



400B.

Data. Insights.
Solutions.

**Informe de campo del estudio
cuantitativo**

**El colectivo LGTBIQ+ en la
ciudad de Madrid**

**Dirección General de Innovación y
Estrategia Social**

Ayuntamiento de Madrid



familias, igualdad y
bienestar social

MADRID



Índice

1. Introducción	3
2. Acerca de las encuestas online	4
3. Diseño de la encuesta.....	6
4. Pretest.....	7
5. El cuestionario	8
6. Recolección de datos.....	9
7. Depuración y validación de encuestas	13



1. Introducción

El presente documento recoge el Informe de Campo del estudio ***El colectivo LGTBIQ+ de la ciudad de Madrid.***

Este estudio tiene como objetivo general realizar un **análisis exploratorio sobre el colectivo LGTBIQ+ de la ciudad de Madrid**, abordando su perfil personal y aspectos de su vida como su entorno social, familiar y laboral, vivencias, experiencias y opiniones, la discriminación social y las dificultades a las que se enfrentan.

Para la consecución de los objetivos planteados, se ha realizado un **estudio cuantitativo** de administración online a una muestra compuesta por **600 personas del colectivo LGTBIQ+ residentes en la ciudad de Madrid de entre 18-75 años.**

Con anterioridad al trabajo de campo, **se realizó una prueba piloto con el objetivo de realizar un control de calidad de la encuesta**, observar la adecuación y comprensión del cuestionario e introducir los cambios necesarios.

2. Acerca de las encuestas online

Con respecto a la metodología online, cabe mencionar que la **tradicional limitación de cobertura de este método se ha visto significativamente reducida a medida que se ha ido extendiendo la accesibilidad a internet y a las nuevas tecnologías.**

Según los datos del INE, en el año 2020 en España, el 93,2 de la población de 16 a 74 años ha utilizado Internet en los últimos tres meses. Esto supone un total de 32,8 millones de usuarios. **Este alto nivel de acceso a Internet garantiza la cobertura de la población general de las encuestas online.**

Entre las principales ventajas de la modalidad online, destacan la **rapidez en la recogida de información y el menor coste de investigación** que tiene en comparación con otros métodos de encuesta como el telefónico y el presencial. Además, presenta una ventaja a la hora de aproximarse a cuestionarios de gran extensión ya que puede realizarse en varias fases. Así mismo, al contrario que la modalidad telefónica, da la posibilidad de introducir recursos audiovisuales en el mismo. Finalmente, **resulta especialmente destacable** que al tratarse de una **modalidad autoadministrada, los potenciales sesgos de deseabilidad social son minimizados como consecuencia de la ausencia de una persona entrevistadora, algo de especial relevancia en un estudio como este sobre el colectivo LGTBIQ+.**

En este estudio, **la encuesta online se ha implementado a través de paneles de internautas formados por personas que voluntariamente han consentido recibir encuestas a través de su correo electrónico con el fin de colaborar en estudios de mercado y de opinión.**



40dB. dispone de un panel propio con más de 15.000 usuarios registrados y perfilados para la realización de encuestas online. Además, se encuentra integrado en una red global con acceso a más de 650.000 panelistas activos¹ en España. Así mismo, en el caso de ámbitos de aplicación de la encuesta de menor tamaño contamos con una amplia trayectoria de colaboración con paneles online especializados en estos perfiles y segmentos.

Todos los paneles cuentan con la Certificación ISO 26362 específica para paneles de accesos online, que garantiza un alto estándar de calidad para la gestión de paneles de investigación.

El reclutamiento de cada panel se realiza mediante alguno de los siguientes métodos:

- captación pasiva: está abierto a todas las personas. Éstas se apuntan directamente al panel a través de una web de paneles, redes sociales, etc. de manera libre.
- captación activa: sólo resulta posible registrarse en el panel tras recibir una invitación para hacerlo.

El combinar diversos paneles y métodos de captación permite acceder a una gran diversidad de perfiles evitando los sesgos que pueda tener un panel y/o método de captación en particular.

¹ Panelistas que han participado en al menos una encuesta en el último año (norma ISO 26362).

3. Diseño de la encuesta

El **estudio cuantitativo** de administración online se diseñó para recoger información detallada sobre el **universo de personas LGTBIQ+ residentes en la ciudad de Madrid de entre 18-75 años**, definiendo un tamaño muestral de **600 encuestas**.

Ante la ausencia de información detallada sobre el tamaño y las características sociodemográficas de esta población, **no fue posible establecer directamente cuotas específicas en la muestra de personas LGTBIQ+** residentes en la ciudad de Madrid de entre 18-75 años.

Así, con vistas a **maximizar la representatividad de la muestra**, se establecieron **cuotas por sexo y edad²**, representativas de los residentes en la ciudad de Madrid de 18 a 75 años entre las personas que accedían a la encuesta y completaban las **preguntas sobre características sociodemográficas básicas**, así como **la pregunta acerca de la pertenencia o no al colectivo**.

El **cuestionario se diseñó**, por lo tanto, **para recoger las variables de edad, distrito de residencia, sexo biológico y pertenencia o no al colectivo para todas aquellas personas que accedían a la encuesta**. Una vez recogidas estas variables, únicamente las que declaraban formar parte del colectivo completaban la encuesta.

Puesto que el punto de partida es una muestra representativa por sexo y edad de los ciudadanos/as residentes en la ciudad de Madrid de 18 a 75 años, **se asume que la muestra correspondiente a las personas filtradas es representativa de su colectivo**.

² Según los datos de la Explotación estadística del Padrón Municipal de Habitantes revisado a 1 de enero de 2020 del Ayuntamiento de Madrid.



4. Pretest

Con el objetivo de realizar **un control de calidad** y **observar la adecuación y comprensión de las preguntas** y, en especial, la pregunta abierta que recoge el cuestionario, se realizó el día 16 de abril de 2021 **una prueba piloto recopilando un total de 7 encuestas válidas y completas** de residentes en Madrid de 18 a 75 años pertenecientes al colectivo LGTBIQ+.

Durante la prueba piloto no se detectaron incidencias en el desarrollo global de la encuesta.

El análisis del pre-test **sugirió la necesidad de definir de forma más precisa el concepto de *intersexual*** recogido en la pregunta sobre pertenencia al colectivo.

Así mismo, **permitió validar la pregunta abierta tal y como estaba diseñada**, sin necesidad de codificación previa de las respuestas al haber obtenido un alto porcentaje de respuestas válidas en la prueba piloto.



5. El cuestionario

El cuestionario administrado al colectivo cuenta con 37 preguntas y **una duración media de 10,9 minutos.**

Incluye los siguientes bloques:

- **variables sociodemográficas y socioeconómicas:** sexo biológico, edad, distrito de residencia, estado civil, nivel de estudios, situación laboral, ingresos del hogar, etc.
- **entorno social y familiar:** edad en la que se dieron cuenta de su condición identidad y en la que lo hablaron por primera vez, reacción de su entorno cercano (madre, padre, amigos/as), etc.
- **situaciones de discriminación e intolerancia percibidas** en diferentes contextos
- **apoyo institucional percibido y pertenencia a asociaciones LGTBIQ+**
- **una pregunta abierta de asociación de términos a la ciudad de Madrid** en relación con el colectivo LGTBIQ+



6. Recolección de datos

El trabajo de campo inició el día **21 de abril** y finalizó el **7 mayo de 2021**.

La muestra final cuenta con **600 encuestas válidas y completas**. Las encuestas del pre-test no se incluyeron en la muestra definitiva.

La muestra cumple con las siguientes características:

- ✓ residentes en la ciudad de Madrid
- ✓ con edades comprendidas entre los 18 y 75 años de edad
- ✓ que se identifican como gays, lesbianas, bisexuales, intersexuales, transexuales, queers u otra identidad u orientación sexual o de género dentro del abanico LGTBIQ+.

La distribución muestral por sexo y edad se recoge en las siguientes tablas:

Tabla 1: Distribución muestral por sexo biológico

Sexo biológico	%	N.
Hombre	55,3	332
Mujer	44,7	268
Total	100	600



Tabla 2: Distribución muestral por edad

Edad	%	N.
18-24 años	18,0	108
25-34 años	27,8	167
35-44 años	24,2	145
45-54 años	14,0	84
55-75 años	16,0	96
Total	100	600

Para conseguir las 600 encuestas válidas y completas a personas pertenecientes al colectivo LGTBIQ+ de 18-75 años residentes en la ciudad de Madrid, **se registraron las siguientes métricas:**

Tabla 3: Métricas de la encuesta

		N.
FASE 1	Invitaciones enviadas:	15.908
	Invitaciones que no llegaron al destinatario:	54
	Personas que inician la encuesta pertenezcan o no al colectivo:	5.992
	Personas excluidas por no cumplir el criterio de edad y/o de residencia, pertenezcan o no al colectivo:	1.064
	Personas que abandonaron la encuesta antes de completar la información sobre su edad, distrito de residencia, sexo biológico y pertenencia al colectivo:	601
	Personas con datos completos sobre edad, sexo biológico, y distrito de residencia excluidas por no pertenecer al colectivo:	3.514
FASE 2	Personas con datos completos sobre edad, sexo biológico, y distrito de residencia pertenecientes al colectivo:	813
	Personas pertenecientes al colectivo que abandonaron la encuesta sin completarla:	98
	Personas pertenecientes al colectivo que fueron expulsadas por no contestar correctamente a la pregunta trampa:	22
	Personas pertenecientes al colectivo que completaron el cuestionario pero fueron eliminadas por otros motivos de calidad:	93

Así, se consiguieron un total de 4.327 encuestas representativas por sexo y edad de personas residentes en la ciudad de Madrid de entre 18 y 75 años incluyendo a personas pertenecientes y no al colectivo (Tablas 4 , 5 y 6).

Tabla 4: Distribución por sexo biológico del total de encuestas a personas pertenecientes y no al colectivo LGTBIQ+

Sexo biológico	%	N.
Hombre	48,5	2.098
Mujer	51,5	2.229
Total	100	4.327

Tabla 5: Distribución por edad del total de encuestas a personas pertenecientes y no al colectivo LGTBIQ+

Edad	%	N.
18-24 años	9,2	398
25-34 años	18,8	814
35-44 años	20,1	870
45-54 años	18,7	807
55-75 años	33,2	1.438
Total	100	4.327

Tabla 6: Distribución por distrito del total de encuestas a personas pertenecientes y no al colectivo LGTBIQ+

Distrito de residencia	%	N
Arganzuela	7,2	311
Barajas	5,5	239
Carabanchel	4,2	182
Centro	3,8	166
Chamartín	4,8	206
Chamberí	4,2	180
Ciudad Lineal	4,7	203
Fuencarral – El Pardo	6,4	278
Hortaleza	3,2	139



Distrito de residencia	%	N
Latina	6,5	282
Moncloa – Aravaca	6,6	285
Moratalaz	3,2	140
Puente de Vallecas	5,9	255
Retiro	3,3	144
Salamanca	7,0	301
San Blas – Canillejas	5,8	252
Tetuán	4,3	187
Usera	3,6	155
Vicálvaro	2,8	120
Villa de Vallecas	4,4	191
Villaverde	1,6	71
No lo sé	0,9	40
Total	100	4.327

Estas **4.327 encuestas de personas residentes en Madrid de 18-75 años se dividen entre:**

- **3.514 encuestas de personas** que completaron las preguntas de edad, distrito de residencia, sexo biológico y **que declaraban no pertenecen al colectivo.**
- **813 encuestas** de personas que completaron las preguntas de edad, distrito de residencia, sexo biológico y **que declaraban pertenecer al colectivo. Este dato incluye encuestas no completas y no válidas.**

Por lo tanto, de las **813 personas pertenecientes al colectivo LGTBIQ+ que iniciaron la encuesta**, un total de **98 la abandonaron** sin completarla y un total de **115 encuestas fueron excluidas por motivos de calidad**, obteniendo así la muestra final de 600 encuestas completas y válidas.

7. Depuración y validación de encuestas

Con el objetivo de conseguir una muestra final de 600 encuestas validas, el **trabajo de depuración y validación de encuestas se realizó de forma paralela al trabajo de campo.**

La muestra final está compuesta únicamente por aquellas encuestas que, además de cumplir con los criterios muestrales, cumplieron con los diferentes criterios de calidad establecidos para la encuesta.

En este sentido, para asegurar la calidad de los datos recopilados, se implementaron los siguientes controles:

- **Pregunta trampa:** El cuestionario incluyó una “pregunta trampa” para asegurar que la persona entrevistada leía detenidamente las preguntas de la encuesta. Las personas que fallaron esta pregunta fueron expulsadas de forma automática de la encuesta.
- **Duración del cuestionario:** Este criterio se usó para detectar las personas que contestaban de forma *muy rápida* a la encuesta, pudiendo indicar poca precisión en las respuestas. Los tiempos de respuesta largos no suponen un problema en términos de calidad puesto que pueden deberse a interrupciones durante la realización del cuestionario. Así, cuando se recopilaron un total de 384 encuestas completas y que habían superado la pregunta trampa-, se procedió a calcular la distribución del tiempo de la encuesta -el tiempo dedicado a completar el cuestionario desde la hora de inicio hasta la hora de finalización. El tiempo medio de realización de la encuesta con 384 encuestas fue de 10,7 minutos (641,4 segundos) y un 5% de las encuestas se realizaron en



un tiempo inferior o igual a 303 segundos. Así, se decidió eliminar de la muestra todas las encuestas que completaban la encuesta en un tiempo inferior o igual a 303 segundos.

- **Verificación de la coherencia y lógica de las respuestas:** Finalmente, entre las encuestas que cumplían los anteriores criterios de calidad, se realizaron diferentes pruebas para evaluar la consistencia de las respuestas:
 - ✓ Las respuestas a las preguntas abiertas se utilizaron para identificar encuestas potencialmente fraudulentas, a través del análisis del texto libre.
 - ✓ Así mismo, para comprobar la consistencia de las respuestas se usaron diferentes pruebas lógicas basadas en pares de preguntas. Por ejemplo, se eliminaron las encuestas de personas que declararon haberse dado cuenta de su identidad u orientación sexual o de género con mayor edad de la que tenían en el momento de realizar la encuesta.

Un total de 22 encuestas fueron excluidas por no responder correctamente a la pregunta trampa y otras 93 fueron consideradas no válidas por la rapidez de las respuestas o la falta de lógica y coherencia en las respuestas, **siendo un total de 115 las excluidas del conjunto final de datos.**

Una vez aplicados los controles de calidad y generada la base de datos definitiva, se procedió al análisis de los mismos.



www.40dB.es



info@40dB.es



+34 914 120 938



Calle del Infante 3
28014, Madrid

40dB.

Data. Insights.
Solutions.