absolutamente respetuoso y cumple con la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD), teniendo registrada su base de datos incluso ante las autoridades españolas como salvaguarda de los mismos datos.

Debido a las restricciones de privacidad impuestas desde el proyecto, el Observatorio no guarda datos que permitan relacionar a una persona con su información. Es decir, no se relaciona información con nombres, DNI, fecha exacta de nacimiento, etc. La única excepción es que se le ofrece a los usuarios la opción de incluir su correo electrónico para informarles de las

Herramienta de validación, mejora de cuestionarios OEEU v.1

GRupo de investigación en InterAcción y eLearning

Autor/es: Juan Cruz-Benito, Roberto Therón,

Francisco J. García-Peñalvo, Martín Martín-González



investigaciones del Observatorio o los resultados del sorteo de unas *tablets* celebrado entre los egresados que completan el cuestionario.

Atendiendo a estas restricciones, y debido a que el email si se llega a obtener es al final de todo el proceso, son las universidades las que contactan a sus egresados ofreciéndoles participar en el proceso de los cuestionarios, indicándoles a su vez que hay un sorteo entre los que completan dicho formulario y dándole el link (URL) personal a cada alumno para que realice el formulario.

A continuación, se presenta el correo electrónico base proporcionado por el Observatorio de Empleabilidad y Empleo Universitario a las universidades. Éstas pudieron utilizarlo o no, siendo responsabilidad de cada una de ellas su uso y modificación.

Estimado/a egresado/a (si la Universidad quiere, puede enviar el correo personalizado indicando el nombre del/de la egresado/a):

Desde la Universidad (nombre de la Universidad) te pedimos que dediques 15 minutos de tu tiempo a responder un cuestionario —que por primera vez se aplica a todas las universidades españolas—, para conocer la situación laboral de los titulados universitarios.

Los datos introducidos serán tratados de manera anónima por la Universidad (nombre de la Universidad) y el Observatorio de Empleabilidad y Empleo Universitarios (OEEU), cumpliendo con la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD). Los resultados agregados podrás consultarlos próximamente en la página web del Observatorio (www.oeeu.org).

Entre los que respondan la encuesta se sortearán, durante el mes de junio de 2015, 10 tabletas Samsung Galaxy Tab 4.

Pincha aquí para realizar la encuesta: «[URL](#)»

¡Muchas gracias por colaborar!

Un cordial saludo,

Nombre de la Universidad
Correo electrónico de contacto
Teléfono de contacto

Observatorio de Empleabilidad y Empleo Universitarios
udyc@oeeu.org
913364185

La propuesta de experimento en cuanto a este aspecto se basa en, utilizando varias universidades participantes de la edición anterior (por ejemplo: Universidad de Salamanca, Universidad Politécnica de Madrid, etc.) que usasen este texto de invitación, enviar una versión distinta de la invitación (modificando el tono y contenido textual del mensaje, más aportando otro diseño del mismo [6]) para probar cómo cambian los ratios de apertura e inicio de participación del cuestionario respecto a la edición anterior. Del mismo modo, en esta edición, se propone que en esta edición dichas universidades envíen esa versión modificada, mientras que el resto sigan enviando una versión simplemente actualizada (con los datos de esta edición) de la invitación anterior. Con esta propuesta se permite ver el efecto de los cambios en la invitación (mediante el uso de metodologías de *test A/B*) teniendo en cuenta varias cosas:



- El contexto de cada universidad participante es distinto (factores poblacionales, económicos, etc.). Por ello se hacen cambios específicos para universidades participantes en ambas convocatorias de recogida de datos.
- La población del estudio ha cambiado de la primera edición de recogida de datos a la segunda (edad, formación, etc.). Por ello se validan los cambios entre diversas universidades dentro de la misma edición de la recogida de datos.

En la sección de validación por expertos que hay en este documento, se comentarán los cambios que se van a introducir. En cualquier caso, los cambios a introducir vienen limitados por los diversos condicionantes del proyecto relacionados con la privacidad (no es posible utilizar plataformas de envío de correo externas, etc.) y se enfocan fundamentalmente en las cuestiones de mejorar la confianza y relación entre el usuario y la entidad que propone el cuestionario (OEEU).

1.3.2 Estudio sobre qué mejoras se pueden implementar en los cuestionarios para mejorar los ratios de participación y finalización

En cuanto a la parte del estudio relacionada con los cambios en el cuestionario, se proponen diversas modificaciones en varios niveles [7].

El planteamiento general del estudio es realizar un test A/B de tres variantes (A/B/C). Se propone una variante base (A) que siga las líneas generales del cuestionario de la anterior edición (disponible en http://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/127374/5/Anexos_OEEU_2015.pdf), del cual se tiene cierta idea de la eficiencia, etc., junto a otras dos variantes (B y C) que cambian determinados aspectos relacionados con la Teoría del Intercambio Social [2].

En general, la variante B del test (experimento) se refiere a cambios relacionados con la relación del participante (que contesta) y de quién propone el cuestionario (primera capa de la teoría) junto a cambios relacionados con la apariencia (tercera capa de la teoría) [8, 9]. De forma más amplia, esta variante B se basa en la confianza entre las partes [10, 11], más mejoras y cambios respecto a la experiencia de usuario [12], usabilidad [9] y diseño de la interfaz del cuestionario [13, 14].

Por su lado, la variante C del test incluye los cambios propuestos en la variante B más otros cambios relacionados con la relación entre las partes del cuestionario (primera capa) y la conversación entre ellas (segunda capa). Desde este punto de vista, la variante C se centrará en cuestiones relacionadas con el *engagement* de los usuarios [6].

La mayoría de las propuestas que se presentan se encuentran sugeridas y soportadas por literatura previa. En el caso concreto las propuestas relacionadas con la usabilidad y los cambios en el diseño, se siguen recomendaciones de autores, normas ISO de usabilidad y recomendaciones y las guías HHSI [15-17].

En cualquier caso, los tres elementos dispondrán de ciertas recompensas que ya se ofrecieron en el anterior proceso de recogida de datos. Por ejemplo, en esta ocasión volverá a haber un sorteo de dispositivos electrónicos entre aquellas personas que completan el cuestionario. También se mantendrá la comunicación con aquellos usuarios que quieran recibir las últimas novedades de la actividad del Observatorio.



Respecto a algunas de las componentes como la edad, la discapacidad, u otras situaciones y contextos personales de los usuarios, en este caso se van a obviar (exceptuando normas de accesibilidad generales) debido a que el experimento no se va a centrar en aspectos concretos relacionados con posibles subgrupos dentro de la población del estudio [9, 18]. Se asume que esto constituye una limitación del estudio que se va a hacer.

El efecto de los cambios se va a medir de dos formas:

- Comprobando los datos en cuanto al acceso a los cuestionarios, la compleción de cada parte del cuestionario y la compleción final del mismo (pantallas completadas, puntos de abandono, etc),
- Evaluando los *paradata* [19]. Los *paradata* de un cuestionario son los datos auxiliares que describen un proceso, como los tiempos de respuesta, clics, procesos de scroll, etc. En este caso, los *paradata* tendrán que ver con los tiempos que tarda el usuario en completar la tarea de responder cada página de preguntas, el tiempo en completar el cuestionario en total, los accesos al cuestionario personalizado, etc. Estos *paradata* no podrán compararse con datos similares de la ronda anterior de recolección de datos en grado, ya que no se hizo nada similar.

Habitualmente, en este tipo de investigación, se suele hacer un cuestionario a los usuarios sobre su opinión acerca de cómo se han sentido frente al cuestionario, cómo han podido resolver la tarea, etc. En este caso, debido a la extensión del cuestionario que han de rellenar y del carácter del proyecto, no se va a realizar esta investigación de ese modo. Esto supone una limitación en cuanto a la riqueza de los resultados que se pueden obtener. Lo que sí se va a plantear, es que los alumnos que decidan dar voluntariamente su correo electrónico podrán ser preguntados en un nuevo cuestionario especializado acerca de estas cuestiones.

En la tabla 1 se presentan las propuestas de cambio y su dimensión de actuación en cuanto a las capas de la Teoría del Intercambio Social y a las áreas de la Interacción Persona-Ordenador que tratan.

Estas medidas propuestas se detallan con ejemplos concretos e imágenes (en los casos que se requiera) en el apartado del cuestionario de validación propiamente dicho.



Tabla 1. Propuestas de cambio en las versiones B y C de los cuestionarios respecto a la Teoría de Intercambio Social y elementos/áreas de la Interacción Persona-Ordenador sobre los que se actuará.

Capa de la Teoría de Intercambio Social	Relación	Conversación	Apariencia	
Dimensión de actuación	Confianza	<i>Engagement</i>	Usabilidad / Experiencia de usuario	Diseño
Adecuación de la imagen al resto de los productos del observatorio	X		X	X
Inclusión del logotipo del observatorio + logotipo de la universidad	X			
Inclusión de barra de progreso			X	X
Foco visual sobre la acción concreta			X	X
Desactivación de elementos de control una vez iniciada una acción (ejemplo: desactivar los botones una vez que se pulsa uno de ellos hasta que se termina de realizar la acción deseada).	X		X	
En elementos relacionados, en lugar de tener agrupaciones más pequeñas y específicas, utilizar alguna más grande siguiendo la ley de la Gestalt sobre agrupación. En este caso la cabecera de la tabla quedaría fijada mientras que en el contenido se pueda hacer <i>scroll</i> .			X	X
Cambios en el texto de introducción al cuestionario	X	X		
En las preguntas relacionadas con la comunidad en la que viven, cambiar un selector <i>drop-down</i> por un mapa con las comunidades autónomas de España en la que el usuario pueda pinchar en la correspondiente		X		X
Inclusión de <i>feedback</i> textual relacionado con las respuestas del usuario incluyendo información que pueda ser relevante.		X		X
Inclusión de notificaciones <i>push</i> web que permitan mandar al usuario mensajes de ánimo si abandona el cuestionario		X		

Agradecimientos

La investigación que ha dado lugar a estos resultados ha sido impulsada por la Obra Social “la Caixa”. Del mismo modo, el autor Juan Cruz-Benito agradece a la Junta de Castilla y León y al Fondo Social Europeo la financiación de su contrato de investigador predoctoral.



Referencias

- [1] C. Jarrett and G. Gaffney, *Forms that work: Designing Web forms for usability*. Morgan Kaufmann, 2009.
- [2] D. A. Dillman, *Mail and internet surveys: The tailored design method*. Wiley New York, 2000.
- [3] F. Michavila, M. Martín-González, J. M. Martínez, F. J. García-Peñalvo, and J. Cruz-Benito, "Analyzing the employability and employment factors of graduate students in Spain: The OEEU Information System," presented at the Third International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality (TEEM'15), Porto, Portugal, 2015.
- [4] F. Michavila, J. M. Martínez, M. Martín-González, F. J. García-Peñalvo, and J. Cruz-Benito, "Barómetro de Empleabilidad y Empleo de los Universitarios en España, 2015 (Primer informe de resultados)," 2016.
- [5] J. C. Sánchez-Prieto, S. Olmos-Migueláñez, and F. J. García-Peñalvo, "Informal tools in formal contexts: Development of a model to assess the acceptance of mobile technologies among teachers," *Computers in Human Behavior*, vol. 55, pp. 519-528, 2016.
- [6] S. P. Anderson, *Seductive Interaction Design: Creating Playful, Fun, and Effective User Experiences, Portable Document*. Pearson Education, 2011.
- [7] P. Kveton, M. Jelínek, H. Klimusová, and D. Voboril, "Data collection on the Internet: Evaluation of Web-based questionnaires," *Studia psychologica*, vol. 49, no. 1, p. 81, 2007.
- [8] C. Flavián, R. Gurrea, and C. Orús, "The effect of product presentation mode on the perceived content and content quality of web sites," *Online Information Review*, vol. 33, no. 6, pp. 1103-1128, 2009.
- [9] W. Huber and P. Vitouch, "Usability and accessibility on the internet: Effects of accessible web design on usability," in *International Conference on Computers for Handicapped Persons*, 2008, pp. 482-489: Springer.
- [10] M. Seckler, S. Heinz, S. Forde, A. N. Tuch, and K. Opwis, "Trust and distrust on the web: User experiences and website characteristics," *Computers in Human Behavior*, vol. 45, pp. 39-50, 2015.
- [11] B. Shneiderman, "Designing trust into online experiences," *Communications of the ACM*, vol. 43, no. 12, pp. 57-59, 2000.
- [12] M. Recabarren and M. Nussbaum, "Exploring the feasibility of web form adaptation to users' cultural dimension scores," *User Modeling and User-Adapted Interaction*, vol. 20, no. 1, pp. 87-108, 2010.
- [13] S. F. Pengnate and R. Sarathy, "An experimental investigation of the influence of website emotional design features on trust in unfamiliar online vendors," *Computers in Human Behavior*, vol. 67, pp. 49-60, 2017.
- [14] M. Seckler, A. N. Tuch, K. Opwis, and J. A. Bargas-Avila, "User-friendly locations of error messages in web forms: Put them on the right side of the erroneous input field," *Interacting with Computers*, vol. 24, no. 3, pp. 107-118, 2012.
- [15] ISO/DIS, "Draft BS ENISO 9241-220 Ergonomics of human-computer interaction. Part 220: Processes for enabling, executing and assessing human-centred design within organizations," 2016.

Herramienta de validación, mejora de cuestionarios OEEU v.1

GRupo de investigación en InterAcción y eLearning

Autor/es: Juan Cruz-Benito, Roberto Therón,

Francisco J. García-Peñalvo, Martín Martín-González



- [16] ISO/DIS, "Ergonomics of human-system interaction — Part 125: Guidance on visual presentation of Information," 2013.
- [17] N. Bevan, J. Carter, and S. Harker, "ISO 9241-11 revised: What have we learnt about usability since 1998?," in *International Conference on Human-Computer Interaction*, 2015, pp. 143-151: Springer.
- [18] S. Sayago and J. Blat, "Some Aspects of Designing Accessible Online Forms for the Young Elderly," in *WEBIST (2)*, 2007, pp. 13-17.
- [19] S. Stieger and U.-D. Reips, "What are participants doing while filling in an online questionnaire: A paradata collection tool and an empirical study," *Computers in Human Behavior*, vol. 26, no. 6, pp. 1488-1495, 2010.



Evaluación de los cambios propuestos para la mejora de elementos UX/Engagement para los cuestionarios de recogida de información de egresados en el contexto del Observatorio de Empleabilidad y Empleo Universitarios (OEEU)

A continuación se expondrán los distintos cambios propuestos para cada experimento y sub-experimento comentados anteriormente. Podrás opinar acerca de su pertinencia, claridad e importancia y hacer un comentario abierto en el que comentar tu opinión de forma no estructurada.

Si lo prefieres, hay una versión online del cuestionario que puedes completar en la URL <https://goo.gl/forms/kXXwQQcV6VrWAjyF2>

Gracias por tu participación.

Sexo:

- Hombre
- Mujer

Edad:

- Hasta 30 años
- Entre 31 y 40 años
- Entre 41 y 50 años
- Entre 51 y 60 años
- Más de 60 años

Área de conocimiento:

- Artes y Humanidades
- Ciencias
- Ciencias de la Salud
- Ciencias Sociales y Jurídicas
- Ingeniería y arquitectura

Herramienta de validación, mejora de cuestionarios OEEU v.1
GRupo de investigación en InterAcción y eLearning
Autor/es: Juan Cruz-Benito, Roberto Therón,
Francisco J. García-Peñalvo, Martín Martín-González



¿Cuál es tu campo de especialización (informática, economía, política, etc.)? (Respuesta abierta)



Propuesta para el texto de invitación a los cuestionarios

El texto original de la invitación aparece a continuación. En principio a la mayoría de universidades se les ofrecerá utilizarlo del mismo modo que en la anterior edición. Este texto adjunto simplemente cambiaría indicando que en esta edición se trata de un cuestionario relacionado con estudios de máster y haciendo referencia a la edición anterior de grado.

Estimado/a egresado/a (si la Universidad quiere, puede enviar el correo personalizado indicando el nombre del/de la egresado/a):

Desde la Universidad (nombre de la Universidad) te pedimos que dediques 15 minutos de tu tiempo a responder un cuestionario —que por primera vez se aplica a todas las universidades españolas—, para conocer la situación laboral de los titulados universitarios.

Los datos introducidos serán tratados de manera anónima por la Universidad (nombre de la Universidad) y el Observatorio de Empleabilidad y Empleo Universitarios (OEEU), cumpliendo con la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD). Los resultados agregados podrás consultarlos próximamente en la página web del Observatorio (www.oeeu.org).

Entre los que respondan la encuesta se sortearán, durante el mes de junio de 2015, 10 tabletas Samsung Galaxy Tab 4.

Pincha aquí para realizar la encuesta: «[URL](#)»

¡Muchas gracias por colaborar!

Un cordial saludo,

Nombre de la Universidad
Correo electrónico de contacto
Teléfono de contacto

Observatorio de Empleabilidad y Empleo Universitarios
udyc@oeeu.org
913364185

Por otra parte, a ciertas universidades participantes en la anterior edición (USAL, UPM, etc.) se les ofrecerá pasar una invitación al cuestionario similar a la siguiente. Entre los cambios propuestos, destaca la inclusión del logotipo de la Universidad que envía la invitación, la inclusión del logotipo del Observatorio de Empleabilidad y Empleo Universitario, un diseño acorde a los colores y tipografías que se utilizarán en el cuestionario, y un cambio en el texto de forma que sea una invitación más personal hacia el egresado.

Estos cambios tienen como intención mejorar la confianza del usuario hacia el cuestionario y la actividad del Observatorio.

Herramienta de validación, mejora de cuestionarios OEEU v.1
GRupo de investigación en InterAcción y eLearning
Autor/es: Juan Cruz-Benito, Roberto Therón,
Francisco J. García-Peñalvo, Martín Martín-González



Estimado/a egresado/a (si la Universidad quiere, puede enviar el correo personalizado indicando el nombre del/de la egresado/a):

Desde la Universidad (nombre de la Universidad) y el Observatorio de Empleabilidad y Empleo Universitarios (OEEU, <http://oeeu.org>) te invitamos a participar en un estudio para conocer la situación laboral de los titulados de máster en España. Para ello, te pedimos que dediques poco más de 15 minutos de tu tiempo en completar el cuestionario que te proponemos al final de este correo electrónico. En el cuestionario se te preguntará por diversos aspectos de tu vida laboral, personal (datos demográficos) y académica para intentar analizar cómo consiguen empleo los egresados de máster en España y qué aspectos afectan a su empleabilidad. Los datos que introduzcas serán tratados de manera absolutamente anónima y cumpliendo siempre con la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD).

Como contraprestación a tu colaboración, sortearemos durante el mes de Julio de 2017, 10 tabletas Samsung Galaxy Tab 4. También serás el primero en conocer los resultados de aquellos estudios realizados el cuestionario.

Pincha aquí para comenzar con la encuesta: <<URL personalizada>>
¡Muchas gracias por tu colaboración!

Un cordial saludo,
Nombre de la Universidad
Correo electrónico de contacto
Teléfono de contacto

Observatorio de Empleabilidad y Empleo Universitarios
udyc@oeeu.org
913364185

Herramienta de validación, mejora de cuestionarios OEEU v.1

GRupo de investigación en InterAcción y eLearning

Autor/es: Juan Cruz-Benito, Roberto Therón,

Francisco J. García-Peñalvo, Martín Martín-González



Valoración de los cambios propuestos:

Pertinencia	Claridad	Importancia
1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Observaciones



Propuesta de modificación del cuestionario para la variante B

Adecuación de la imagen (interfaz del cuestionario) al resto de los productos del observatorio. Modificación de colores, logotipos, tipografía, etc., de acuerdo a otros productos del Observatorio como la web <http://datos.oeeu.org>.

Pertinencia	Claridad	Importancia
1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Observaciones

Inclusión del logotipo del Observatorio y el logotipo de la universidad del egresado en la cabecera de cada página/pantalla del cuestionario.

Pertinencia	Claridad	Importancia
1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Observaciones



Inclusión de barra de progreso en las páginas/pantallas del cuestionario, de modo que el usuario sea capaz de conocer su avance en la tarea de completar el cuestionario y cuánto le queda para finalizarlo.

Pertinencia	Claridad	Importancia
1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Observaciones

Foco visual sobre la acción concreta. En este caso, la web proporcionará un efecto de foco al usuario en el que percibirá siempre en el centro de la pantalla la tarea que tiene que resolver (típicamente contestar una pregunta del cuestionario), haciendo un efecto de desenfocado en los elementos que no sean fundamentales durante la resolución de la misma.

Para una obtener aclaración visual sobre esta propuesta, se pueden visitar los siguientes enlaces:

<https://drive.google.com/file/d/0BwS7cZg3riXtJtNGhkMnlzXzg/view?usp=sharing>,

<https://drive.google.com/file/d/0BwS7cZg3riXtWGklbmlvSVB5dDg/view?usp=sharing>

Pertinencia	Claridad	Importancia
1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Observaciones



Observaciones

--



Propuesta de modificación del cuestionario para la variante C

Cambios en el texto de introducción al cuestionario. En este caso se buscará un cambio en el texto de forma similar a la modificación en la invitación a los usuarios de un modo más personal y aportando argumentos de peso para influenciar una mejor percepción de lo que se va a realizar, mejorando la confianza en el cuestionario y la entidad que lo propone.

Texto de la anterior edición fue (en la variante A se actualizarán únicamente los datos del sorteo, etc.):

Cuestionario de Empleabilidad

El objetivo de este cuestionario es conocer la situación laboral de los/las egresados/as universitarios/as y, de esta forma, ofrecer información que contribuya al diseño de políticas educativas y de empleo que mejoren la coordinación entre la enseñanza universitaria y el mercado de trabajo; favoreciendo que los graduados tengan una trayectoria laboral más adecuada y satisfactoria.

Te recordamos que el cuestionario es **anónimo** y que sólo por completar la encuesta participarás en el sorteo de 10 tabletas Samsung Galaxy Tab 4.

Si tienes alguna duda o quieres hacernos llegar tus comentarios, puedes hacerlo por correo electrónico (udyc@oeeu.org) o llamando al teléfono [913364185](tel:913364185).

¡Muchas gracias por colaborar!

[Iniciar cuestionario](#)



En este caso de las variantes B y C del cuestionario, el texto de introducción pasaría a ser:

Bienvenido al Cuestionario de Empleabilidad y Empleo Universitarios

Gracias por querer participar. Este cuestionario pretende conocer y analizar la situación de egresados de estudios de máster de universidades españolas como tú. Nuestro objetivo con este análisis es ayudar con los resultados a diseñar políticas educativas y de empleo que mejoren la coordinación entre la enseñanza universitaria y el mercado de trabajo; favoreciendo que los egresados como tú podáis tener más oportunidades de conseguir un empleo o mejorarlo.

Te recordamos una vez más que este cuestionario es anónimo y cumple con lo estipulado en la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD).

También queremos premiar tu dedicación al completarlo, por ello al finalizarlo podrás participar en el sorteo de 10 tabletas Samsung Galaxy Tab 4.

Si tienes cualquier duda o comentario, no dudes en contactarnos en el correo udyc@oeeu.org o en el teléfono 913364185

¡Muchas gracias por colaborar!

Pertinencia	Claridad	Importancia
1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observaciones

Herramienta de validación, mejora de cuestionarios OEEU v.1

GRupo de investigación en InterAcción y eLearning

Autor/es: Juan Cruz-Benito, Roberto Therón,

Francisco J. García-Peñalvo, Martín Martín-González



En las preguntas relacionadas con la comunidad en la que viven, cambiar un selector *drop-down* por un mapa con las comunidades autónomas de España en la que el usuario pueda pinchar en la correspondiente. En este caso se busca que haya elementos visuales diferentes a los habituales y que permitan que el usuario interactúe de formas distintas durante el cuestionario y no sufra tanta fatiga sobre la repetición de acciones.

Como ejemplo, la pregunta:

¿Dónde tienes tu residencia habitual?

Pasaría a ser (reconociendo el formulario la comunidad donde pulse el usuario):

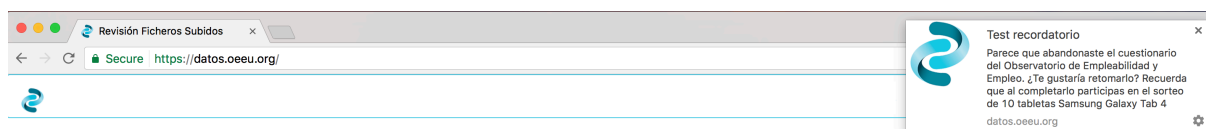
¿Dónde tienes tu residencia habitual?

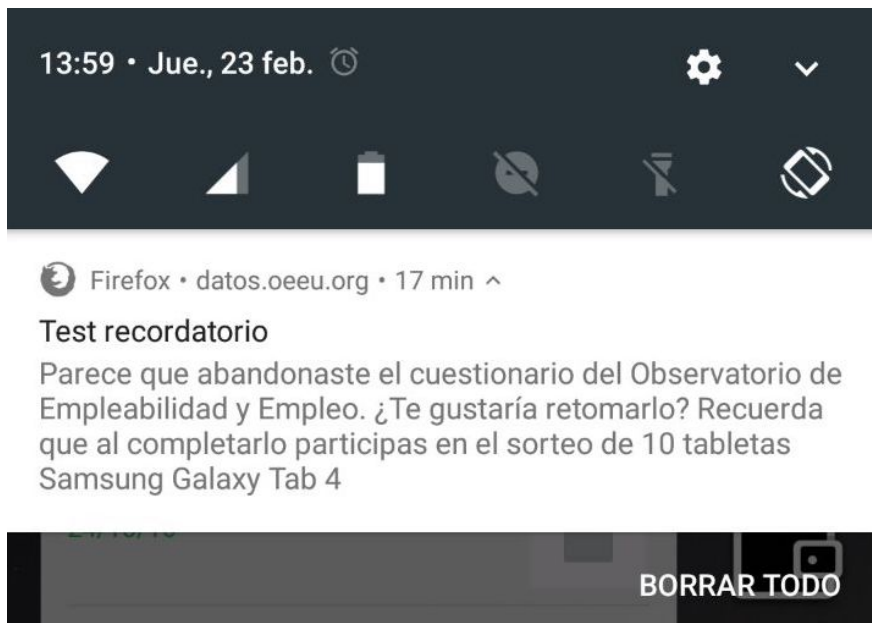




Observaciones

Inclusión de notificaciones *push* web que permitan mandar al usuario mensajes de ánimo si abandona el cuestionario. Estas notificaciones solo podrán ser enviadas si el usuario acepta explícitamente. Las notificaciones irán acompañadas del enlace para retomar su cuestionario. Desde un punto de vista técnico, las notificaciones se enviarán a los navegadores Chrome, Firefox y Safari en los Sistemas Operativos Windows, Linux y MacOS de escritorio y a móviles Android con alguno de esos navegadores (cuota total de mercado estimada que se cubre un 61-77%).





Pertinencia	Claridad	Importancia
1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Observaciones