**PREGUNTAS DICOTÓMICAS**

Hay preguntas que el ser humano se ha hecho desde tiempos inmemoriales y cuya respuesta definitiva aún no conocemos o no hay un consenso (¿Los extraterrestres existen? ¿Hay una fuerza creadora? ¿Existe la vida después de la muerte?), preguntas que pueden dividir a las grandes naciones en dos ([¿Las quesadillas llevan queso?](https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-44855786)) o unirlas ([¿Fue penal? ¡No!](https://heraldodemexico.com.mx/meta/van-1826-dias-y-no-era-penal-a-5-anos-de-la-fatidica-derrota-de-mexico-ante-holanda/)) y preguntas que conciernen a nuestra vida personal (¿Tener o no tener hijos?, ¿Tomo vacaciones ahora o dentro de un mes?). Sin embargo, todas estas preguntas tienen como punto en común el hecho de que sus respuestas pueden reducirse a dos opciones: Sí o no, a favor o en contra, de acuerdo o en desacuerdo, “x” o “y”. Son ejemplos de preguntas dicotómicas y pueden ser de gran utilidad para una encuesta.

¿Qué es una pregunta dicotómica?

A pesar de que su nombre podría hacernos pensar que se trata de una pregunta con alguna estructura compleja, en realidad es todo lo contrario. Las preguntas dicotómicas son aquellas que solo presentan dos opciones posibles. ¿Cuál es la finalidad de una pregunta dicotómica? Dividir a los encuestados en dos grupos según sus opiniones, experiencias o cualidades. Un ejemplo de una pregunta dicotómica sería la siguiente:

¿Has comprado alguna vez nuestros productos por medio de nuestro sitio web?

* Sí
* No

¿Cuándo usar una pregunta dicotómica?

Hay muchas situaciones en las que puedes usar las preguntas dicotómicas en tus encuestas. Aquí te mostramos algunas:

* **¡Para satisfacer tu curiosidad innata!:**¿Cuál se considera que es el primer día de la semana en los países latinoamericanos? ¿Lunes o domingo?
* **Como preguntas calificadoras:** Puedes usar las preguntas dicotómicas para separar a tu grupo de encuestados en dos, y así realizar preguntas diferentes a cada grupo.

Por ejemplo, supongamos que quieres realizar una encuesta de satisfacción del cliente para una cadena de tiendas de artículos de belleza. Sin embargo, solo quieres conocer la opinión de aquellas personas que han adquirido productos en línea. Puedes hacer la pregunta calificadora de la sección anterior de este artículo y redirigir a los encuestados que respondan “No” a una página de clasificación. El resto de los encuestados podrá continuar respondiendo la encuesta.

* **Para votaciones:**¿Tus compañeros de clase no pueden decidirse entre dos destinos para el viaje de graduación? ¡Somete la decisión a votación!
* **Para obtener percepciones rápidas:** Con las preguntas dicotómicas puedes poner a prueba, por ejemplo, dos anuncios similares y ver cuál es el que gusta más a tu público objetivo (pero te recomendamos profundizar en los resultados que obtengas mediante una prueba de conceptos).
* **Para conocer tendencias:**Las preguntas dicotómicas permiten realizar sondeos a gran escala para los que no tienes demasiado tiempo (o recursos) para analizar los resultados. Por ejemplo:

¿Estás de acuerdo con la actuación del actual presidente en materia de seguridad pública?

* Sí
* No

**Ventajas y desventajas de las preguntas dicotómicas**

Como todo, las preguntas dicotómicas ofrecen grandes ventajas, pero también desventajas.

**Ventajas**

* Permiten conocer tendencias en las opiniones o comportamientos de los encuestados.
* Los encuestados solo tienen dos opciones de respuesta, por lo que no necesitan reflexionar demasiado.
* Obliga a los encuestados a tomar partido sobre algún tema en particular.
* Los resultados son fáciles de analizar.

**Desventajas**

* Posibilidad de resultados imprecisos debido a la falta de opciones de respuesta: En algunos casos existe la posibilidad de que los encuestados hubieran contestado “ocasionalmente” o “tal vez”, pero sólo tuvieron dos opciones entre las cuales escoger. Por lo tanto, los resultados podrían no reflejar los verdaderos sentimientos de los encuestados.
* Si incluyes muchas preguntas dicotómicas, los encuestados pueden fastidiarse y contestar sin realmente meditar en sus respuestas: Supongamos que haces un cuestionario dicotómico en línea para una clínica de donación de sangre. En este formulario incluyes todos los requisitos que deben cumplir los encuestados para poder donar sangre y los encuestados solo deben responder “Sí” o “No”. Si los encuestados ven demasiadas preguntas, pueden empezar a responder sin realmente leer las preguntas en su totalidad.
* [Sesgo de tendencia al asentimiento](https://es.surveymonkey.com/mp/2-tips-for-writing-agree-disagree-survey-questions/): En el caso de las preguntas en las que el encuestado tiene que dar su opinión respondiendo “de acuerdo” o “en desacuerdo”, es más probable que tiendan a contestar según lo que creen que pueda hacerlos más aptos o más agradables a los ojos de los encuestadores. Por ejemplo, supongamos que a un grupo de estudiantes se les pide que respondan la siguiente pregunta:

**¿Consideras que el profesor sabe transmitir los conocimientos de esta materia?**

* De acuerdo
* En desacuerdo

Es muy probable que los estudiantes respondan “De acuerdo” si saben que el profesor les dará clase el siguiente semestre.

Consejos para convertir las desventajas de las preguntas dicotómicas en aciertos

No dejes que las desventajas de las preguntas dicotómicas te hagan perder la fe en ellas. Aquí te mostramos algunos consejos:

1. Antes de hacer una pregunta dicotómica, asegúrate de que no puede haber una opción intermedia entre los dos polos que ofreces.
2. Ofrece la posibilidad a los encuestados de [explicar](https://help.surveymonkey.com/articles/es/kb/How-can-I-create-a-yes-no-question-that-also-requires-additional-comments) porque dijeron “Si” o “No” como respuesta. ¡Te aseguramos que conocer las razones detrás de sus respuestas te será muy enriquecedor!
3. Para evitar el sesgo de tendencia al asentimiento, puedes usar una escala de Likert.
4. Otro consejo para evitar la tendencia al asentimiento, no olvides mencionar que tu encuesta es anónima en la página de presentación.
5. Si utilizaste una pregunta dicotómica (o varias) como pregunta calificadora, utiliza las funciones de lógica para que los encuestados solo respondan las preguntas que les conciernen.

Puedes leer más consejos para crear una encuesta eficaz en nuestro artículo [Cómo crear una encuesta que te permita obtener respuestas valiosas en 10 pasos fáciles](https://es.surveymonkey.com/mp/how-to-create-surveys/).

Cómo presentar tus hallazgos usando los paneles de resultados de SurveyMonkey

Debido a que solo hay dos respuestas posibles a tus preguntas dicotómicas, estas pueden visualizarse fácilmente por medio de gráficas de barras o pastel. En la sección **Analiza los resultados** de SurveyMonkey puedes elegir [qué resultados añadir a un panel de resultados](https://es.surveymonkey.com/curiosity/how-to-build-survey-results-report/) e incluso agregar comentarios para que los receptores de la información tengan más contexto. En la siguiente imagen te mostramos cómo luce un panel de resultados de una encuesta:

Si después de hacer una pregunta dicotómica, pediste a los encuestados que dieran más información sobre qué opinaban en un cuadro para comentarios o un cuadro de texto simple, puedes generar una [nube de palabras](https://help.surveymonkey.com/articles/es/kb/Word-Cloud) para que veas cuáles son las palabras que los encuestados más usaron. 

Así que ya lo sabes, ¿quieres darle rienda a tu curiosidad? ¡Crea tu cuestionario dicotómico en SurveyMonkey ya!

**VARIABLES DICOTOMICAS**  
En un análisis de regresión, la variable dependiente está influenciada frecuentemente por variables cuantitativas (por ejemplo: ingreso, precios, costos, etc.). Sin embargo, también puede estarlo por variables cualitativas (por ejemplo: género, raza, nacionalidad, etc.). A estas variables generalmente se les conoce como Variables Cualitativas, Dicotómicas o Variables Dummy. Ej: Al estimar la demanda por un producto puede ser relevante si el consumidor es hombre o mujer.  
  
**VARIABLES DICOTOMICAS**  
Puesto que la variable usualmente indica la presencia o ausencia de una “cualidad” o atributo, tal como femenino/masculino, negro/blanco, católico/no católico, etc., podríamos “cuantificar” tales   
Todas las comparaciones se hacen respecto a esta categoría.  
  
3.- El valor de la intersección (β1) representa el valor medio de la categoría de comparación.  
  
**PRECAUCIONES AL USAR VARIABLES DICOTOMICAS**  
4.- Los coeficientes que acompañan a las variables dicotómicas se les conoce como Coeficientes de la Intersección Diferencial. Estos indican en qué medida el valor de la intersección que se le asigna 1 difiere del coeficiente de intersección de la categoría de comparación.  
  
Ejm: El valor de -1.734 señala que el salario promedio de los profesores del Norte es menor en casi $1.734 que el salario medio de los profesores del Oeste ($26.159)  
  
**PRECAUCIONES AL USAR VARIABLES DICOTOMICAS**  
5.- Si una variable cualitativa tiene más de una categoría (como en el ejemplo), la elección de la categoría de comparación se deja a criterio del investigador. La elección puede depender del problema que esté estudiando, pero las conclusiones generales no cambian.

**REGRESIÓN CON VARIABLES CUANTITATIVAS Y CUALITATIVAS**  
El uso de variables cualitativas puede afectar de 3 maneras la estimación del modelo. 1.- Puede afectar al intercepto, o sea, el hecho de que una muestra presente un determinado atributo afecta la posición de la curva. 2.- Puede afectar la pendiente de la curva. 3.- Puede afectar tanto a la pendiente como al parámetro de posición.