

ORGULLO LGBT+ 2023

Una encuesta de Ipsos Global Advisor en 30 países

Más información: <https://www.ipsos.com/en/pride-month-2023-9-of-adults-identify-as-lgbt>

© 2023 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.



Hallazgos Clave

El porcentaje promedio de población LGBTQ+ es del 9%.

En los 30 países encuestados, un 3% en promedio se identifica como lesbiana o gay, un 4% como bisexual, un 1% como pansexual u omnisexual y un 1% como asexual. Los miembros de la Generación Z tienen el doble de probabilidades que los Millennials y cuatro veces más que los de la Generación X y los Boomers de identificarse como bisexuales, pansexuales/omnisexuales y asexuales.

Globalmente, el 1% dice ser transgénero, el 1% no binario/de género no conforme/fluido, y el 1% distinto de hombre o mujer.

La proporción de adultos autoidentificados como LGBTQ+ oscila entre el 15% en Brasil y el 4% en Perú.

Aumenta la visibilidad del colectivo LGBTQ+, pero sigue habiendo grandes diferencias entre países.

Todos los segmentos de la comunidad LGBTQ+ se han hecho más visibles en los dos últimos años.

En promedio global, 1 de cada 2 adultos afirma tener un familiar, amigo o colega gay o lesbiana, 1 de cada 4 bisexual y 1 de cada 8 transexual, no binario, de género no conforme o de género fluido. Las mujeres tienen más probabilidades que los hombres, y los adultos jóvenes más que los mayores, de decir que conocen a personas LGBTQ+.

La visibilidad del colectivo LGBTQ+ varía mucho de un país a otro. Es mayor en España, América Latina, Tailandia y los países anglófonos, y menor en Japón, Corea del Sur, Turquía y Europa del Este.

En la mayoría de los países el apoyo al matrimonio y la crianza entre personas del mismo sexo es mayoritario, pero no en todos.

El apoyo al matrimonio entre personas del mismo sexo oscila entre el 49% y el 80% en los 20 países encuestados donde es legal y en dos de los otros 10 países donde no lo es. La mayoría de los demás países, excepto Turquía, apoyan algún tipo de reconocimiento legal para las parejas del mismo sexo.

Globalmente, alrededor de dos tercios afirman que las parejas del mismo sexo tienen las mismas probabilidades que otros padres de criar a sus hijos con éxito, y que deberían tener los mismos derechos para adoptar que las parejas heterosexuales. Estas opiniones son mayoritarias en todos los países excepto en cuatro.

Sin embargo, el apoyo al matrimonio y la crianza entre personas del mismo sexo se ha suavizado en varios países occidentales desde 2021.

La protección frente a la discriminación en el trabajo y la vivienda tiene más apoyo que otras medidas dirigidas a las personas transgénero.

Globalmente, el 67% está de acuerdo en que las personas transgénero sufren al menos bastante discriminación, y el 76% está de acuerdo en que deberían estar protegidas frente a la discriminación en el empleo, la vivienda y el acceso a negocios y tiendas.

Las opiniones sobre otras medidas son más variadas, con una media del 60% a favor de permitir que los adolescentes transgénero reciban cuidados de reafirmación de género con el consentimiento parental; el 55% a favor de permitir que las personas transgénero utilicen instalaciones de un solo sexo que se correspondan con su género; el 53% a favor de que los documentos oficiales incluyan opciones distintas a "hombre" o "mujer"; y el 47% a favor de que los sistemas de seguros sanitarios cubran los costes de la transición de género de forma no diferente a los de otros procedimientos médicos.

El apoyo a las medidas en favor de las personas trans varía en función de la edad, el sexo y, sobre todo, el país. Tiende a ser mayor entre los adultos más jóvenes y las mujeres. Suele ser mayor en Tailandia, el sur de Europa y América Latina, y menor en Corea del Sur, Europa del Este, Gran Bretaña y Estados Unidos.

Orientación Sexual & Identidad de Género



Orientación Sexual e Identidad de Género – Resumen

En promedio, en los 30 países encuestados, el 3% de los adultos se identifican como lesbianas u gay, el 4% como bisexuales, el 1% como pansexuales u omnisexuales y el 1% como asexuales.

Los hombres tienen más probabilidades de identificarse como gay que las mujeres como lesbianas: 4% frente al 1% en promedio global. Sin embargo, ambos tienen las mismas probabilidades de identificarse como bisexuales, pansexuales, omnisexuales o asexuales. Los Gen Z tienen el doble de probabilidades que los Millennials y cuatro veces más que los Gen X y Boomers de identificarse como bisexuales, pansexuales/omnisexuales o asexuales.

España es el país donde es más probable que los encuestados se declaren gay o lesbianas (6%), mientras que Brasil y los Países Bajos son los países donde es más probable que se declaren bisexuales (7% en ambos casos). Japón es el país donde es menos probable que se identifiquen como gay o lesbianas (menos del 1%) o como bisexuales (1%).

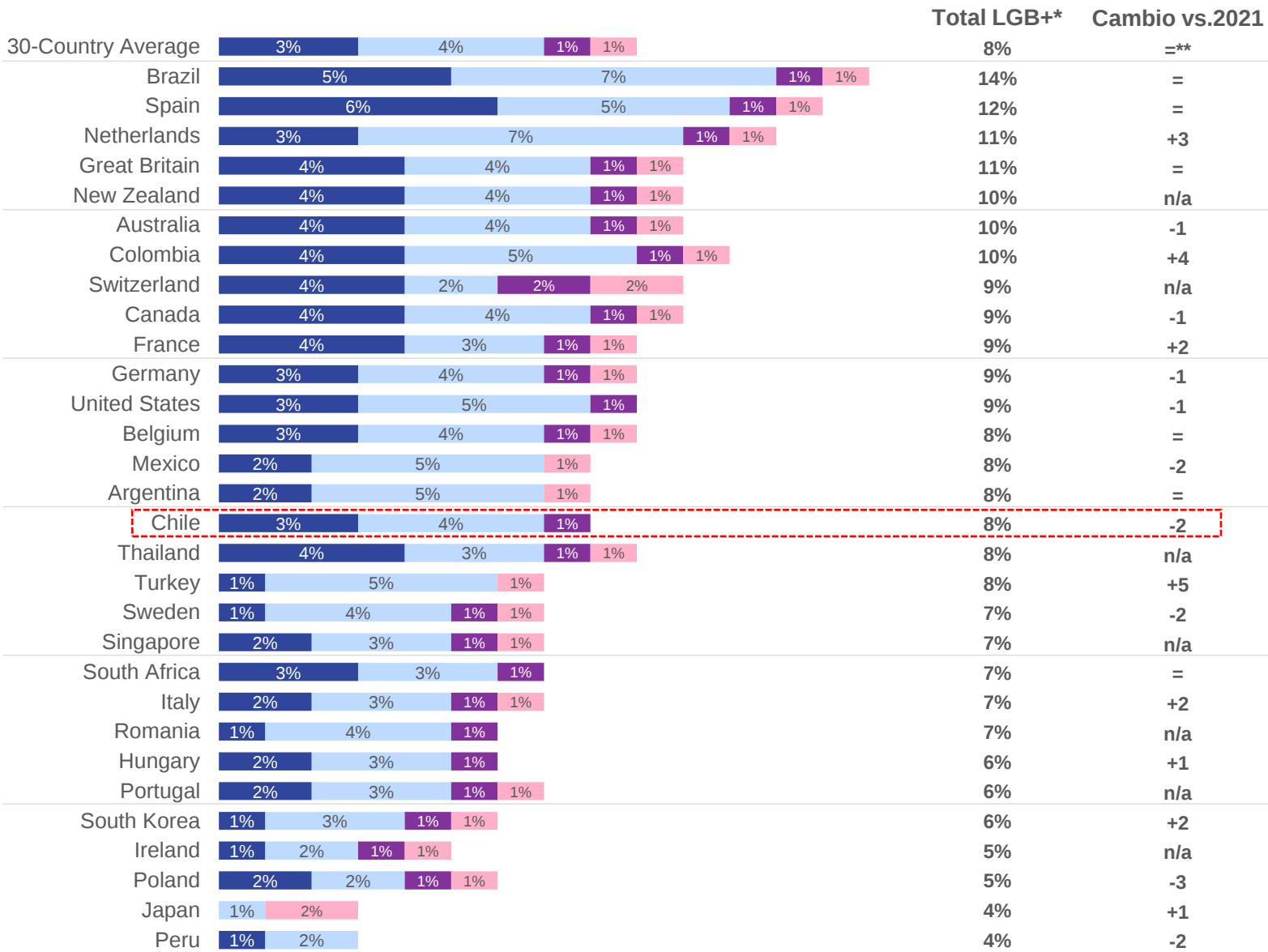
Globalmente, el 1% se describe como transgénero, el 1% como no binario, de género no conforme o de género fluido, y el 1% como ninguna de las dos cosas, pero diferente de masculino o femenino. También aquí hay grandes diferencias entre los adultos más jóvenes y los de más edad: el 6% de los Gen Z y del 3% de los Millennials se identifica con alguno de estos grupos, frente al 1% de los Gen X y los Boomers.

En general, la proporción media de la población LGBT+ autoidentificada es del 9%. La proporción de adultos autoidentificados como LGBT+ varía ampliamente entre generaciones y geografías: de un promedio de 30 países del 18% entre Gen Z al 4% entre Baby Boomers, y del 15% de todos los encuestados en Brasil al 4% en Perú.

Orientación Sexual por País

P. ¿Con cuáles de las siguientes opciones, si corresponde, se identifica?

- Lesbiana/gay/homosexual
- Bisexual
- Pansexual/omnisexual
- Asexual



Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population

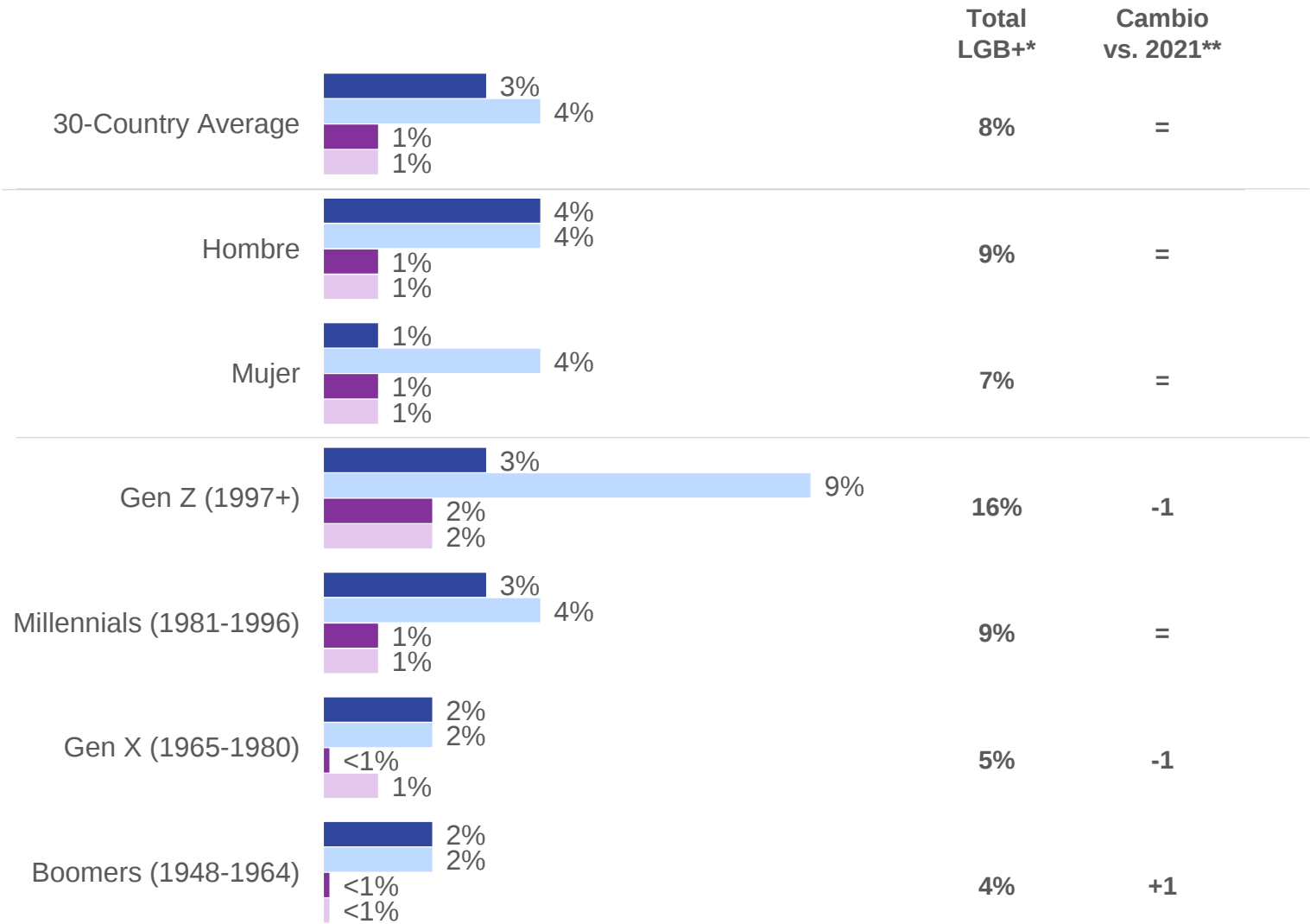
* Net lesbian/gay/homosexual + bisexual + pansexual/omnisexual + asexual
** Average 23 countries surveyed both in 2021 and 2023
The Total LGB+ % may be slightly higher or lower than the sum of the %s for all answer options as all are rounded to nearest whole %



Orientación Sexual por Género y Generación

P. ¿Con cuáles de las siguientes opciones, si corresponde, se identifica?

- Lesbiana/gay/homosexual
- Bisexual
- Pansexual/omnisexual
- Asexual



Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population

6 – © Ipsos | LGBT+ Pride Study 2023 Global Survey

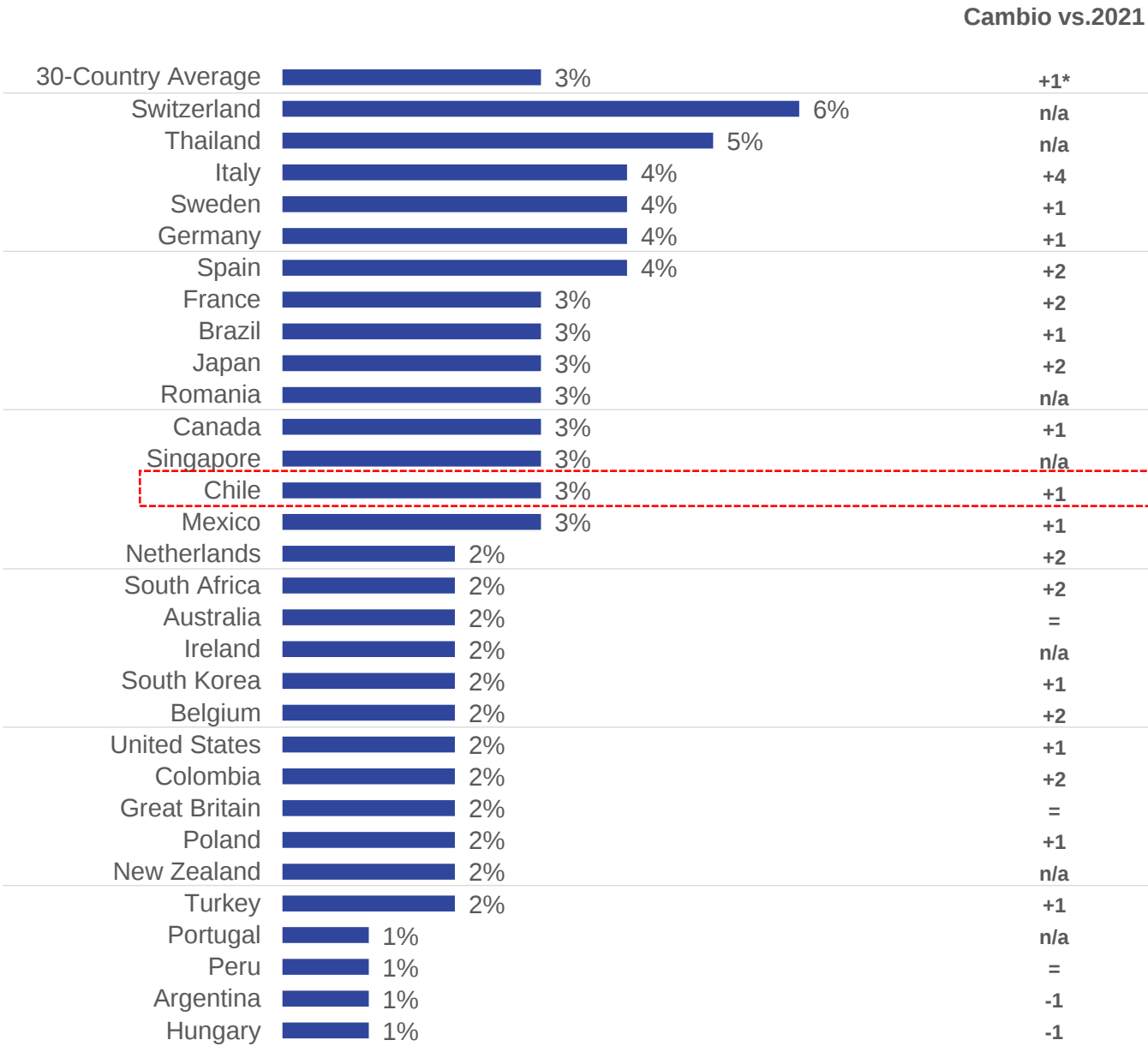
* Net lesbian/gay/homosexual + bisexual + pansexual/omnisexual + asexual
**Average all countries surveyed in 2023 vs. all countries surveyed in 2021
The Total LGB+ % may be slightly higher or lower than the sum of the %s for all answer options as all are rounded to nearest whole %



Identidad de Género por País

P. ¿Cómo se describe actualmente?

- Todos los que respondieron:
- Transgénero
 - No binario/género no conforme/género fluido
 - Diferente de lo anterior y de masculino o femenino



Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population

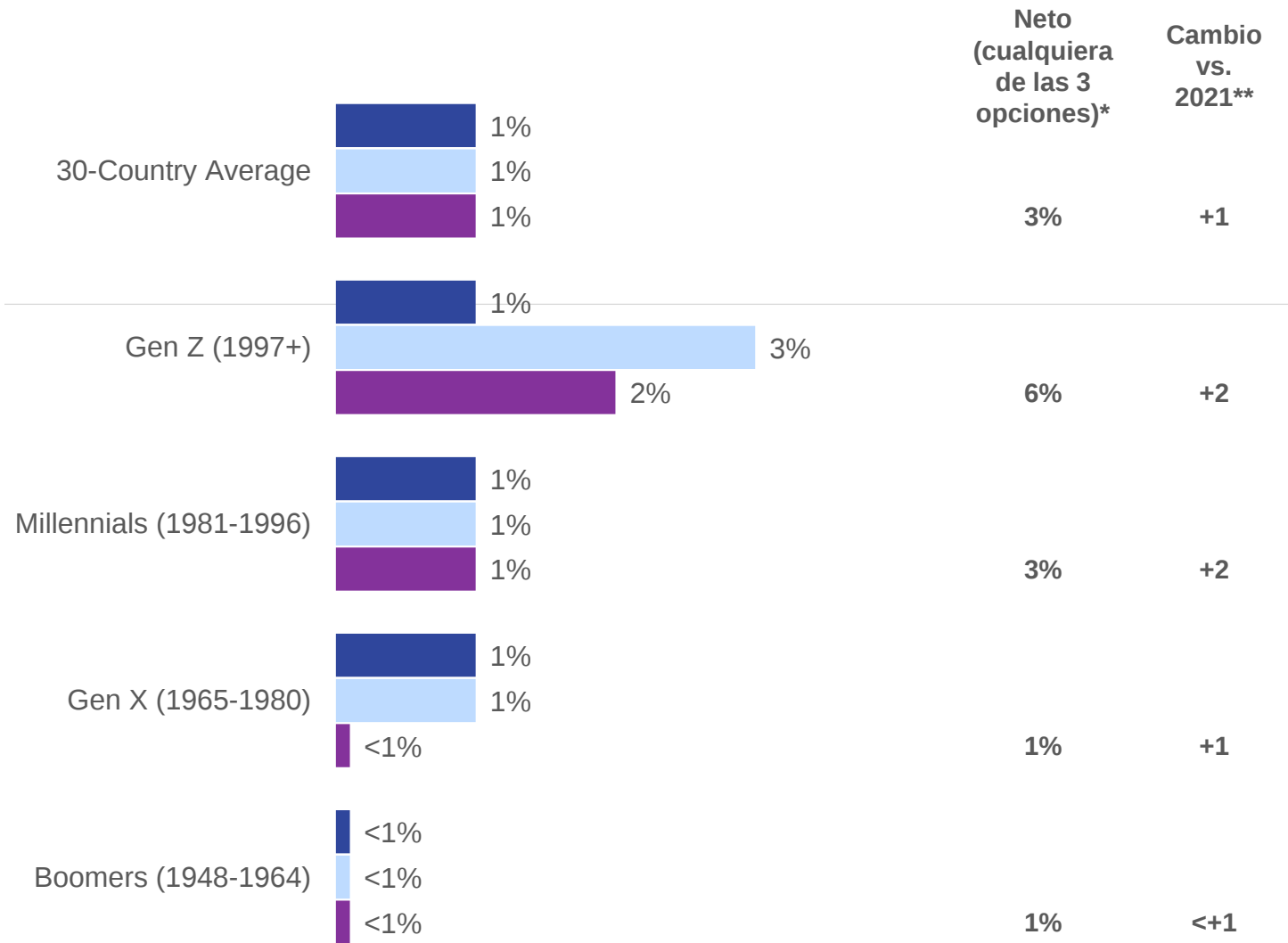
* Average 23 countries surveyed both in 2021 and 2023



Identidad de Género por Generación

P. ¿Cómo se describe actualmente?

- Transgénero
- No binario/género no conforme/género fluido
- Diferente de lo anterior y de masculino o femenino



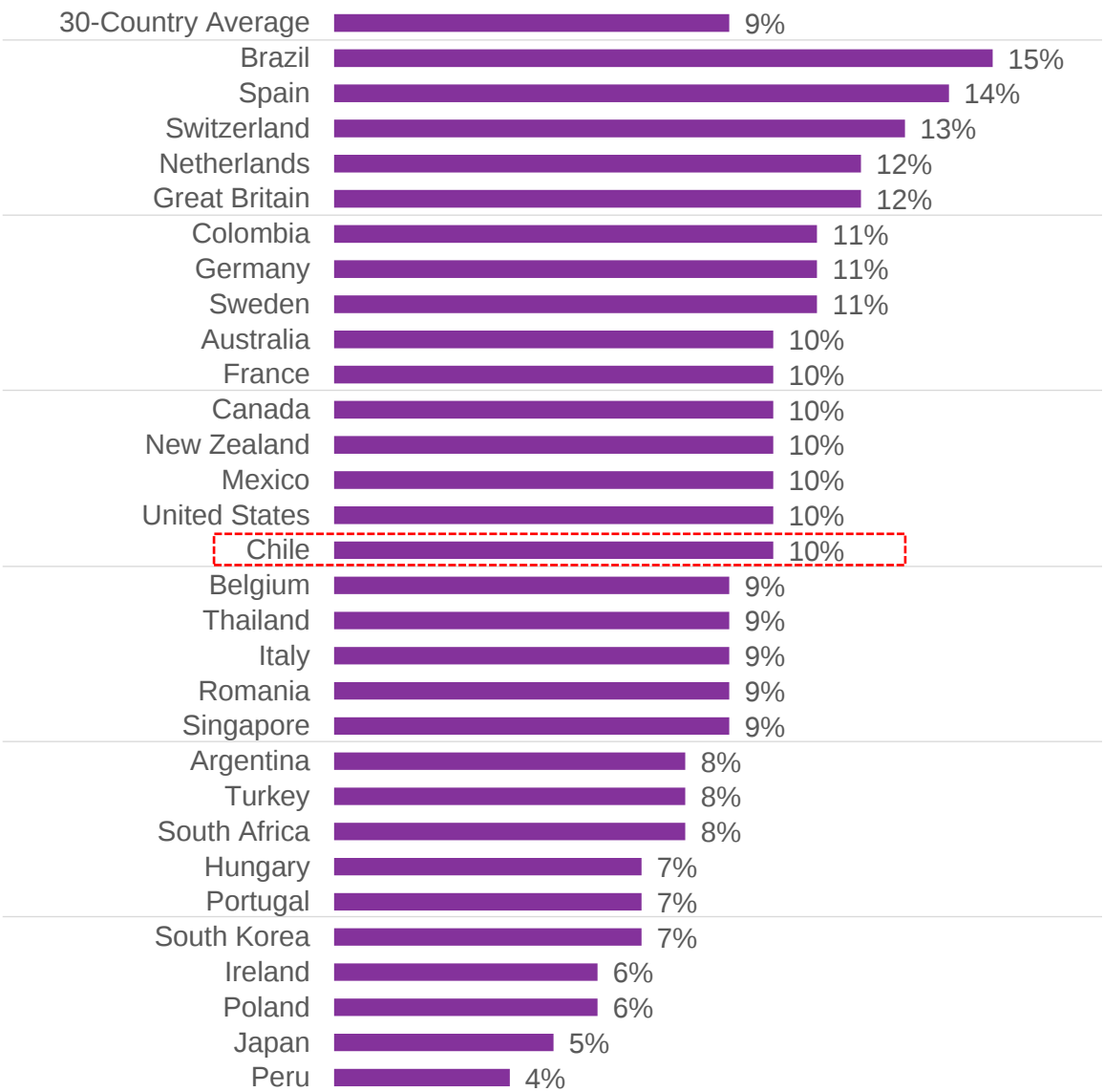
Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population
8 – © Ipsos | LGBT+ Pride Study 2023 Global Survey

* Total transgender ,non-binary/non-conforming/gender-fluid, differently from above and from male or female
** Average all countries surveyed in 2023 vs. all countries surveyed in 2021
The Total % may be slightly higher or lower than the sum of the %s for all answer options as all are rounded to nearest whole %



% Neto de Adultos LGBT+ por País

- Todos los que respondieron:
- Lesbiana/gay/homosexual
 - Bisexual
 - Pansexual/omnisexual
 - Asexual
 - Transgénero
 - No binario/género no conforme/género fluido
 - Diferente de lo anterior y de masculino o femenino

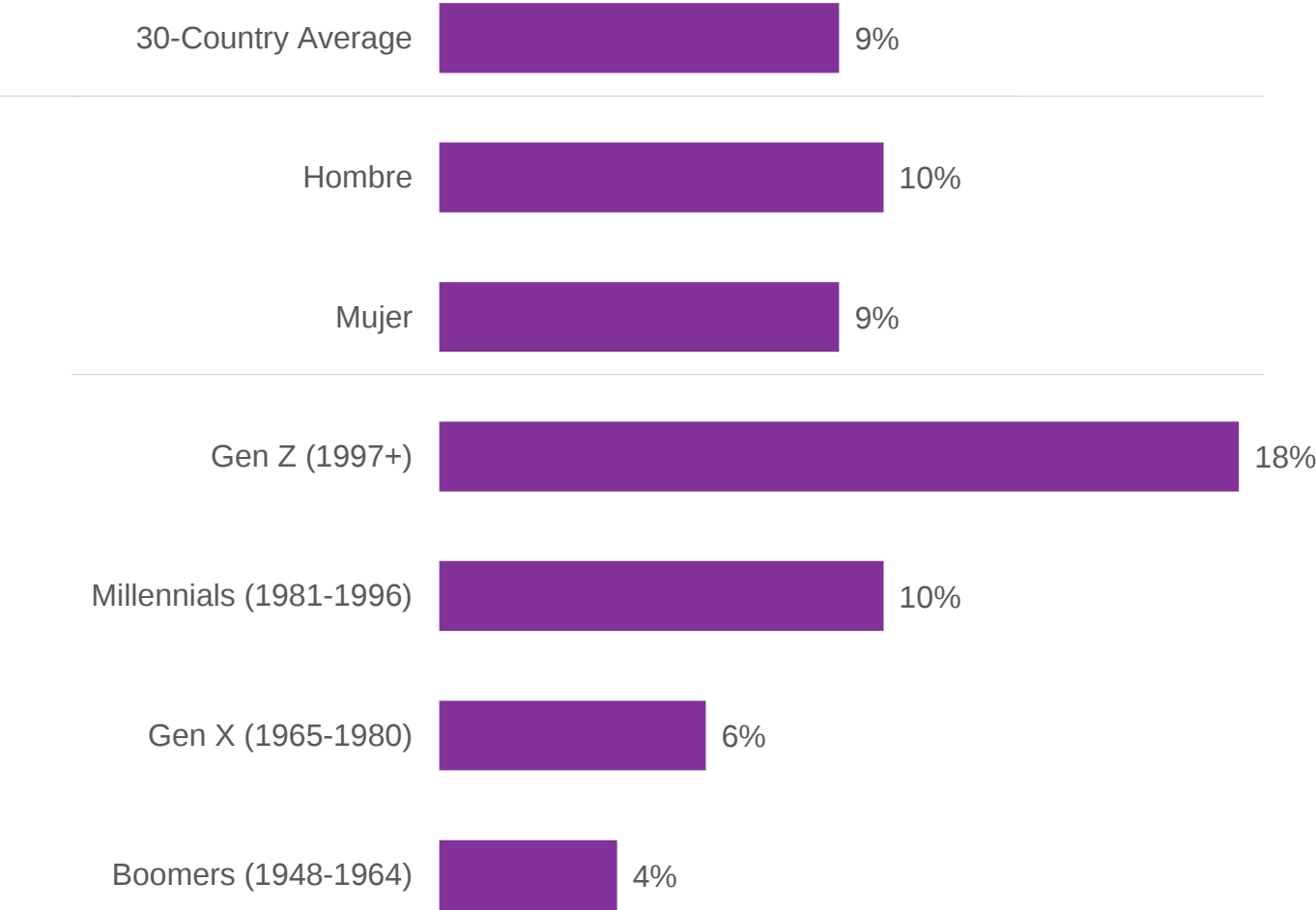


Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population



% Neto de Adultos LGBTQ+ por Género y Generación

- Todos los que respondieron:
- Lesbiana/gay/homosexual
 - Bisexual
 - Pansexual/omnisexual
 - Asexual
 - Transgénero
 - No binario/género no conforme/género fluido
 - Diferente de lo anterior y de masculino o femenino



Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population



Visibilidad LGBTQ+



Visibilidad LGBTQ+ – Resumen

La visibilidad de las personas LGBTQ+ ha aumentado en los dos últimos años. En promedio de todos los países encuestados, el 47% dice que tiene un familiar, amigo o compañero de trabajo que es lesbiana/gay/homosexual, 5 puntos más desde 2021; el 26% dice que conoce a alguien que es bisexual, 2 puntos más; el 13% dice que conoce a alguien que es transgénero, 3 puntos más; y el 12% dice que conoce a alguien que es no binario, de género no conforme o de género fluido, 3 puntos más.

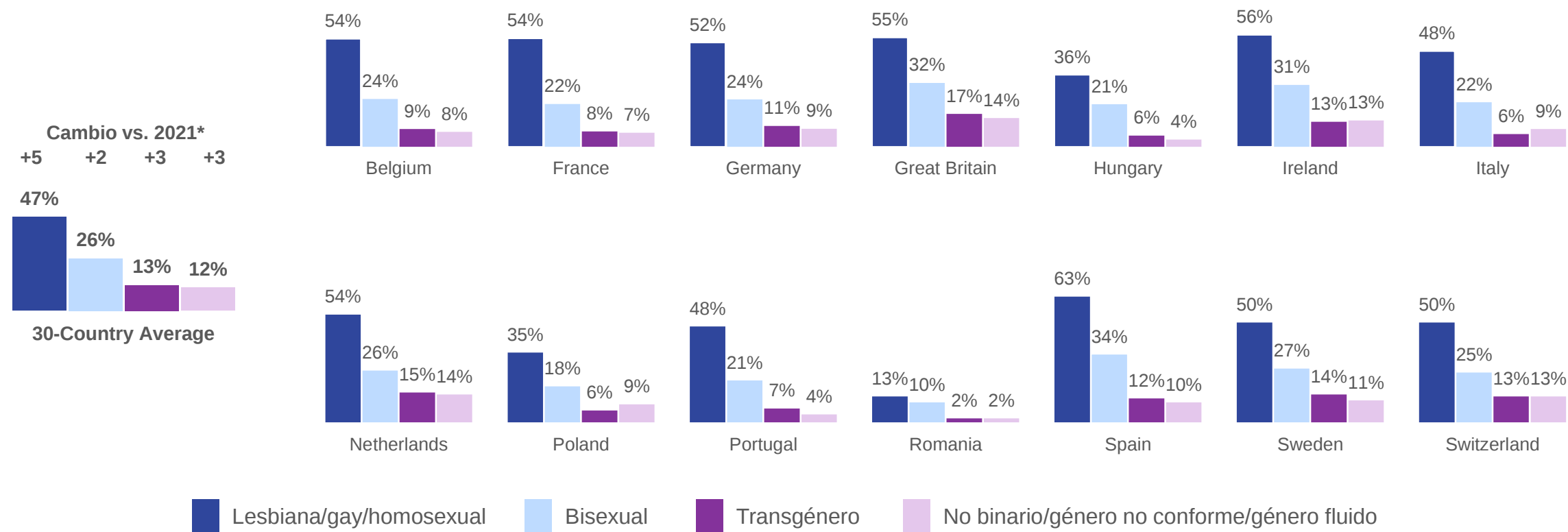
La visibilidad del colectivo LGBTQ+ varía mucho de un país a otro. Tener un familiar, amigo o compañero de trabajo que sea lesbiana, gay o bisexual es más frecuente en América Latina, España, Australia, Nueva Zelanda y Sudáfrica. La visibilidad de personas trans y no binarias es mayor en la los países anglohablantes, en Brasil y, sobre todo, en Tailandia.

Por otro lado, la visibilidad de los distintos segmentos de la comunidad LGBTQ+ es menor en Japón, Corea del Sur, Turquía, Rumanía, Hungría y Polonia.

Las mujeres son más propensas que los hombres a decir que conocen a personas de diversas orientaciones sexuales e identidades de género. En consonancia con la autoidentificación, la prevalencia de conocer a alguien que es LGBTQ+ es mucho mayor entre los adultos más jóvenes que entre los de más edad. Las diferencias generacionales son particularmente pronunciadas cuando se trata de conocer a personas que son bisexuales y personas que son no binarias/de género no conforme o fluido: en ambos casos, los Gen Z son el doble de propensos que los Gen X, y tres veces más propensos que los Boomers, a decir que lo hacen.

Visibilidad LGBTQ+ por País (Promedio de 30 Países + Europa)

P. ¿Tiene un familiar, amigo o colega de trabajo que sea alguna de las siguientes opciones? : (% SÍ)

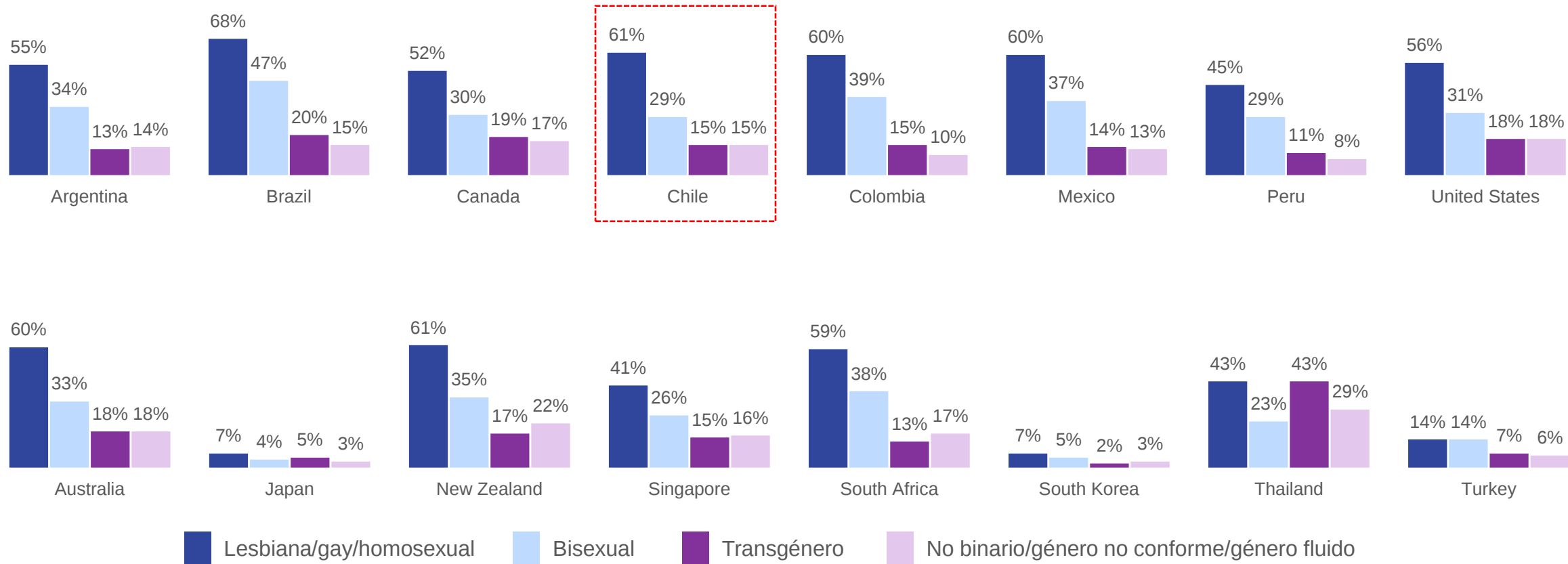


Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population

* Average all countries surveyed in 2023 vs. all countries surveyed in 2021

Visibilidad LGBTQ+ por País (Americas, Asia-Pacific/Africa)

P. ¿Tiene un familiar, amigo o colega de trabajo que sea alguna de las siguientes opciones? : (% SÍ)

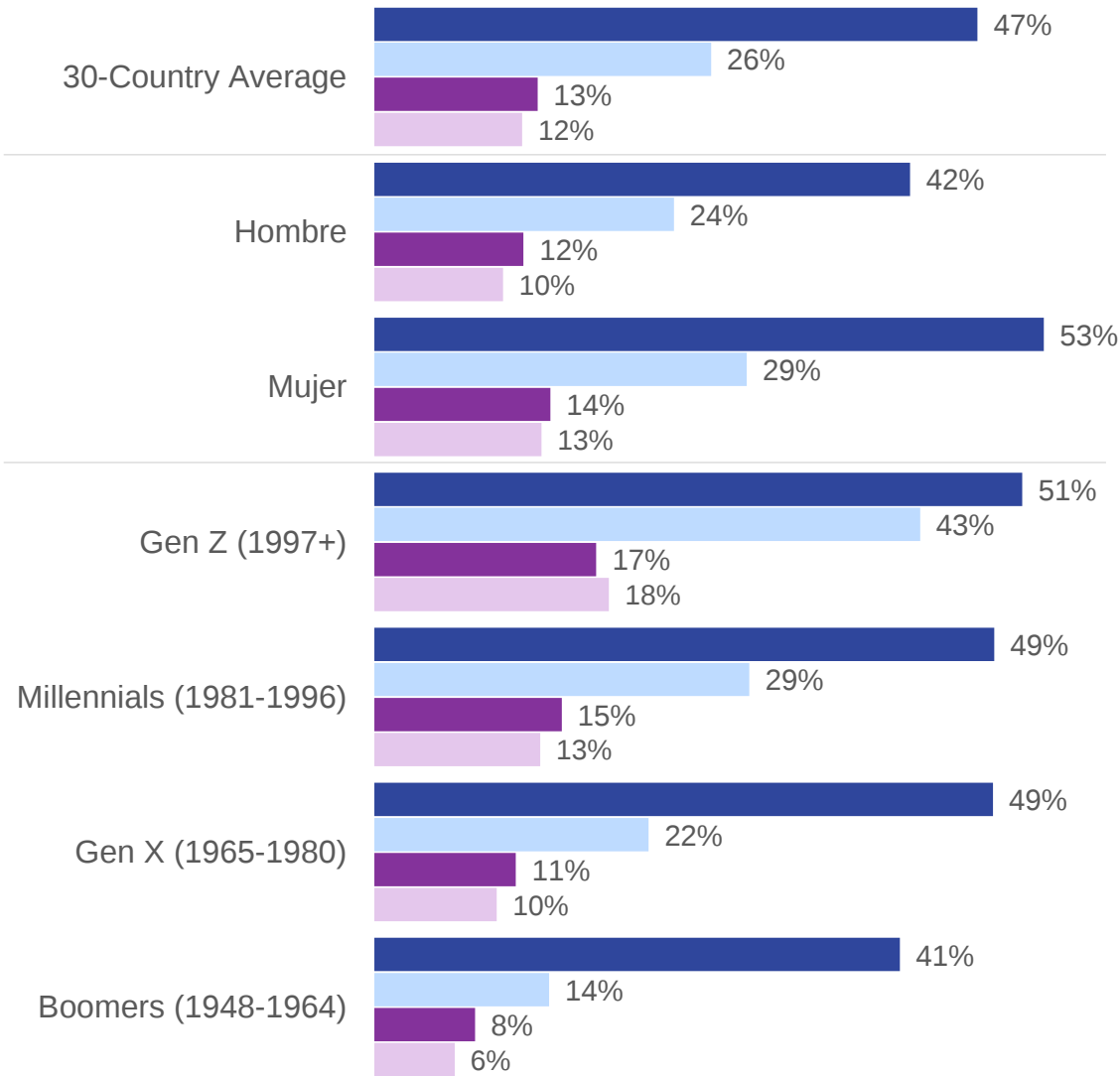
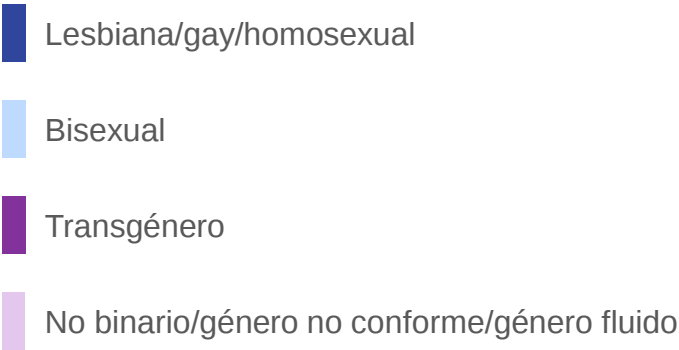


Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population



Visibilidad LGBT+ por Género y Generación

P. ¿Tiene un familiar, amigo o colega de trabajo que sea alguna de las siguientes opciones? : (% Sí)



Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population



Matrimonio y Crianza del Mismo Sexo



Matrimonio y Crianza del Mismo Sexo – Resumen

En promedio, en los 30 países encuestados, el 56% dice que se debería permitir a las parejas del mismo sexo casarse legalmente, mientras que el 16% dice que se les debería permitir obtener algún reconocimiento legal, pero no casarse, y sólo el 14% dice que no se les debería permitir casarse ni obtener ningún tipo de reconocimiento legal. Otro 14% no está seguro.

El apoyo al matrimonio entre personas del mismo sexo oscila entre el 49% y el 80% en los 20 países encuestados donde es legal. En los 10 países donde no es legal, las mayorías de Italia y Tailandia apoyan el matrimonio entre personas del mismo sexo, y las mayorías de todos los demás países, excepto Turquía, apoyan al menos algún tipo de reconocimiento legal para las parejas del mismo sexo. Los que se oponen a cualquier forma de reconocimiento legal para las parejas del mismo sexo no representan más de un tercio de los encuestados en cualquiera de los países analizados. Las mujeres son significativamente más proclives que los hombres a apoyar el matrimonio entre personas del mismo sexo, con una diferencia entre ambos de 10 puntos porcentuales en promedio global.

En 13 de los 15 países en los que Ipsos ha realizado un seguimiento del apoyo al matrimonio entre personas del mismo sexo desde 2013, creció significativamente hasta 2021. Sin embargo, desde entonces se ha estancado o ha disminuido en muchos países. De los 23 países encuestados tanto en 2021 como este año, nueve muestran una disminución de 4 puntos o más en el porcentaje que dice que las parejas del mismo sexo deberían poder casarse legalmente (Canadá, Alemania, Estados Unidos, México, Países Bajos, Suecia, Gran Bretaña, Brasil y Turquía), mientras que solo dos muestran un aumento de 4 puntos o más (Francia y Perú).

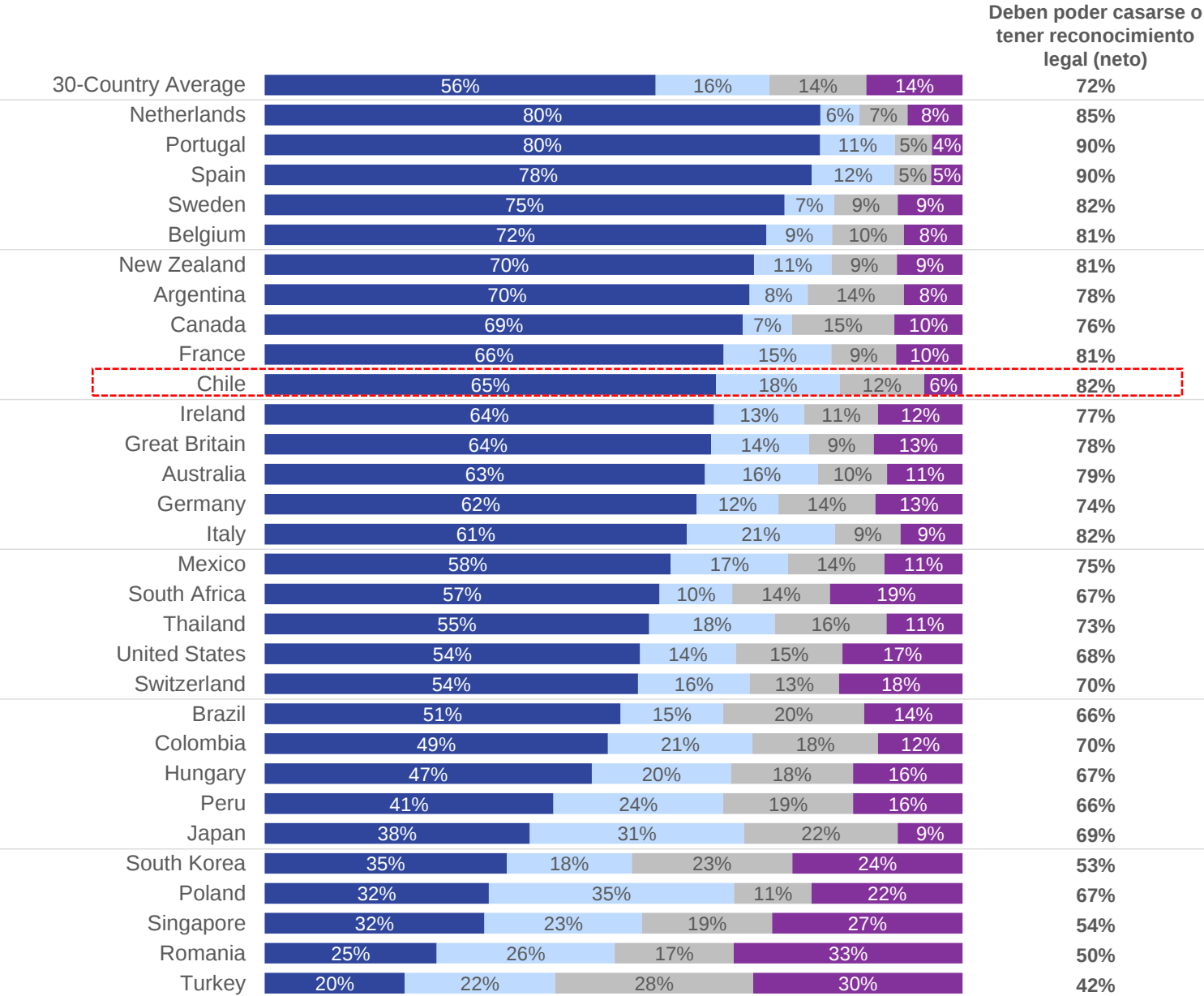
Aunque las opiniones sobre la crianza de parejas del mismo sexo son más tibias que las relativas al matrimonio, muestran pautas similares. Globalmente, el 65% dice que las parejas del mismo sexo tienen las mismas probabilidades que otros padres de criar a sus hijos con éxito y el 64% dice que deberían tener los mismos derechos para adoptar niños que las parejas heterosexuales. Estas opiniones son mayoritarias en 26 países, incluidos varios en los que no se permite adoptar a las parejas del mismo sexo. Los únicos países donde hay más personas en desacuerdo que de acuerdo con ambas opiniones son Polonia, Turquía, Rumania y Corea del Sur. Una vez más, las mujeres son más partidarias de la crianza por parejas del mismo sexo que los hombres (por una diferencia de 10 puntos en promedio), al igual que los jóvenes frente a los mayores.

En los últimos dos años, el apoyo a la adopción por parejas del mismo sexo ha disminuido significativamente en Suecia, EE.UU., Canadá, Países Bajos y Turquía, pero ha aumentado significativamente en Francia, Italia, Colombia y Perú.

Miradas sobre el Matrimonio del Mismo Sexo por País

P. Cuando piensa en los derechos de las parejas del mismo sexo, ¿cuál de las siguientes opciones es la más similar a su opinión?

- Las parejas del mismo sexo deben poder casarse legalmente
- Las parejas del mismo sexo deben poder obtener algún tipo de reconocimiento legal, pero no casarse
- No estoy seguro(a)
- Las parejas del mismo sexo no deben poder casarse ni obtener ningún tipo de reconocimiento legal



Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population

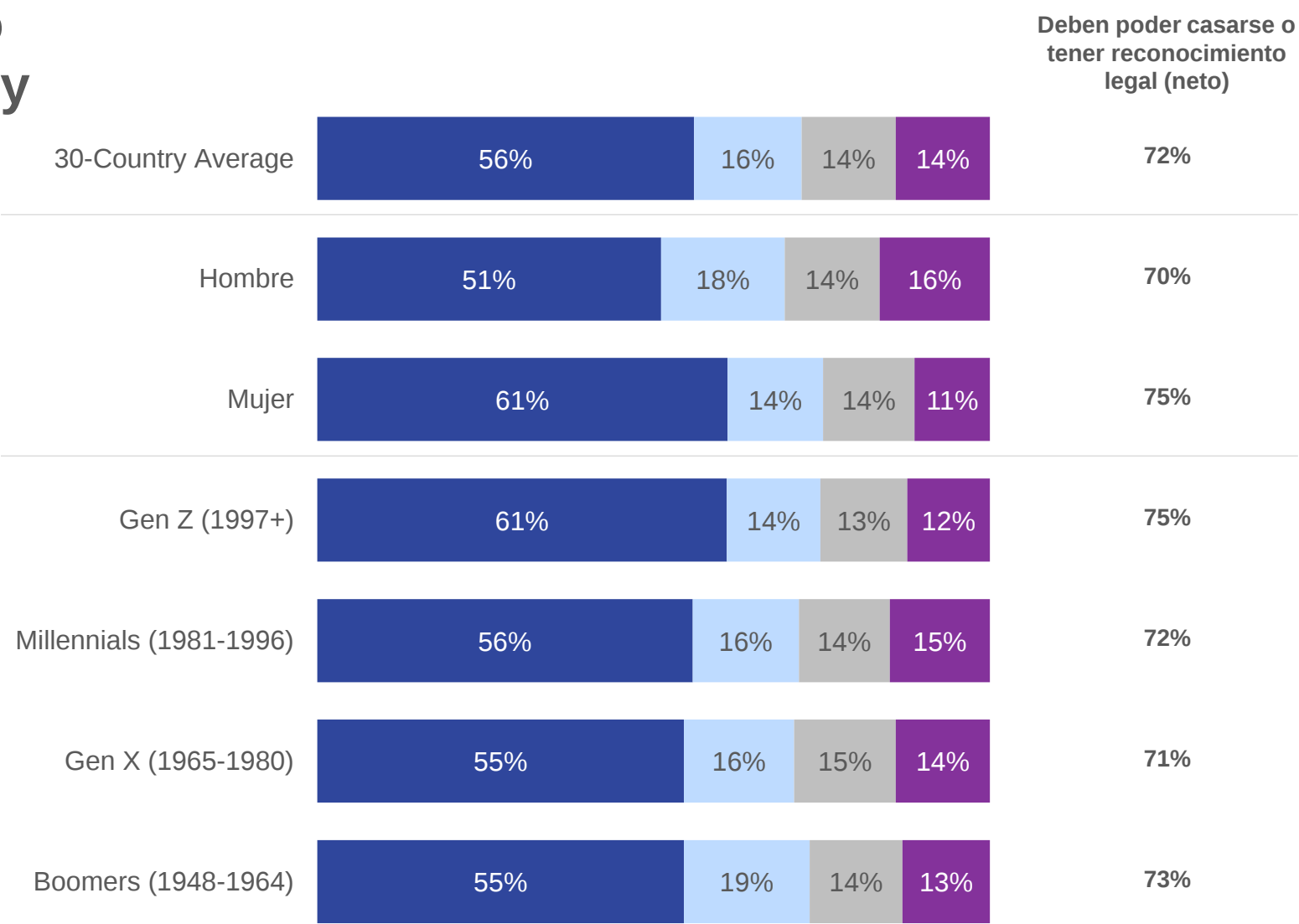
The net% may be slightly higher or lower than the sum of the %s for the two answer options as all are rounded to nearest whole %



Miradas sobre el Matrimonio del Mismo Sexo por Género y Generación

P. Cuando piensa en los derechos de las parejas del mismo sexo, ¿cuál de las siguientes opciones es la más similar a su opinión?

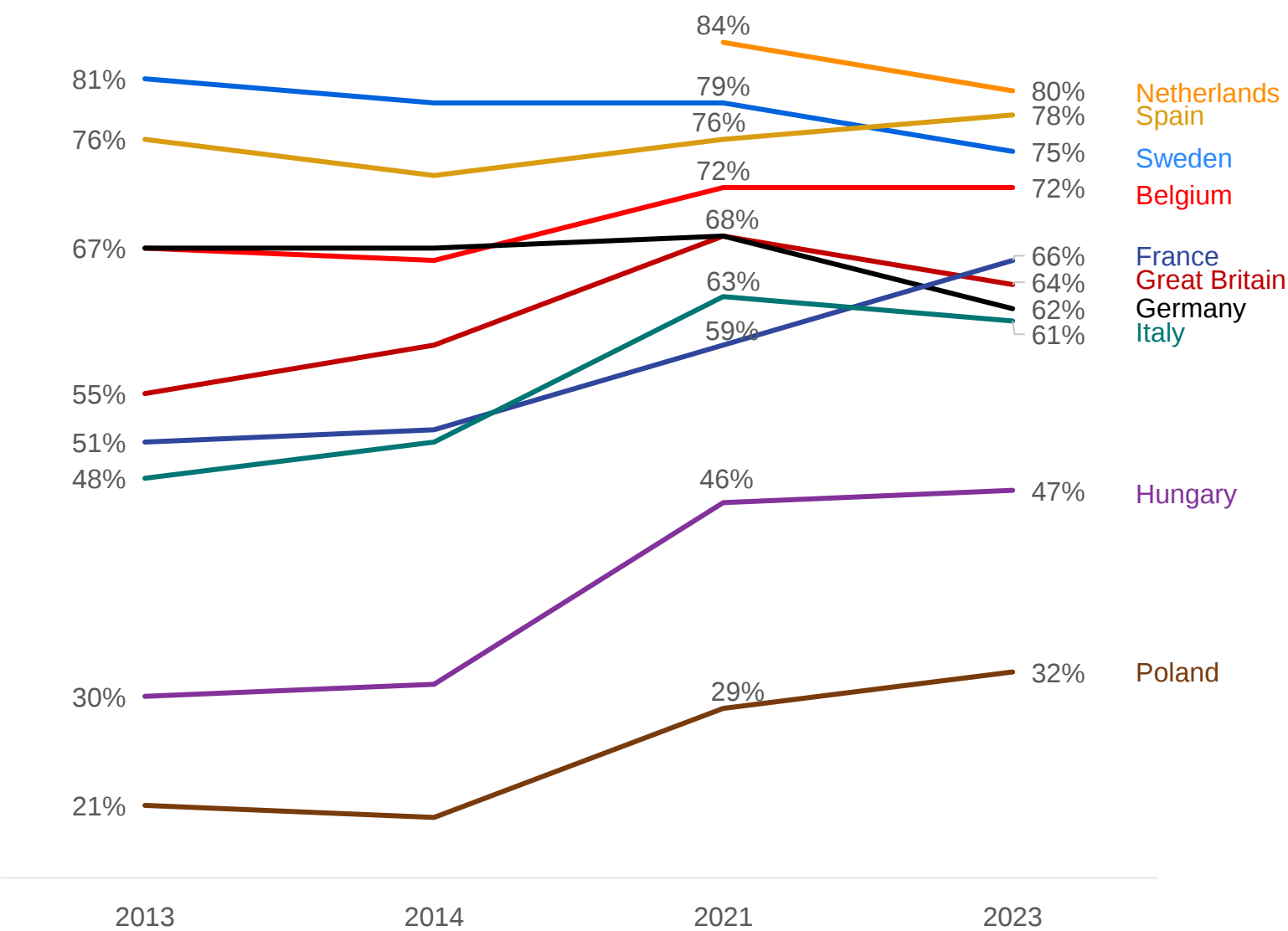
- Las parejas del mismo sexo deben poder casarse legalmente
- Las parejas del mismo sexo deben poder obtener algún tipo de reconocimiento legal, pero no casarse
- No estoy seguro(a)
- Las parejas del mismo sexo no deben poder casarse ni obtener ningún tipo de reconocimiento legal



Cambio en el Apoyo del Matrimonio del Mismo Sexo por País (Europa)

P. Cuando piensa en los derechos de las parejas del mismo sexo, ¿cuál de las siguientes opciones es la más similar a su opinión?

Las parejas del mismo sexo deben poder casarse legalmente (%)



Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population

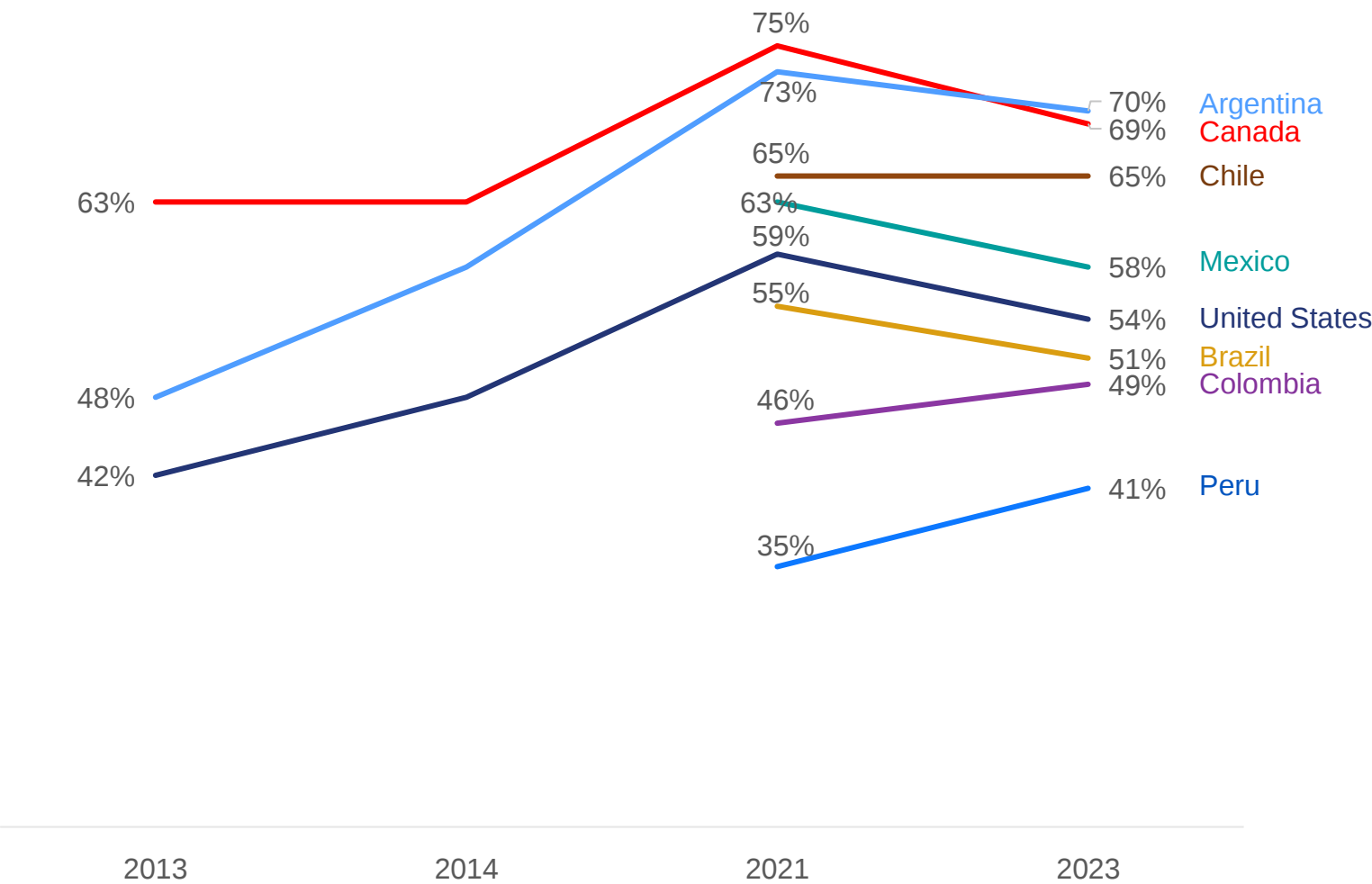
20 – © Ipsos | LGBT+ Pride Study 2023 Global Survey



Cambio en el Apoyo del Matrimonio del Mismo Sexo por País (Americas)

P. Cuando piensa en los derechos de las parejas del mismo sexo, ¿cuál de las siguientes opciones es la más similar a su opinión?

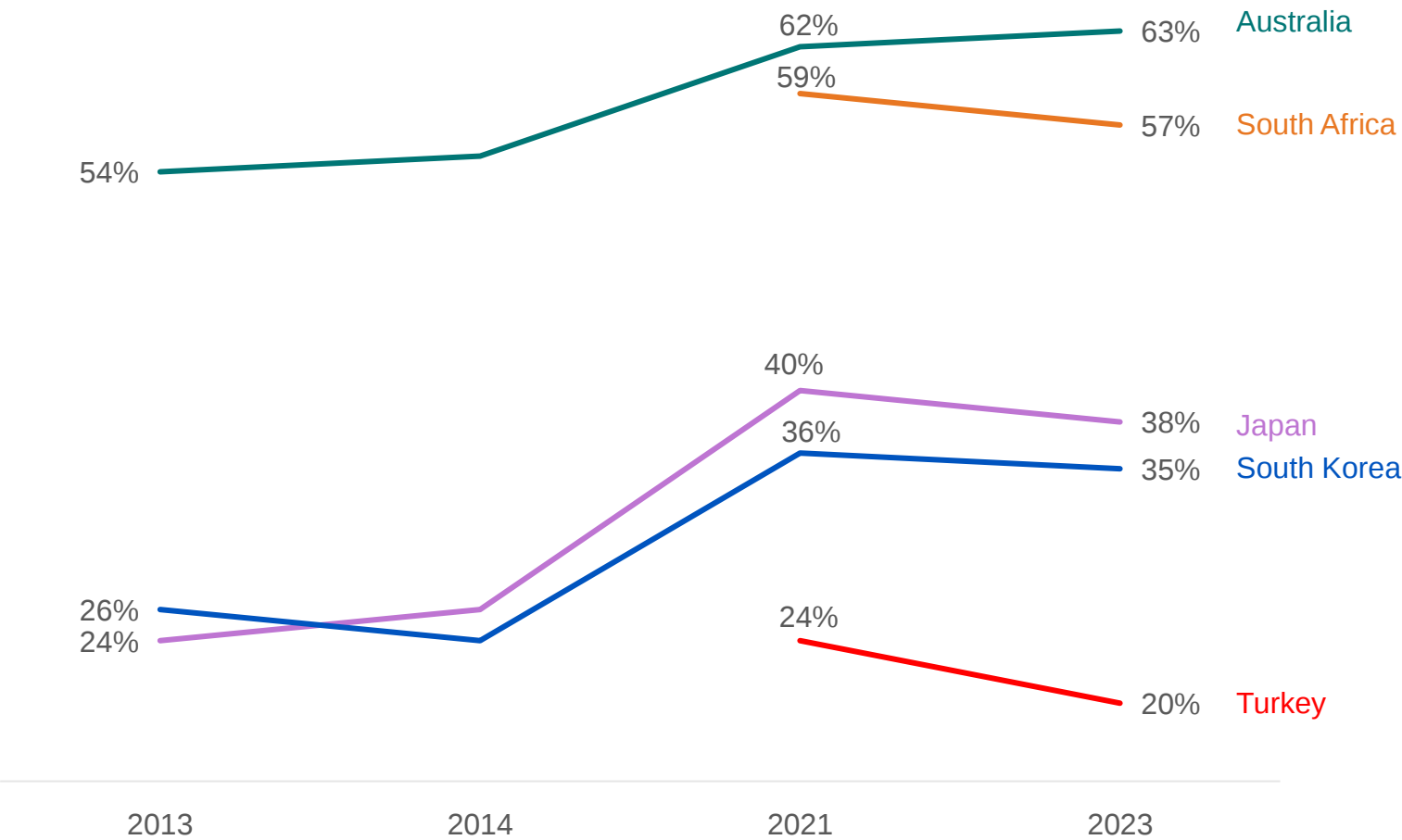
Las parejas del mismo sexo deben poder casarse legalmente (%)



Cambio en el Apoyo del Matrimonio del Mismo Sexo por País (Asia-Pacific/Africa)

P. Cuando piensa en los derechos de las parejas del mismo sexo, ¿cuál de las siguientes opciones es la más similar a su opinión?

Las parejas del mismo sexo deben poder casarse legalmente (%)



Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population

22 – © Ipsos | LGBT+ Pride Study 2023 Global Survey

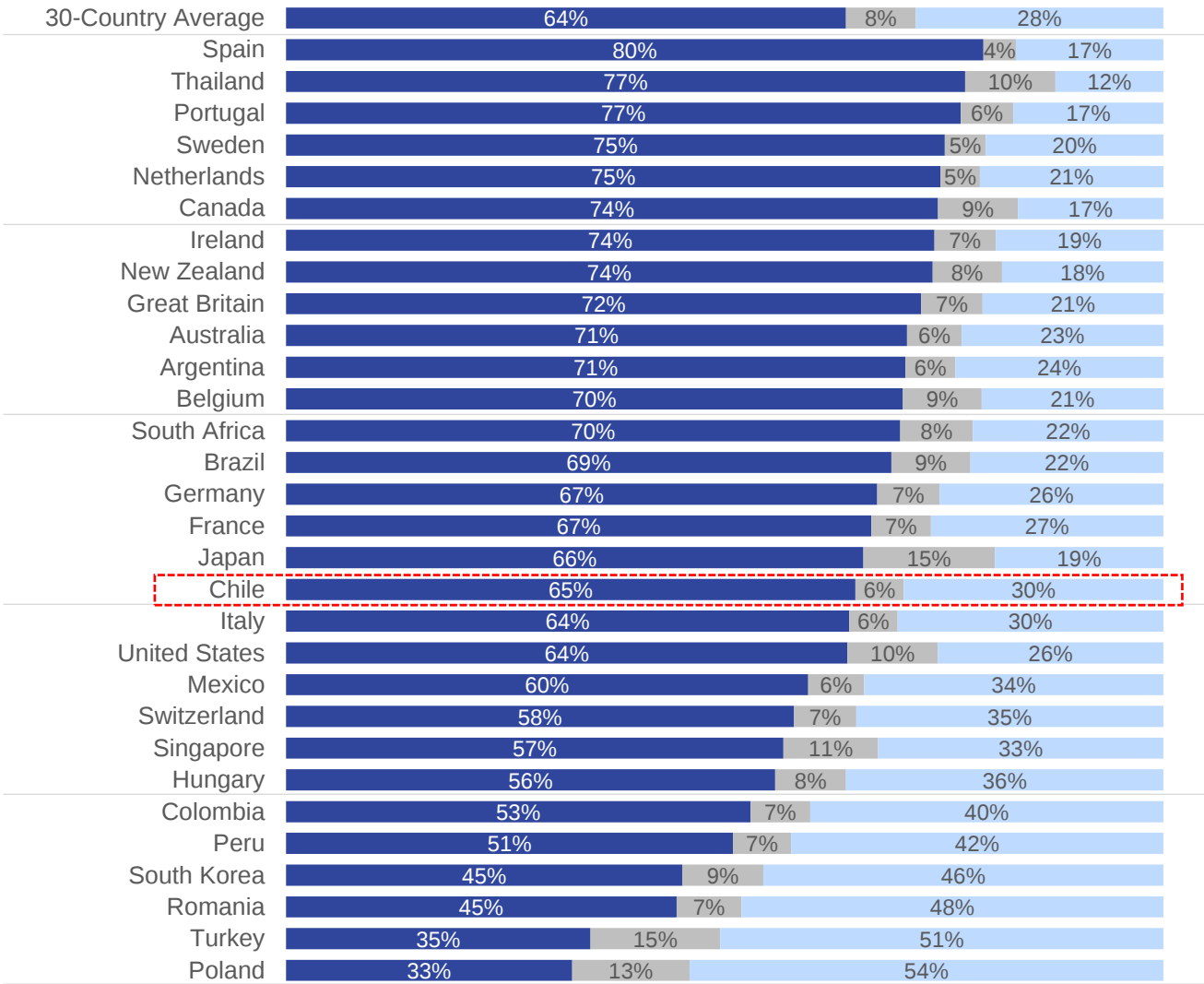


Miradas sobre el Derecho a la Adopción de las Parejas del Mismo Sexo por País

P. Aún pensando en parejas del mismo sexo, ¿qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con respecto a las siguientes afirmaciones?:

Las parejas del mismo sexo deben tener los mismos derechos para adoptar niños(as) que las parejas heterosexuales

- Totalmente/Algo de acuerdo
- No estoy seguro(a)
- Totalmente/Algo en desacuerdo



Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population

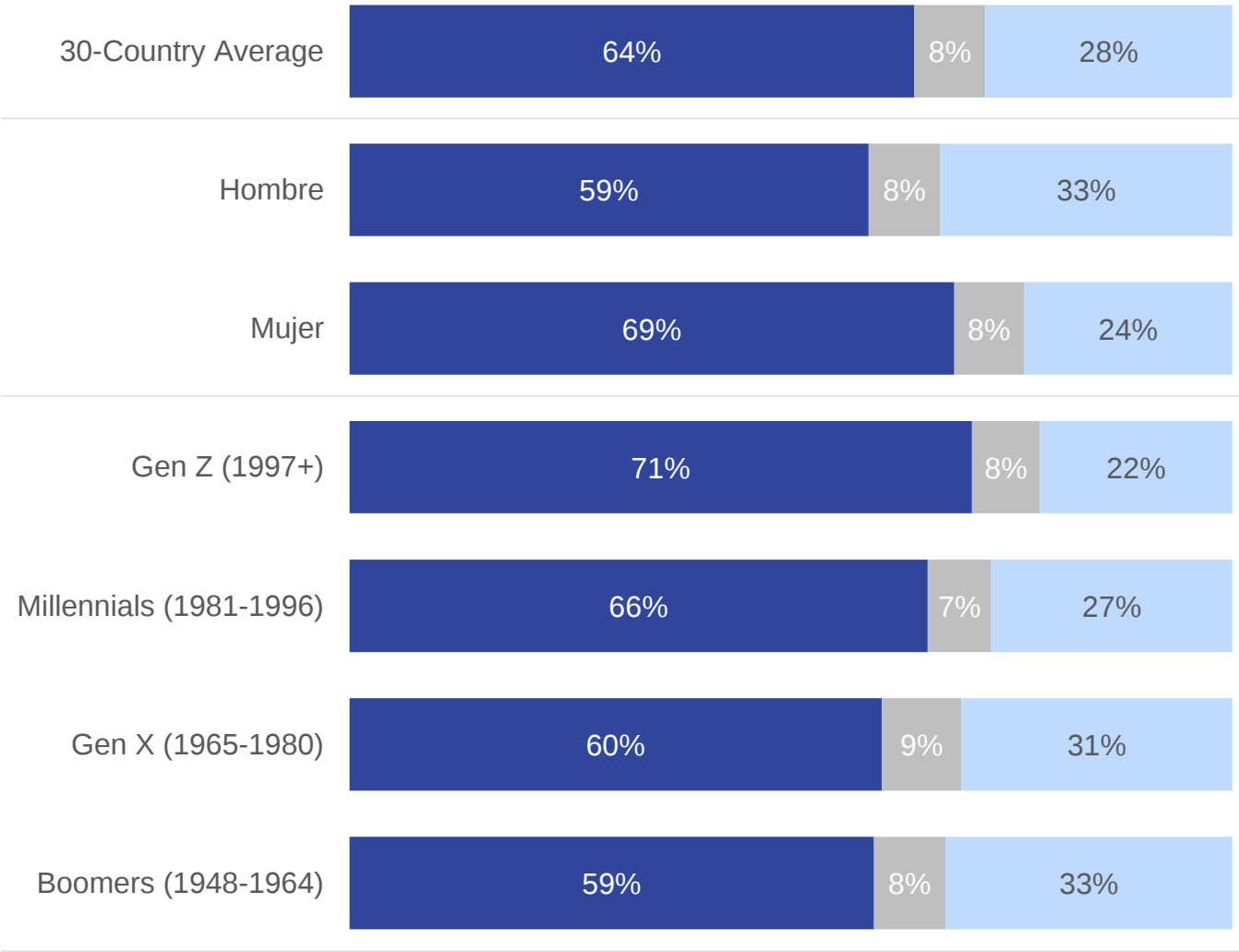


Miradas sobre el Derecho a la Adopción de las Parejas del Mismo Sexo por Género y Generación

P. Aún pensando en parejas del mismo sexo, ¿qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con respecto a las siguientes afirmaciones?:

Las parejas del mismo sexo deben tener los mismos derechos para adoptar niños(as) que las parejas heterosexuales

- Totalmente/Algo de acuerdo
- No estoy seguro(a)
- Totalmente/Algo en desacuerdo

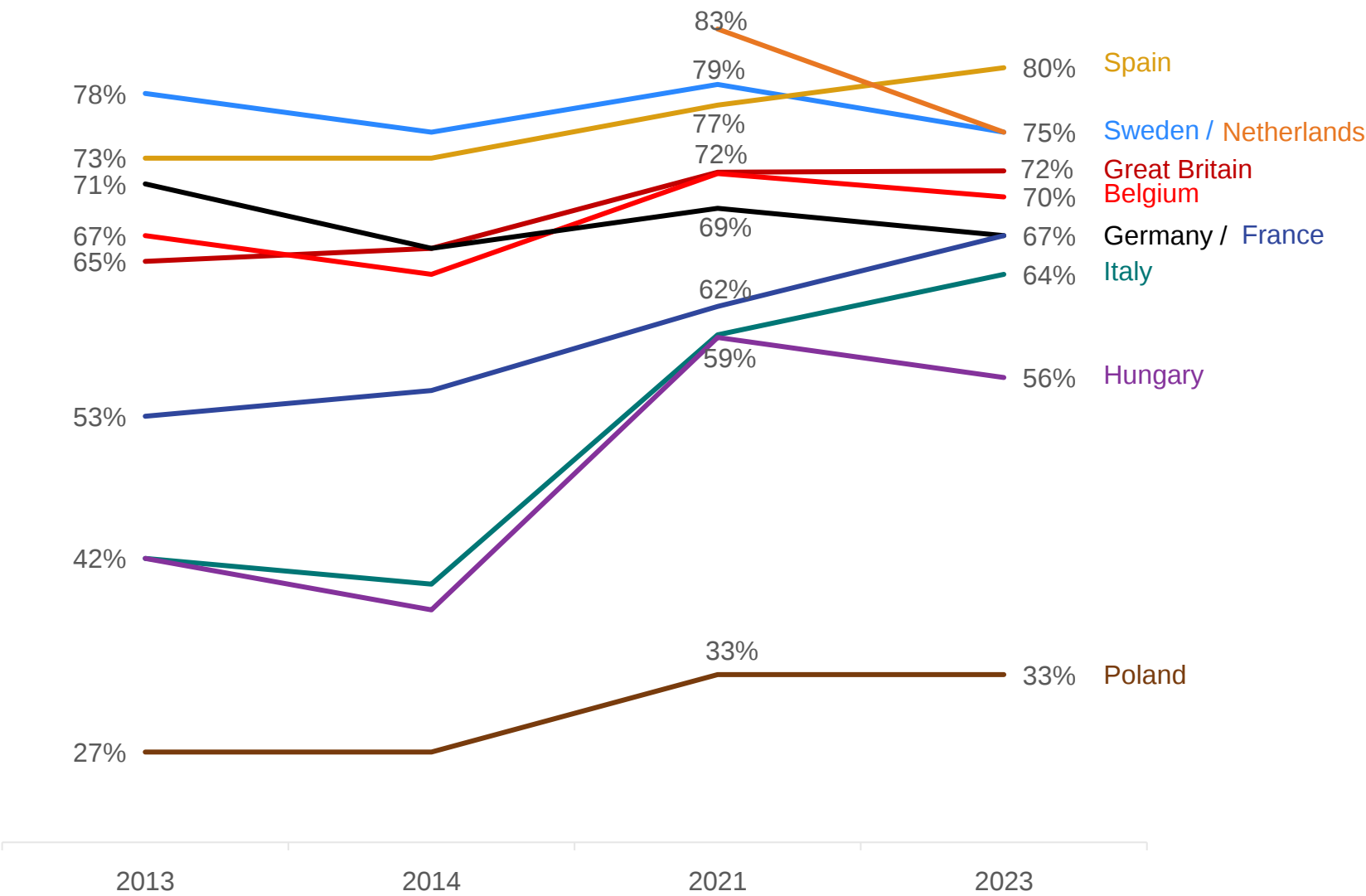


Cambio en el Apoyo al Derecho a la Adopción de las Parejas del Mismo Sexo (Europa)

P. Aún pensando en parejas del mismo sexo, ¿qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con respecto a las siguientes afirmaciones?:

Las parejas del mismo sexo deben tener los mismos derechos para adoptar niños(as) que las parejas heterosexuales

(% DE ACUERDO)



Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population

25 – © Ipsos | LGBT+ Pride Study 2023 Global Survey

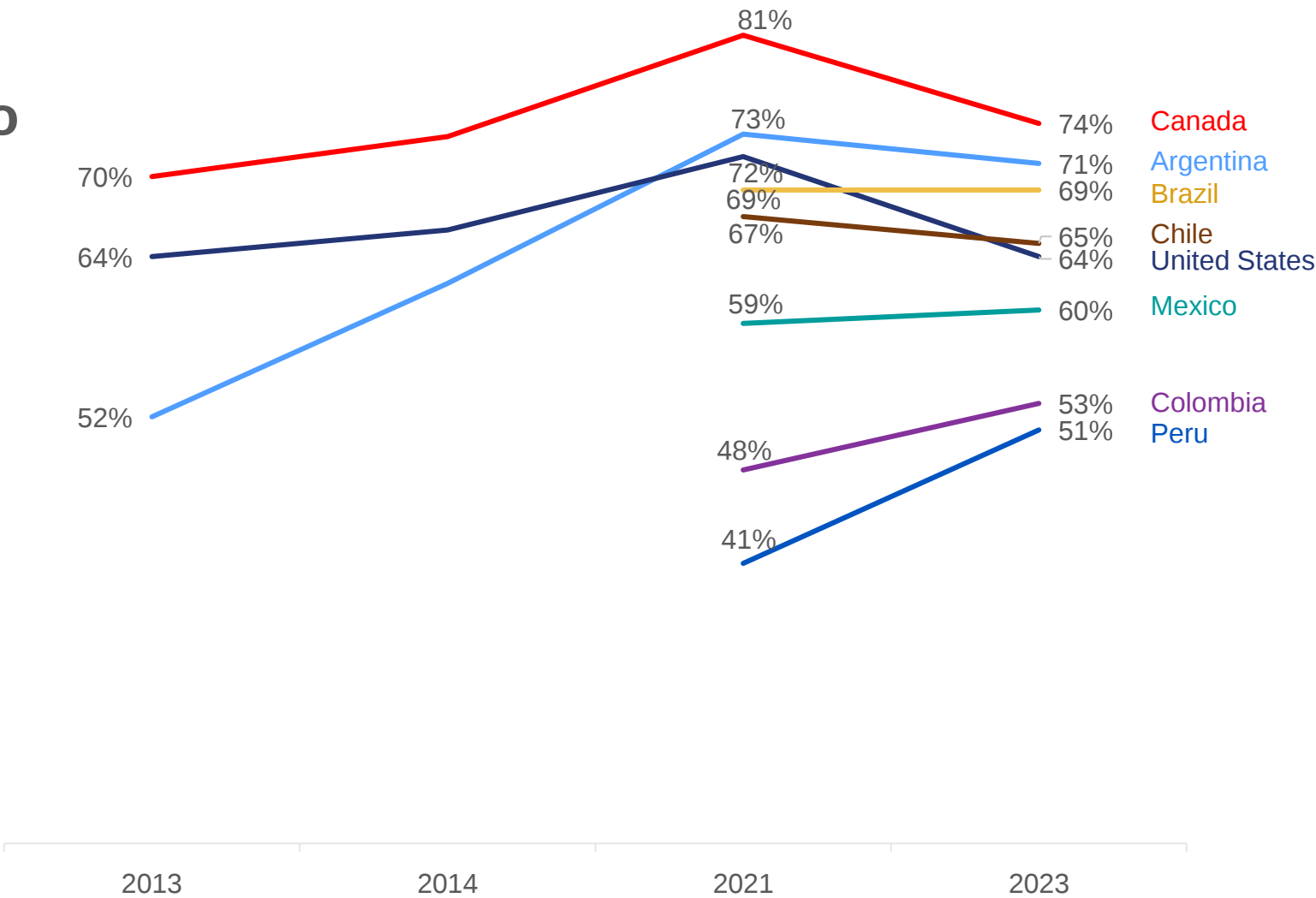


Cambio en el Apoyo al Derecho a la Adopción de las Parejas del Mismo Sexo (Americas)

P. Aún pensando en parejas del mismo sexo, ¿qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con respecto a las siguientes afirmaciones?:

Las parejas del mismo sexo deben tener los mismos derechos para adoptar niños(as) que las parejas heterosexuales

(% DE ACUERDO)



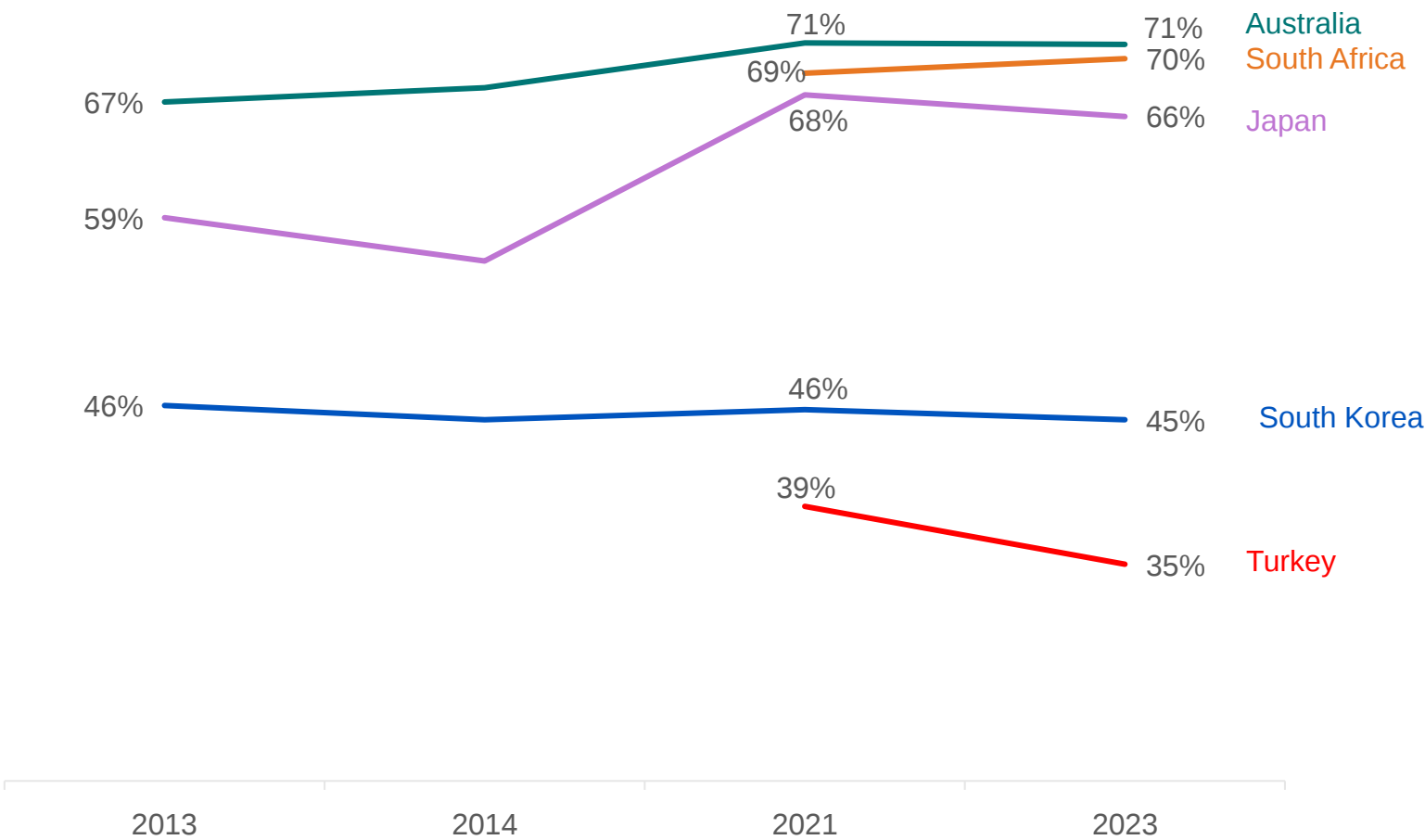
Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population



Cambio en el Apoyo al Derecho a la Adopción de las Parejas del Mismo Sexo (Asia-Pacific/Africa)

P. Aún pensando en parejas del mismo sexo, ¿qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con respecto a las siguientes afirmaciones?:

Las parejas del mismo sexo deben tener los mismos derechos para adoptar niños(as) que las parejas heterosexuales
(% DE ACUERDO)



Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population

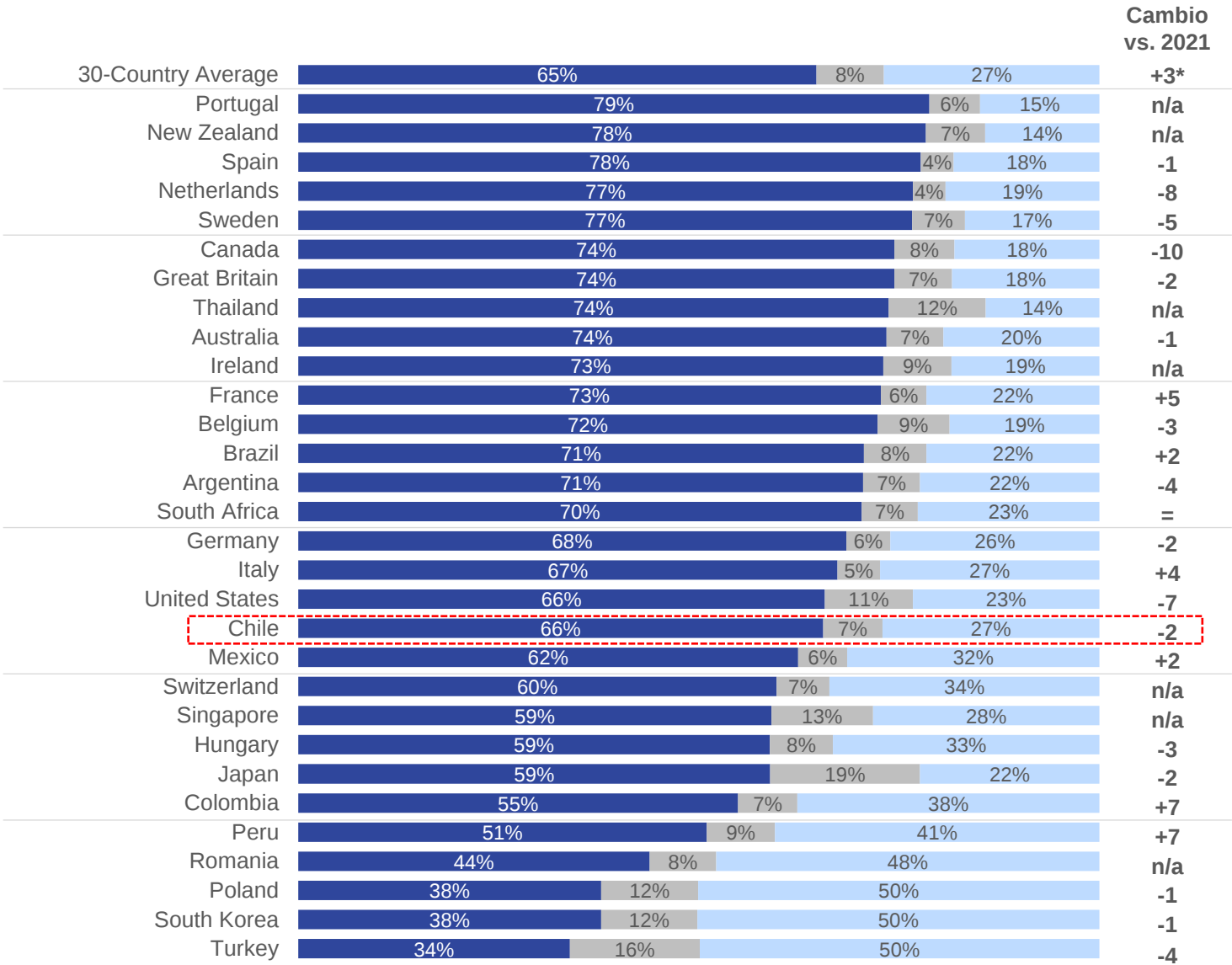


Miradas sobre la Crianza de Parejas del Mismo Sexo por País

P. Aún pensando en parejas del mismo sexo, ¿qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con respecto a las siguientes afirmaciones?:

Las parejas del mismo sexo tienen la misma probabilidad de criar niños(as) con éxito que otros padres

- Totalmente/Algo de acuerdo
- No estoy seguro(a)
- Totalmente/Algo en desacuerdo



Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population

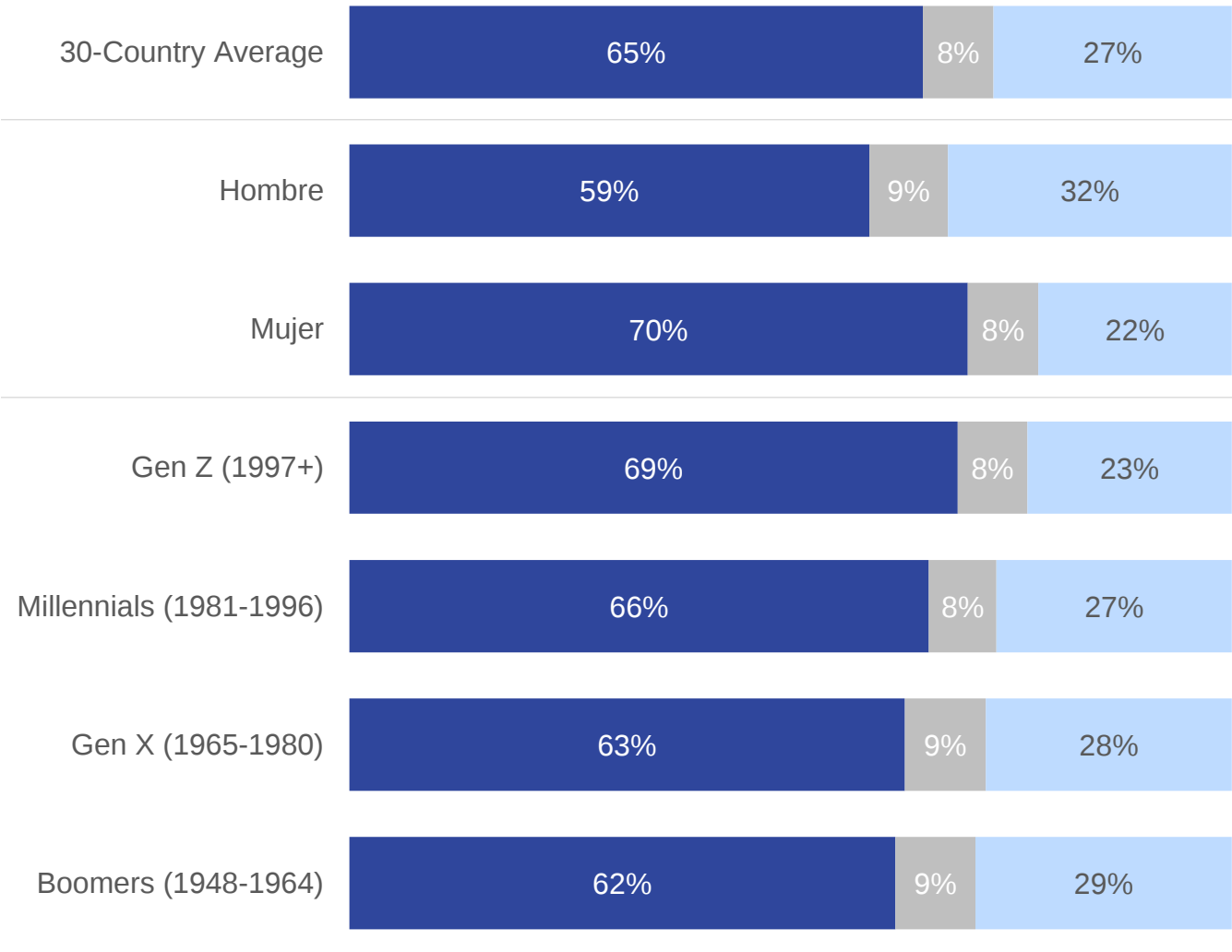
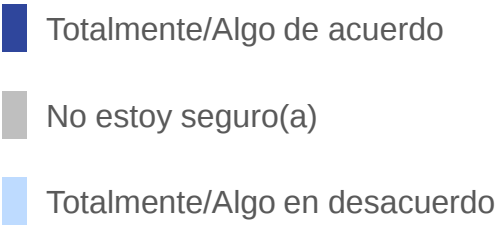
* Average 23 countries surveyed both in 2021 and 2023



Miradas sobre la Crianza de Parejas del Mismo Sexo por Género y Generación

P. Aún pensando en parejas del mismo sexo, ¿qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con respecto a las siguientes afirmaciones?:

Las parejas del mismo sexo tienen la misma probabilidad de criar niños(as) con éxito que otros padres



Asuntos Transgénero



Miradas sobre los Asuntos Transgénero – Resumen

Globalmente, el 67% afirma que las personas transgénero sufren al menos bastante discriminación, frente al 19% que afirma que sufren poca o ninguna discriminación. La percepción de discriminación es mayor en los países de habla hispana y portuguesa, y menor en Suiza, Alemania y Japón.

La mayoría de los 30 países encuestados (76% en promedio) está de acuerdo en que se debe proteger a las personas transgénero de la discriminación en el empleo, la vivienda y el acceso a negocios como restaurantes y tiendas.

Otras medidas reciben un apoyo más dispar: en promedio, el 60% está de acuerdo en que se permita a los adolescentes transgénero recibir tratamientos de confirmación de género, como tratamiento hormonal sustitutivo, con el consentimiento parental; el 55% está de acuerdo en que se permita a las personas transgénero utilizar instalaciones de un solo sexo, como los baños públicos, que correspondan al género con el que se identifican; el 53% está de acuerdo en que los documentos expedidos por el gobierno, como los pasaportes, tengan opciones distintas de "hombre" y "mujer" para las personas que no se identifican con ninguno de los dos; y el 47% está de acuerdo en que los sistemas de seguros de salud cubran los costes de la transición de género de la misma forma que los costes de otros procedimientos médicos.

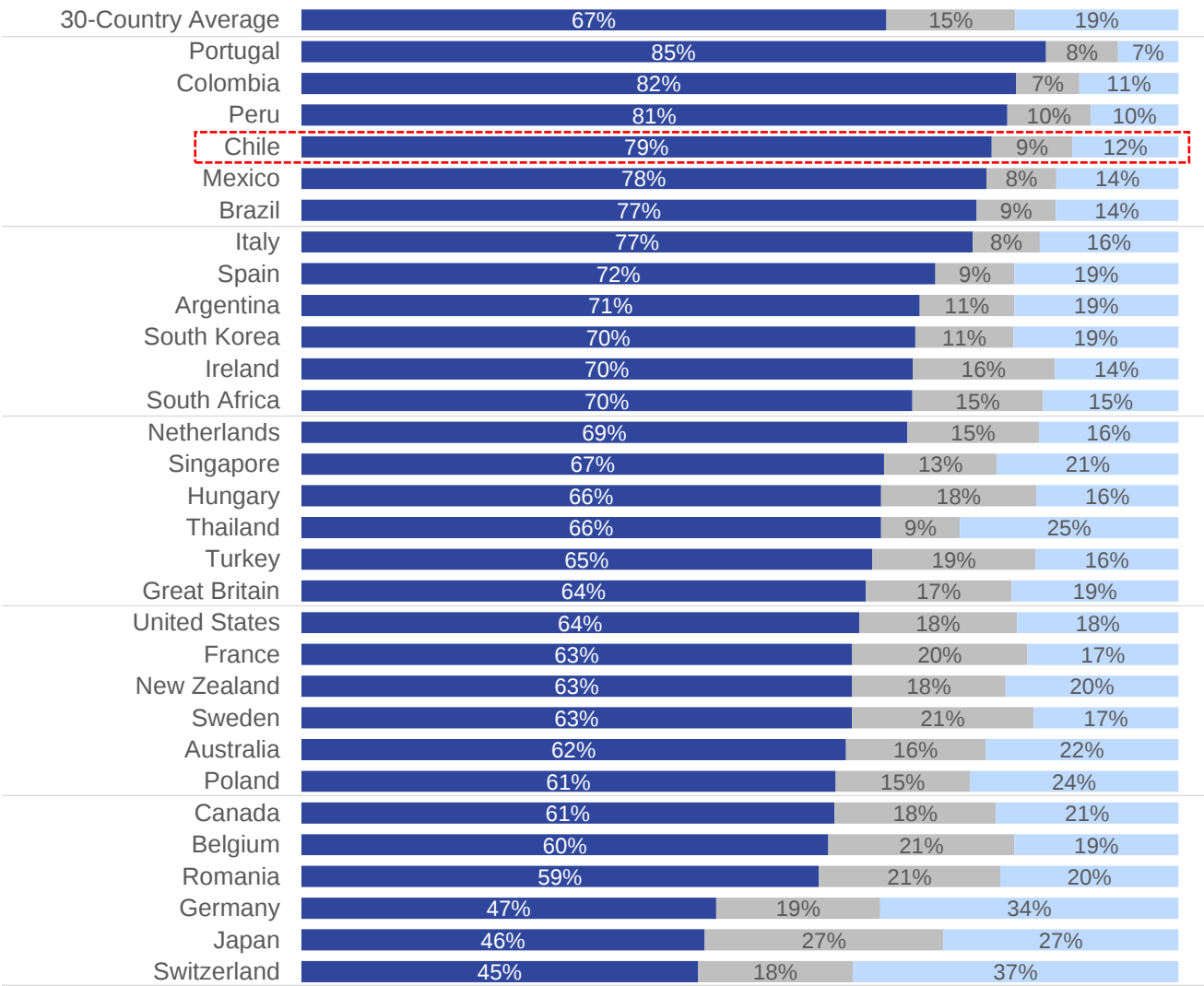
Entre los 30 países encuestados, el apoyo a diversas medidas a favor de las personas transgénero es sistemáticamente alto en Tailandia, Italia, España y en toda América Latina; y tiende a ser más bajo en Corea del Sur, en toda Europa del Este, en Gran Bretaña y en Estados Unidos, donde los derechos y la protección de las personas transgénero se han convertido en cuestiones políticas polarizadoras.

Las mujeres y los adultos jóvenes son más propensos que los hombres y los adultos mayores, respectivamente, a decir que la comunidad transgénero se enfrenta a mucha discriminación. También muestran niveles más altos de apoyo a todo tipo de medidas a favor de las personas transgénero, con diferencias de unos 6 a 9 puntos entre mujeres y hombres y entre Gen Z y Boomers. En parte como causa de esta brecha generacional, los Gen X y Boomers son más propensos que los adultos más jóvenes a no tener ninguna opinión sobre cuestiones transgénero específicas o sobre la cantidad de discriminación a la que se enfrentan las personas transgénero, posiblemente porque es menos probable que conozcan a una persona transgénero.

Discriminación Percibida hacia las Personas Trans por País

P. En su opinión, ¿cuánta discriminación enfrentan las personas transgénero en nuestra sociedad hoy?

- Mucha/Bastante
- No estoy seguro(a)
- No mucho/Nada



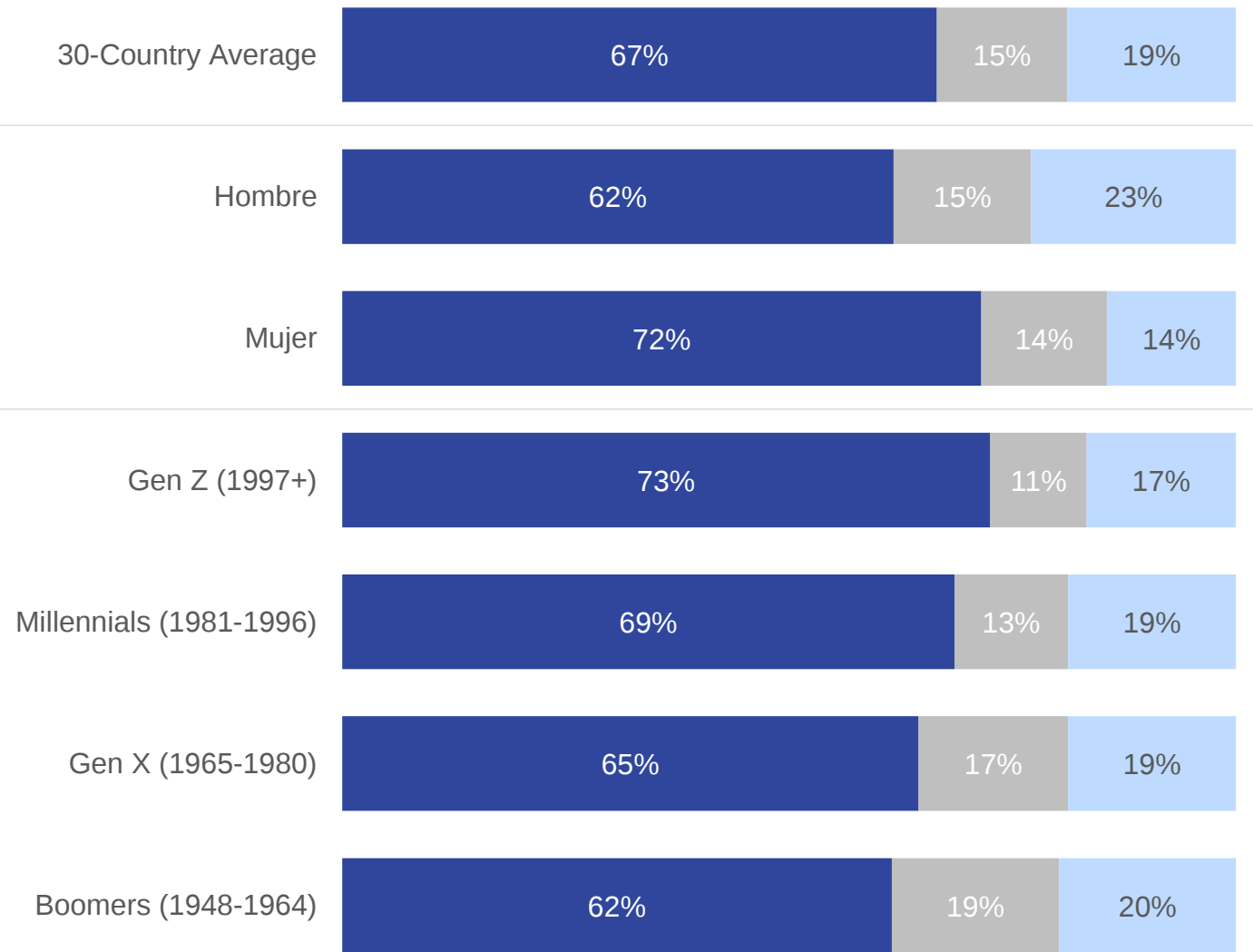
Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population



Discriminación Percibida hacia las Personas Trans por Género y Generación

P. En su opinión, ¿cuánta discriminación enfrentan las personas transgénero en nuestra sociedad hoy?

- Mucha/Bastante
- No estoy seguro(a)
- No mucho/Nada



Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population



Miradas sobre Asuntos Transgénero

Promedio de 30 Países

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

- Totalmente/Algo de acuerdo
- No estoy seguro(a)
- Totalmente/Algo en desacuerdo

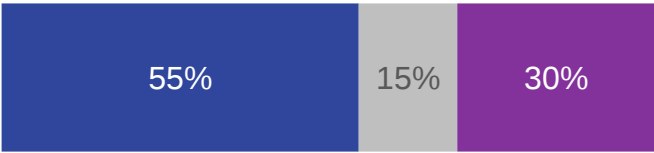
Las personas transgénero deben estar protegidas contra la discriminación en el empleo, la vivienda y el acceso a negocios como restaurantes y tiendas



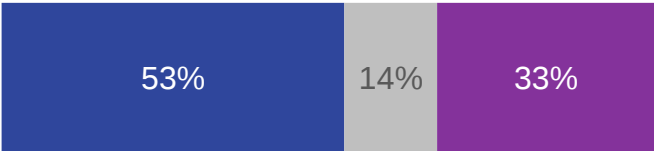
Con el consentimiento parental, se debe permitir a los adolescentes transgénero recibir atención que afirme el género (p. ej., asesoramiento y tratamiento de reemplazo hormonal)



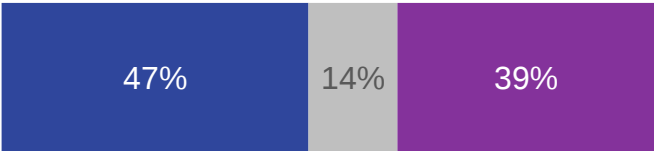
Las personas transgénero deben poder utilizar instalaciones de un solo sexo (p. ej., baños públicos) que correspondan al género con el que se identifican



Los documentos emitidos por el Gobierno, como pasaportes, deben incluir una opción distinta de "hombre" y "mujer" para las personas que no se identifican con ninguna



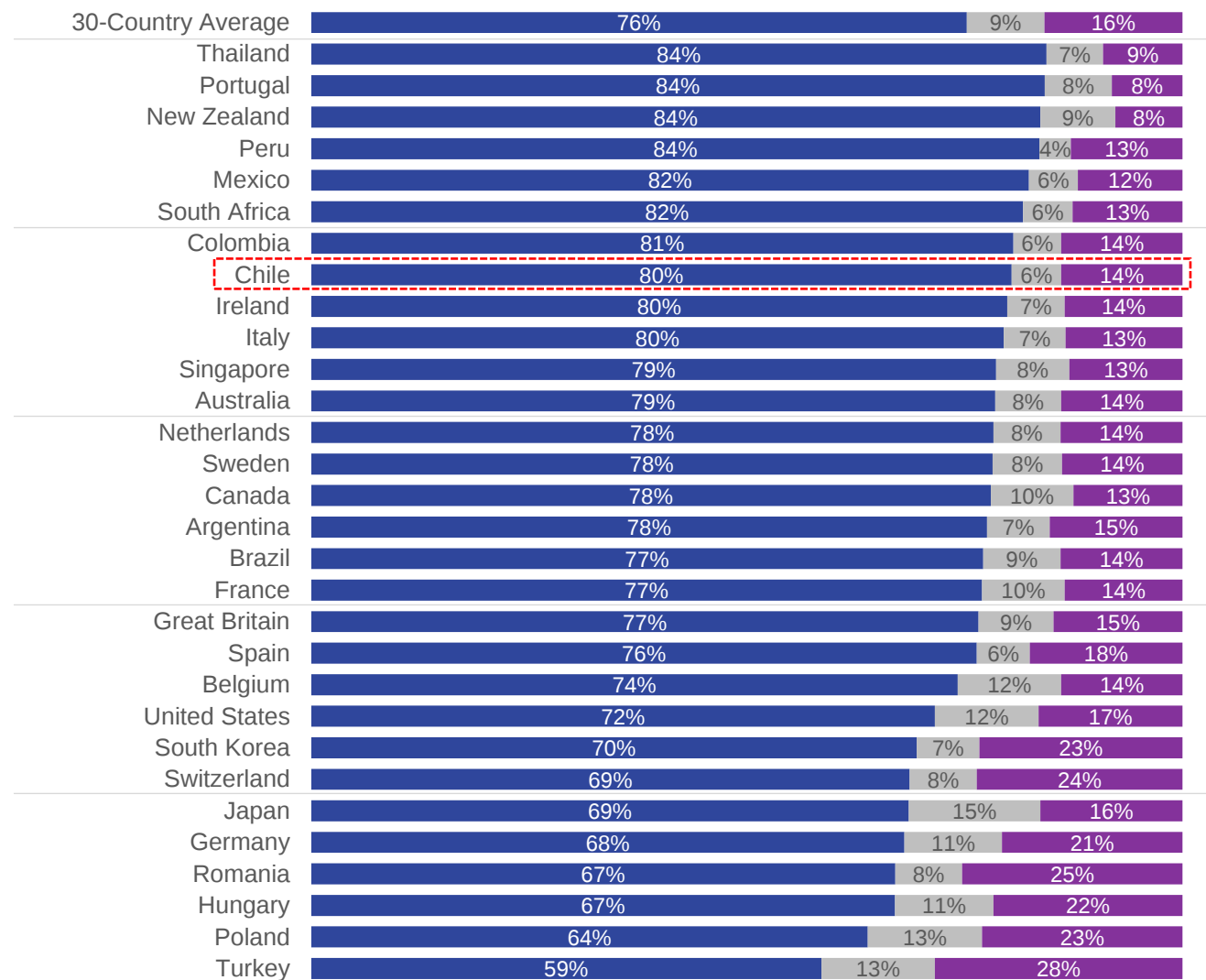
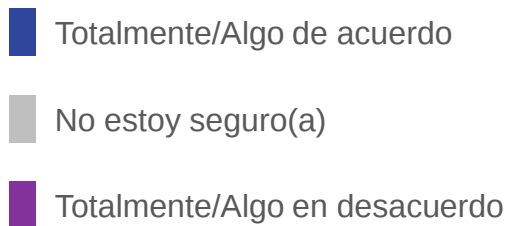
Los sistemas de seguro médico deben cubrir los costos de la transición de género de la misma manera que los costos de otros procedimientos médicos



Miradas sobre la Protección de las Personas Transgénero contra la Discriminación por País

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

Las personas transgénero deben estar protegidas contra la discriminación en el empleo, la vivienda y el acceso a negocios como restaurantes y tiendas



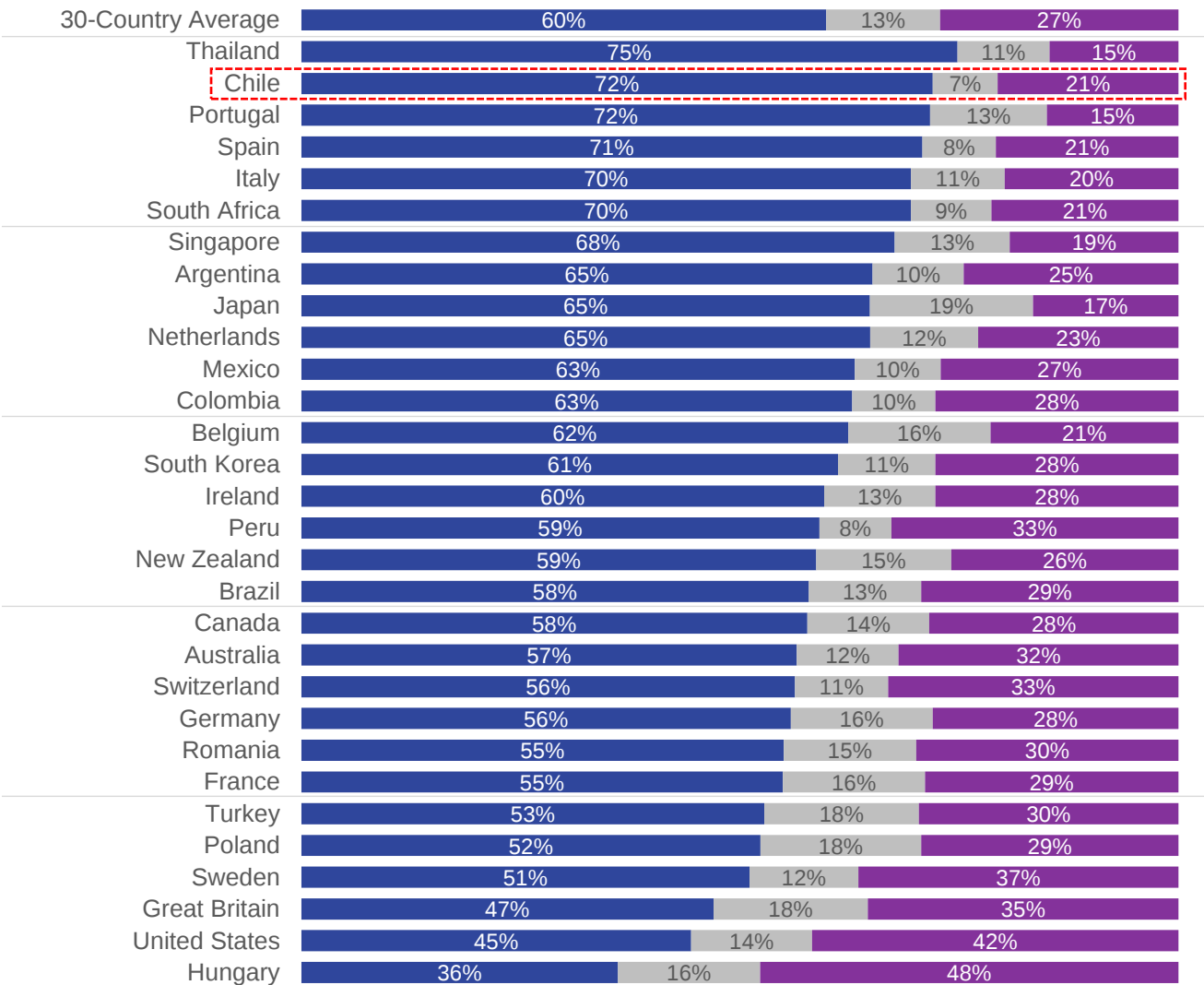
Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
 Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population

Miradas sobre el Acceso de Adolescentes a Tratamientos de Confirmación de Género por País

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

Con el consentimiento parental, se debe permitir a los adolescentes transgénero recibir atención que afirme el género (p. ej., asesoramiento y tratamiento de reemplazo hormonal)

- Totalmente/Algo de acuerdo
- No estoy seguro(a)
- Totalmente/Algo en desacuerdo

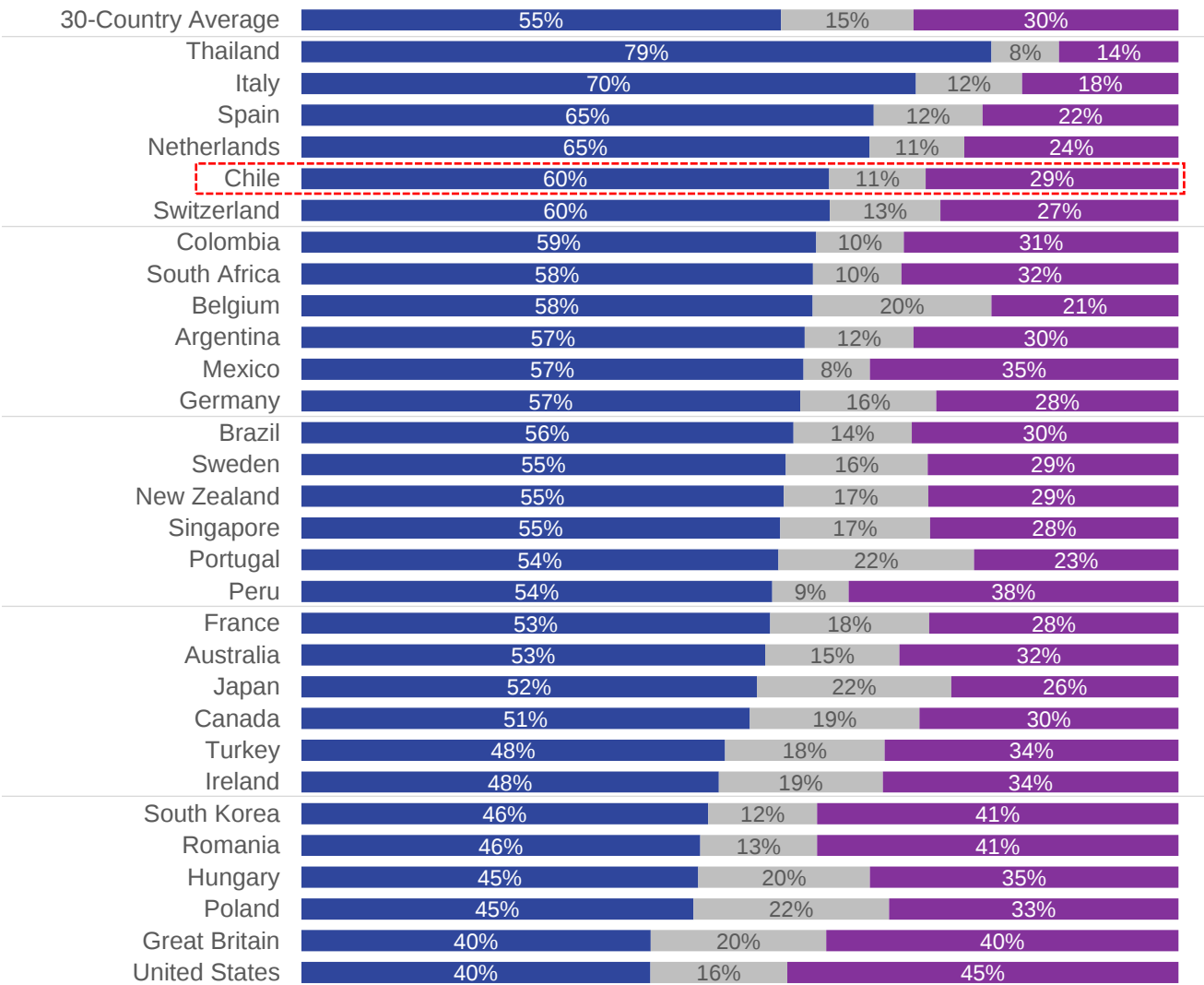


Miradas sobre el Acceso a Instalaciones Acorde a la Identidad de Género por País

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

Las personas transgénero deben poder utilizar instalaciones de un solo sexo (p. ej., baños públicos) que correspondan al género con el que se identifican

- Totalmente/Algo de acuerdo
- No estoy seguro(a)
- Totalmente/Algo en desacuerdo



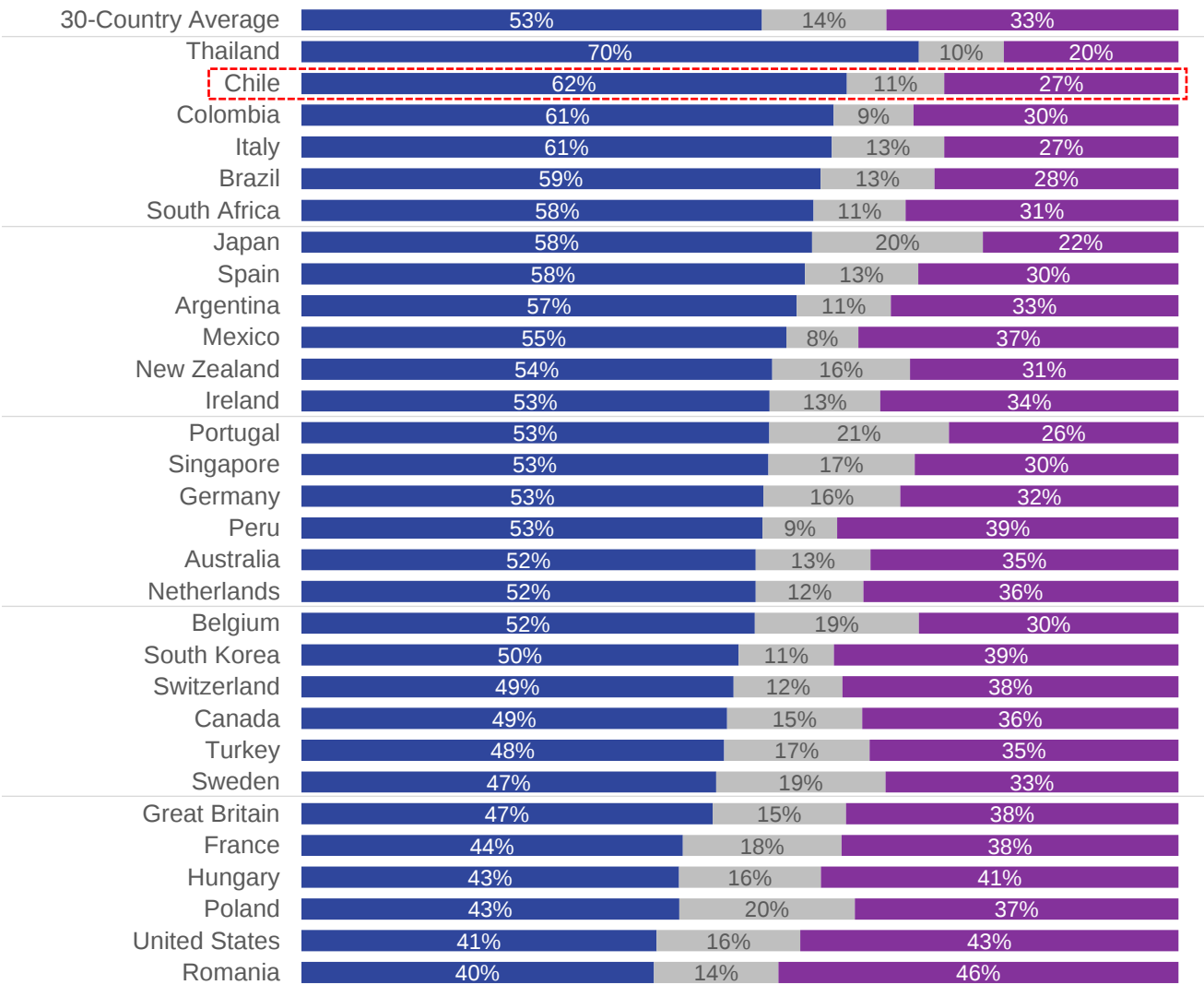
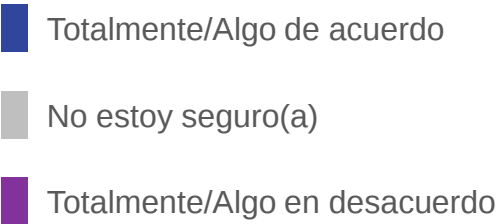
Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population



Miradas sobre Otras Opciones de Género en Documentos Oficiales por País

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

Los documentos emitidos por el Gobierno, como pasaportes, deben incluir una opción distinta de "hombre" y "mujer" para las personas que no se identifican con ninguna



Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population

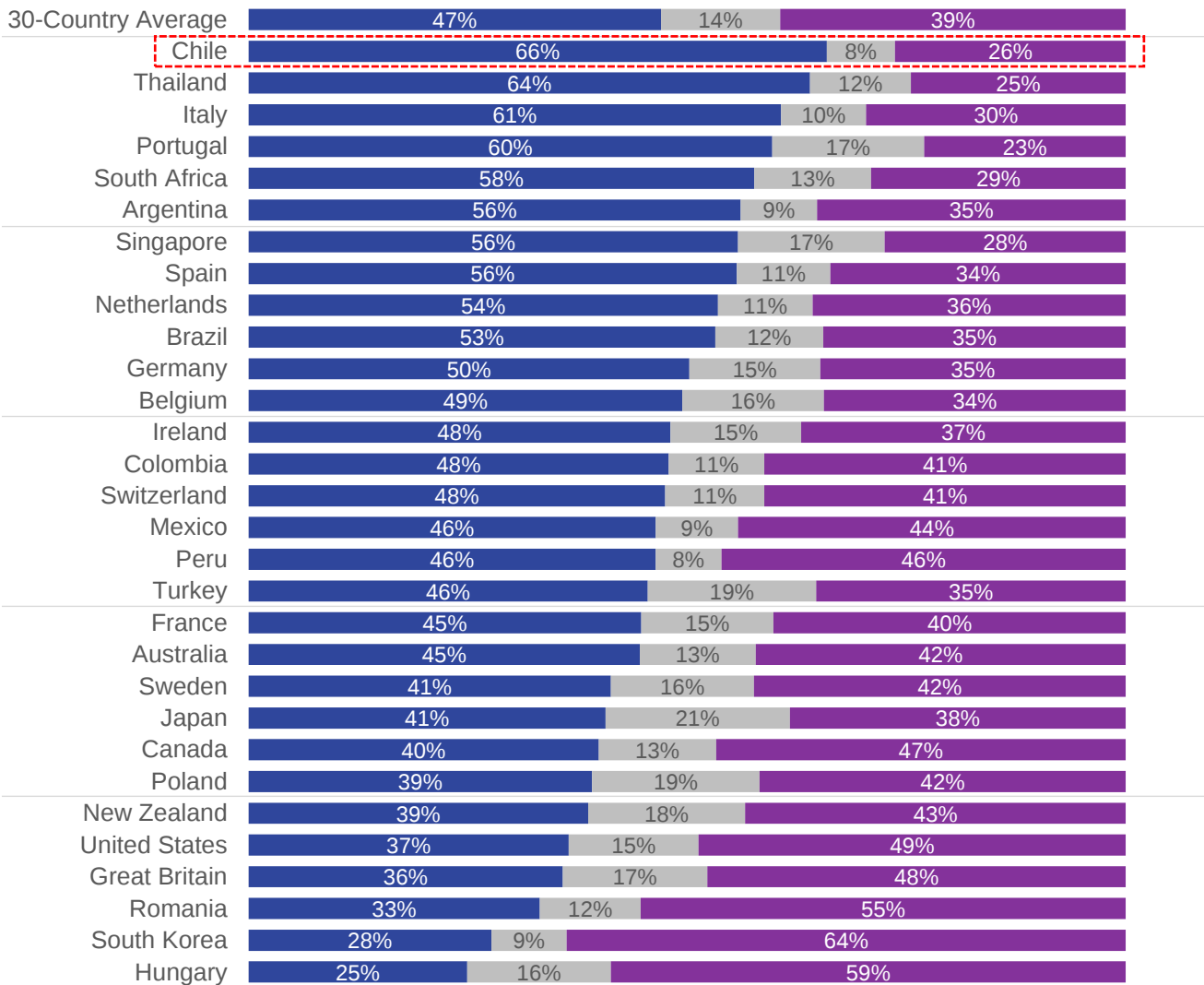


Miradas sobre la Cobertura de Seguros Médicos a los Costos de Transición de Género por País

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

Los sistemas de seguro médico deben cubrir los costos de la transición de género de la misma manera que los costos de otros procedimientos médicos

- Totalmente/Algo de acuerdo
- No estoy seguro(a)
- Totalmente/Algo en desacuerdo



Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population

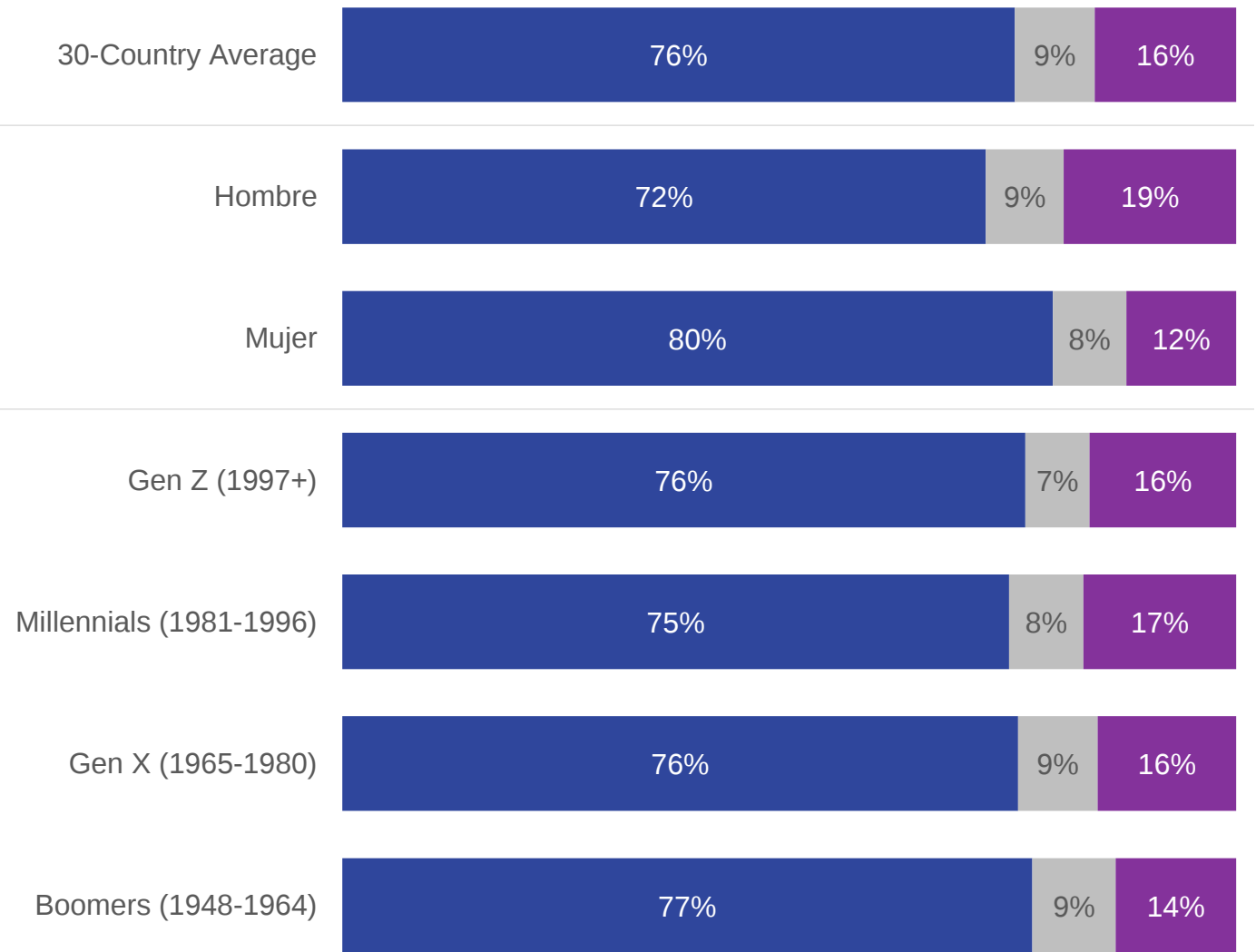


Miradas sobre la Protección de Personas Trans contra la Discriminación por Género y Generación

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

Las personas transgénero deben estar protegidas contra la discriminación en el empleo, la vivienda y el acceso a negocios como restaurantes y tiendas

- Totalmente/Algo de acuerdo
- No estoy seguro(a)
- Totalmente/Algo en desacuerdo

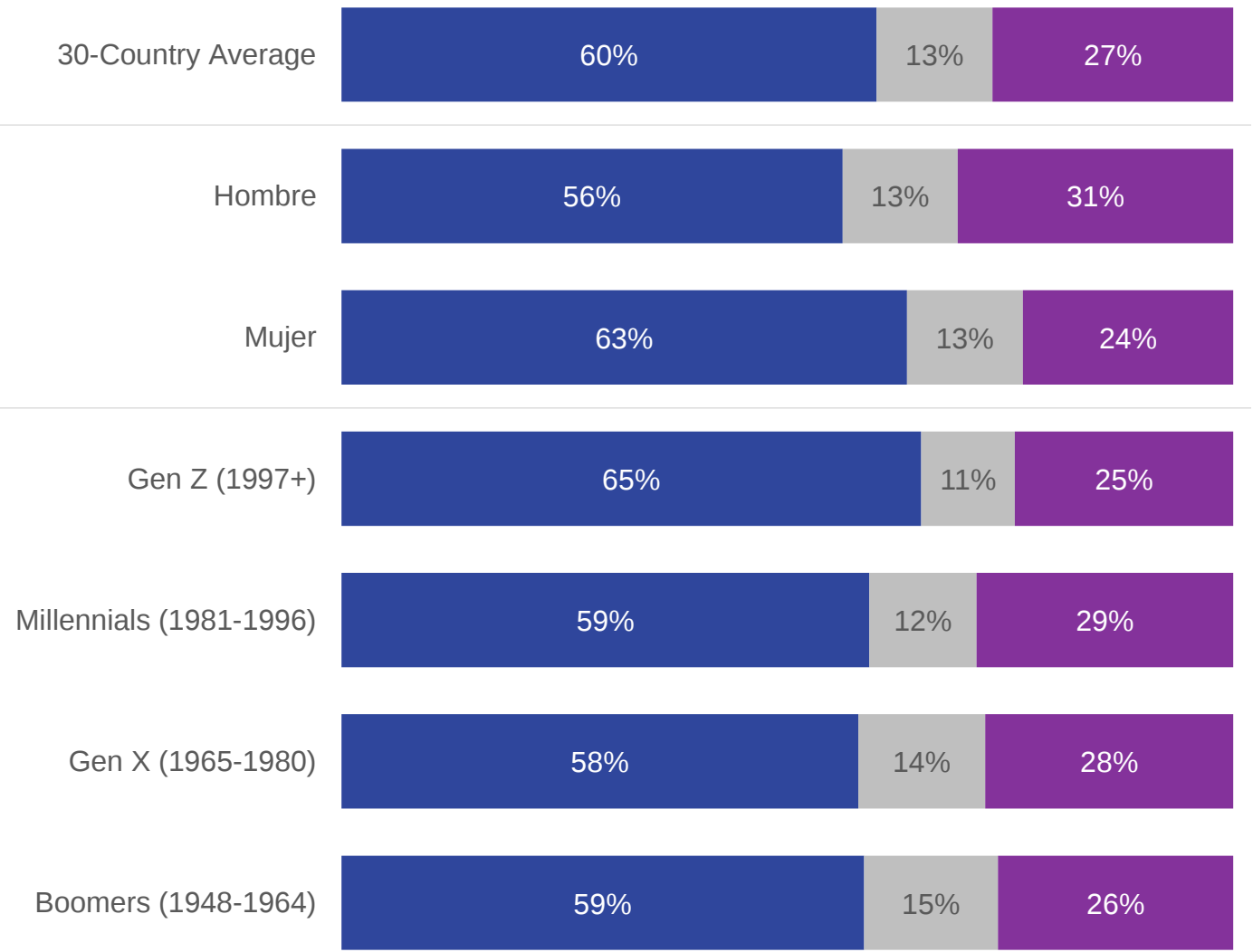


Miradas sobre el Acceso de Adolescentes a Tratamientos de Confirmación de Género por Género y Generación

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

Con el consentimiento parental, se debe permitir a los adolescentes transgénero recibir atención que afirme el género (p. ej., asesoramiento y tratamiento de reemplazo hormonal)

- Totalmente/Algo de acuerdo
- No estoy seguro(a)
- Totalmente/Algo en desacuerdo

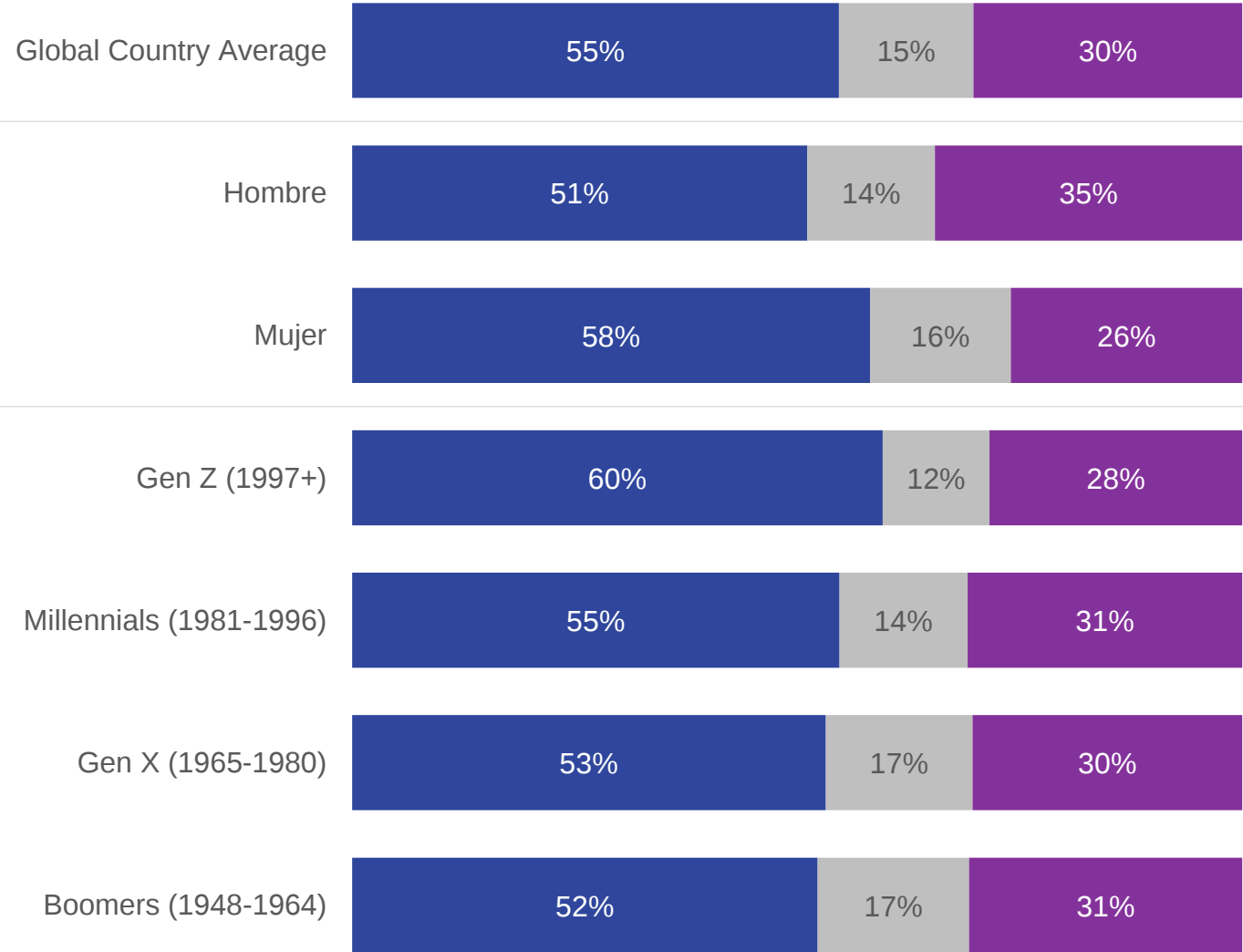


Miradas sobre el Acceso a Instalaciones Acorde a la Identidad de Género por Género y Generación

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

Las personas transgénero deben poder utilizar instalaciones de un solo sexo (p. ej., baños públicos) que correspondan al género con el que se identifican

- Totalmente/Algo de acuerdo
- No estoy seguro(a)
- Totalmente/Algo en desacuerdo



Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population

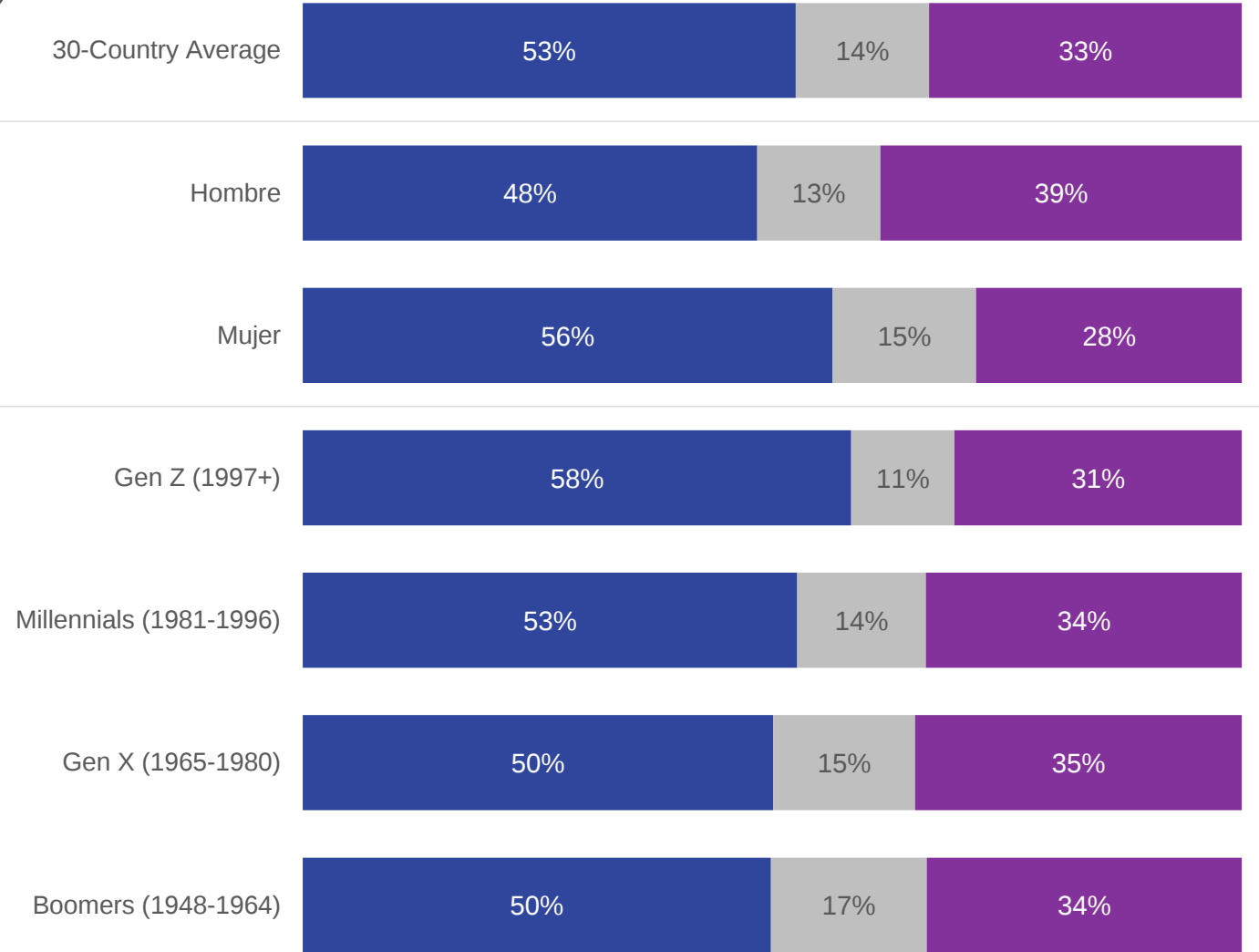


Miradas sobre Otras Opciones de Género en Documentos Oficiales por Género y Generación

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

Los documentos emitidos por el Gobierno, como pasaportes, deben incluir una opción distinta de "hombre" y "mujer" para las personas que no se identifican con ninguna

- Totalmente/Algo de acuerdo
- No estoy seguro(a)
- Totalmente/Algo en desacuerdo

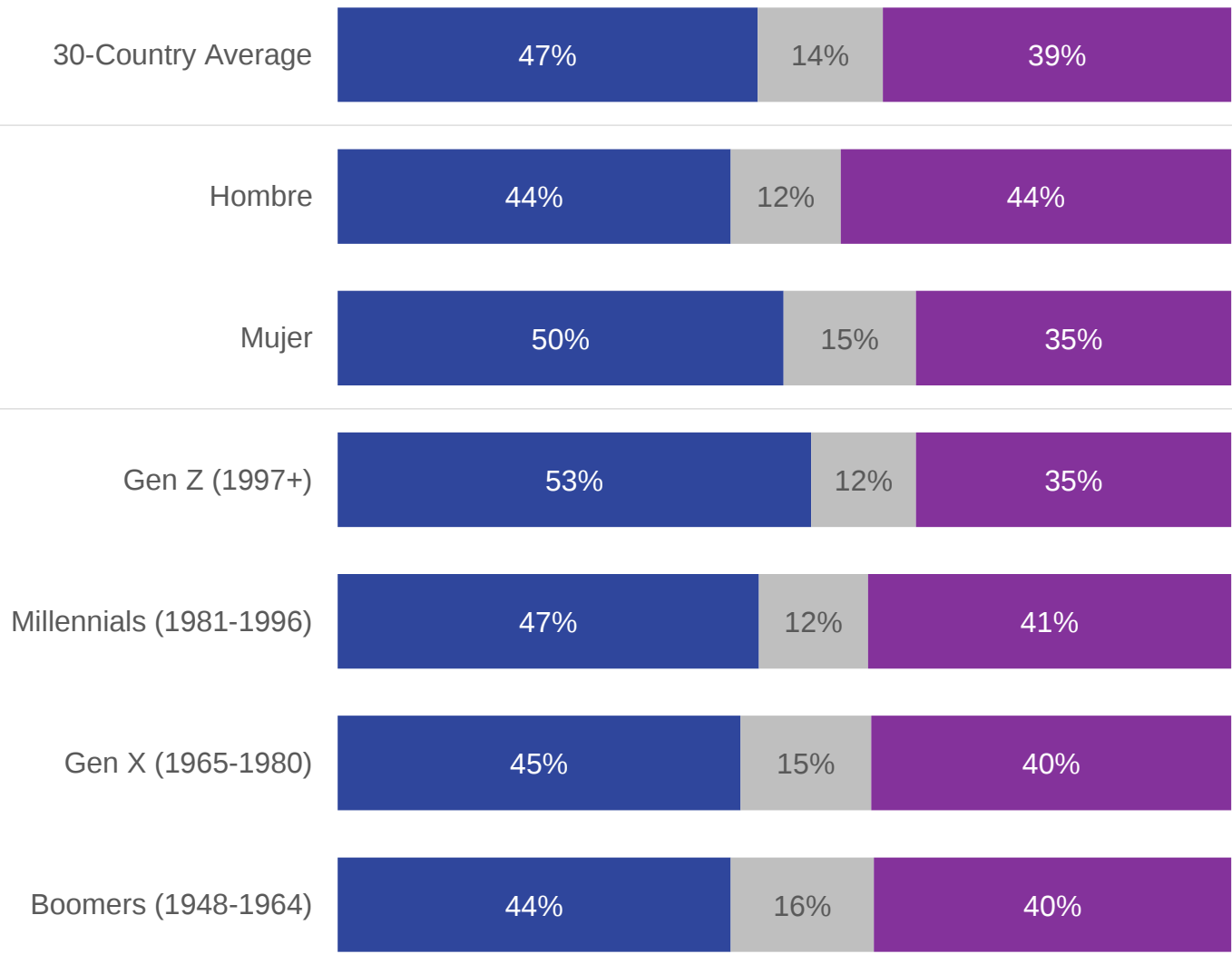


Miradas sobre la Cobertura de Seguros Médicos a los Costos de Transición de Género por Género y Generación

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

Los sistemas de seguro médico deben cubrir los costos de la transición de género de la misma manera que los costos de otros procedimientos médicos

- Totalmente/Algo de acuerdo
- No estoy seguro(a)
- Totalmente/Algo en desacuerdo



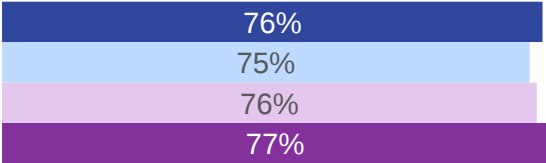
Brecha Generacional en Asuntos Transgénero

Gen Z > Boomers

P. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones? (% DE ACUERDO)

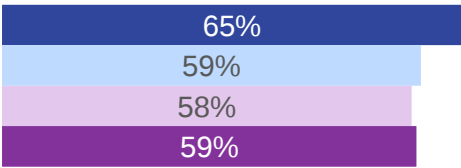
- Gen Z (1997+)
- Millennials (1981-1996)
- Gen X (1965-1980)
- Boomers (1948-1964)

Las personas transgénero deben estar protegidas contra la discriminación en el empleo, la vivienda y el acceso a negocios como restaurantes y tiendas



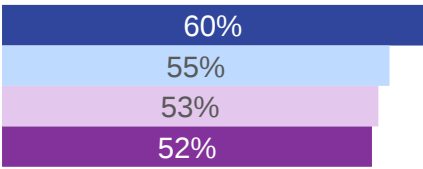
-1

Con el consentimiento parental, se debe permitir a los adolescentes transgénero recibir atención que afirme el género (p. ej., asesoramiento y tratamiento de reemplazo hormonal)



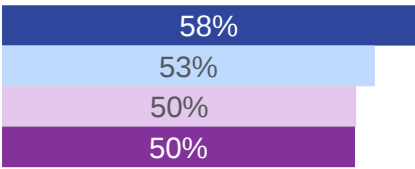
+6

Las personas transgénero deben poder utilizar instalaciones de un solo sexo (p. ej., baños públicos) que correspondan al género con el que se identifican



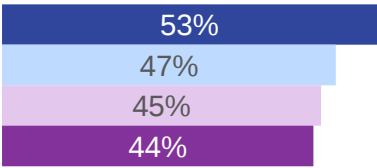
+7

Los documentos emitidos por el Gobierno, como pasaportes, deben incluir una opción distinta de "hombre" y "mujer" para las personas que no se identifican con ninguna



+9

Los sistemas de seguro médico deben cubrir los costos de la transición de género de la misma manera que los costos de otros procedimientos médicos



+9

Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population



Metodología

- Estos son los resultados de una encuesta realizada en 30 países por Ipsos en su plataforma de encuestas online Global Advisor entre el 17 de febrero y el 3 de marzo de 2023. Para esta encuesta, Ipsos entrevistó a un total de 22.514 adultos de entre 18 y 74 años en Canadá, Sudáfrica, Turquía y Estados Unidos, de entre 20 y 74 años en Tailandia, de entre 21 y 74 años en Singapur y de entre 16 y 74 años en el resto de países.
- La muestra consta de aproximadamente 1.000 personas en Alemania, Australia, Brasil, Canadá, Corea del Sur, España, Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña, Italia, Japón, México, Nueva Zelanda, Singapur y Tailandia, y más de 500 personas en Argentina, Bélgica, Chile, Colombia, Hungría, Irlanda, Países Bajos, Perú, Polonia, Rumanía, Sudáfrica, Suecia, Suiza y Turquía.
- Las muestras de Alemania, Argentina, Australia, Bélgica, Canadá, Corea del Sur, España, Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña, Hungría, Italia, Japón, Nueva Zelanda, Países Bajos, Polonia, Suecia y Suiza pueden considerarse representativas de la población adulta menor de 75 años.
- Las muestras de Brasil, Chile, Colombia, Irlanda, México, Perú, Portugal, Rumanía, Singapur, Sudáfrica, Tailandia y Turquía son más urbanas, más cultas y/o más acomodadas que la población general. Los resultados de la encuesta de estos países deben considerarse como un reflejo de las opiniones del segmento más "conectado" de su población.
- Los datos se han ponderado para que la composición de la muestra de cada país refleje lo mejor posible el perfil demográfico de la población adulta según los datos del censo más reciente.
- La "media de 30 países" refleja el resultado medio de todos los países en los que se ha realizado la encuesta. No se ha ajustado al tamaño de la población de cada país y no pretende sugerir un resultado total.
- Cuando los resultados no suman 100 o la "diferencia" parece ser +/-1 punto porcentual más/menos que el resultado real, puede deberse al redondeo, a respuestas múltiples o a la exclusión de respuestas "no sabe/no está seguro" o no declaradas.
- La precisión de las encuestas en línea de Ipsos se calcula utilizando un intervalo de credibilidad con una encuesta de 1.000 con una precisión de +/- 3,5 puntos porcentuales y de 500 con una precisión de +/- 5,0 puntos porcentuales. Para más información sobre el uso de intervalos de credibilidad por parte de Ipsos, visite el sitio web de Ipsos.
- La publicación de estos resultados se atiene a las normas y reglamentos locales.

Sobre Ipsos

Ipsos es la tercera mayor empresa de investigación de mercados del mundo, presente en 90 mercados y con más de 18.000 empleados.

Nuestros profesionales de la investigación, analistas y científicos han construido capacidades multiespecialistas únicas que proporcionan poderosos conocimientos sobre las acciones, opiniones y motivaciones de ciudadanos, consumidores, pacientes, clientes o empleados. Nuestras 75 soluciones empresariales se basan en datos primarios procedentes de nuestras encuestas, seguimiento de redes sociales y técnicas cualitativas o de observación.

"Game Changers", nuestro lema, resume nuestra ambición de ayudar a nuestros 5.000 clientes a navegar más fácilmente por un mundo en profunda transformación.

Fundada en Francia en 1975, Ipsos cotiza en Euronext París desde el 1 de julio de 1999. La empresa forma parte del índice SBF 120 y del Mid-60 y puede acogerse al Servicio de Liquidación Diferida (SRD).
Código ISIN FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

Game Changers

En nuestro mundo de rápidos cambios, la necesidad de información fiable para tomar decisiones con confianza nunca ha sido mayor.

En Ipsos creemos que nuestros clientes necesitan más que un proveedor de datos, necesitan un socio que pueda producir información precisa y relevante y convertirla en una verdad procesable.

Esta es la razón por la que nuestros expertos, apasionadamente curiosos, no sólo proporcionan la medición más precisa, sino que le dan forma para proporcionar una verdadera comprensión de la sociedad, los mercados y las personas.

Para ello utilizamos lo mejor de la ciencia, la tecnología y los conocimientos técnicos y aplicamos los principios de seguridad, sencillez, rapidez y sustancia a todo lo que hacemos.

Para que nuestros clientes puedan actuar de forma más rápida, inteligente y audaz.
En última instancia, el éxito se reduce a una simple verdad:
Se actúa mejor cuando se está seguro.