

Estudio sobre la comunidad LGBTI+ en México: hábitos y percepciones

Mayo 2023





Índice

1 | Parámetros del proyecto **Pág. 3**

2 | Percepción de marcas LGBTI+ friendly **Pág. 7**

3 | Consumo de contenidos en medios digitales **Pág. 18**

4 | Vida familiar, laboral y sociedad **Pág. 23**

5 | Hábitos de viajes y vacaciones **Pág. 31**

6 | Presencia y cuidado de mascotas **Pág. 36**

7 | Evaluación de gobierno **Pág. 39**

8 | Orientación sexual e identidad de género **Pág. 43**

Parámetros del proyecto



Ficha técnica



METODOLOGÍA

Entrevistas auto aplicadas online con una duración aproximada de 5 minutos.

Para poder asegurar representatividad a nivel nacional los resultados fueron ponderados por edad y región de acuerdo con la ENDISEG 2021 del INEGI.

Encuesta financiada por Planning Quant.



PÚBLICO OBJETIVO

Personas de 18 años o más residentes de la República Mexicana y pertenecientes a la comunidad LGBTI+.



TAMAÑO DE LA MUESTRA Y ERROR

776 casos con un margen de error de +/- 3.6% al 95% de confianza

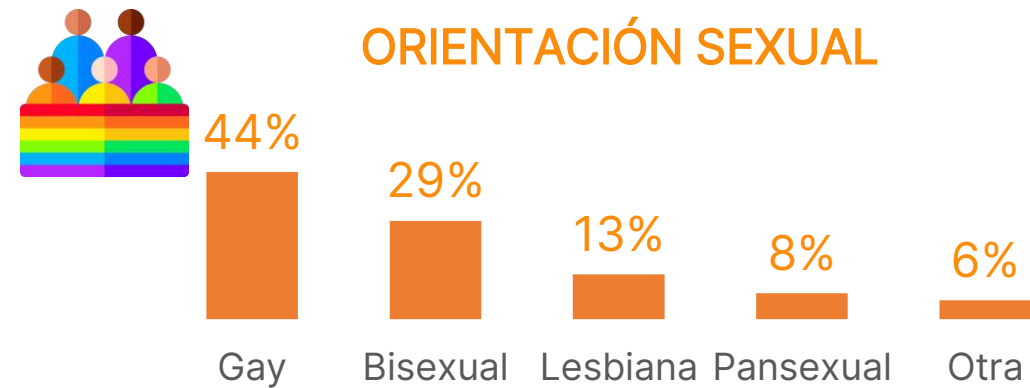
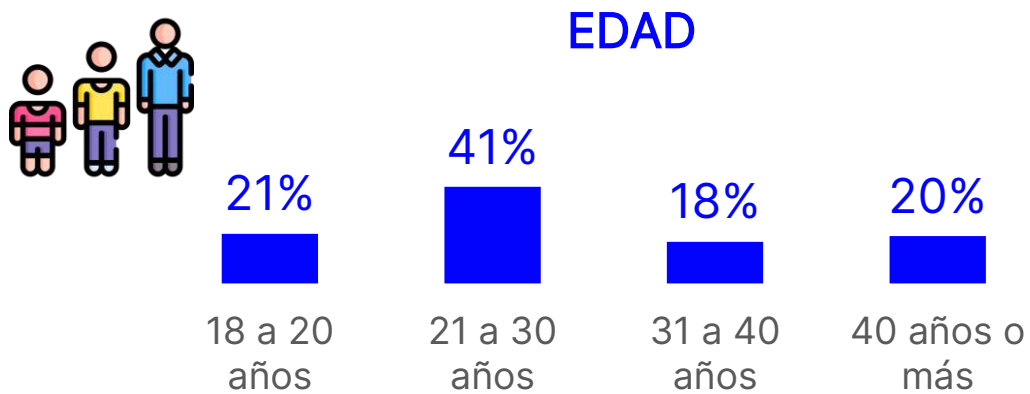
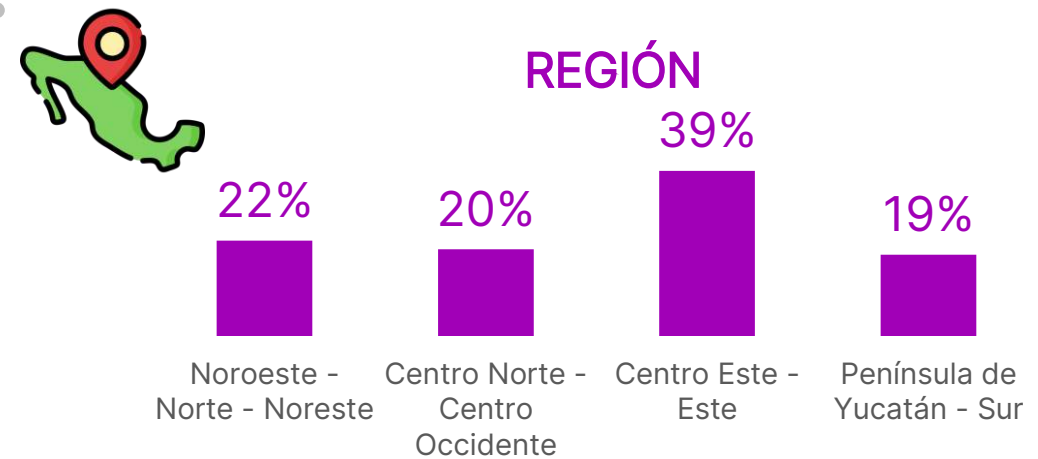
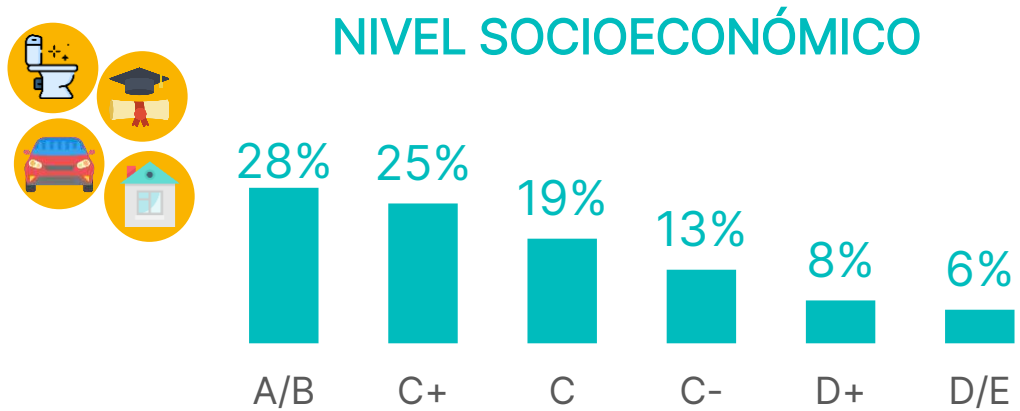


PERIODO DE LEVANTAMIENTO

Del 24 al 28 de mayo de 2023.



Perfil ponderado de los entrevistados





Descripción de las regiones



Región	Entidades
Noroeste / Norte / Noreste	Baja California, Baja California Sur, Sonora, Sinaloa, Chihuahua, Durango, Coahuila, Nuevo León, Tamaulipas
Centro Norte / Centro Occidente	Zacatecas, San Luis Potosí, Aguascalientes, Jalisco, Nayarit, Colima, Michoacán, Guanajuato
Centro Este / Este	Querétaro, Hidalgo, México, CDMX, Morelos, Tlaxcala, Puebla, Veracruz, Tabasco
Península de Yucatán / Sur	Campeche, Yucatán, Quintana Roo, Oaxaca, Chiapas, Guerrero

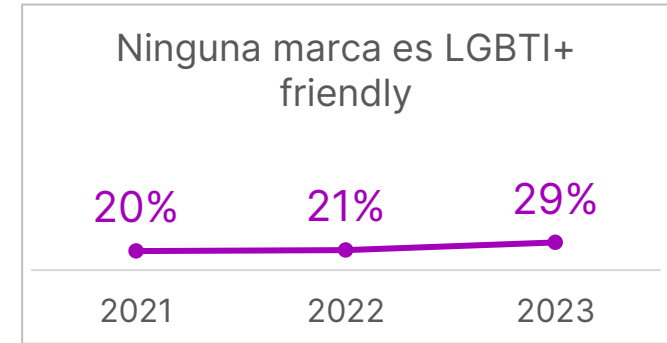


Percepción de marcas LGBTI+ friendly



En 2023, Doritos, Nike y Calvin Klein son las principales marcas consideradas **LGBTI+ friendly**. En el último año aumentó a 29% el porcentaje de personas que opinan que ninguna marca es amigable con la comunidad.

Principales marcas LGBTI+ friendly



En azul cielo se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto en 2023.

Base 2023: 776 entrevistados. Promedio de respuestas por persona 1.3
 Base 2022: 823 entrevistados. Promedio de respuestas por persona 1.3
 Base 2021: 533 entrevistados. Promedio de respuestas por persona 1.5

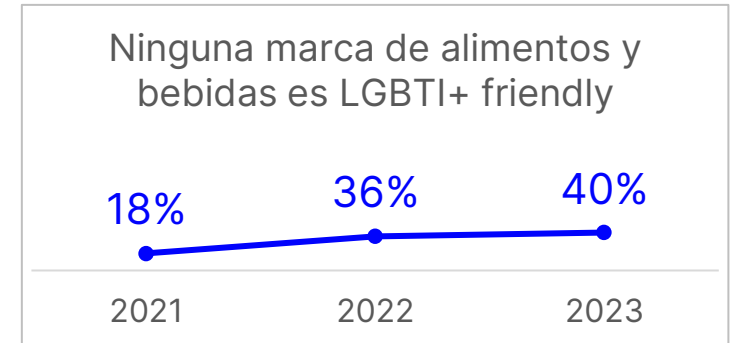
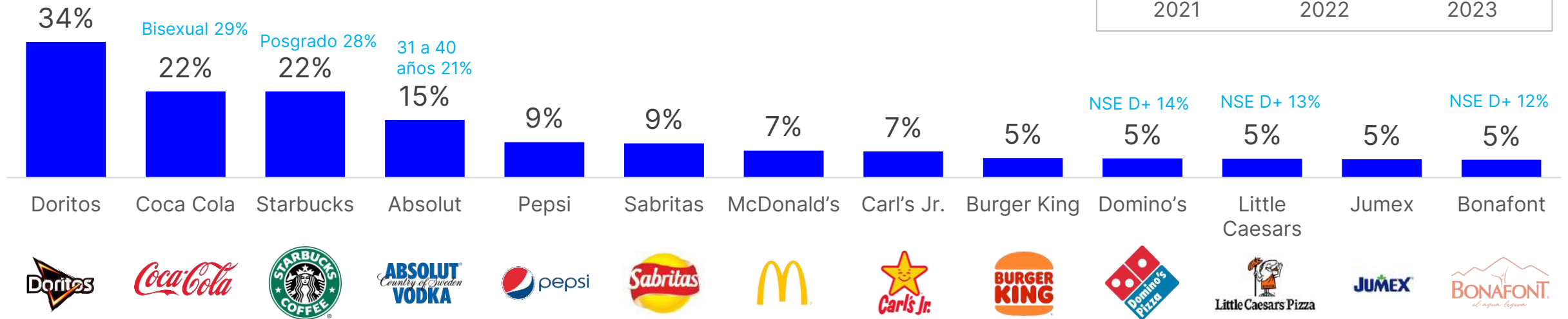
*Solo se presentan las principales menciones

2023: No sabe 54%
 2022: No sabe 59%
 2021: No sabe 48%



En 2023, las marcas más LGBTI+ friendly en **alimentos y bebidas** son **Doritos, Coca Cola y Starbucks.**

31 a 40 años 41%
21 a 30 años 40%



Base 2023: 776 entrevistados. Promedio de respuestas por persona 2.1

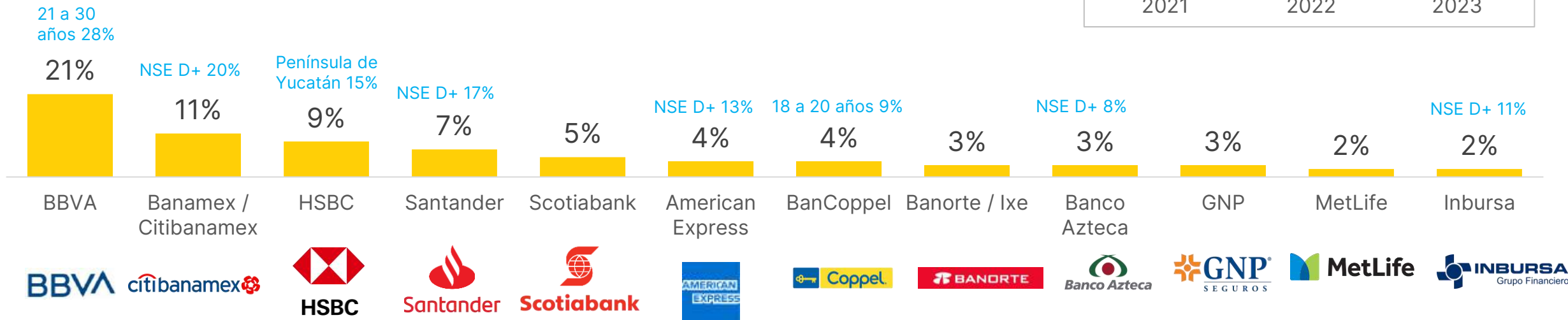
En azul cielo se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto

*Solo se presentan las principales menciones

2023: No sabe 1%
2022: No sabe 1%
2021: No sabe 1%



En 2023, las marcas más LGBTI+ friendly en **bancos y seguros** son **BBVA, Banamex y HSBC.**



Base 2023: 776 entrevistados. Promedio de respuestas por persona 1.5

En azul cielo se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto

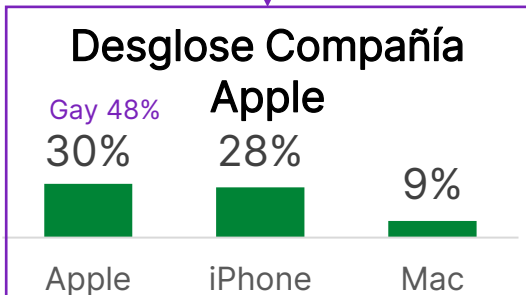
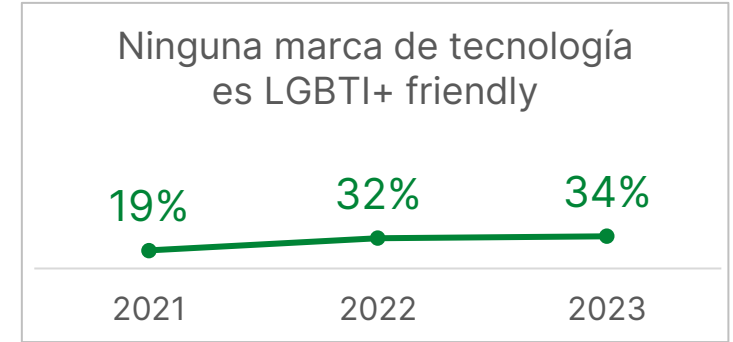
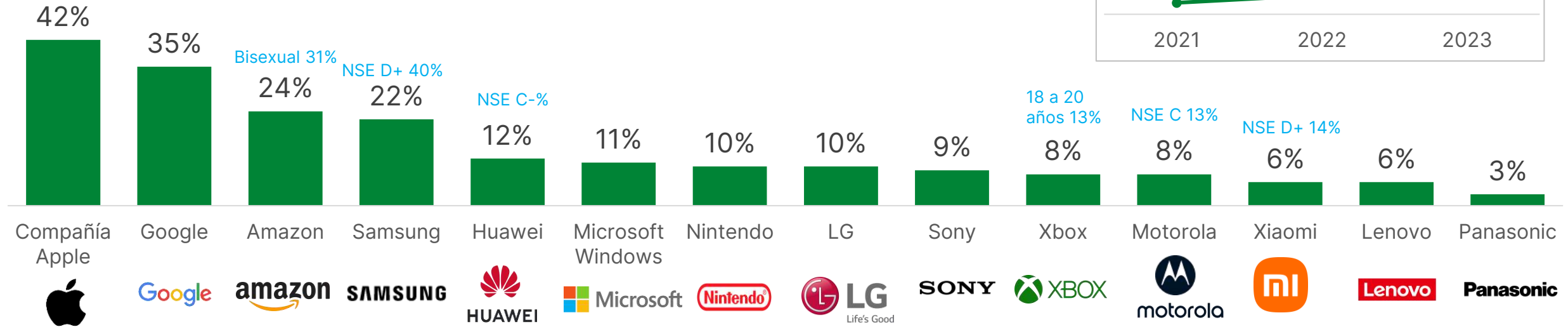
*Solo se presentan las principales menciones

2023: No sabe 1%
2022: No sabe 1%
2021: No sabe 1%



En 2023, las marcas más LGBTI+ friendly en **tecnología** son **la compañía Apple, Google y Amazon.**

Centro Este – Este 49%
Hombre 47%



Base 2023: 776 entrevistados. Promedio de respuestas por persona 2.7

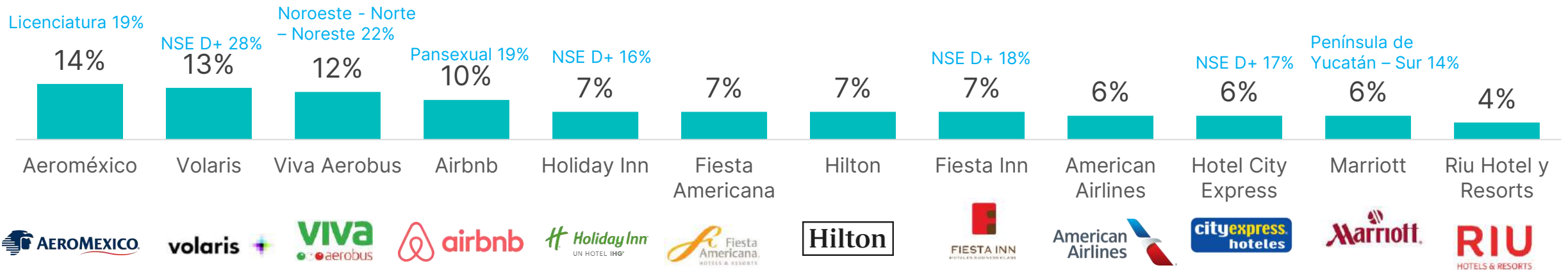
En azul cielo se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto

*Solo se presentan las principales menciones

2023: No sabe 1%
2022: No sabe 1%
2021: No sabe 1%



En 2023, las marcas más LGBTI+ friendly en **aerolíneas y hoteles** son **Aeroméxico, Volaris y Viva Aerobús.**



Base 2023: 776 entrevistados. Promedio de respuestas por persona 1.8

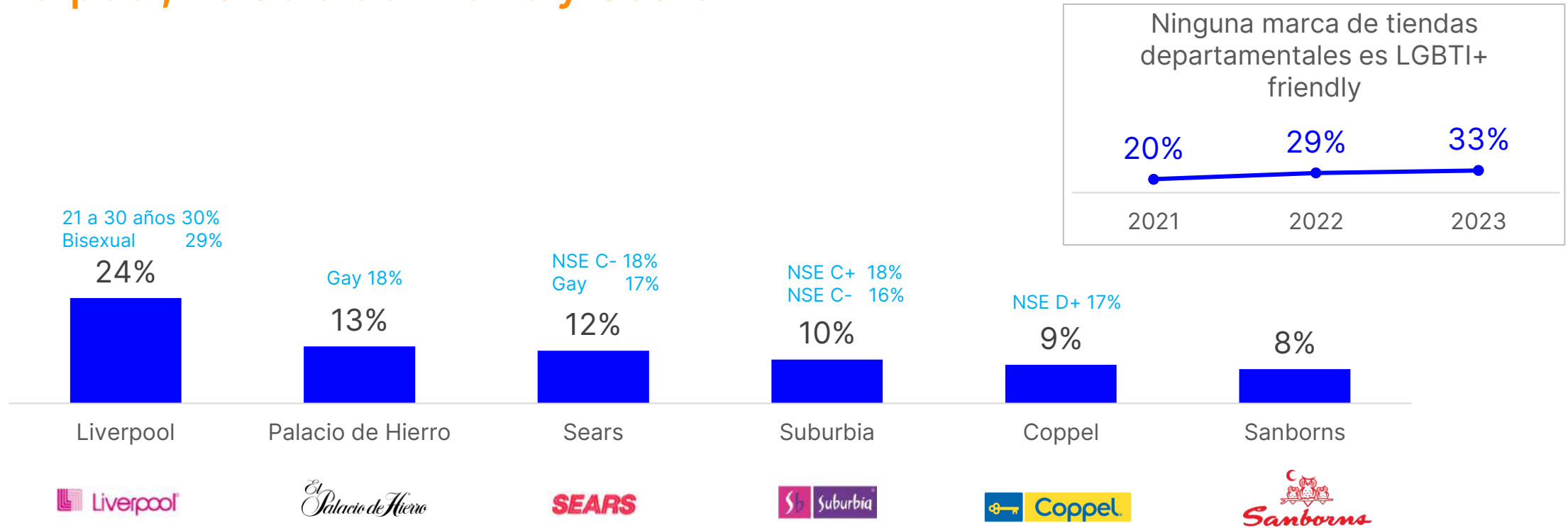
En azul cielo se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto

*Solo se presentan las principales menciones

2023: No sabe 1%
2022: No sabe 2%
2021: No sabe 1%



En 2023, las marcas más LGBTI+ friendly en **tiendas departamentales** son **Liverpool, Palacio de Hierro y Sears.**



Base 2023: 776 entrevistados. Promedio de respuestas por persona 3.5

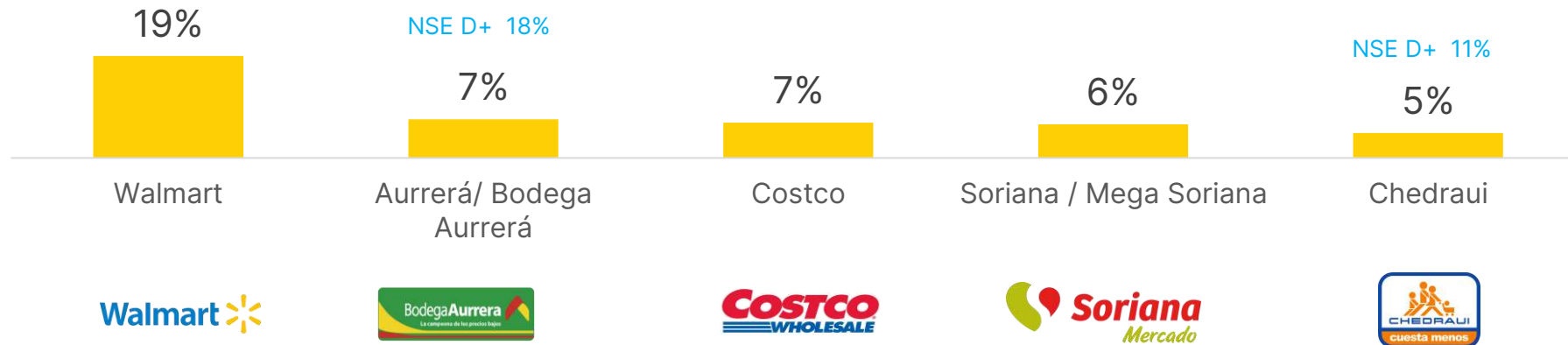
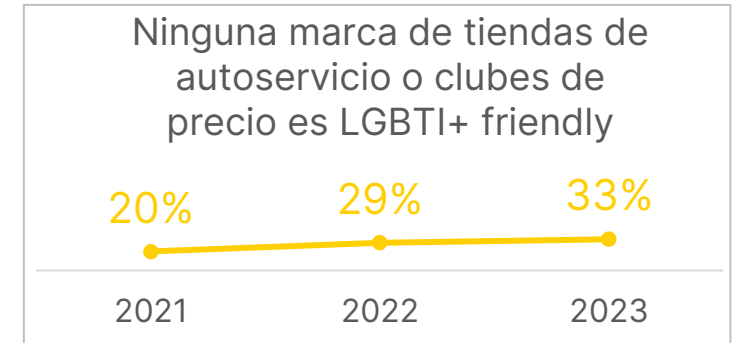
En azul cielo se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto

*Solo se presentan las principales menciones

2023: No sabe 1%
2022: No sabe 1%
2021: No sabe 1%



En 2023, las marcas más LGBTI+ friendly en **tiendas de autoservicio y clubes de precio** son **Walmart, Bodega Aurrera y Costco**.



Base 2023: 776 entrevistados. Promedio de respuestas por persona 3.5

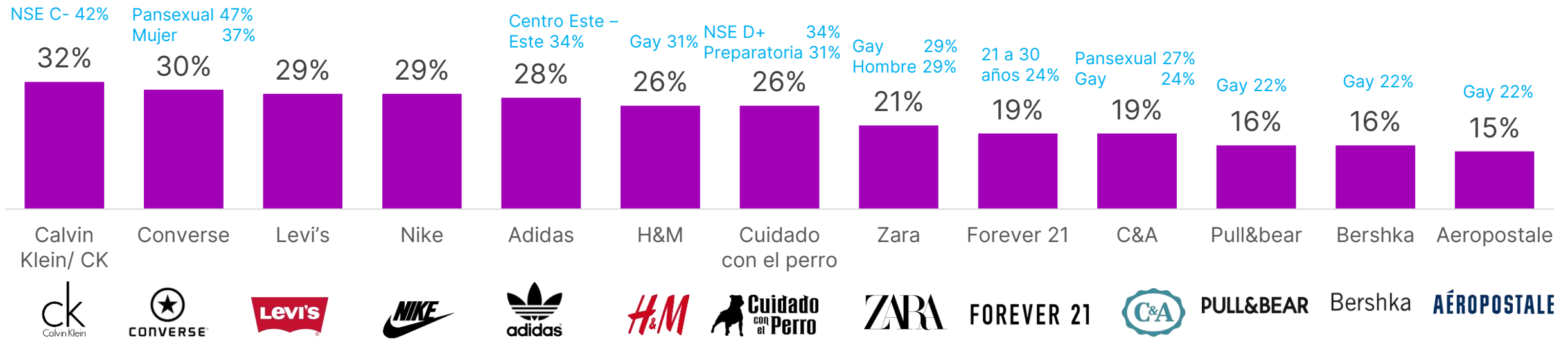
En azul cielo se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto

*Solo se presentan las principales menciones

2023: No sabe 1%
2022: No sabe 1%
2021: No sabe 1%



En 2023, las marcas más LGBTI+ friendly en **ropa y accesorios** son **Calvin Klein, Converse y Levi's**.



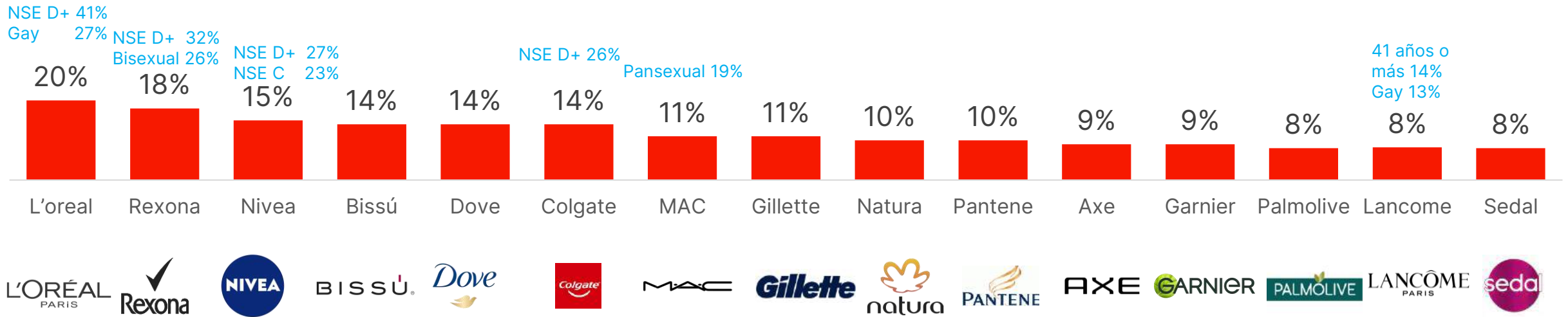
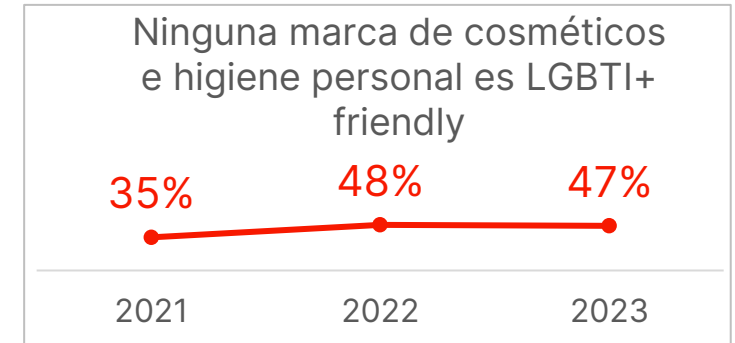
Base 2023: 776 entrevistados. Promedio de respuestas por persona 4.2

En azul cielo se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto

*Solo se presentan las principales menciones



En 2023, las marcas más LGBTI+ friendly en **cosméticos e higiene personal** son **L'Oreal, Rexona y Nivea**.



Base 2023: 776 entrevistados. Promedio de respuestas por persona 2.5

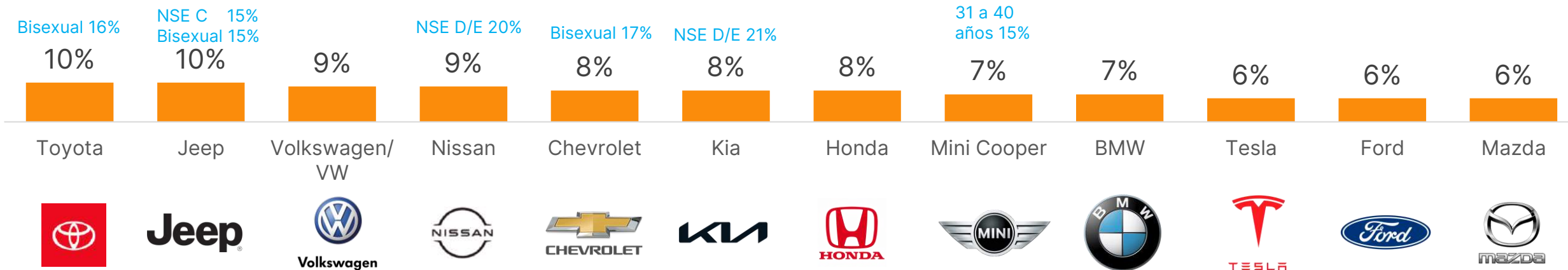
En azul cielo se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto

*Solo se presentan las principales menciones

2023: No sabe 1%
2022: No sabe 1%
2021: No sabe 2%



En 2023, las marcas más LGBTI+ friendly en **automóviles** son **Toyota, Jeep y Volkswagen.**



Base 2023: 776 entrevistados. Promedio de respuestas por persona 1.9

En azul cielo se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto

*Solo se presentan las principales menciones

2023: No sabe 1%
2022: No sabe 1%
2021: No sabe 1%

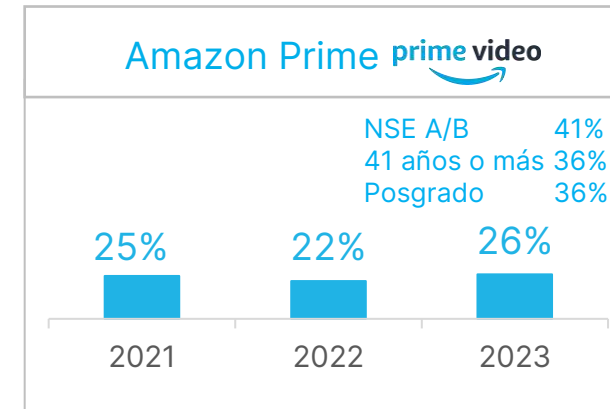
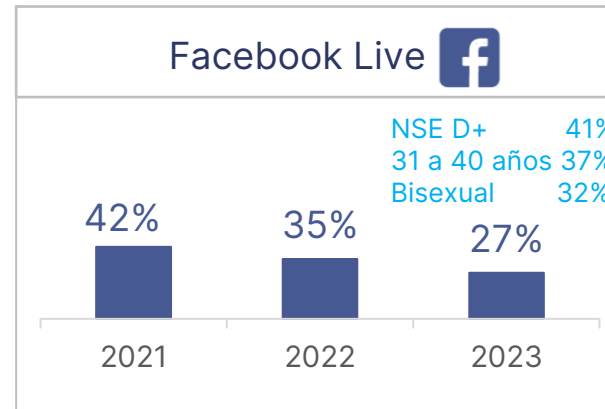
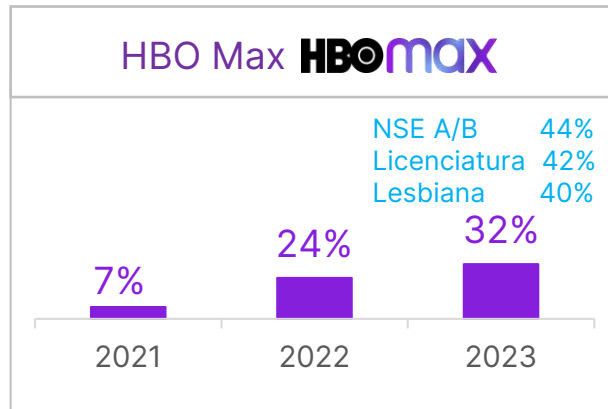
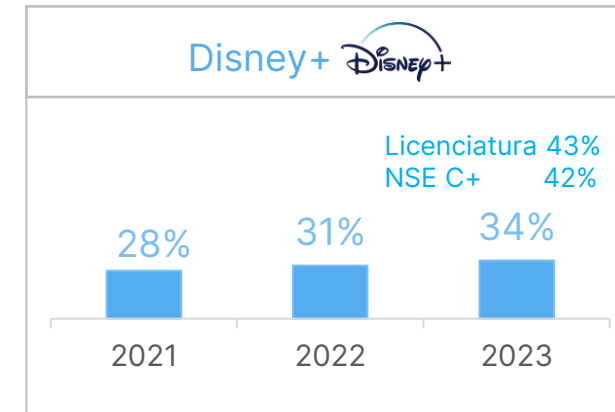
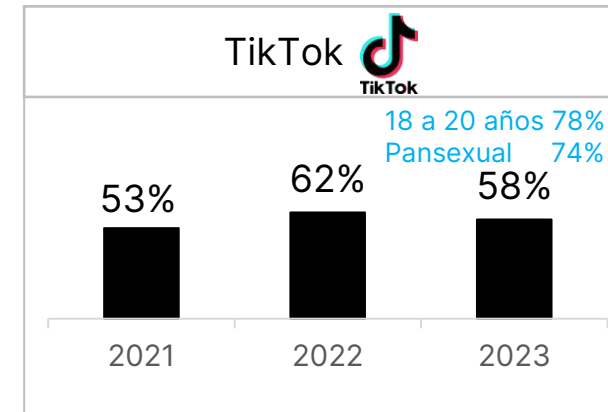
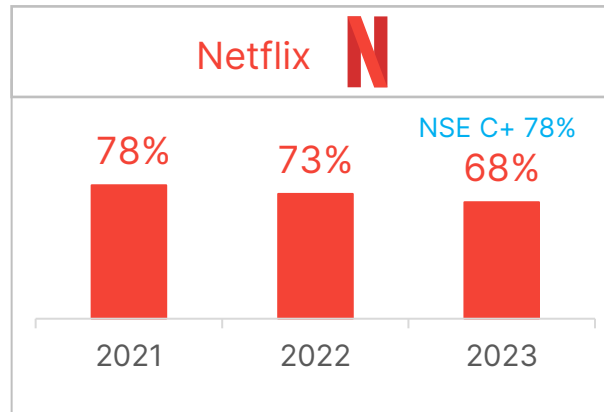
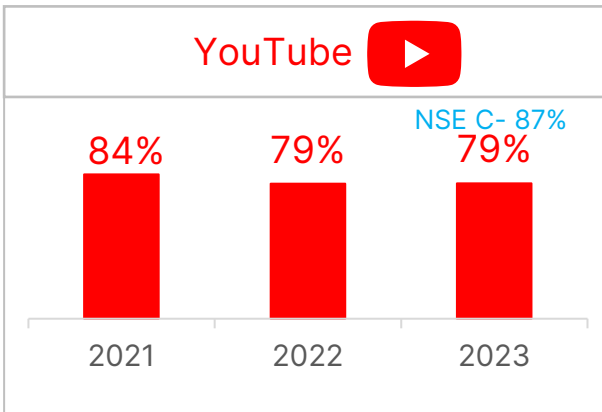


Consumo de contenidos en medios digitales



En 2023, YouTube, Netflix y TikTok se mantienen en el top 3 de páginas más usadas por la comunidad para ver contenidos por Internet. Se observa una tendencia decreciente en el uso de Facebook Live.

Principales páginas o aplicaciones usadas para ver contenidos por internet



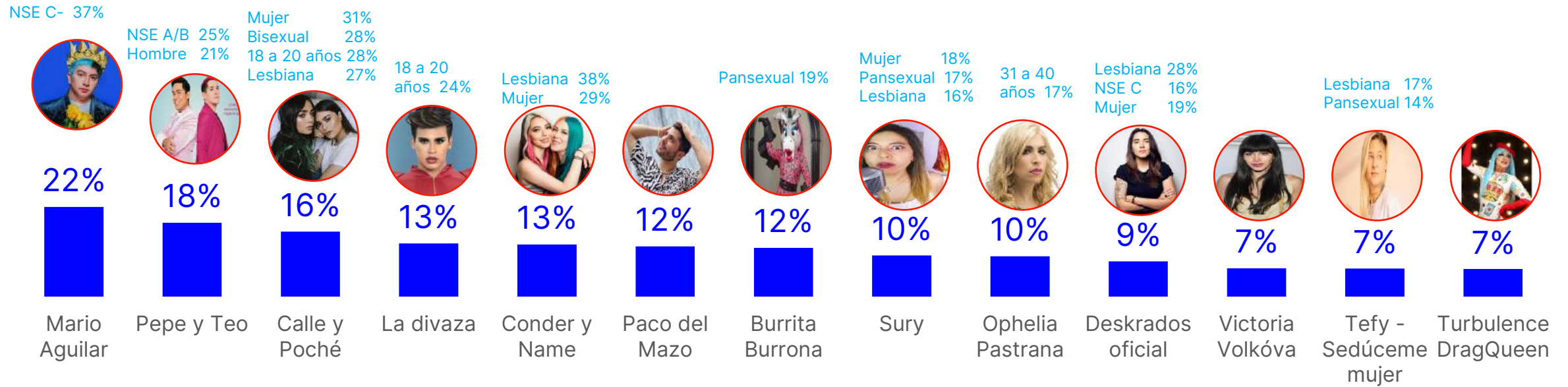
Base 2023: 776 entrevistados
Base 2022: 823 entrevistados
Base 2021: 533 entrevistados

En azul cielo se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto en 2023.



Los influencers favoritos de la comunidad LGBTI+ son **Mario Aguilar**, **Pepe y Teo** y **Calle y Poché**.

Influencers LGBTI+ favoritos de la comunidad



Base total entrevistas 2023: 776
Promedio de respuestas por persona: 2.6

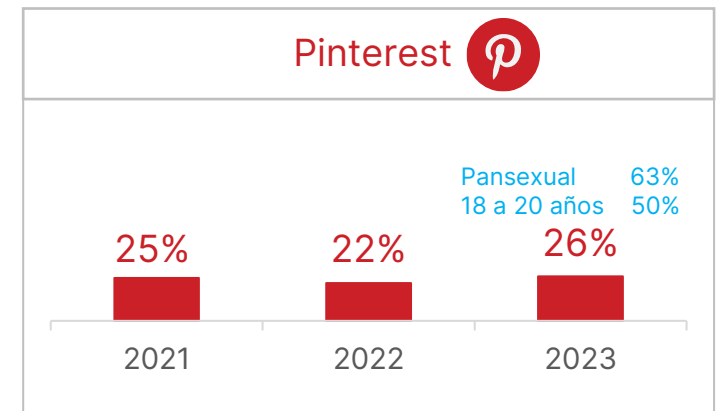
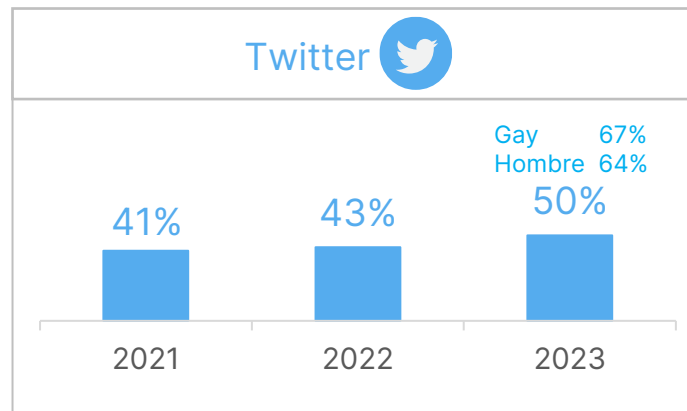
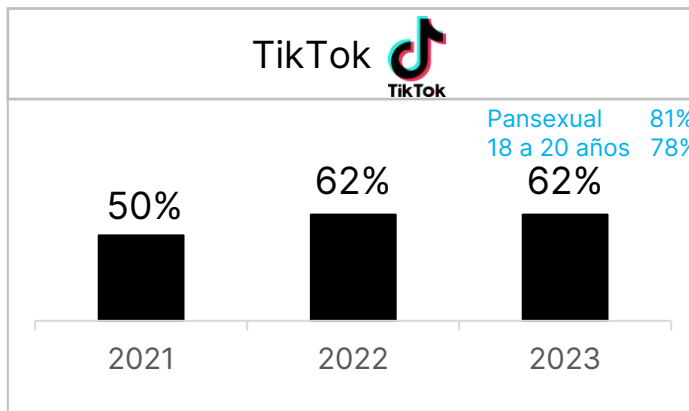
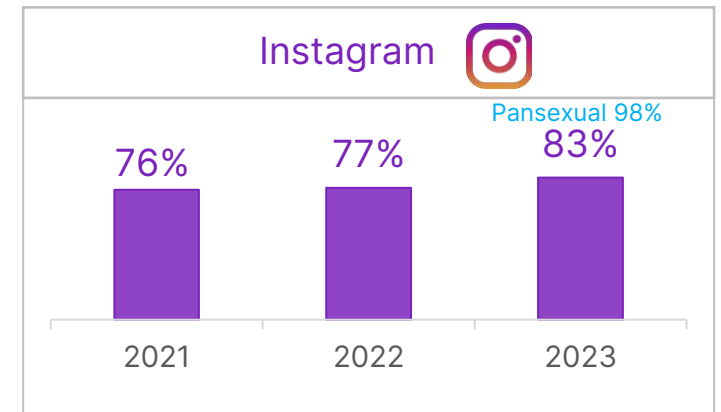
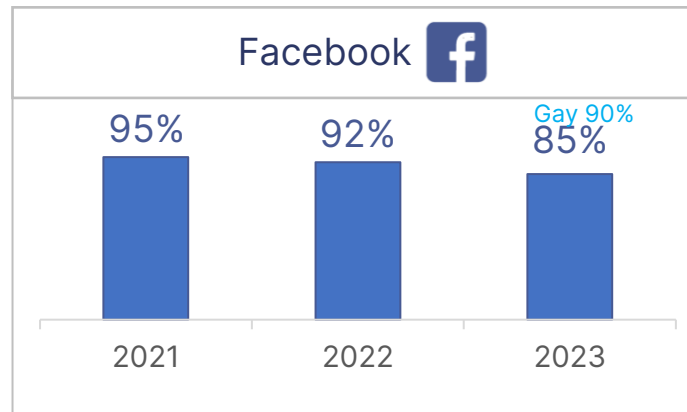
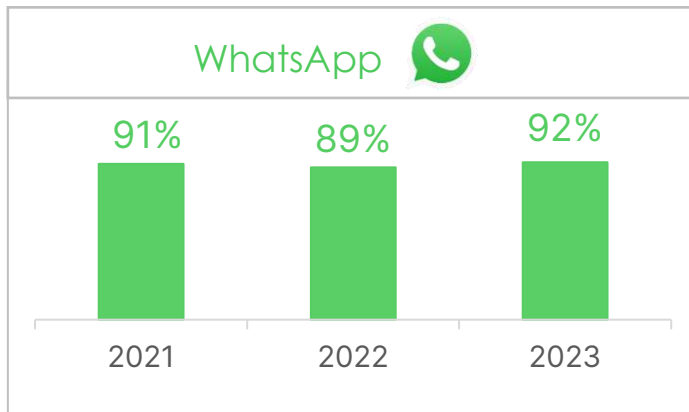
*Solo se presentan las principales menciones

En azul cielo se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto



El uso de Facebook como red social está decreciendo a través de los años entre la comunidad LGBTI+, mientras que WhatsApp e Instagram han ido en aumento.

Principales redes sociales usadas



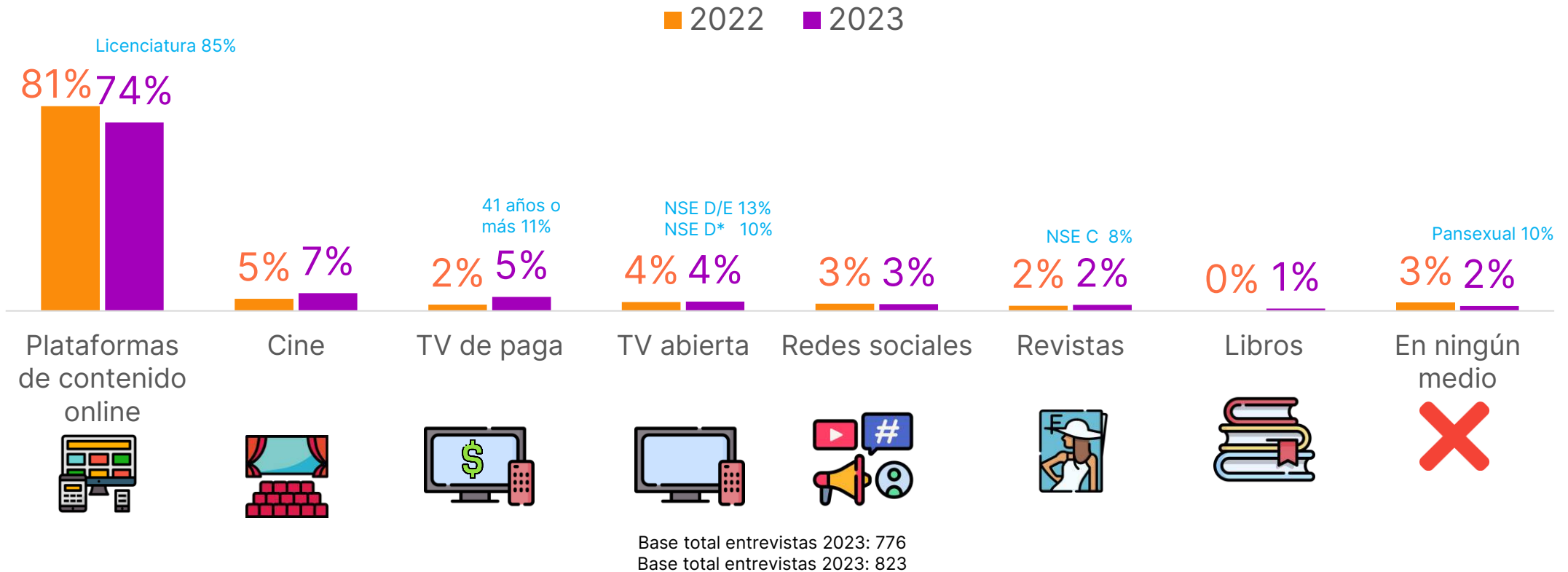
Base 2023: 776 entrevistados
Base 2022: 823 entrevistados
Base 2021: 533 entrevistados

En azul cielo se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto en 2023.



En los últimos dos años las personas de la comunidad LGBTI+ consideran que están mejor representadas en las plataformas de contenido online.

Percepción de medios en donde están mejor representadas las personas de la comunidad LGBTI+



En azul cielo se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto en 2023.



Vida familiar, laboral y sociedad



Participación en la marcha LGBTI+ 2023

70%

NSE D/E	85%
NSE C	80%
Mujer	77%
21 a 30 años	75%

de las personas encuestadas piensan participar en alguna marcha LGBTI+ de junio de 2023



Base 2023: 776 entrevistados

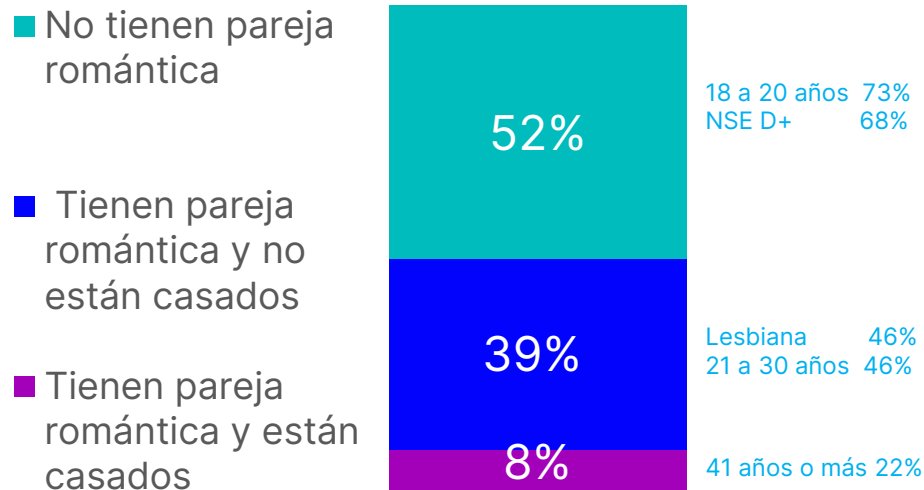


El 8% de las personas de la comunidad LGBTI+ están casadas. Un 56% de la comunidad considerarían casarse.

Relaciones de pareja

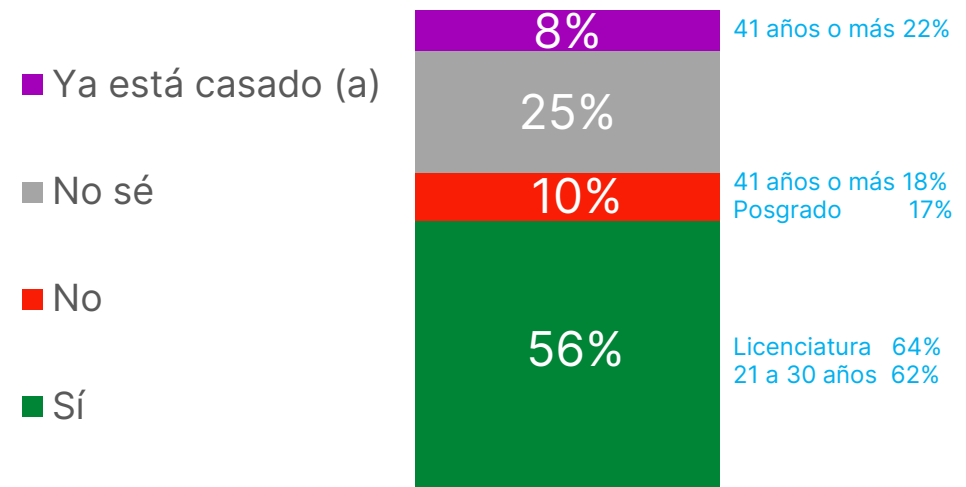


¿Estás casado legalmente con tu pareja?



Base 2023: 776 entrevistados

¿Considerarías casarte legalmente en un futuro?



Base 2023: 776 entrevistados



Solamente un 6% de las personas entrevistadas son tutores de un menor de edad. Entre quienes no son tutores, el 64% consideraría adoptar a un niño o una niña.

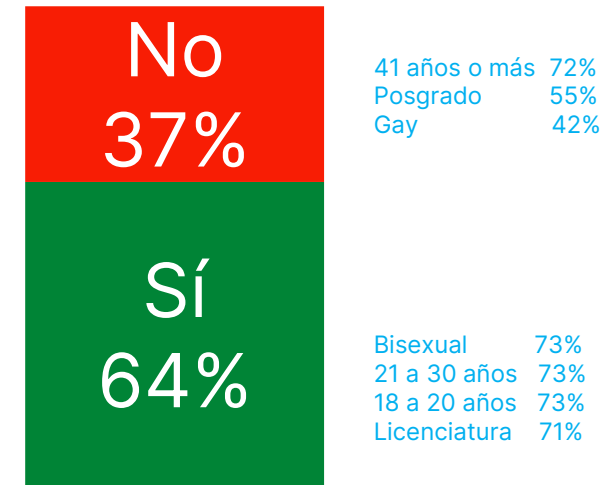
Tutoría o adopción de menores de edad

Hoy en día, ¿eres **tutor o tutora** de algún menor de edad?



Base 2023: 776 entrevistados

Entre quienes no son tutores o tutoras ¿Considerarías **tener o adoptar** una niña o un niño?

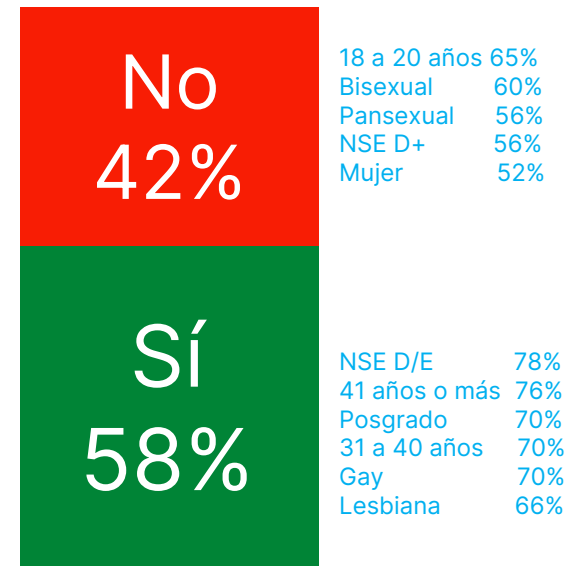


Base quienes no son tutores o tutoras de algún menor de edad: 732 entrevistados



4 de cada 10 personas de la comunidad LGBTI+ no pueden hablar libremente de su sexualidad con sus familiares cercanos, sobre todo las personas de 18 a 20 años o los bisexuales o pansexuales.

¿Puedes hablar libremente de tu sexualidad con tus familiares cercanos?

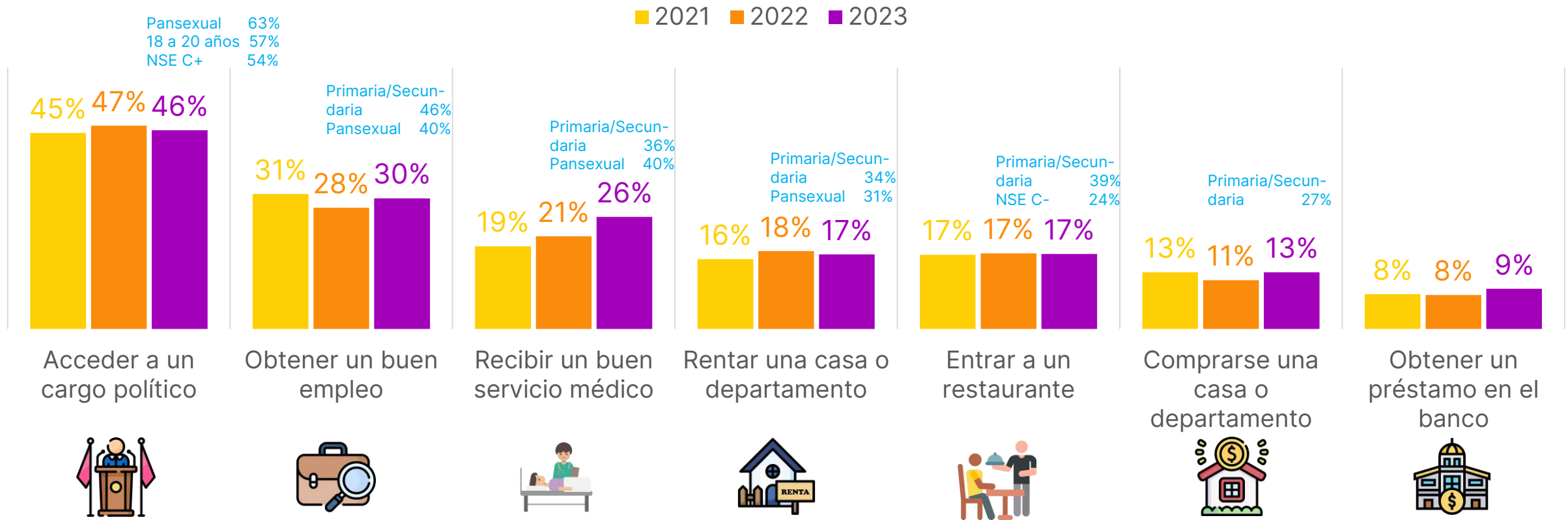


En azul cielo se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto



Pertenecer a la comunidad LGBTI+ continúa siendo un obstáculo para acceder a un cargo político, obtener un buen empleo y para recibir un buen servicio médico.

Consideras que pertenecer a la comunidad LGBTI+ es un obstáculo para...



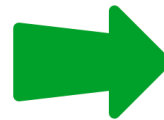
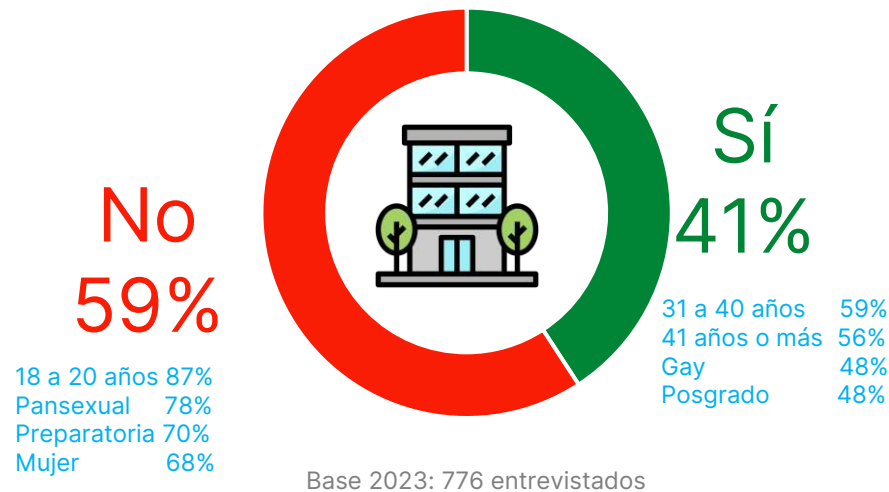
Base total entrevistas 2023: 776
 Promedio de respuestas por persona: 2.6

En azul cielo se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto en 2023.



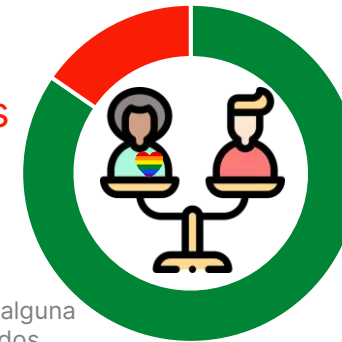
2 de cada 10 personas de la comunidad LGBTI+ que laboran para alguna empresa opinan que en el trabajo no les brindan igualdad de oportunidades o que los discriminan por su orientación sexual o identidad de género.

¿Actualmente trabajas para alguna empresa?



La empresa donde laboras, ¿brinda igualdad de oportunidades independientemente de la orientación sexual o identidad de género de sus trabajadores

No brinda igualdad de oportunidades
15%

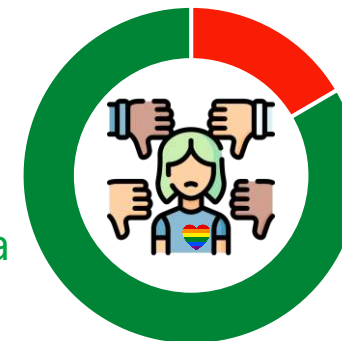


Brinda igualdad de oportunidades
85%

Base quienes trabajan para alguna empresa: 282 entrevistados

¿La empresa donde laboras, ¿discrimina por orientación sexual o identidad de género?

No discrimina
83%



Sí discrimina
17%
Posgrado 30%

Base quienes trabajan para alguna empresa: 282 entrevistados

En azul cielo se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto

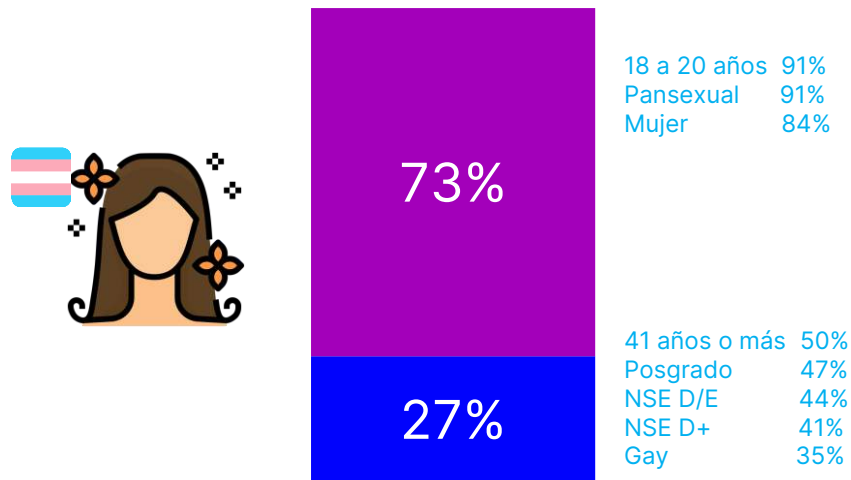


7 de cada 10 personas de la comunidad LGBTI+ consideran que las mujeres transgénero podrían concursar en competencias femeninas de belleza sin ninguna restricción, y 6 de cada 10 opinan que las mujeres transgénero podrían participar en competencias deportivas femeninas sin restricciones.

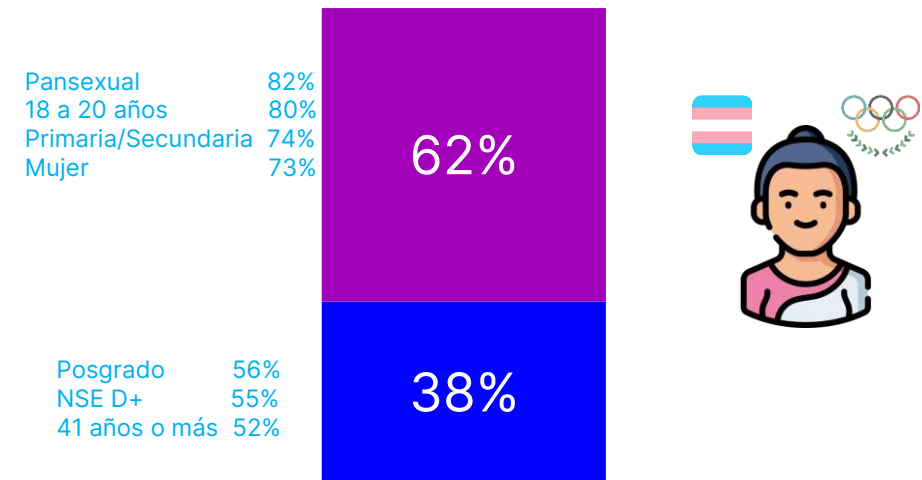
¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con que...?

■ Totalmente de acuerdo / De acuerdo

■ Totalmente en desacuerdo / En desacuerdo



Las mujeres transgénero (biológicamente fueron hombres) deben poder participar en las competencias femeninas de belleza sin ninguna restricción



Las mujeres transgénero (biológicamente fueron hombres) deben poder participar en las competencias deportivas femeninas sin ninguna restricción

Base 2023: 776 entrevistados

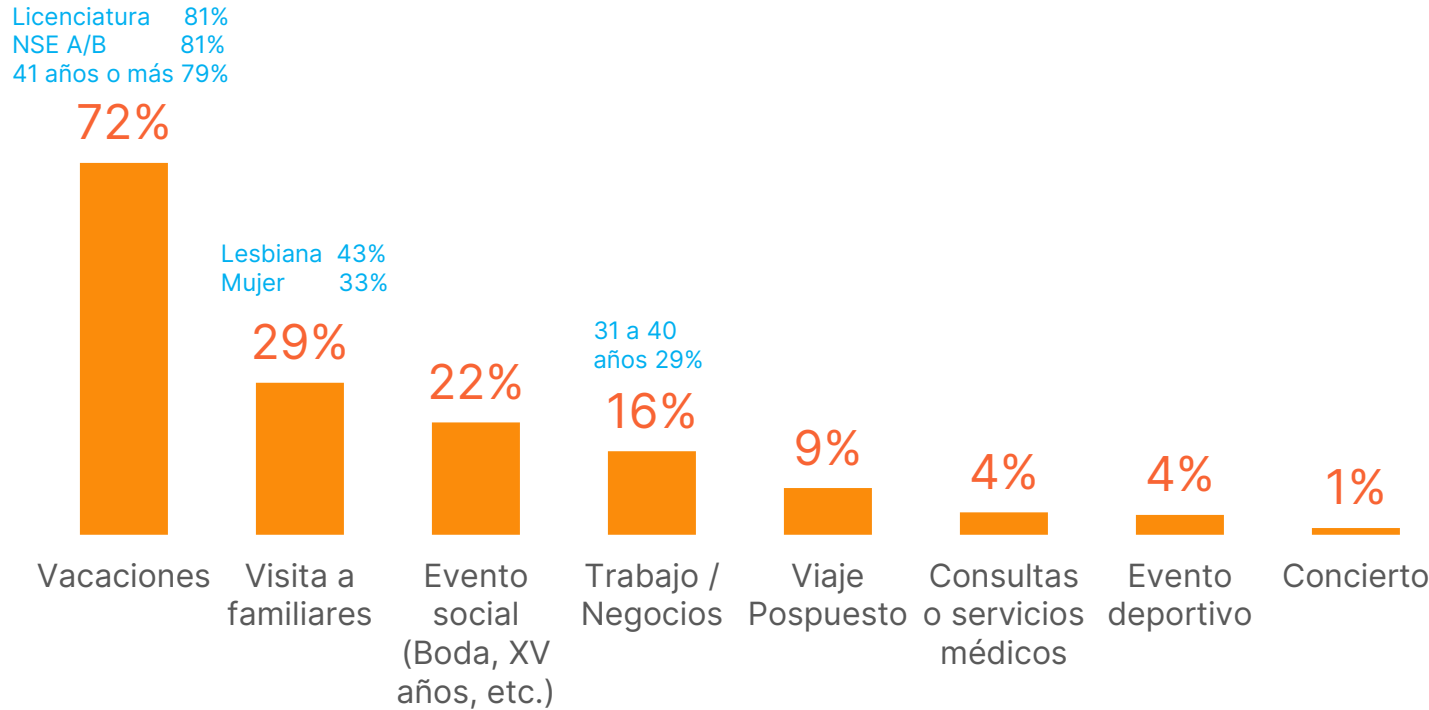


Hábitos de viajes y vacaciones



Las vacaciones son el principal motivo para viajar en 2023 a un destino diferente del lugar de origen. En promedio, las personas de la comunidad LGBTI+ realizarán dos viajes en el año, de los cuáles, la mayoría serán nacionales.

Motivos para viajar en lo que resta de 2023

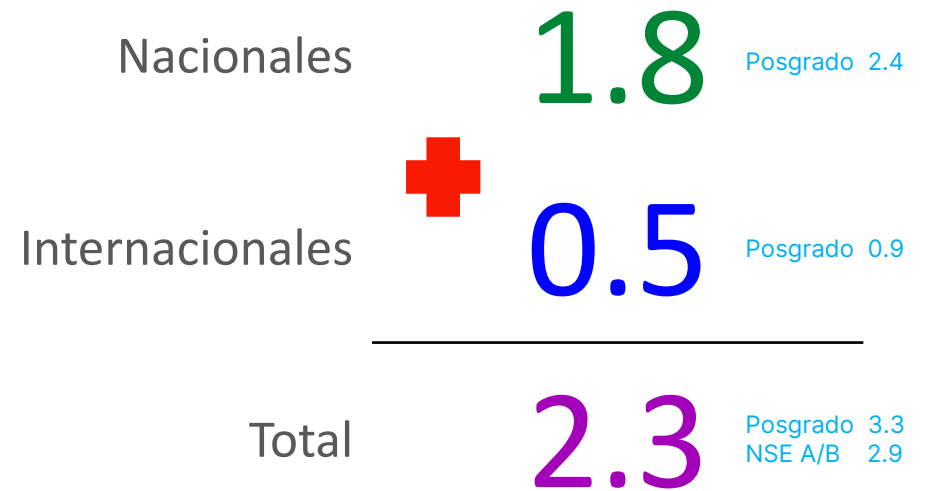


10% No realizarán viajes en 2023

18 a 20 19%

Base 2023: 776 entrevistados

Promedio de viajes



Base 2023: 776 entrevistados



Entre los vacacionistas de la comunidad LGBTI+, la playa y los pueblos mágicos son los principales destinos a visitar en el 2023.

Destinos a visitar en las vacaciones de 2023

72%
Saldrán de vacaciones en 2023



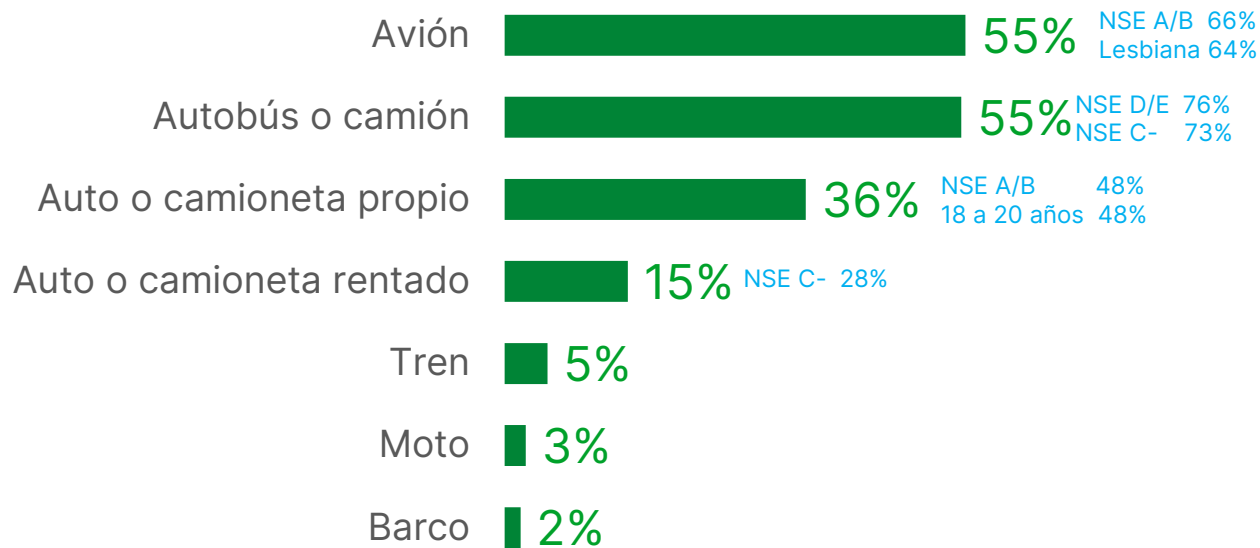
5% No sabe el tipo de destino que visitará en sus vacaciones de 2023

Base quienes saldrán de vacaciones en 2023: 559 entrevistados



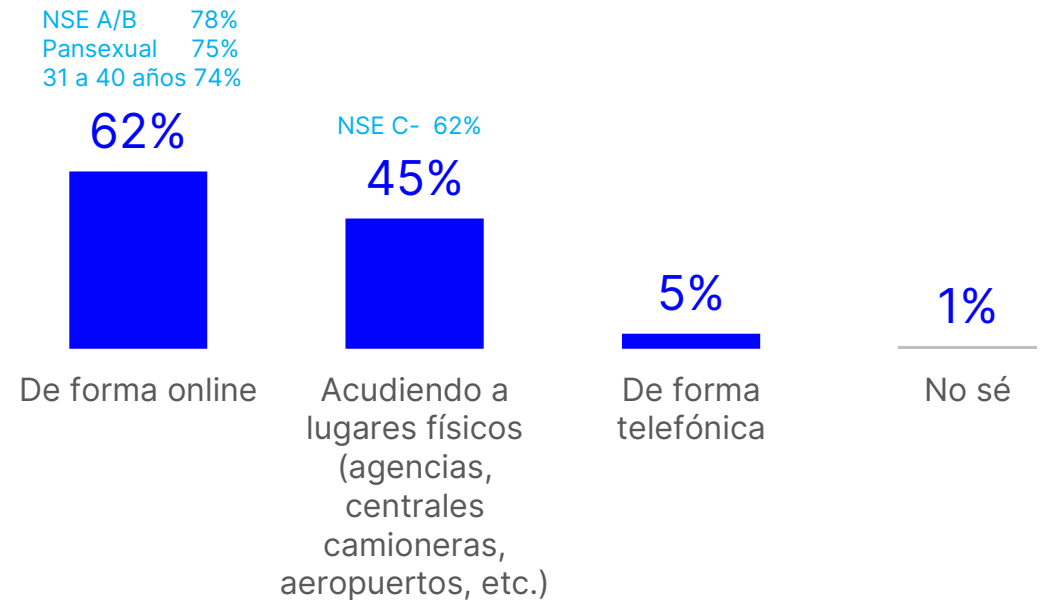
Para salir de vacaciones, la comunidad LGBTI+ empleará principalmente aviones y autobuses, comprando los boletos de forma online o acudiendo físicamente por ellos.

Tipo de transporte a usar para las vacaciones de 2023



Base quienes saldrán de vacaciones en 2023: 559 entrevistados

Forma de comprar los boletos de transporte o alquilar el vehículo para las vacaciones de 2023

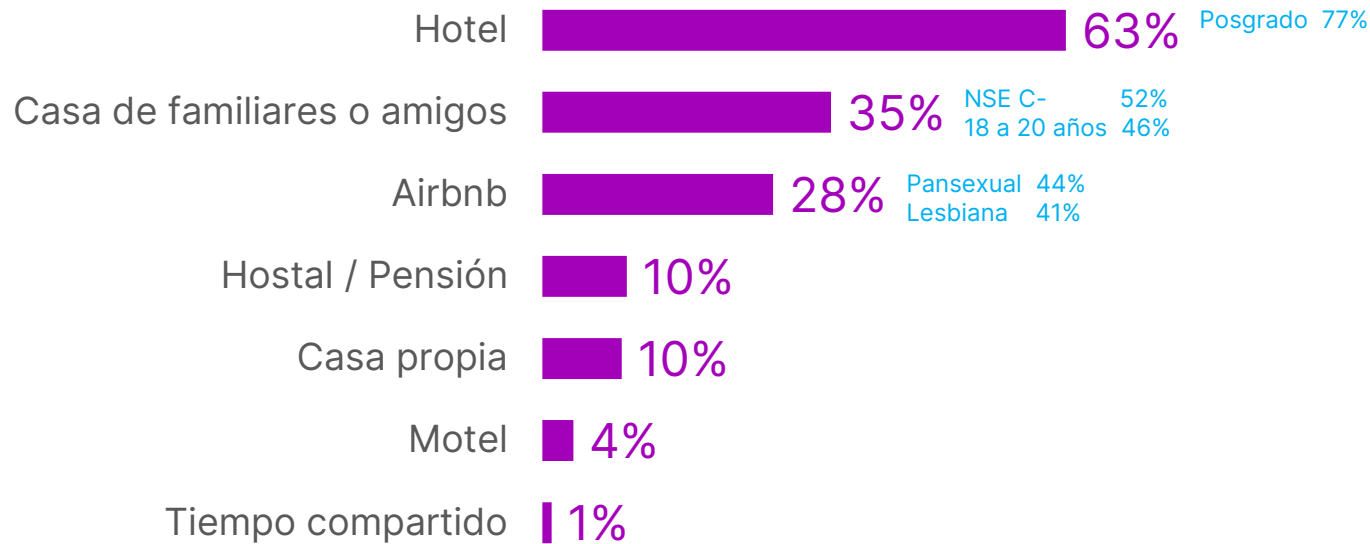


Base quienes comprarán boletos de transporte o rentarán algún vehículo para salir de vacaciones en 2023: 485 entrevistados



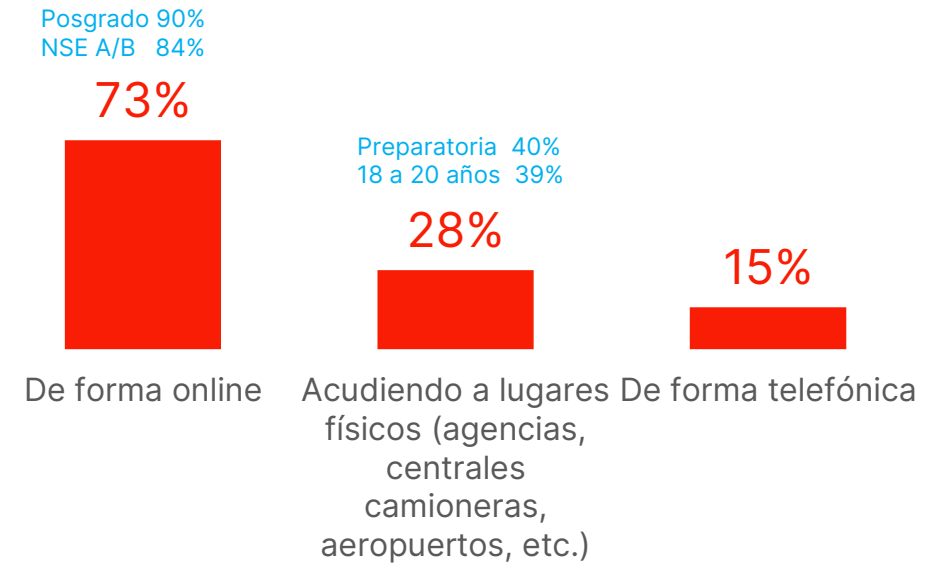
Los vacacionistas LGBTI+ se hospedarán principalmente en hoteles y la forma de reservar su hospedaje será a través del canal online.

Tipo de hospedaje a usar para las vacaciones de 2023



Base quienes saldrán de vacaciones en 2023: 559 entrevistados

Forma de reservar el hospedaje para las vacaciones de 2023



Base quienes saldrán de vacaciones en 2023 y reservarán hospedaje: 485 entrevistados



Presencia y cuidado de mascotas

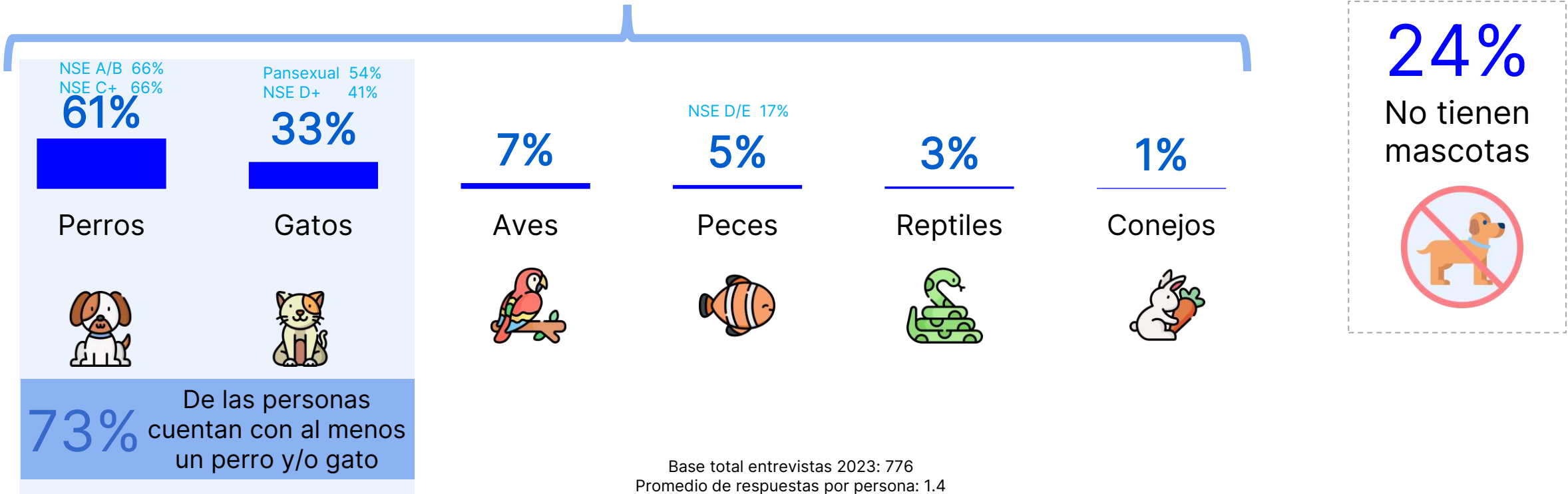


8 de cada 10 personas de la comunidad LGBTI+ tienen al menos una mascota, sobre todo perros y gatos.

Tipos de mascotas que tienen las personas de la comunidad LGBTI+

Tienen mascotas **76%**

NSE C 38%
41 años
o más 31%



*Solo se presentan las principales menciones

















En azul cielo se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto



Entre las personas de la comunidad LGBTI+ que tienen perros y/o gatos, los artículos más populares para sus mascotas son los platos de plástico, juguetes, transportadoras y cepillos para el pelo.

73% De los hogares cuentan con al menos un perro y/o gato

Artículos para mascotas más comunes entre personas de la comunidad LGBTI+

Artículo para mascotas	Tienen el artículo (A)	Artículo para mascotas	Tienen el artículo (A)	Artículo para mascotas	Tienen el artículo (A)
Plato de plástico 	68%	Dispensadores de bolsas para recoger heces 	29%	Cortador de nudos en pelaje 	20%
Juguetes 	59%	Contenedores de comida 	29%	Guantes para cepillar el pelo de mascotas 	19%
Transportadora 	42%	Arenero 	27%	Pala para arenero 	19%
Cepillos para el pelo de las mascotas 	41%	Bebederos 	27%	Cepillo para masaje de mascotas 	18%
Bolsas de plástico para las heces de mascotas 	34%	Plato para alimentación lenta para mascota 	22%	Cepillo para eliminación de piojos y pulgas en mascotas 	18%
Escobas exclusivas para el área de mascotas 	32%	Dispensadores de alimento 	20%	Platos colapsables 	17%

Base quienes tienen perro o gato: 591
Promedio de respuestas por persona: 6.7



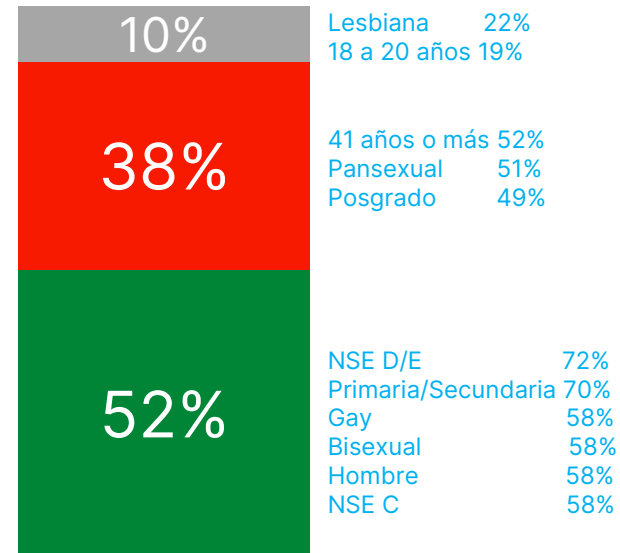
Evaluación de gobierno



5 de cada 10 personas de la comunidad LGBTI+ aprueban el trabajo del presidente Andrés Manuel López Obrador.

Aprobación presidencial

■ Aprueba mucho / algo ■ Desaprueba mucho / algo ■ No sé



Base total entrevistas 2023: 776

No se presenta el porcentaje de No sabe / No contestó

En azul cielo se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto



Una cuarta parte de las personas de la comunidad LGBTI+ votaría por Morena para las elecciones a presidente de México en 2024, sin embargo, la mitad aún no decide su voto.

Partidos por los que votarán la comunidad LGBTI+



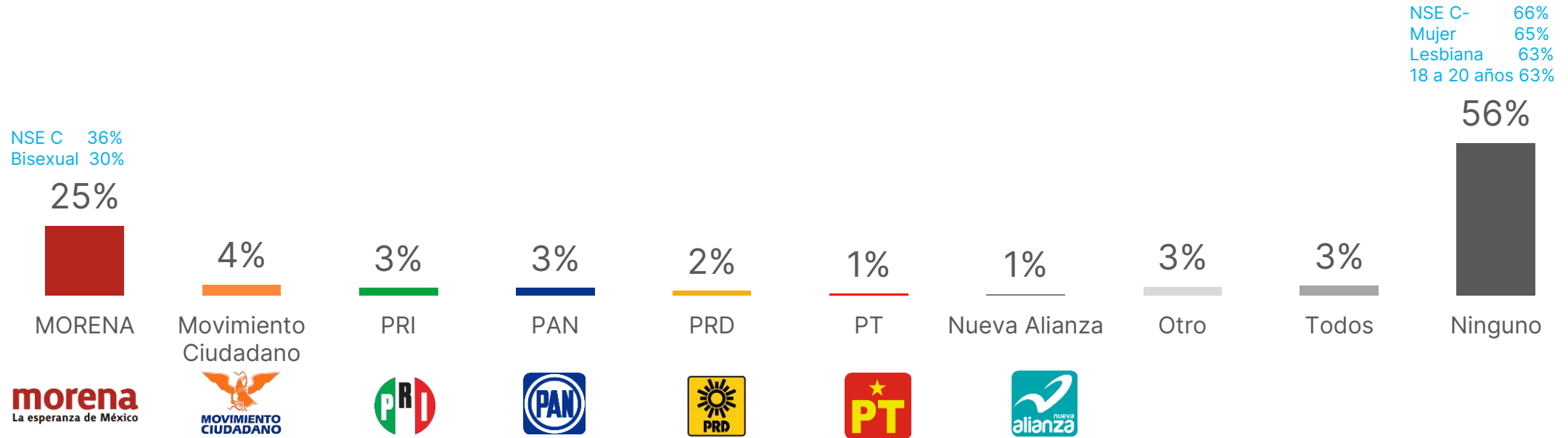
Base total entrevistas 2023: 776

En azul cielo se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto



6 de cada 10 personas de la comunidad LGBTI+ indican que ningún partido atiende sus necesidades. Por otra parte, 3 de cada 10 opinan que Morena escucha sus requerimientos.

Partidos que atienden mejor las necesidades de la comunidad LGBTI+



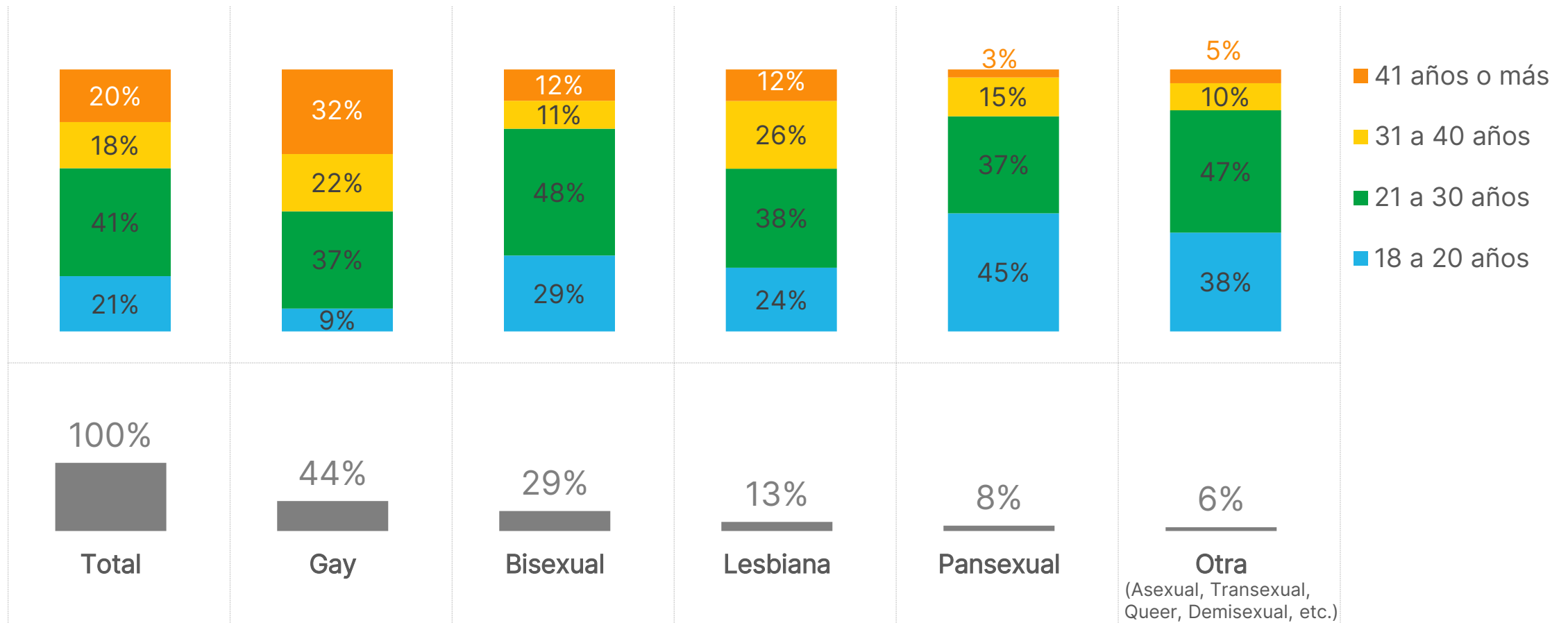
Base total entrevistas 2023: 776



Orientación sexual e identidad de género



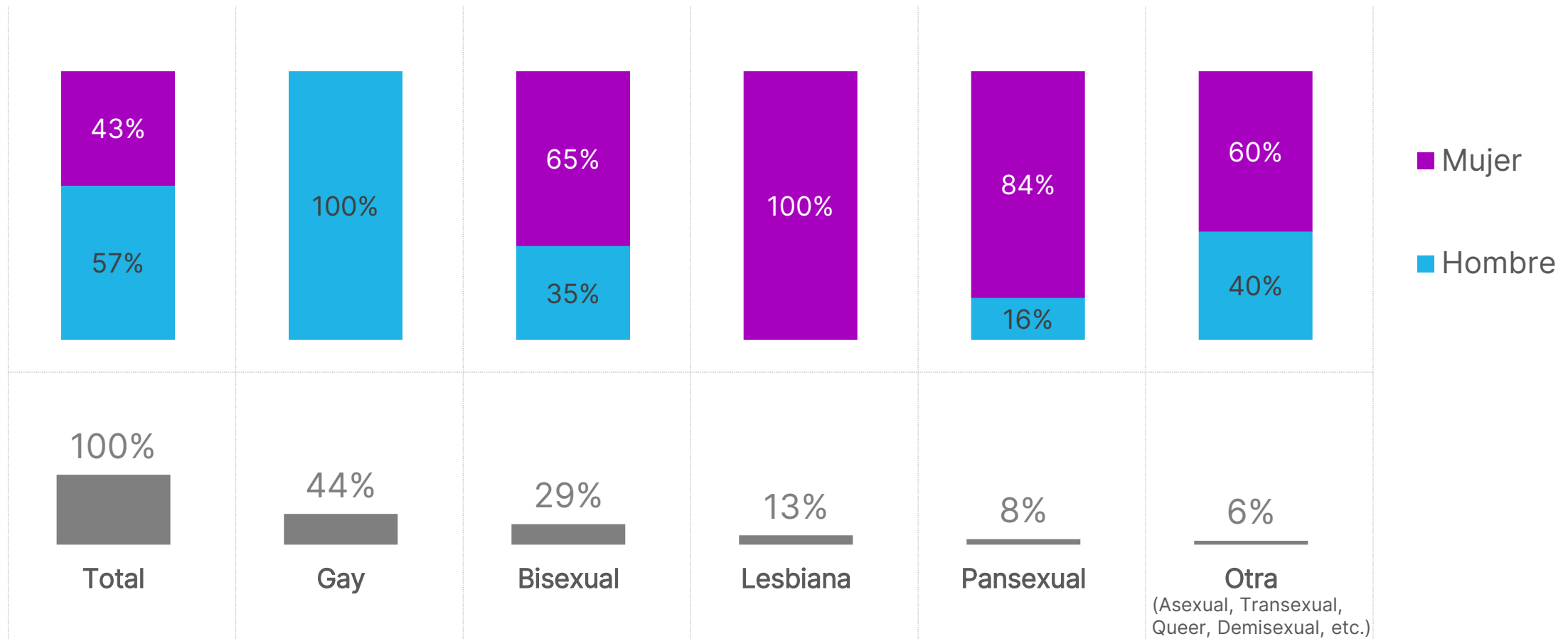
Distribución por grupos de edad vs orientación sexual entre la comunidad LGBTI+



Base total entrevistas 2023: 776



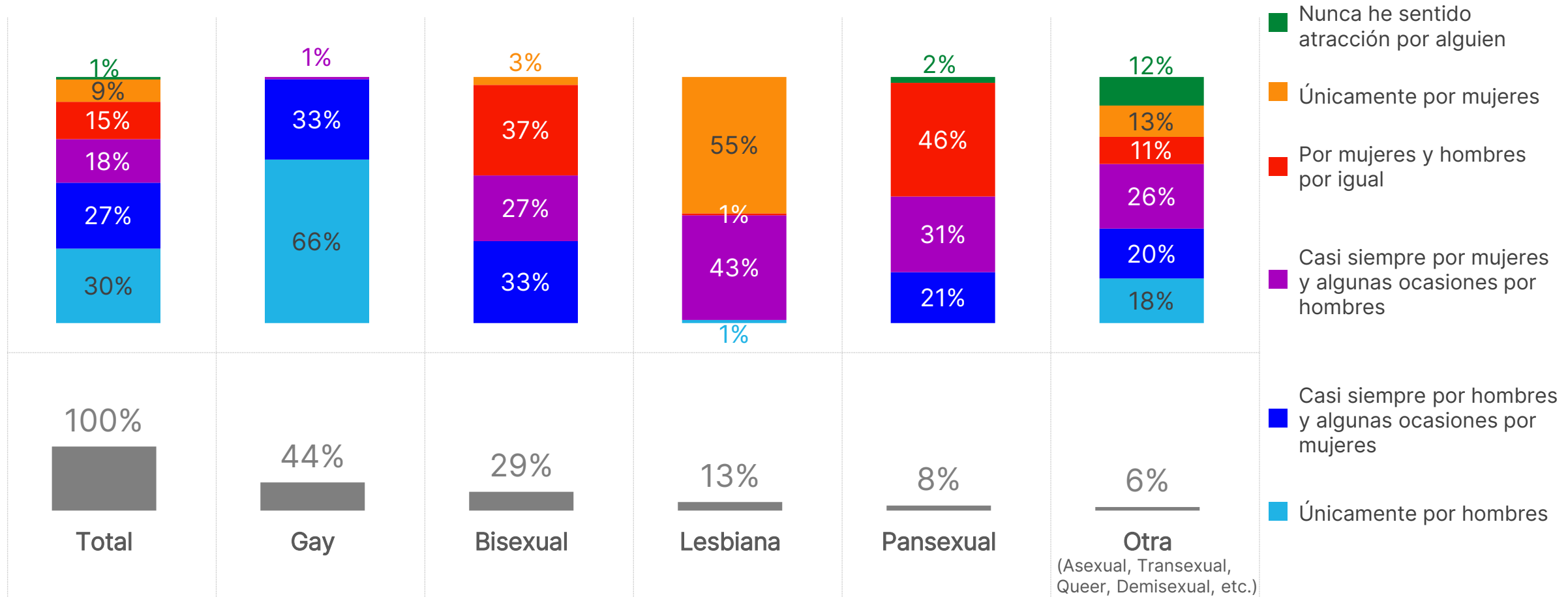
Sexo asignado al nacer vs orientación sexual entre la comunidad LGBTI+



Base total entrevistas 2023: 776



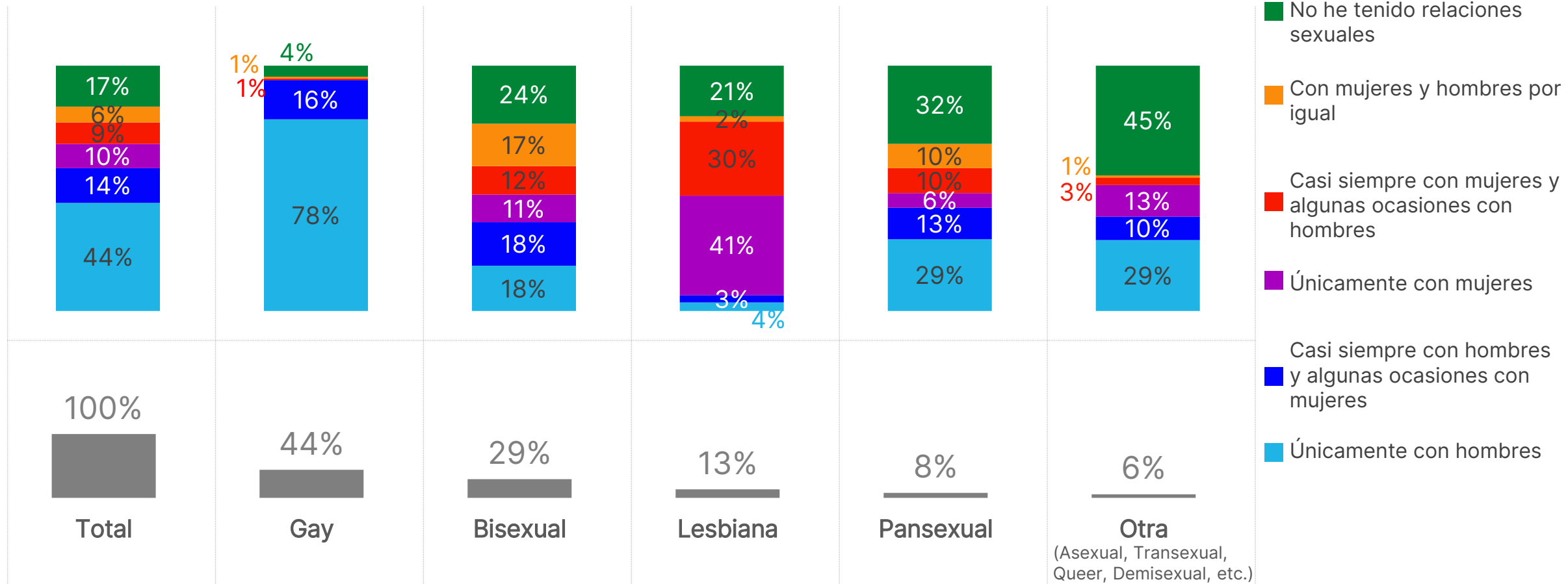
¿Por quién se sienten atraídas sexualmente las personas de la comunidad LGBTI+ de acuerdo a su orientación?



Base total entrevistas 2023: 776



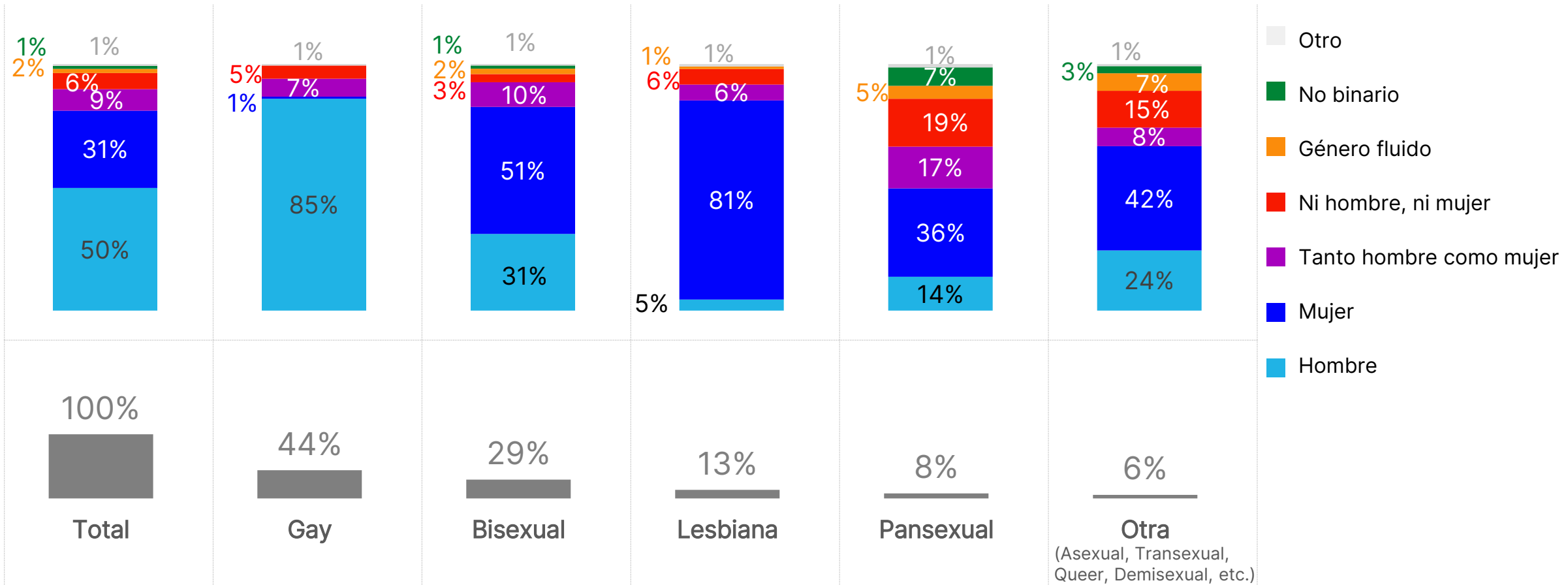
¿Con quién han tenido relaciones sexuales las personas de la comunidad LGBTI+ de acuerdo a su orientación?



Base total entrevistas 2023: 776



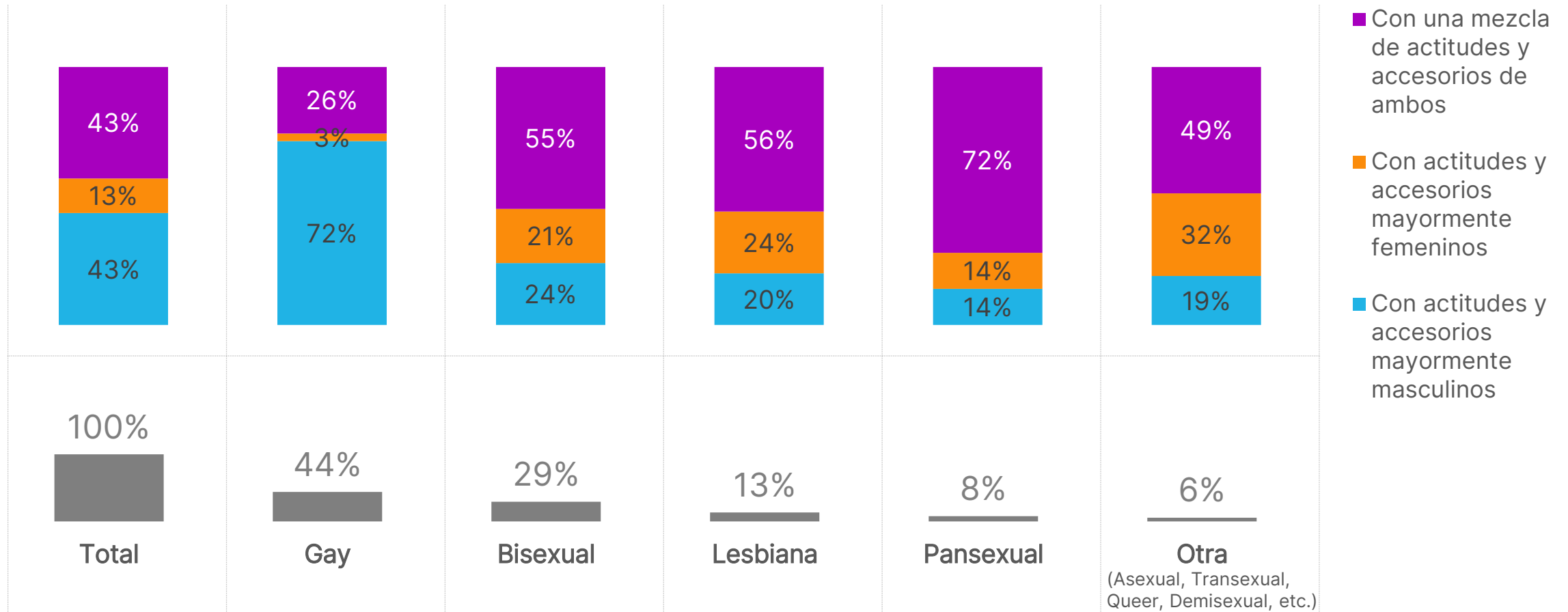
Identidad de género vs orientación sexual



Base total entrevistas 2023: 776



Formas de expresión vs orientación sexual



Base total entrevistas 2023: 776

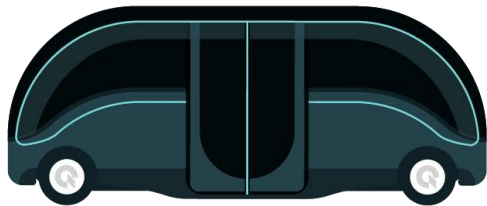
Iván Castro
Director general
ivan@planningquant.com

Alán Blancas
Director de estadística
alan@planningquant.com

¿Ya conoces nuestro estudio Ómnibus?
<https://planningquant.com/planningbus/>

Para mayores informes, contacta a:

Karla Trumbley
Gerente comercial
karla@planningquant.com



<https://planningquant.com/>



Síguenos en nuestras redes como:

