

Estudio sobre la comunidad LGBTI+ en México

PARÁMETROS DEL PROYECTO

Ficha técnica



Metodología

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

Encuesta financiada por Planning Quant.



Tamaño de la muestra

86 casos con un margen de error de +/- 10.1% al 95% de confianza.



Público objetivo

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

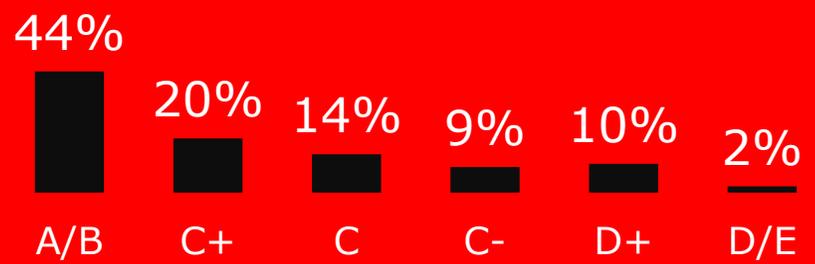


Periodo de levantamiento

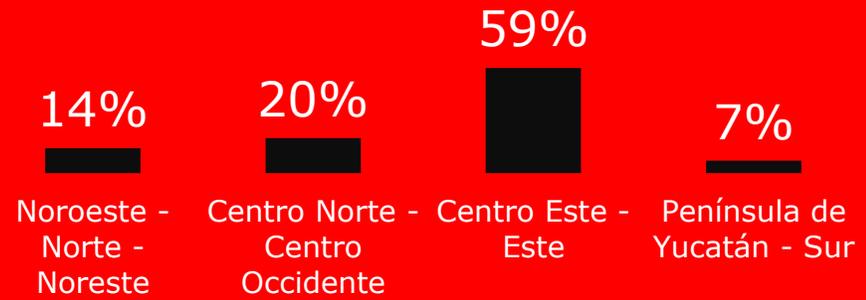
Del 2 al 6 de junio del 2025

Perfil ponderado de los entrevistados

NIVEL SOCIOECONÓMICO



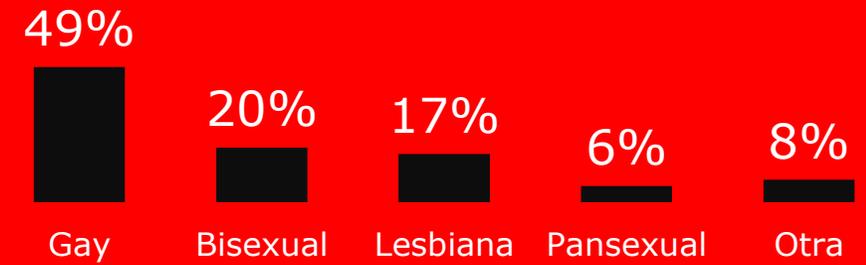
REGION



EDAD



ORIENTACIÓN SEXUAL



Descripción de las regiones

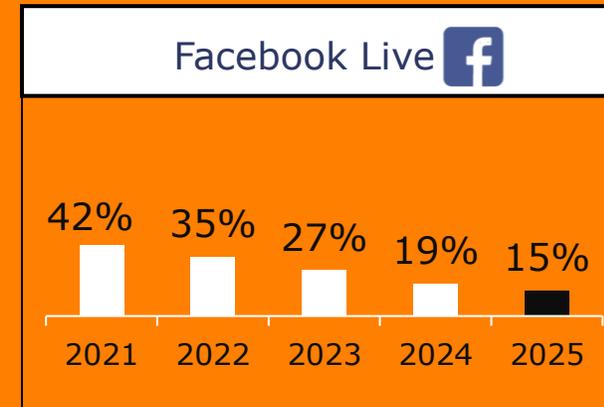
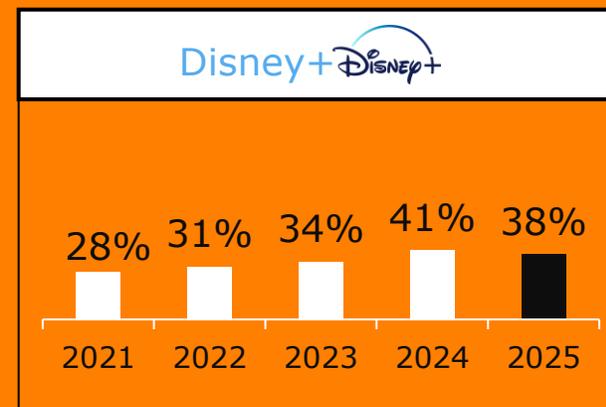
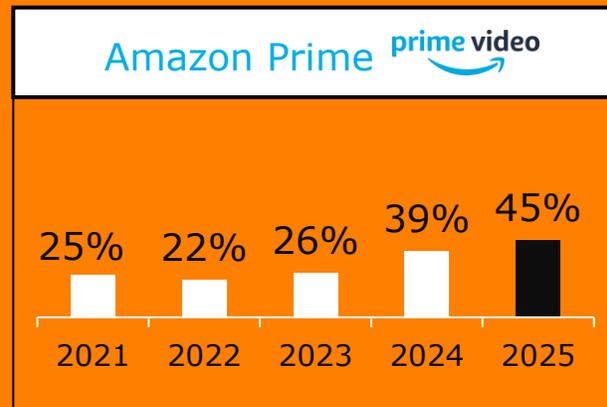
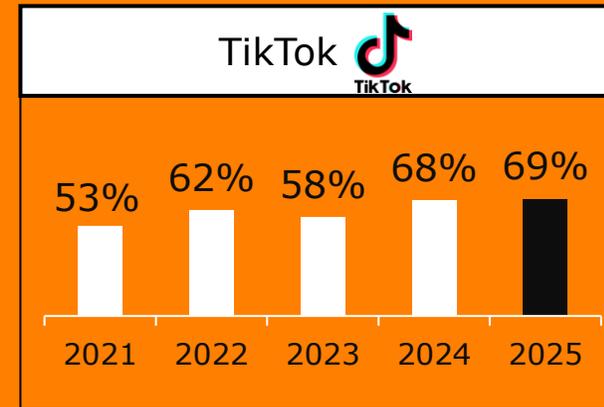
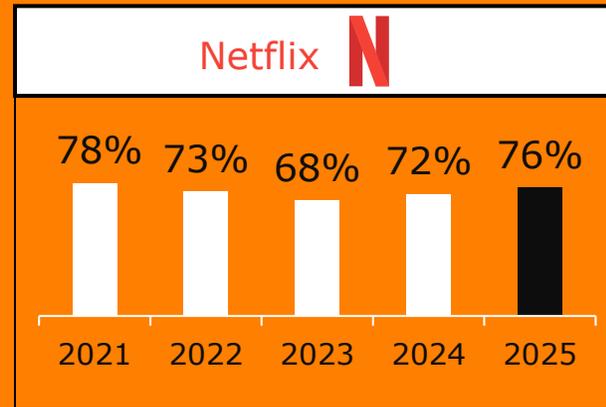
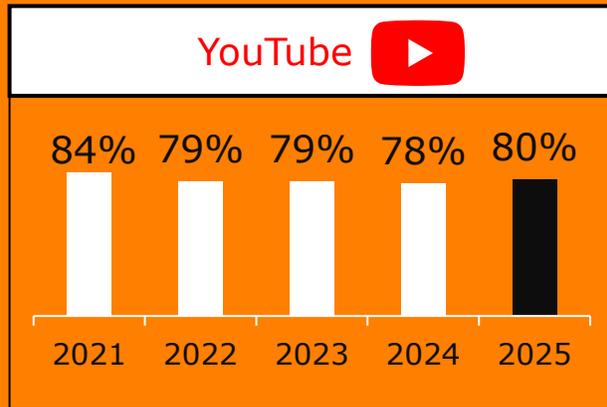


Región	Entidades
Noroeste / Norte / Noreste	Baja California, Baja California Sur, Sonora, Sinaloa, Chihuahua, Durango, Coahuila, Nuevo León, Tamaulipas
Centro Norte / Centro Occidente	Zacatecas, San Luis Potosí, Aguascalientes, Jalisco, Nayarit, Colima, Michoacán, Guanajuato
Centro Este / Este	Querétaro,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

CONSUMO EN MEDIOS DIGITALES

Páginas o aplicaciones para ver contenidos

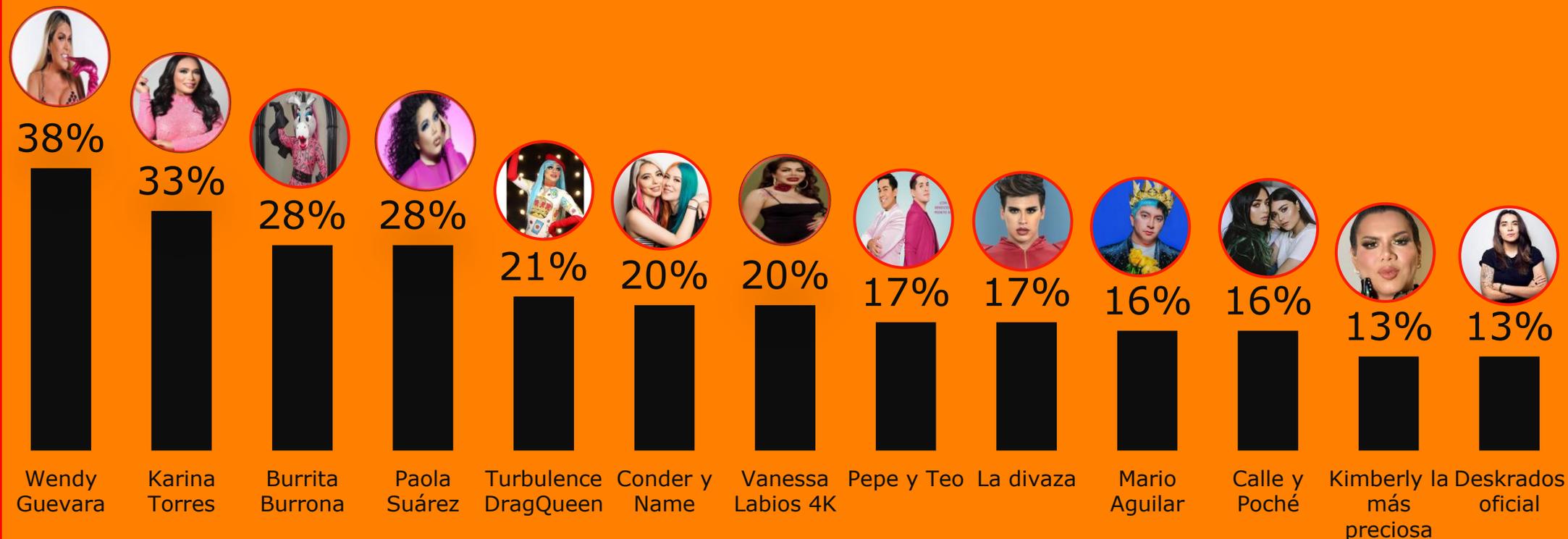
En 2025, **YouTube**, **Netflix** y **TikTok** continúan siendo las **tres plataformas más utilizadas** por la comunidad para ver contenidos en Internet. Se observa una tendencia decreciente en el uso de Facebook Live.



Base total entrevistas
Promedio de respuestas por persona: 5.5

Influencers LGBTI+ favoritos de la comunidad

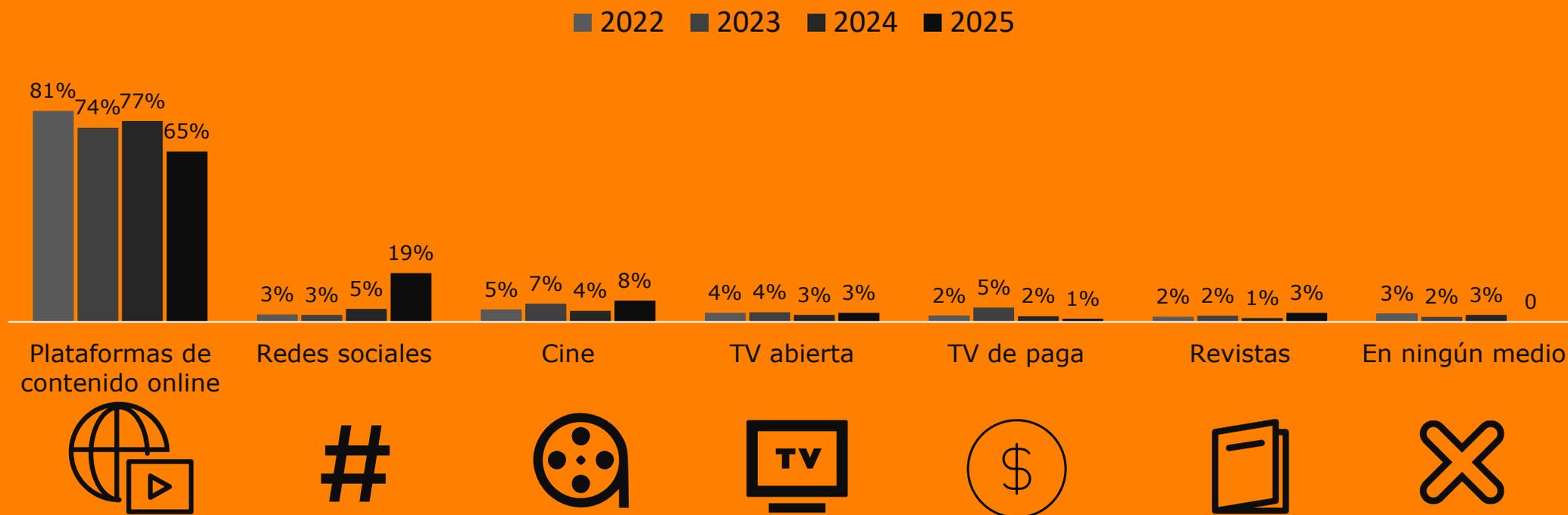
Los influencers favoritos de la comunidad LGBTI+ son **Wendy Guevara**, **Karina Torres**, quien subió en popularidad 20pp y **Burrita Burrona**.



Base total entrevistas
Promedio de respuestas por persona: 4.0

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

Aunque las plataformas para ver contenidos por internet sigue siendo el medio donde más se sienten representadas las personas de la comunidad, esta percepción presenta una caída respecto al año pasado. Las redes sociales tuvieron un crecimiento importante.



VIDA FAMILIAR, LABORAL Y SOCIAL

76%

de las personas encuestadas piensan
participar en alguna marcha LGBTI+ de
junio 2025

Base total entrevistas

65%

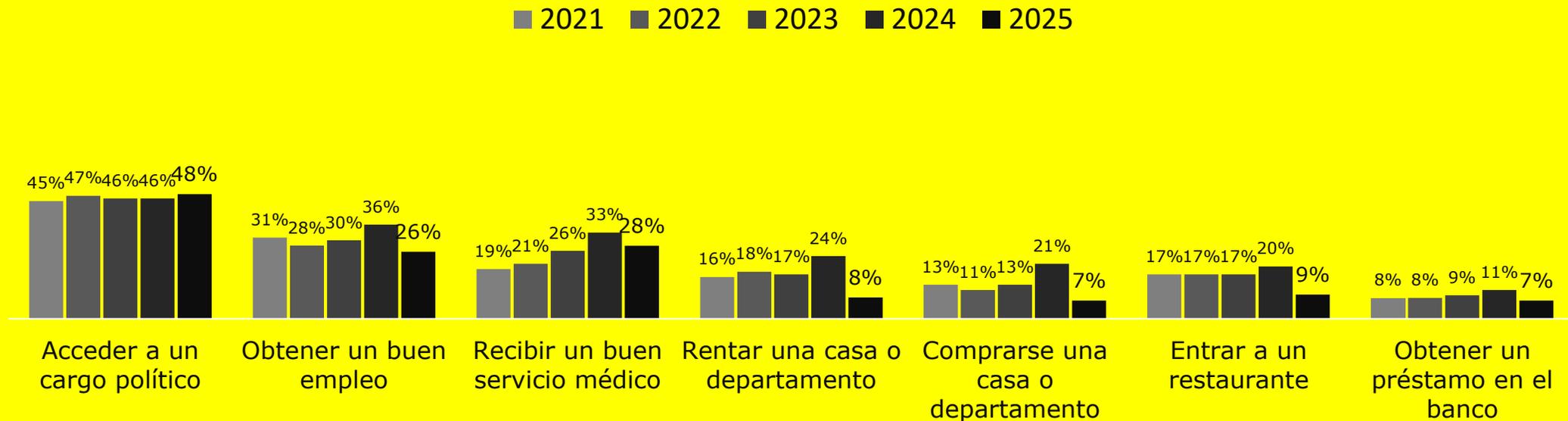
declararon que pueden hablar libremente de su sexualidad con sus familiares cercanos

Lo que representa un aumento del 5% respecto al año pasado y nos indica que cada vez es más común la apertura en estos temas.

Base total entrevistas

Obstáculos para la comunidad LGBTI+

Aunque cada vez hay más apertura, ser parte de la comunidad LGBTI+ sigue representando un desafío para conseguir puestos políticos.

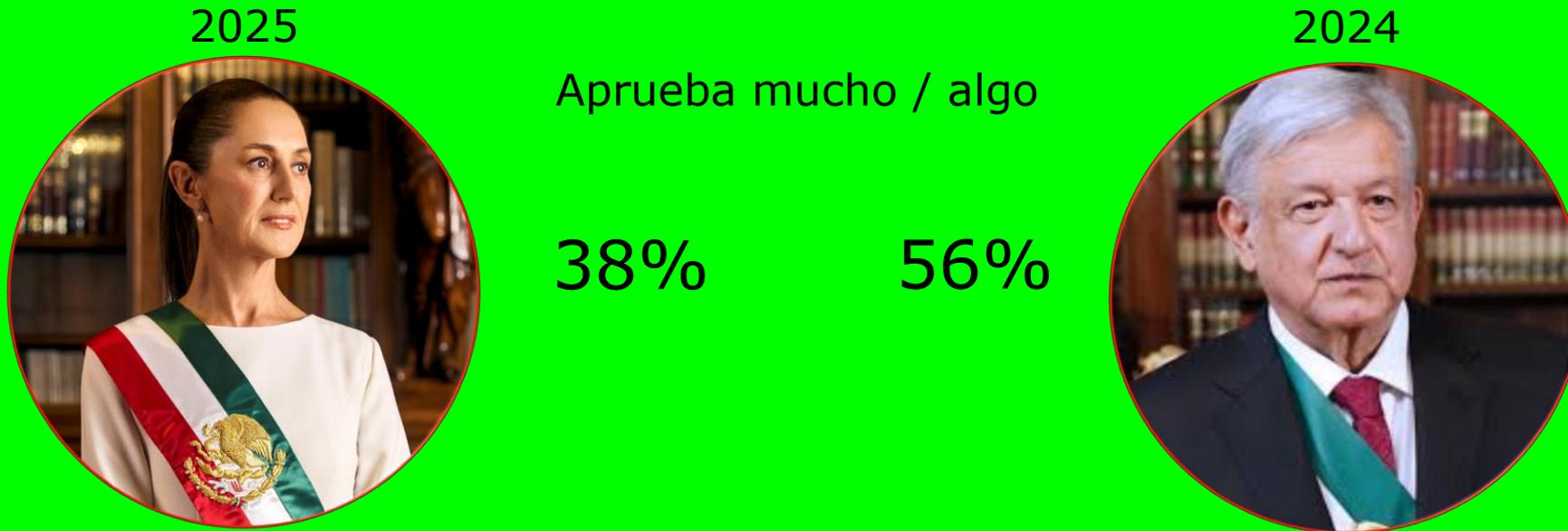


Base total entrevistas

EVALUACIÓN DE GOBIERNO

Aprobación presidencial

Entre las personas de la comunidad la aprobación en 2024 era mayor para Andrés Manuel que la actual para Claudia Sheimbaun.



Base total entrevistas

Voto presidencial 2030

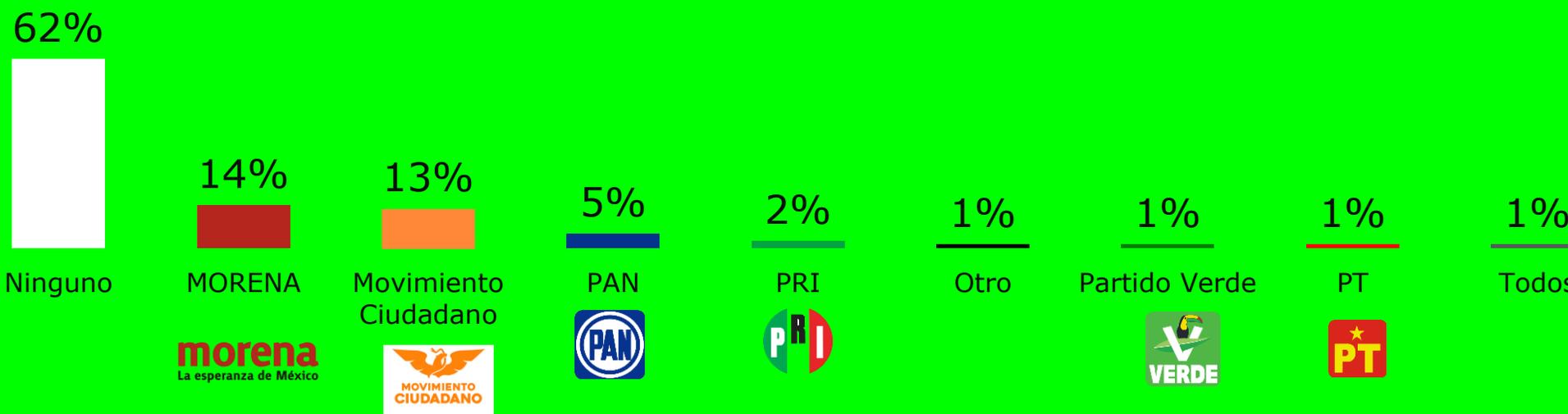
4 de cada 10 personas de la comunidad aún no saben por cuál partido van a votar. Entre quienes ya lo saben, la mayoría apoya a MORENA.



Base total entrevistas

Partidos que atienden las necesidades de la comunidad LGBTI+

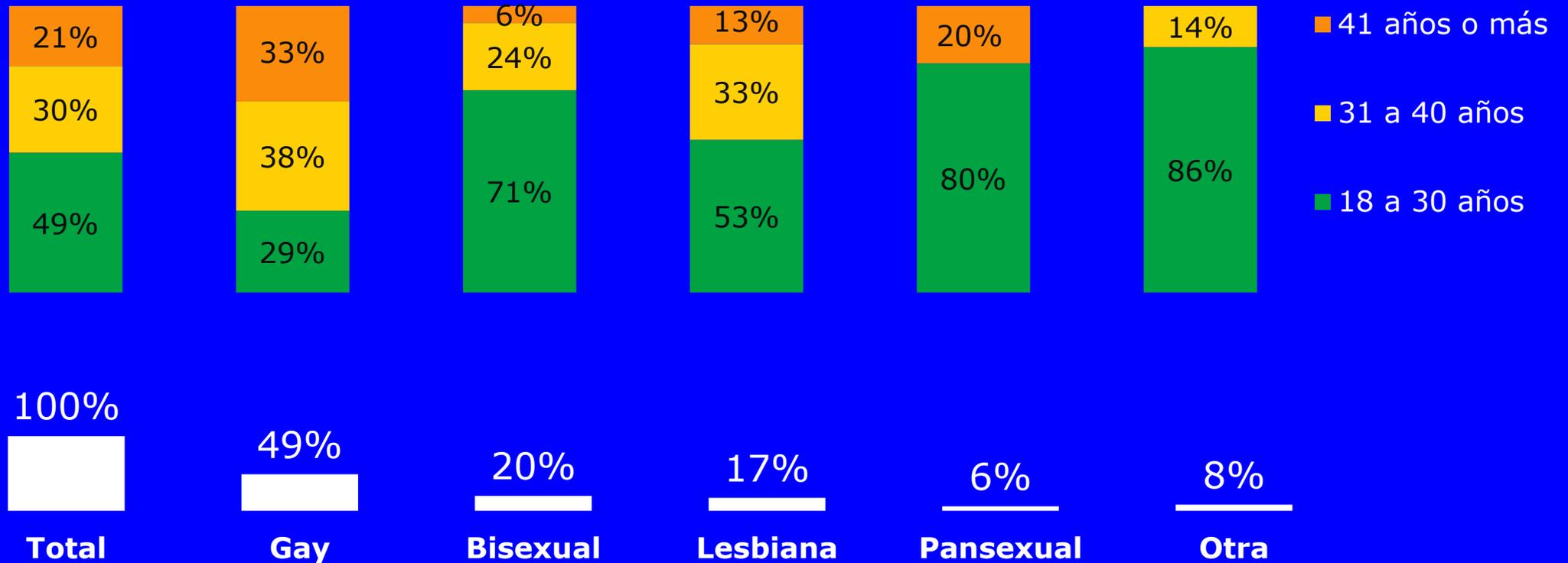
Sin embargo, la comunidad piensa que ningún partido atiende mejor sus necesidades. Solamente un 14% y 13% piensan que MORENA y MC lo hacen respectivamente.



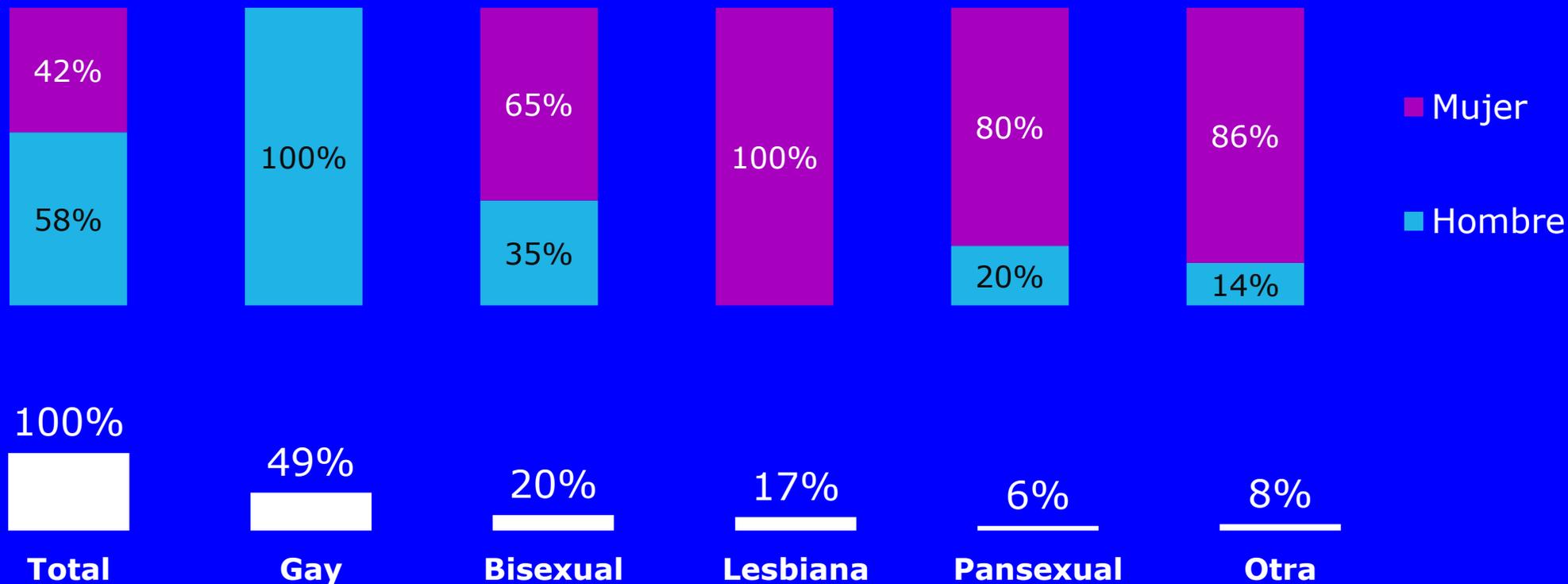
Base total entrevistas

ORIENTACIÓN SEXUAL E IDENTIDAD DE GÉNERO

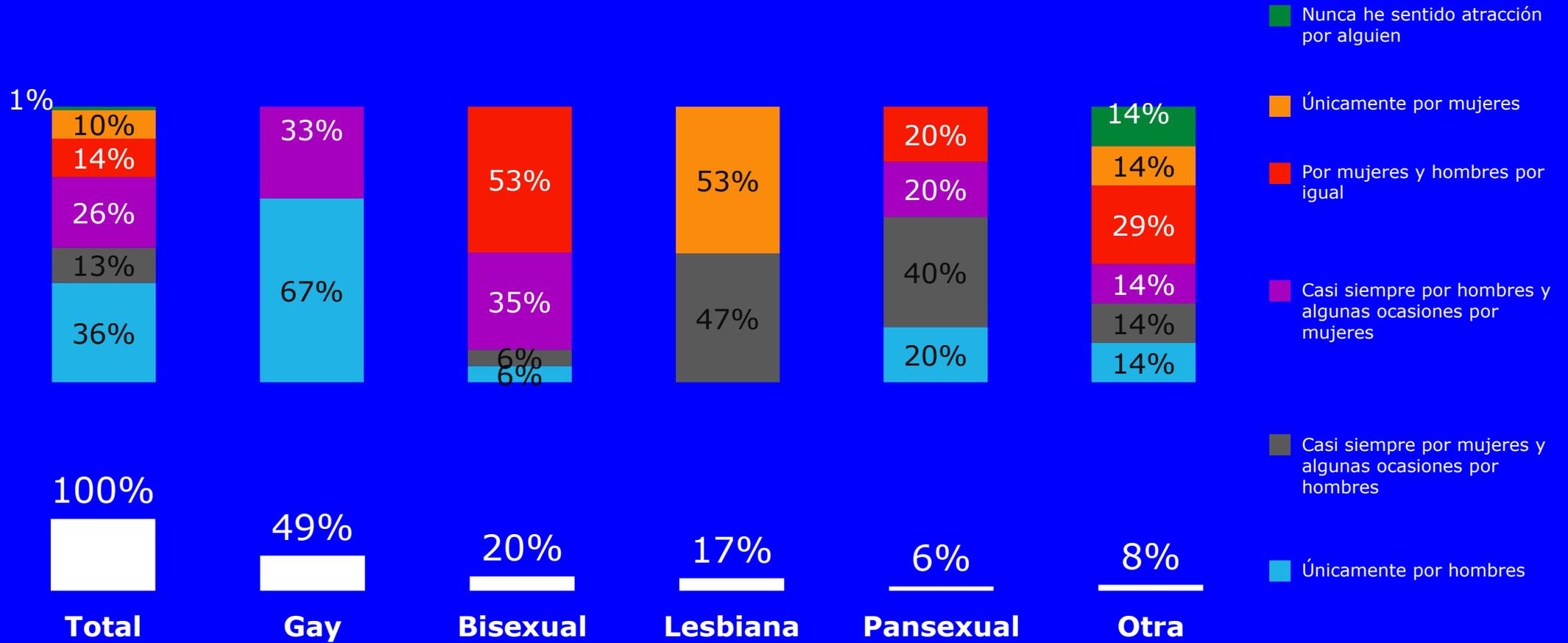
Distribución por grupos de edad vs orientación sexual entre la comunidad LGBTI+



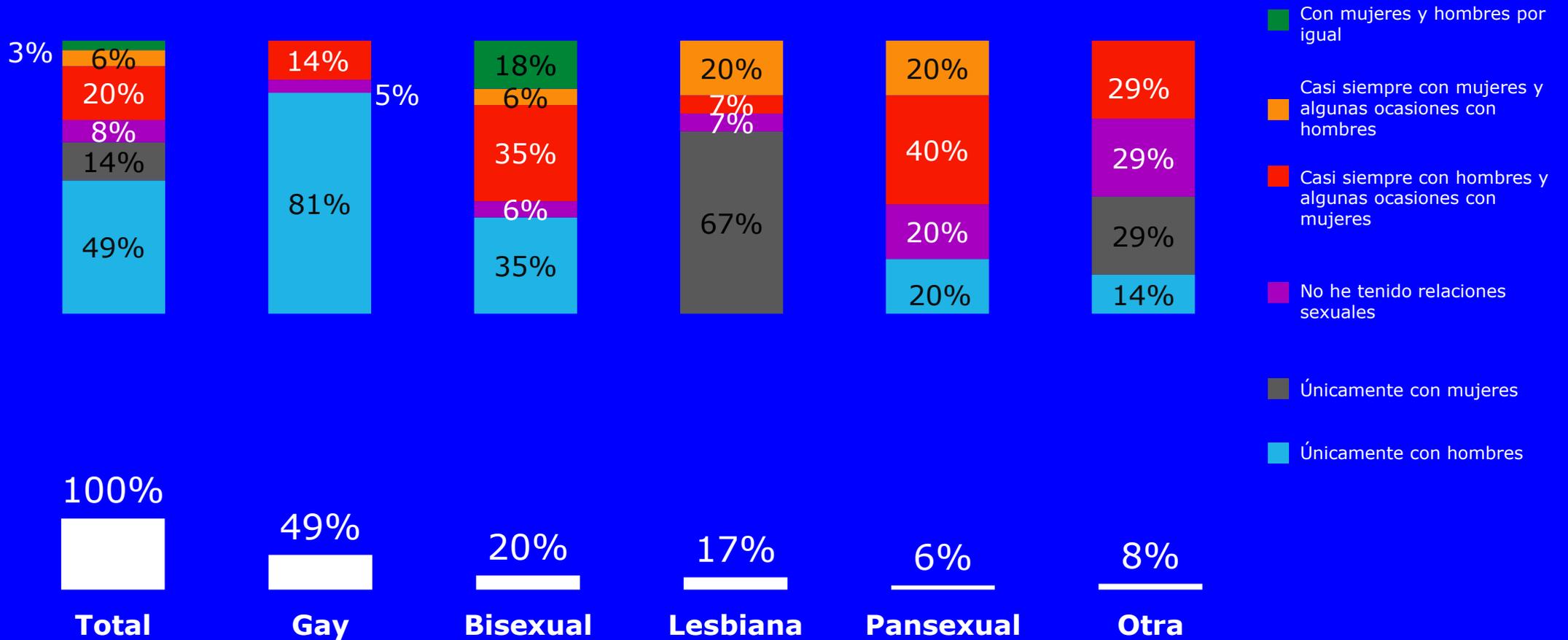
Sexo asignado al nacer vs orientación sexual entre la comunidad LGBTI+



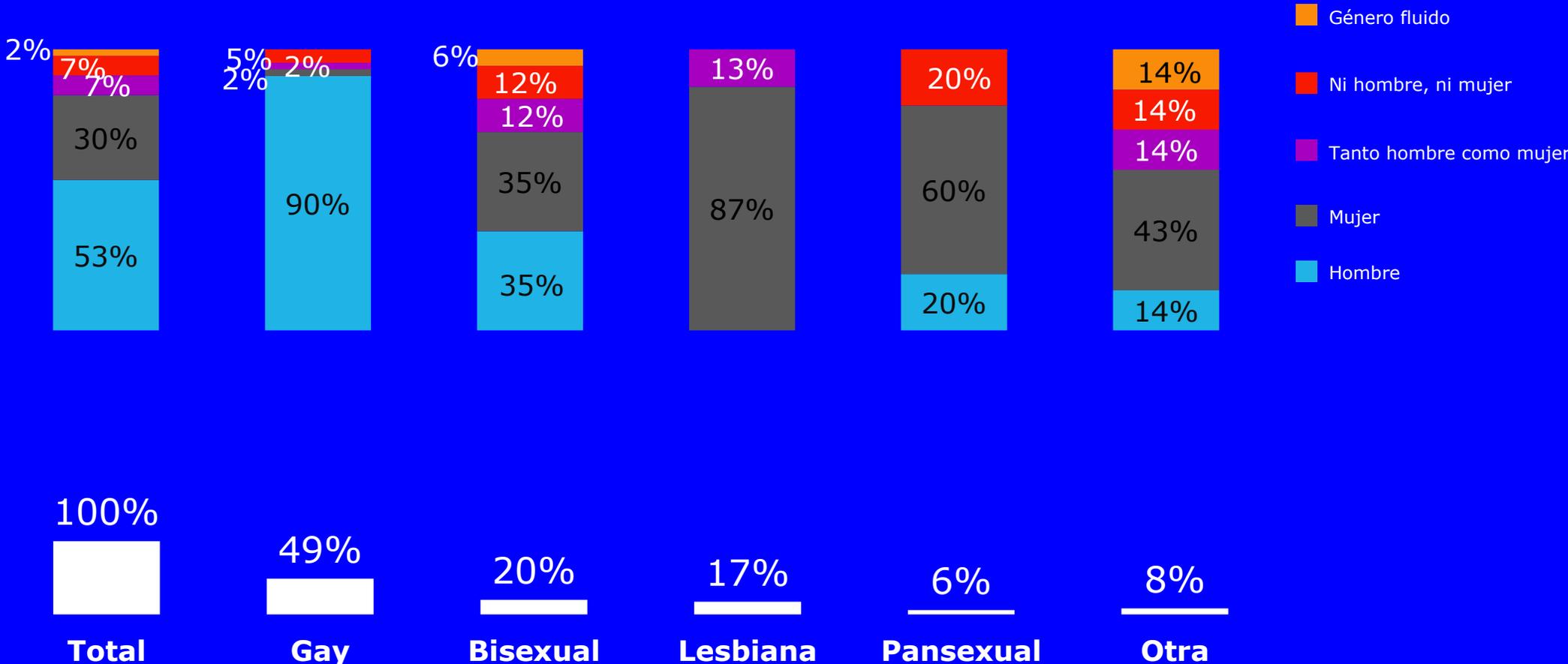
¿Por quién se sienten atraídas sexualmente las personas de la comunidad LGBTI+ de acuerdo a su orientación?



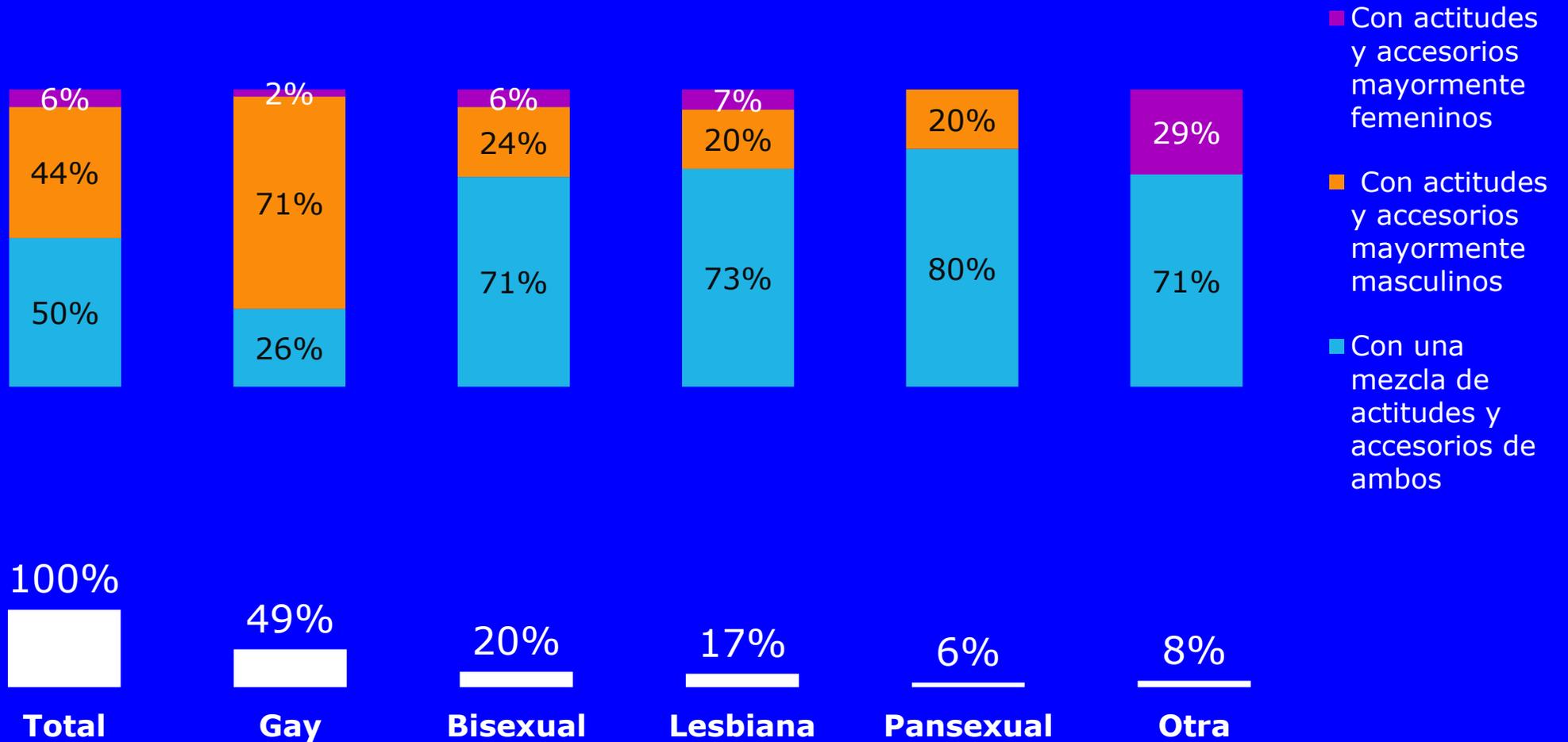
¿Con quién han tenido relaciones sexuales las personas de la comunidad LGBTI+ de acuerdo a su orientación?



Identidad de género vs orientación sexual



Formas de expresión vs orientación sexual





Iván Castro
Director general
ivan@planningquant.com

Alán Blancas
Director de estadística
alan@planningquant.com

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

Síguenos en nuestras redes como:

@PlanningQuant

