

ORGULLO LGBT+ 2023

Una encuesta de Ipsos Global Advisor en 30 países
6 países en LATAM

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.

LATAM se alinea con los promedios globales, pero los porcentajes difieren de un país a otro. Mientras que Brasil es el país donde más adultos se autoidentifican como LGBTQ+, Perú es donde menos.

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 América Latina, especialmente en Brasil. Perú está experimentando un cambio crítico en cuanto al grado de apertura de las personas con respecto a sus identidades.

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.

El porcentaje de los que definen su orientación sexual como no heterosexual es similar en LATAM frente al promedio global. La población de Brasil es la más alta, mientras que la de Perú es la más baja.

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

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

9%
LGB+ LATAM
Country Average

					Total LGB+*	Cambio vs.2021
30-Country Average	3%	4%	1%	1%	8%	=**
Brazil	5%	7%	1%	1%	14%	=
Spain	6%	5%	1%	1%	12%	=
Netherlands	3%	7%	1%	1%	11%	+3
Great Britain	4%	4%	1%	1%	11%	=
New Zealand	4%	4%	1%	1%	10%	n/a
Australia	4%	4%	1%	1%	10%	-1
Colombia	4%	5%	1%	1%	10%	+4
Switzerland	4%	2%	2%	2%	9%	n/a
Canada	4%	4%	1%	1%	9%	-1
France	4%	3%	1%	1%	9%	+2
Germany	3%	4%	1%	1%	9%	-1
United States	3%	5%	1%		9%	-1
Belgium	3%	4%	1%	1%	8%	=
Mexico	2%	5%	1%		8%	-2
Argentina	2%	5%	1%		8%	=
Chile	3%	4%	1%		8%	-2
Thailand	4%	3%	1%	1%	8%	n/a
Turkey	1%	5%	1%		8%	+5
Sweden	1%	4%	1%	1%	7%	-2
Singapore	2%	3%	1%	1%	7%	n/a
South Africa	3%	3%	1%		7%	=
Italy	2%	3%	1%	1%	7%	+2
Romania	1%	4%	1%		7%	n/a
Hungary	2%	3%	1%		6%	+1
Portugal	2%	3%	1%	1%	6%	n/a
South Korea	1%	3%	1%	1%	6%	+2
Ireland	1%	2%	1%	1%	5%	n/a
Poland	2%	2%	1%	1%	5%	-3
Japan	1%		2%		4%	+1
Peru	1%	2%			4%	-2

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

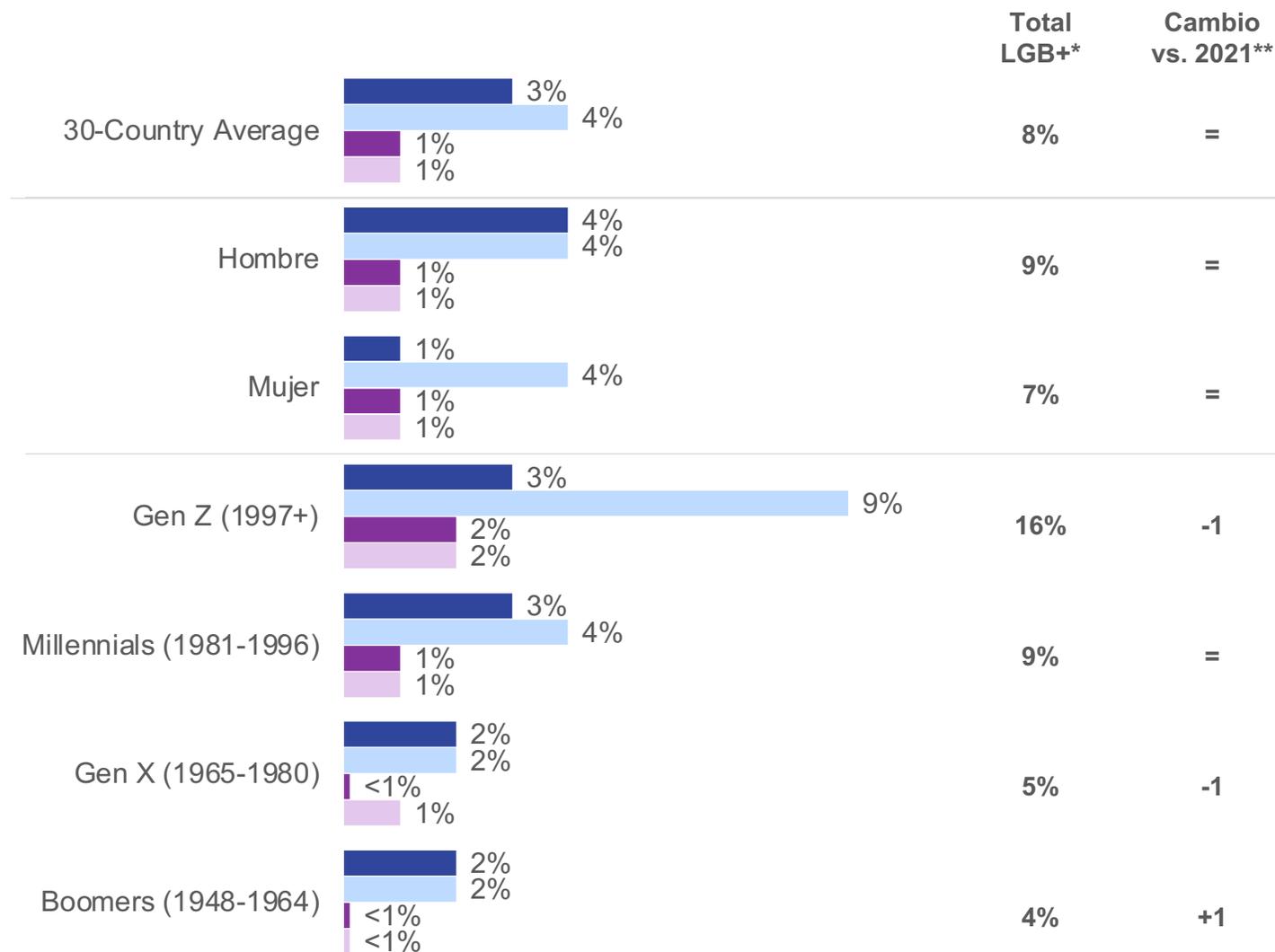
** Average 23 countries surveyed both in 2021 and 2023

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

* 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 %

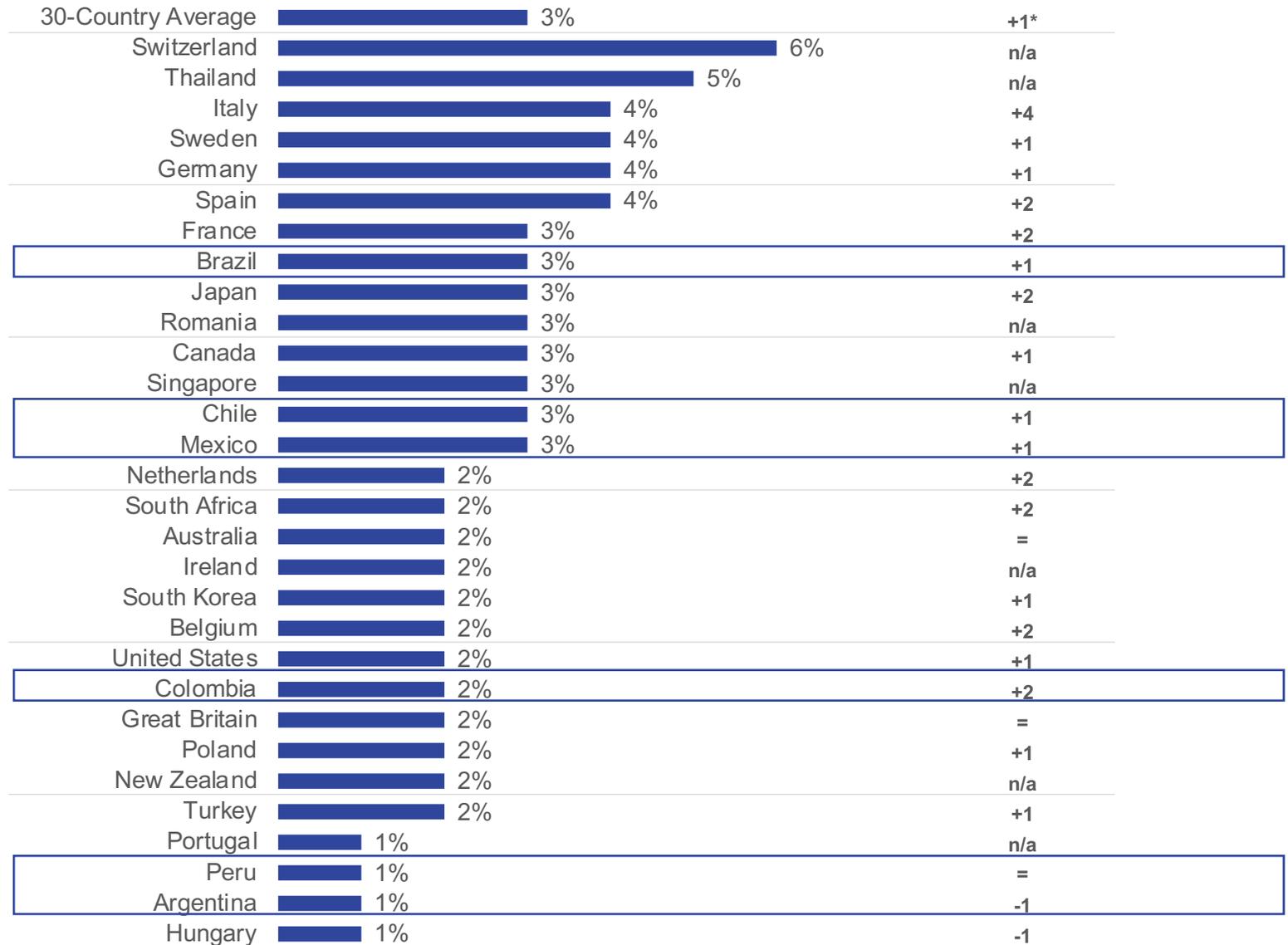


El número de personas que se identifican como transgénero, no binarios o diferente de hombre y mujer, difiere de un país a otro: mientras que Brasil, Chile y México están en línea con el promedio global, Perú y Argentina tienen las puntuaciones más bajas.

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



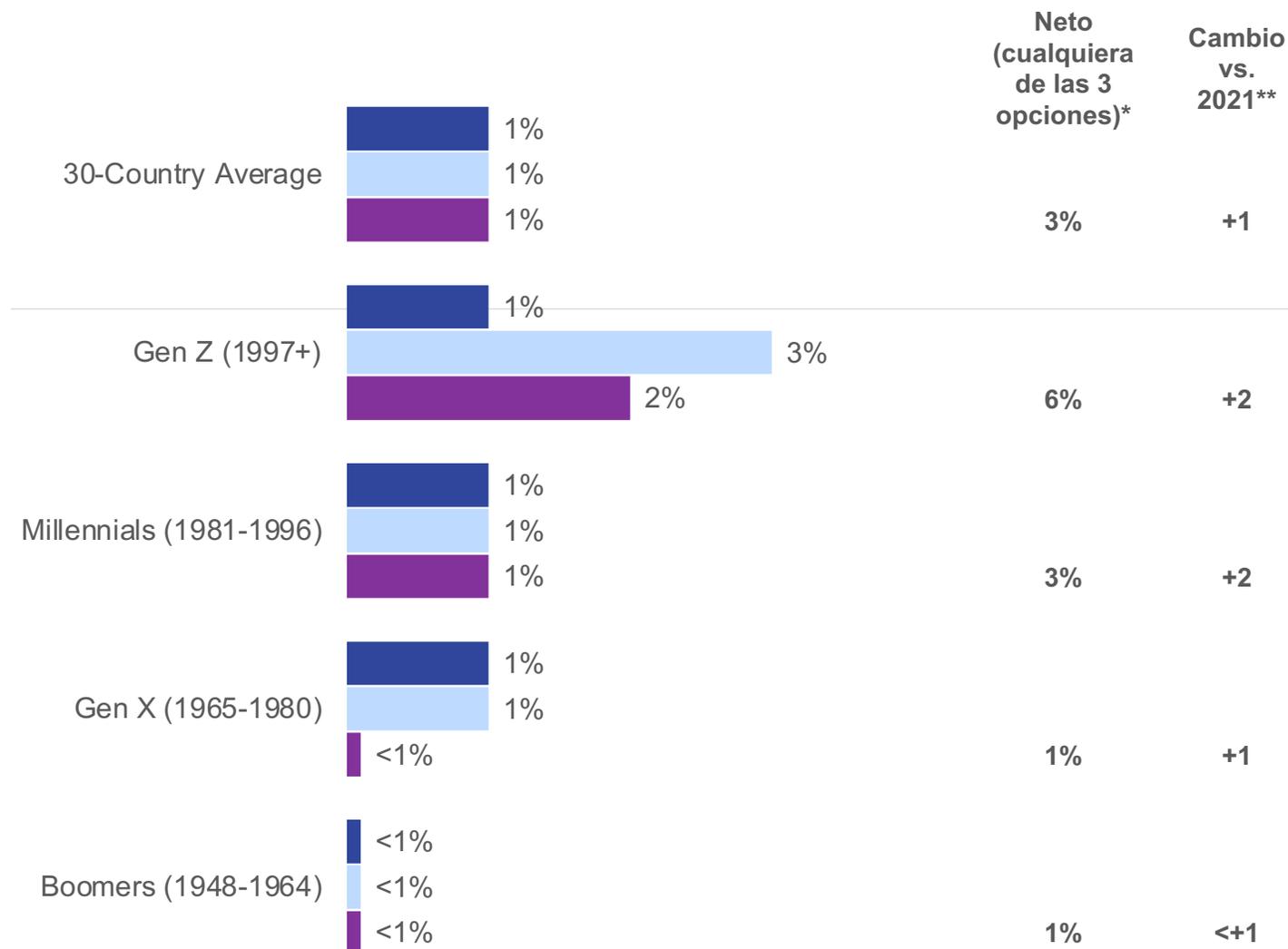
Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
 Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa,
 Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population

* 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

* 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

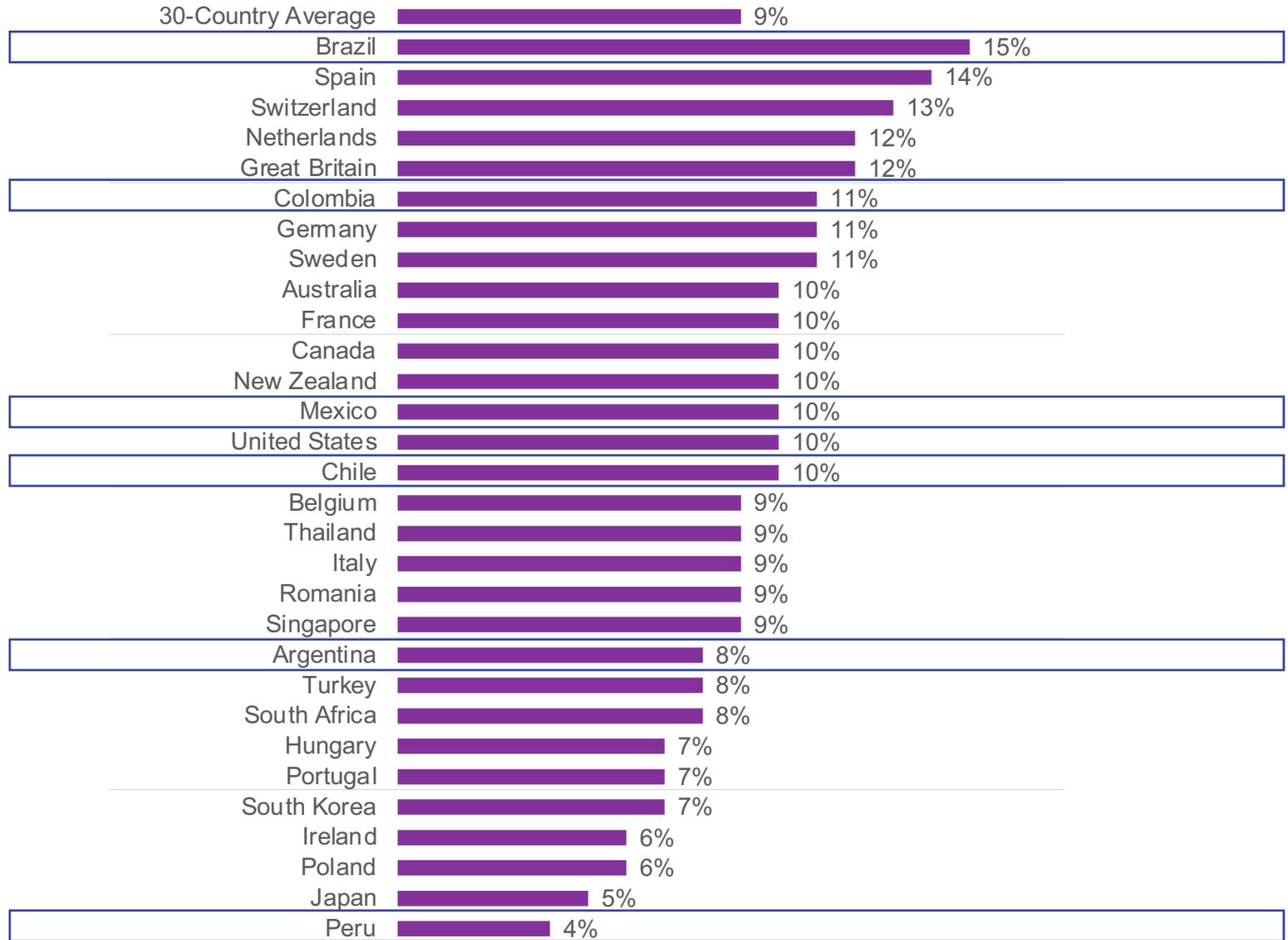
The Total % may be slightly higher or lower than the sum of the %s for all answer options as all are rounded to nearest whole %

Brasil es el país donde es más gente se identifica como LGBT+ y Perú es el más bajo entre los 30 países evaluados.

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

11%
LATAM
Country Average



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

30-Country Average



Hombre



Mujer



Gen Z (1997+)



Millennials (1981-1996)



Gen X (1965-1980)



Boomers (1948-1964)



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+



Visibilidad LGBT+ – Resumen

La visibilidad de las personas LGBT+ 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 LGBT+ 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 los países anglohablantes, en Brasil y, sobre todo, en Tailandia.

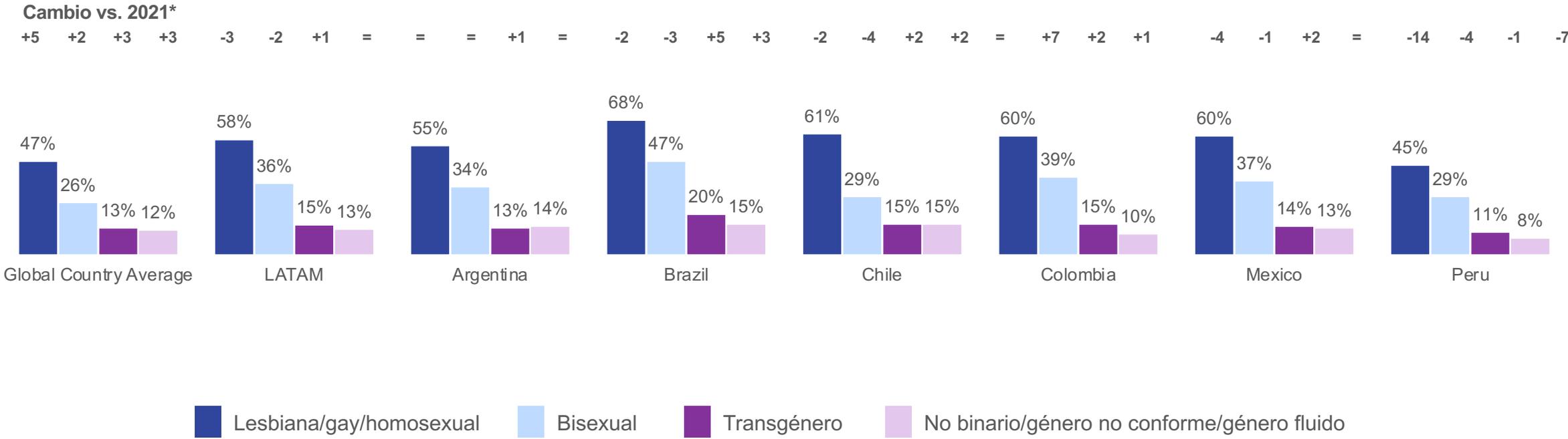
Por otro lado, la visibilidad de los distintos segmentos de la comunidad LGBT+ es menor en Japón, Corea del Sur, Turquía, Rumanía, Hungría y Polonia.

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 LGBT+ 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.

La visibilidad de las personas LGBT+ ha aumentado en los últimos dos años a nivel mundial, pero no en todos los países de LATAM. En Brasil, Chile y Colombia ha aumentado la visibilidad de las personas transgénero y no binarias, mientras que en la mayoría de los países se ha reducido la visibilidad de las personas lesbianas/gay u homosexuales. Perú está experimentando un cambio crítico en cuanto al grado de apertura de las personas respecto a sus identidades.

Visibilidad LGBT+ por País (LATAM)

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

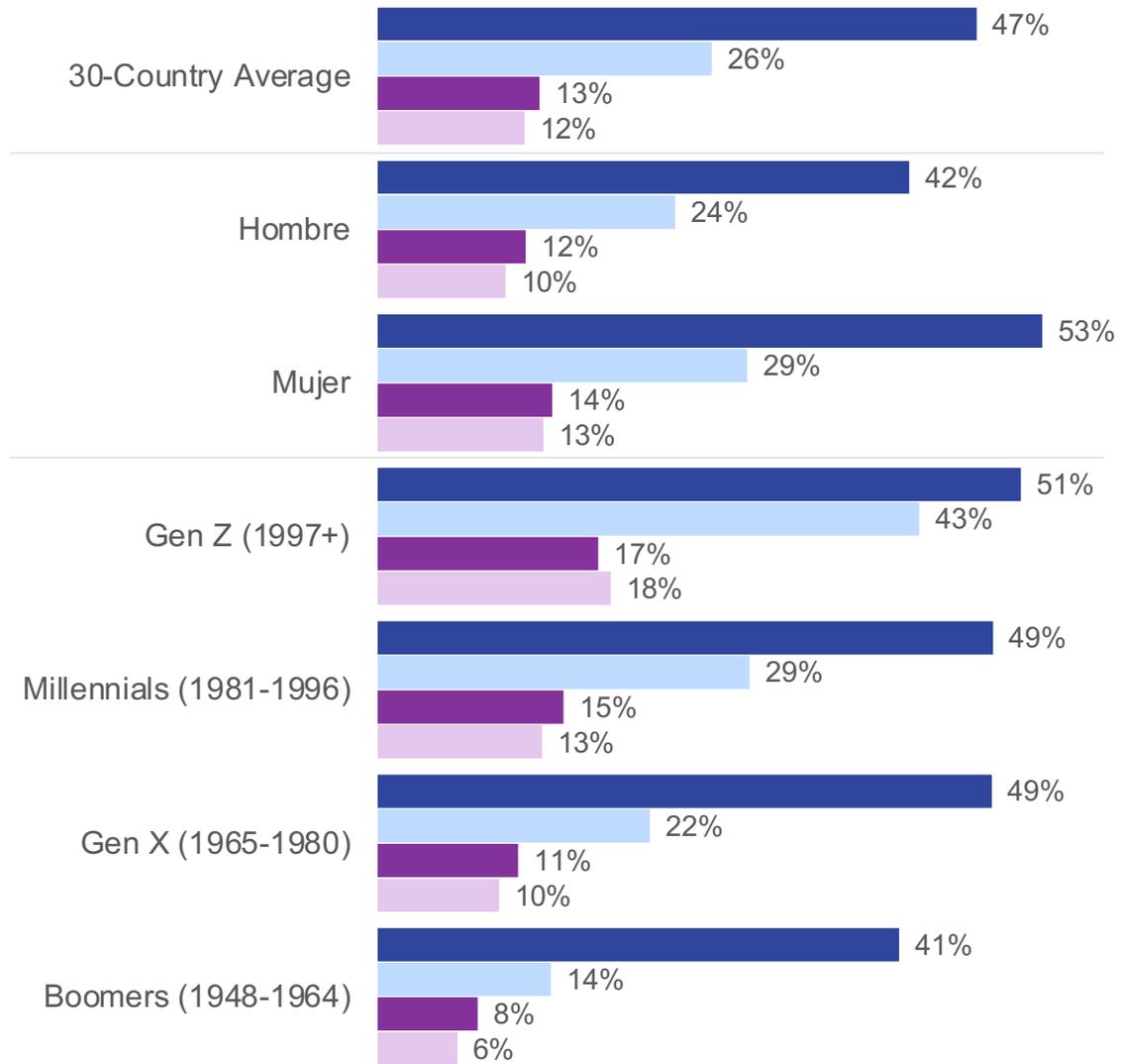
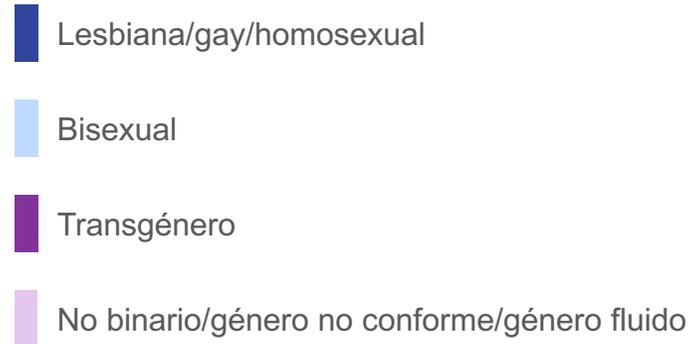


Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
 Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population



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.

La mayoría de la gente está de acuerdo en que debería permitirse a las parejas del mismo sexo casarse legalmente mientras u obtener algún reconocimiento legal. Argentina, Chile y México son los más altos de la región.

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

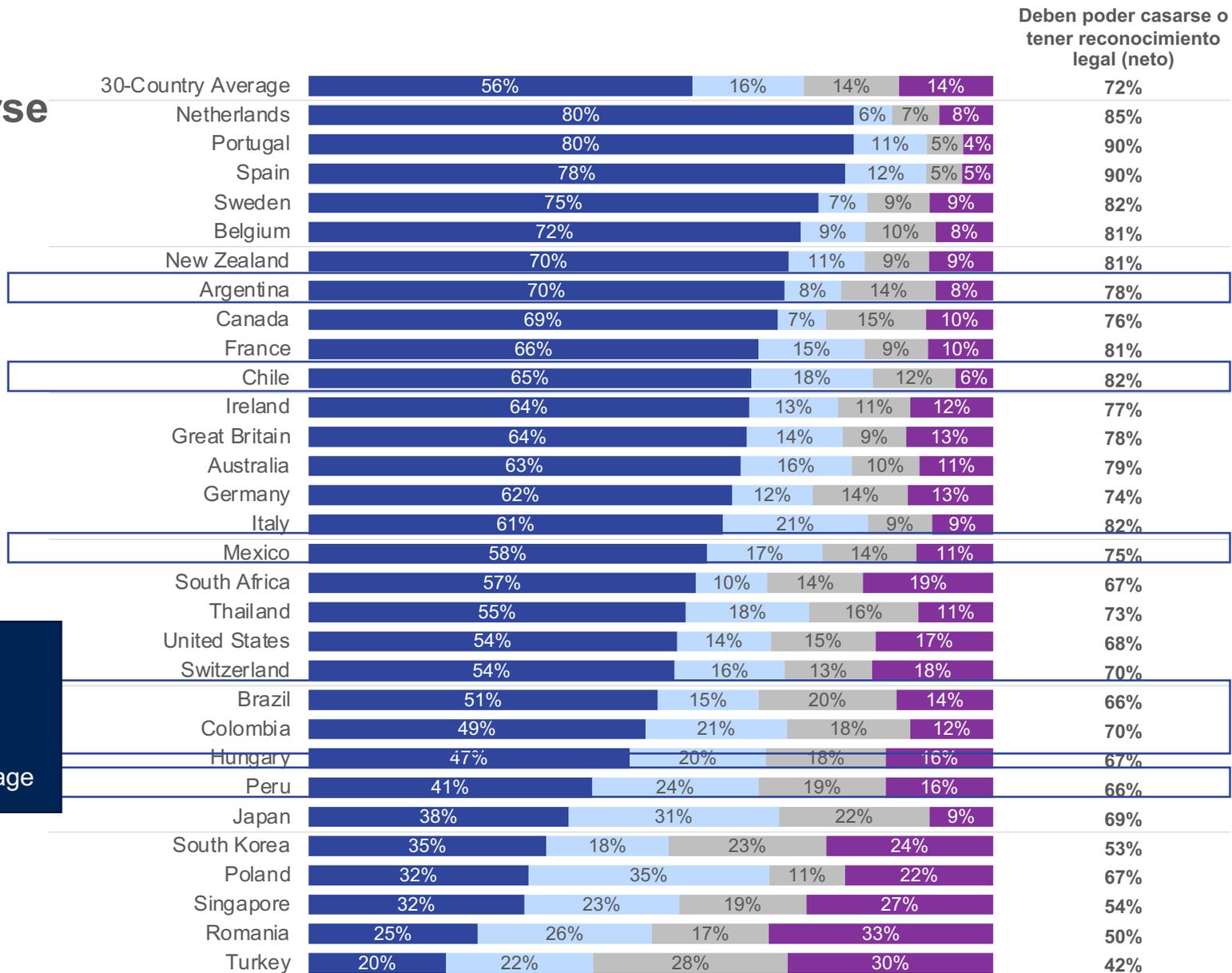
Las parejas del mismo sexo deben poder casarse legalmente

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

73%
LATAM
Country Average



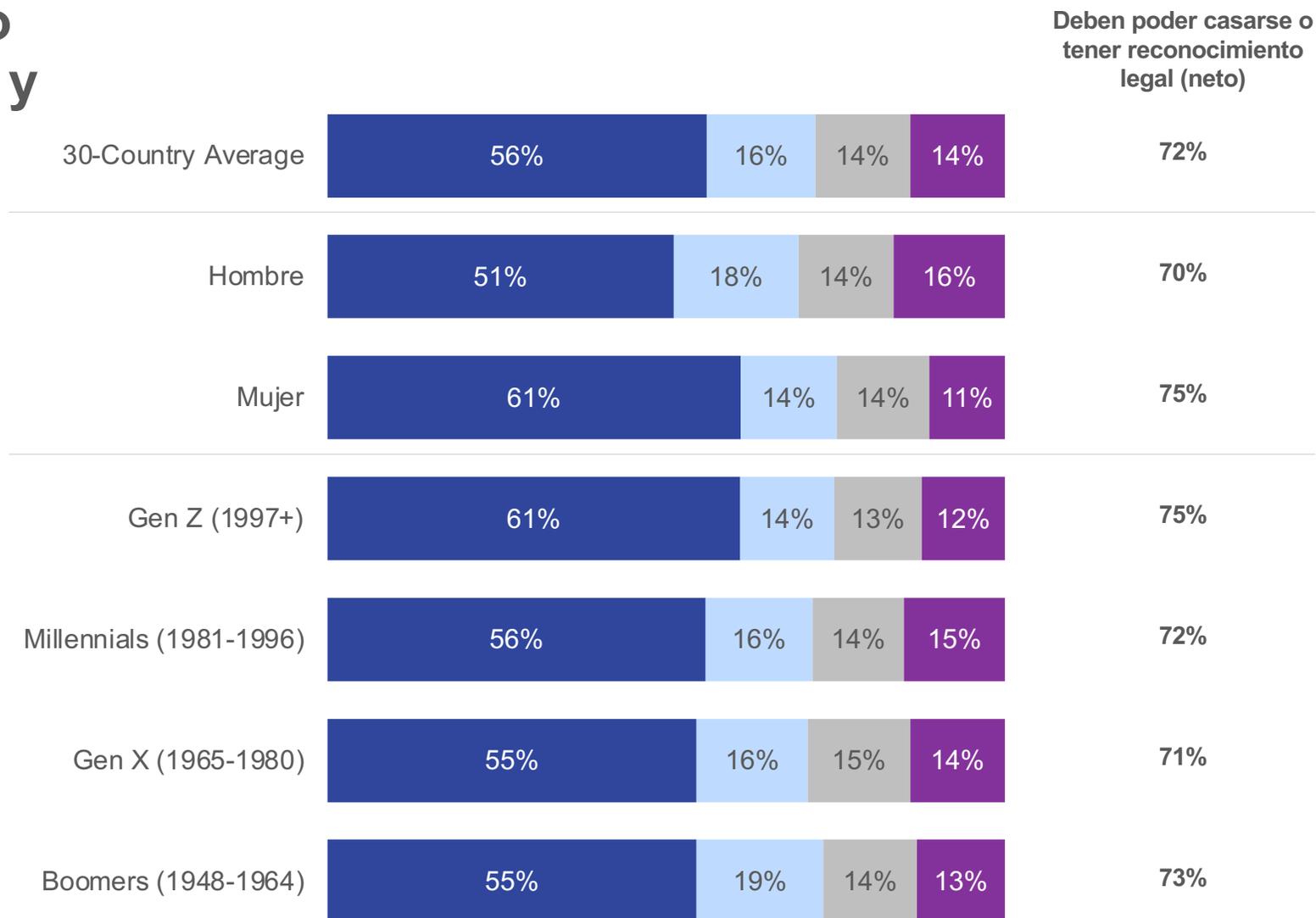
Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population

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

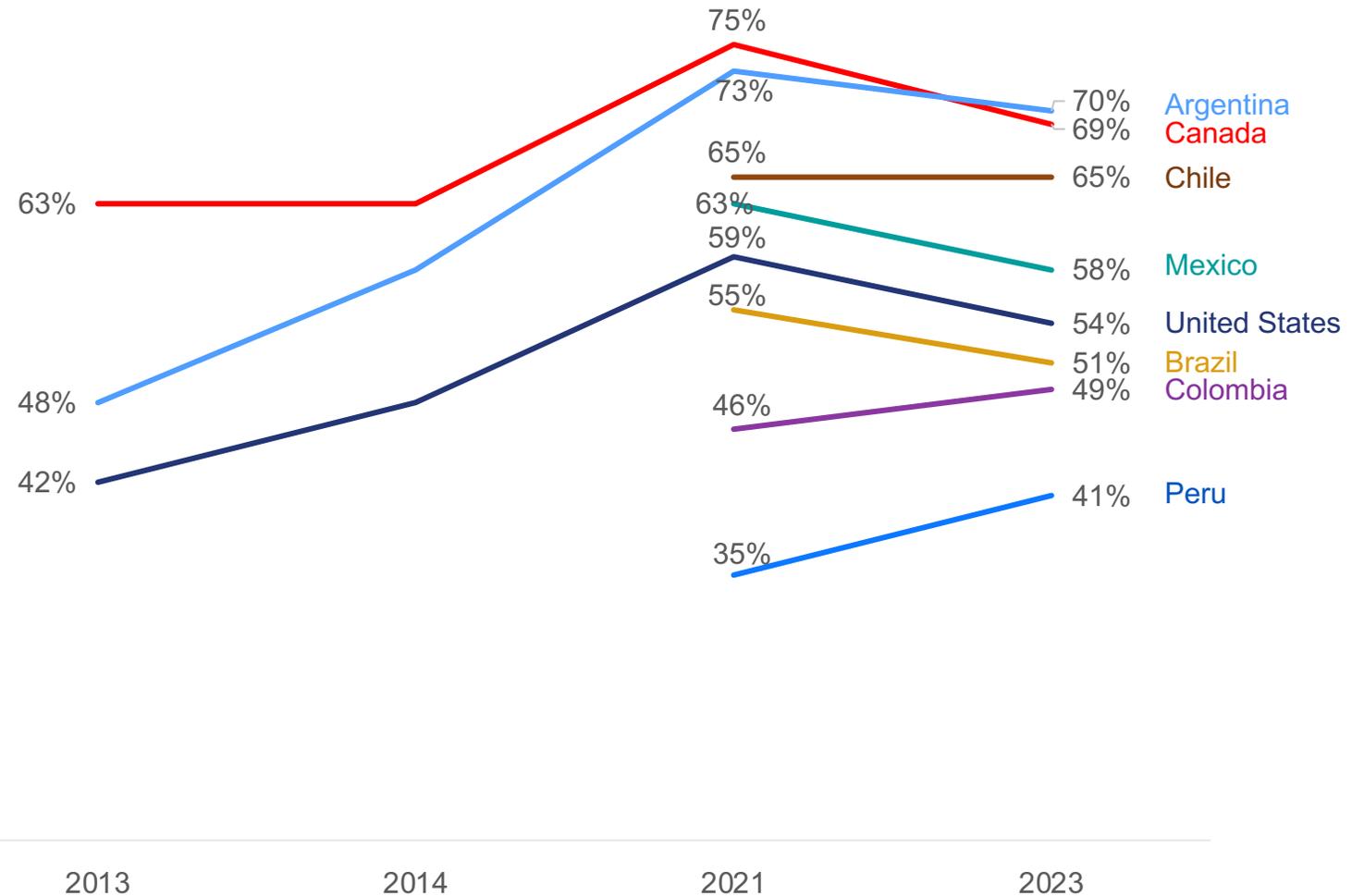


El apoyo al matrimonio entre personas del mismo sexo está disminuyendo en países como México y Brasil, mientras que en Colombia y Perú se observa una mejora de las cifras.

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 (%)



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



En cuanto a los derechos de adopción, el apoyo en LATAM se reduce. En Colombia y Perú, 4 de 10 están en contra.

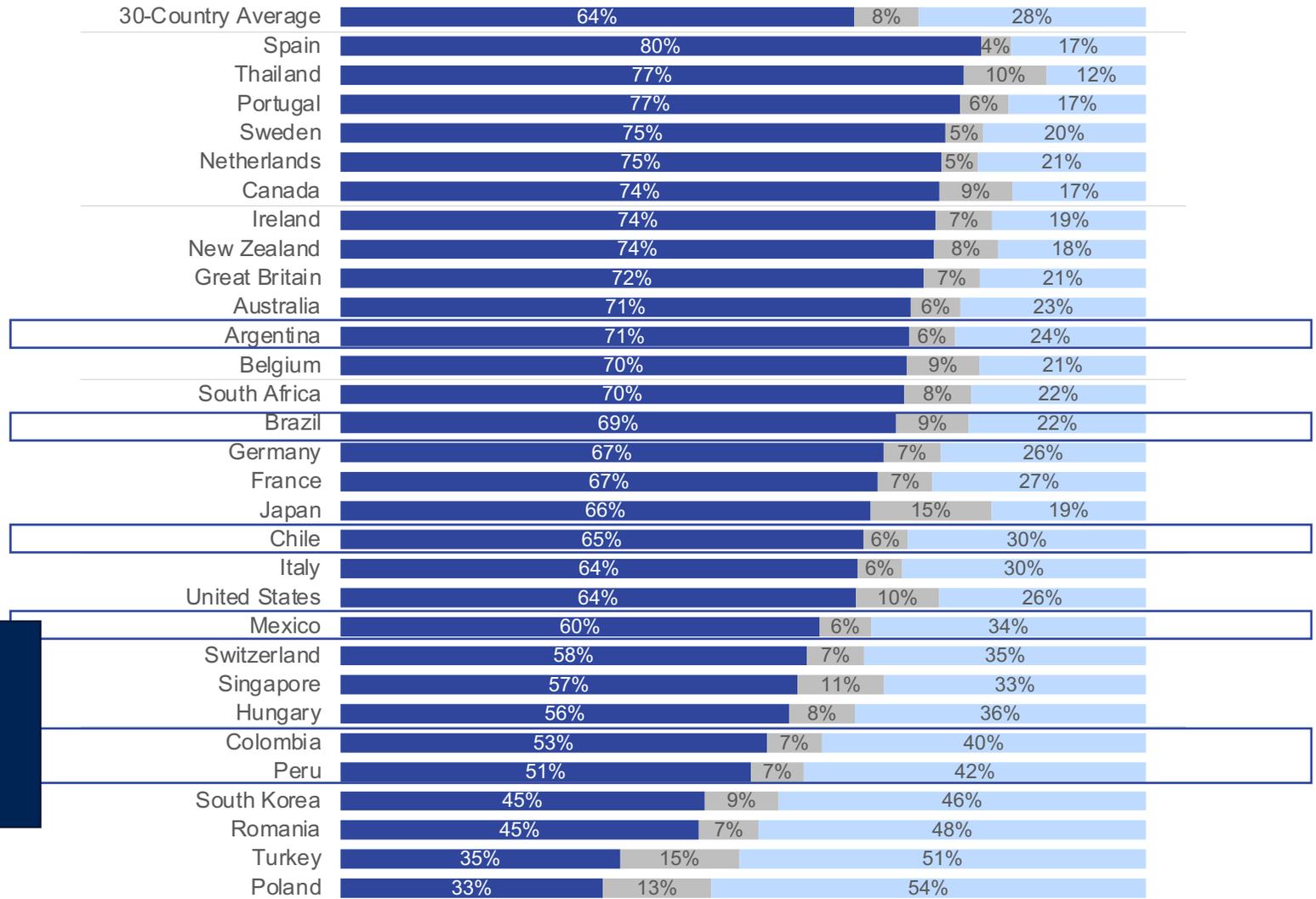
Las parejas del mismo sexo deben tener los mismos derechos para adoptar niños(as) que las parejas heterosexuales

Totalmente/Algo de acuerdo

No estoy seguro(a)

Totalmente/Algo en desacuerdo

61%
LATAM
Country Average

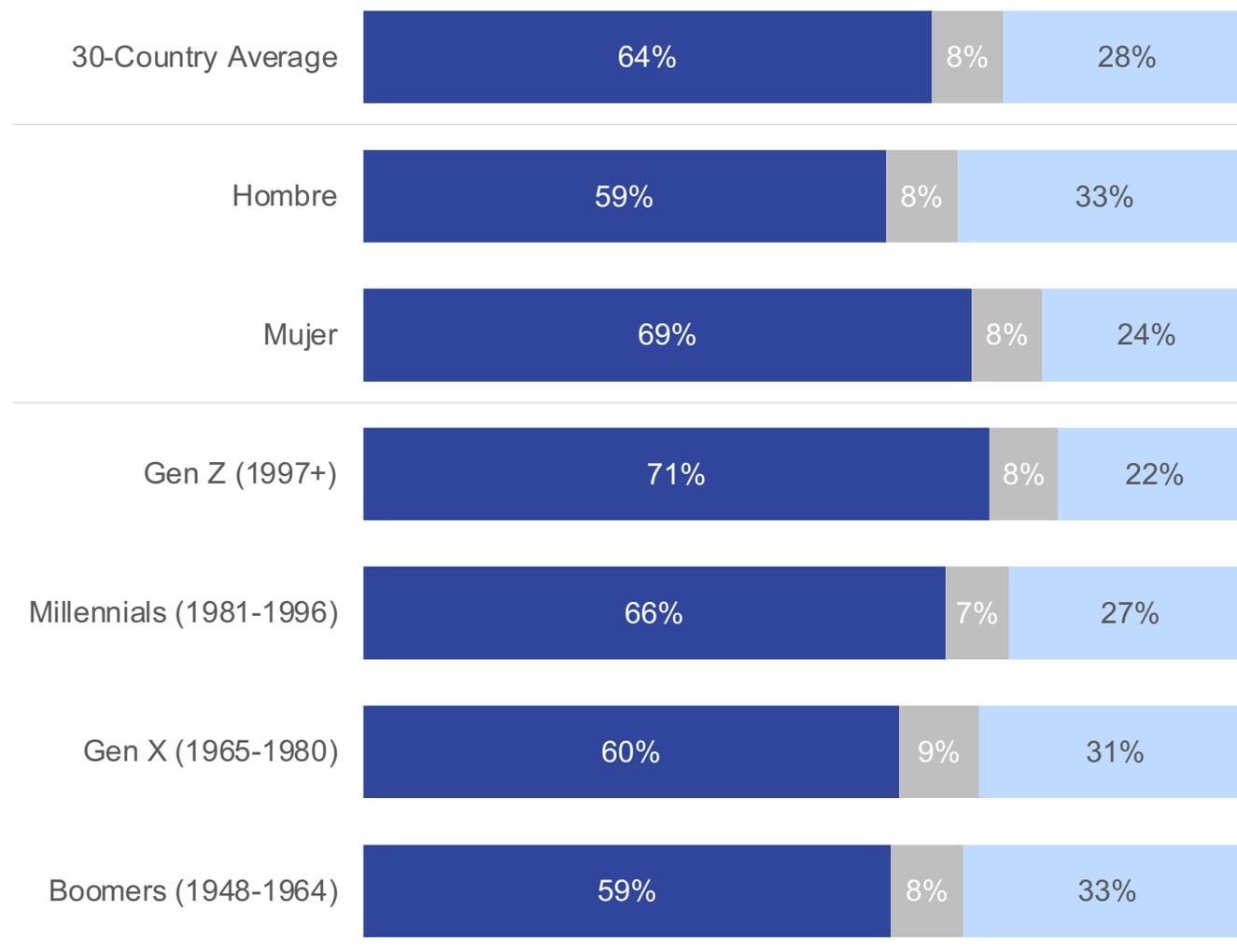
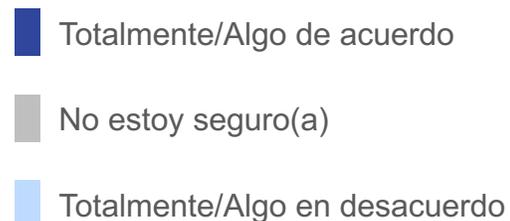


Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries

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

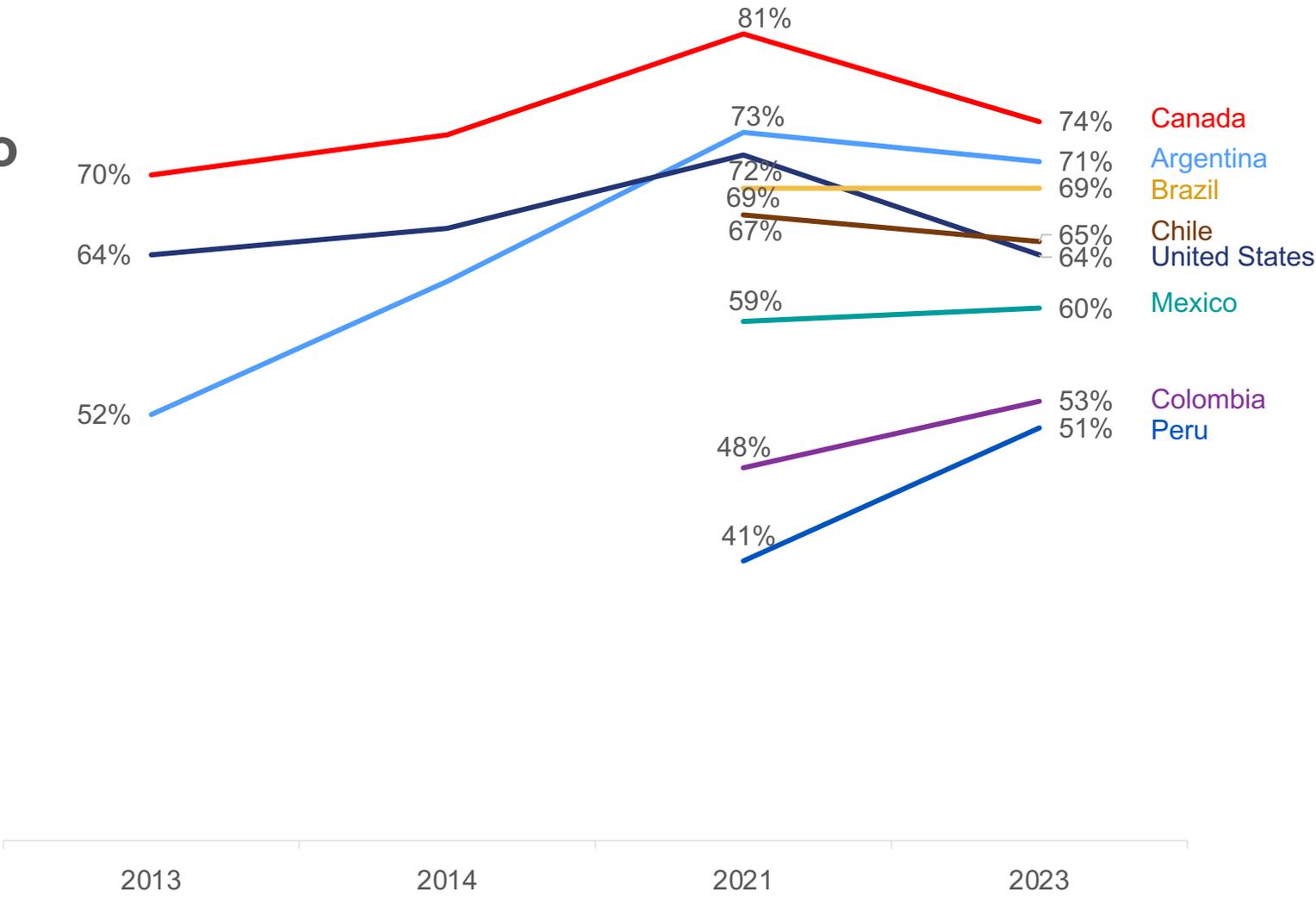
Las parejas del mismo sexo deben tener los mismos derechos para adoptar niños(as) que las parejas heterosexuales



Aunque Colombia y Perú son los países con menor aprobación, se observa una evolución positiva a partir de 2021.

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

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

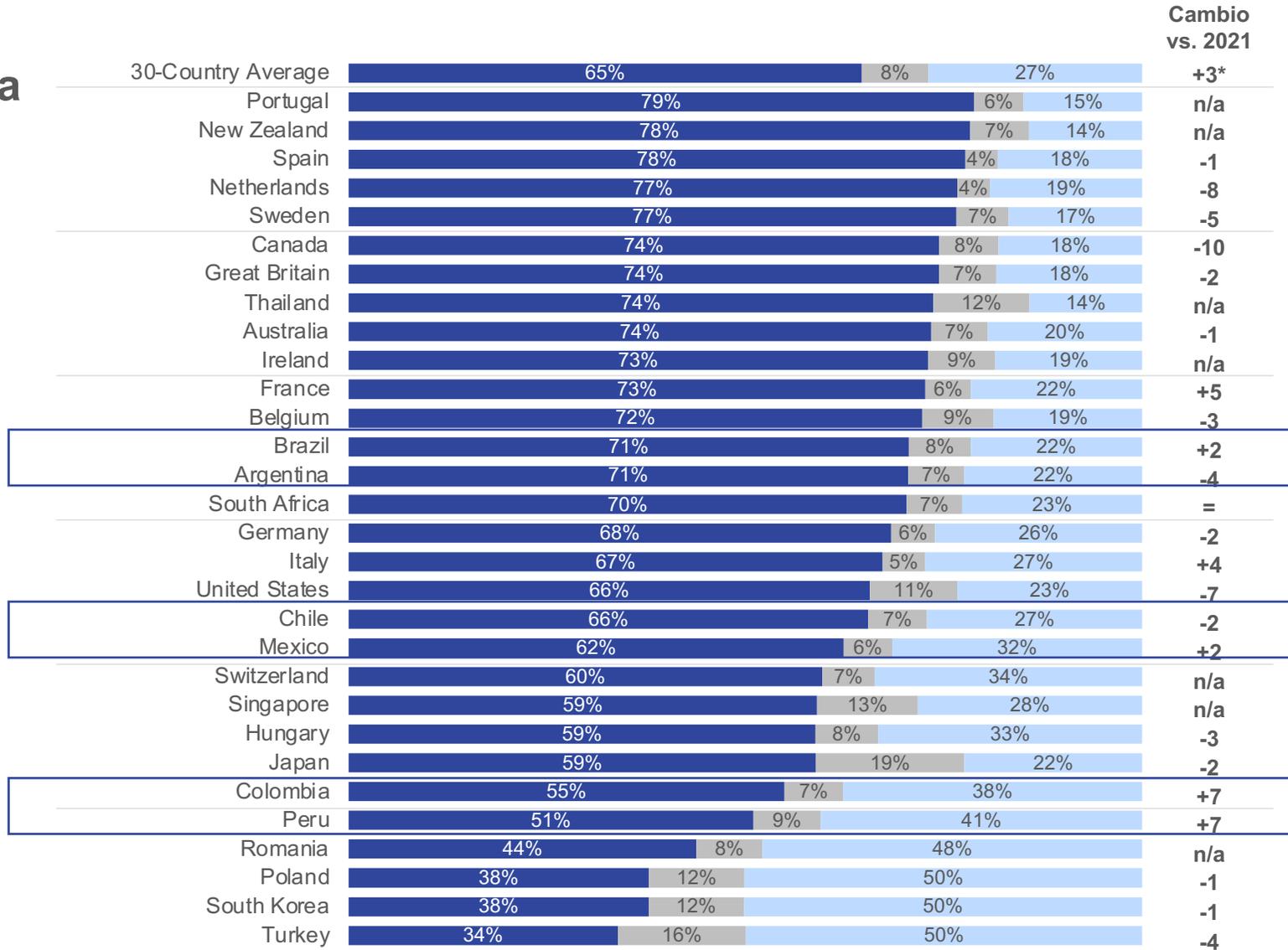


La opinión sobre el éxito de las parejas del mismo sexo a la hora de criar niños es similar al nivel de aceptación de los derechos de adopción.

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

63%
LATAM
Country Average

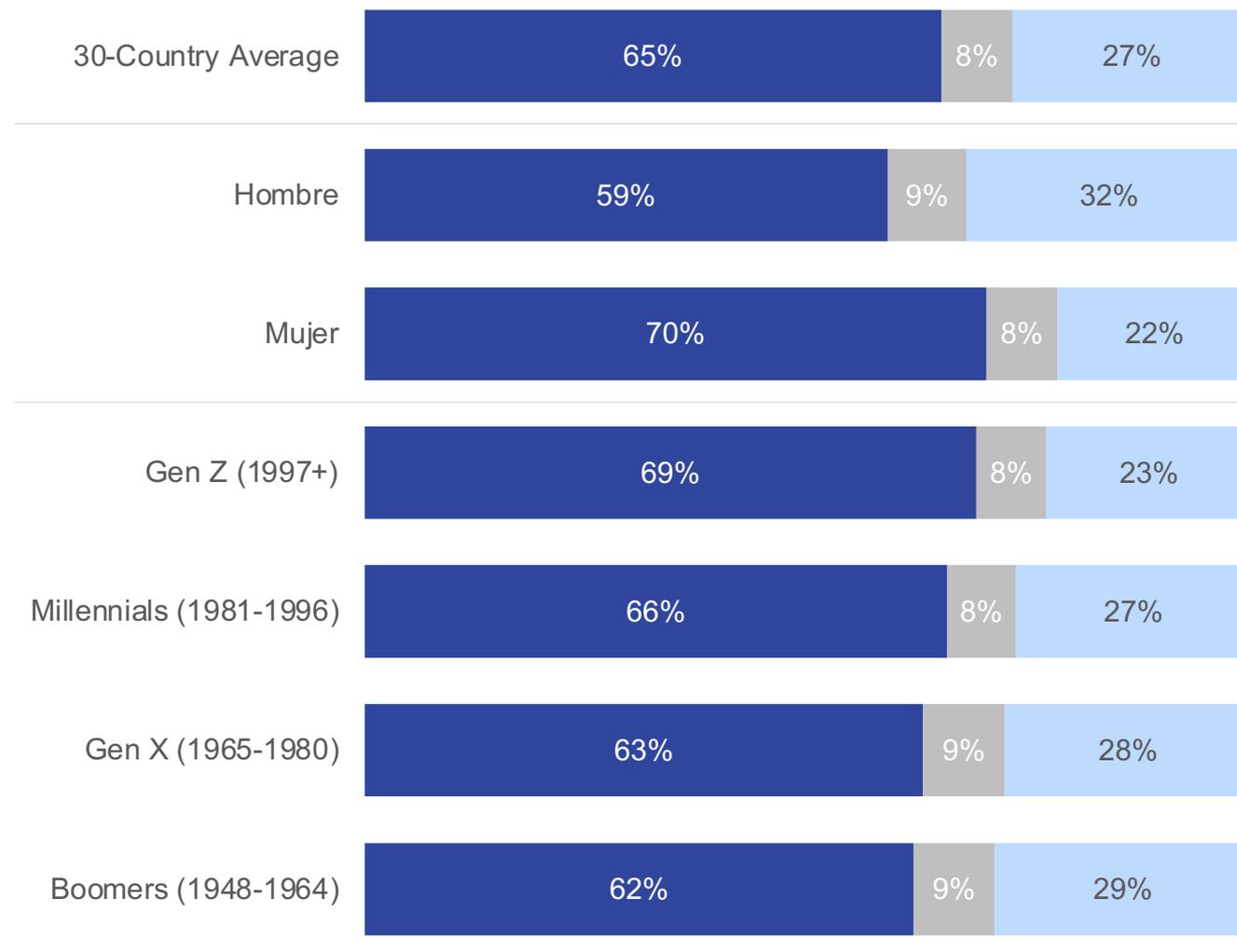


Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population

* Average 23 countries surveyed both in 2021 and 2023

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

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

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.

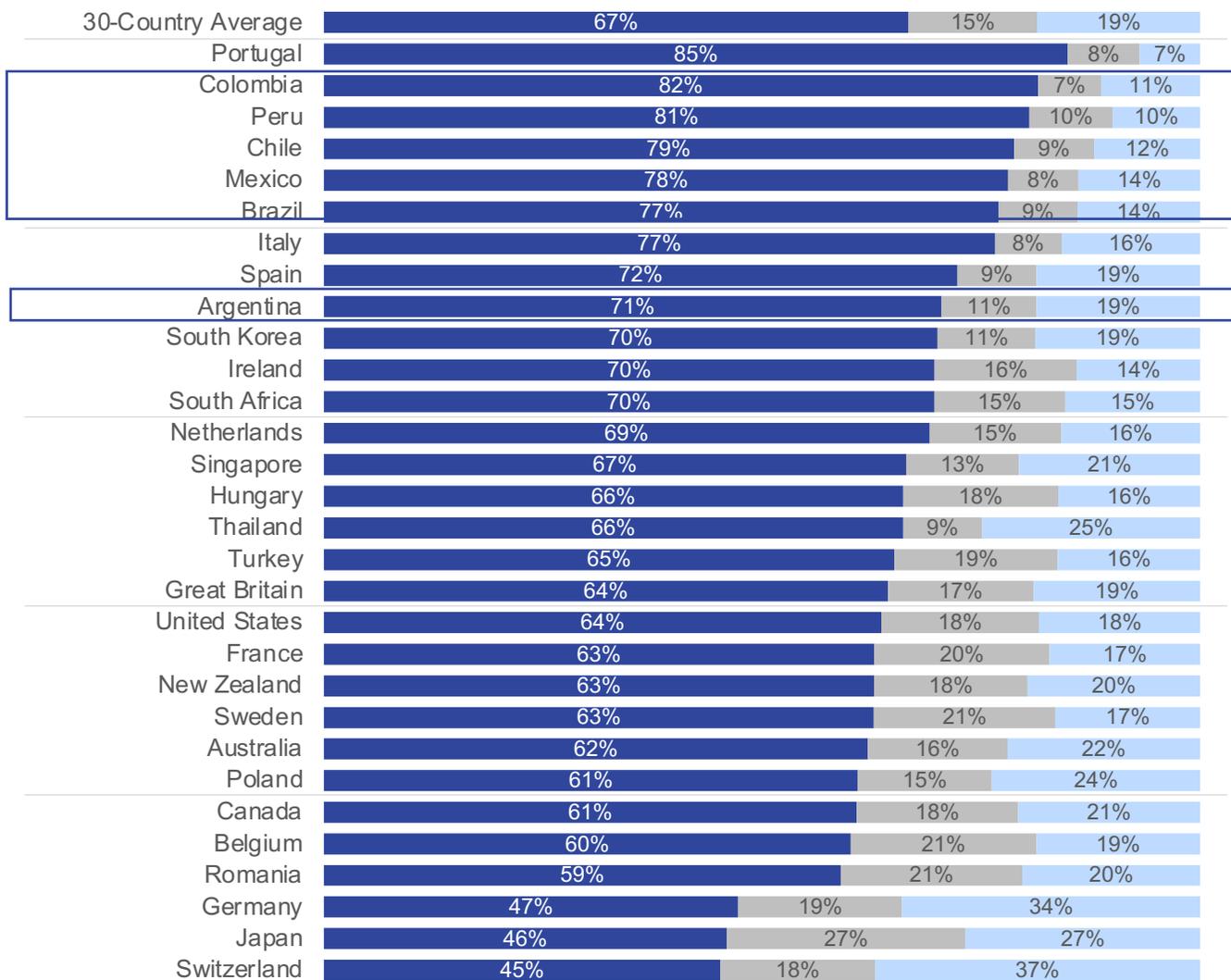
Otras medidas reciben un apoyo más dispar: en promedio, el 60% está de acuerdo en que se permita a los adolescentes transgénero recibir tratamientos de confirmación de género, como tratamiento hormonal sustitutivo, con el consentimiento parental; el 55% está de acuerdo en que se permita a las personas 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.

La mayoría de los habitantes de LATAM afirman que las personas transgénero sufren al menos bastante discriminación. Los países de LATAM encabezan el listado.

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

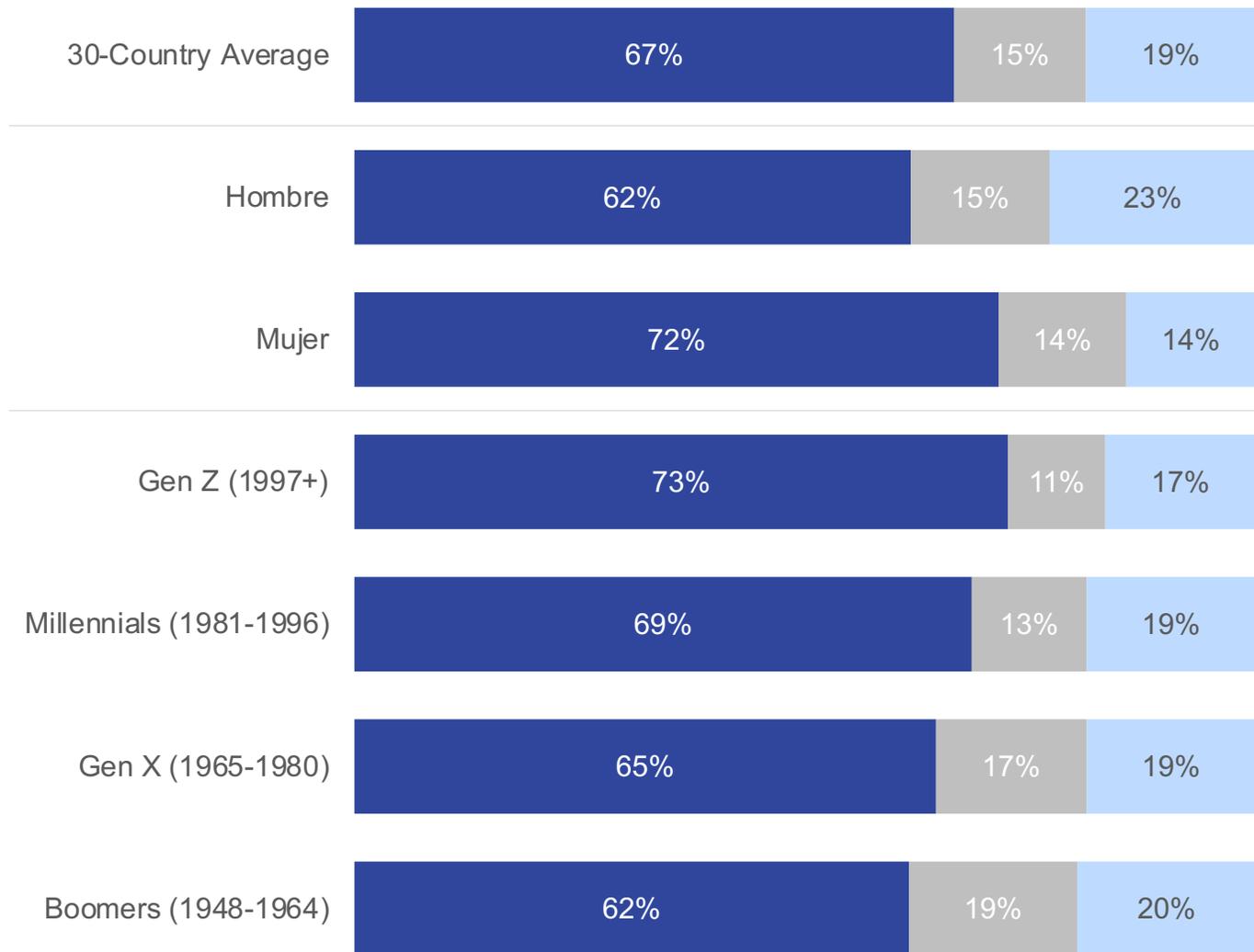
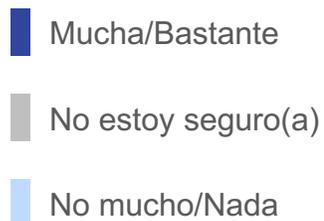


Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries

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

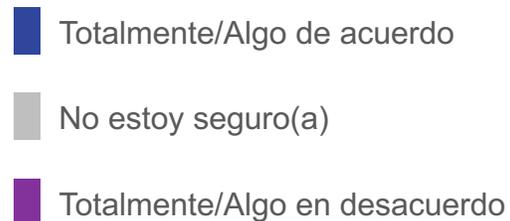
P. En su opinión, ¿cuánta discriminación enfrentan las personas transgénero en nuestra sociedad hoy?



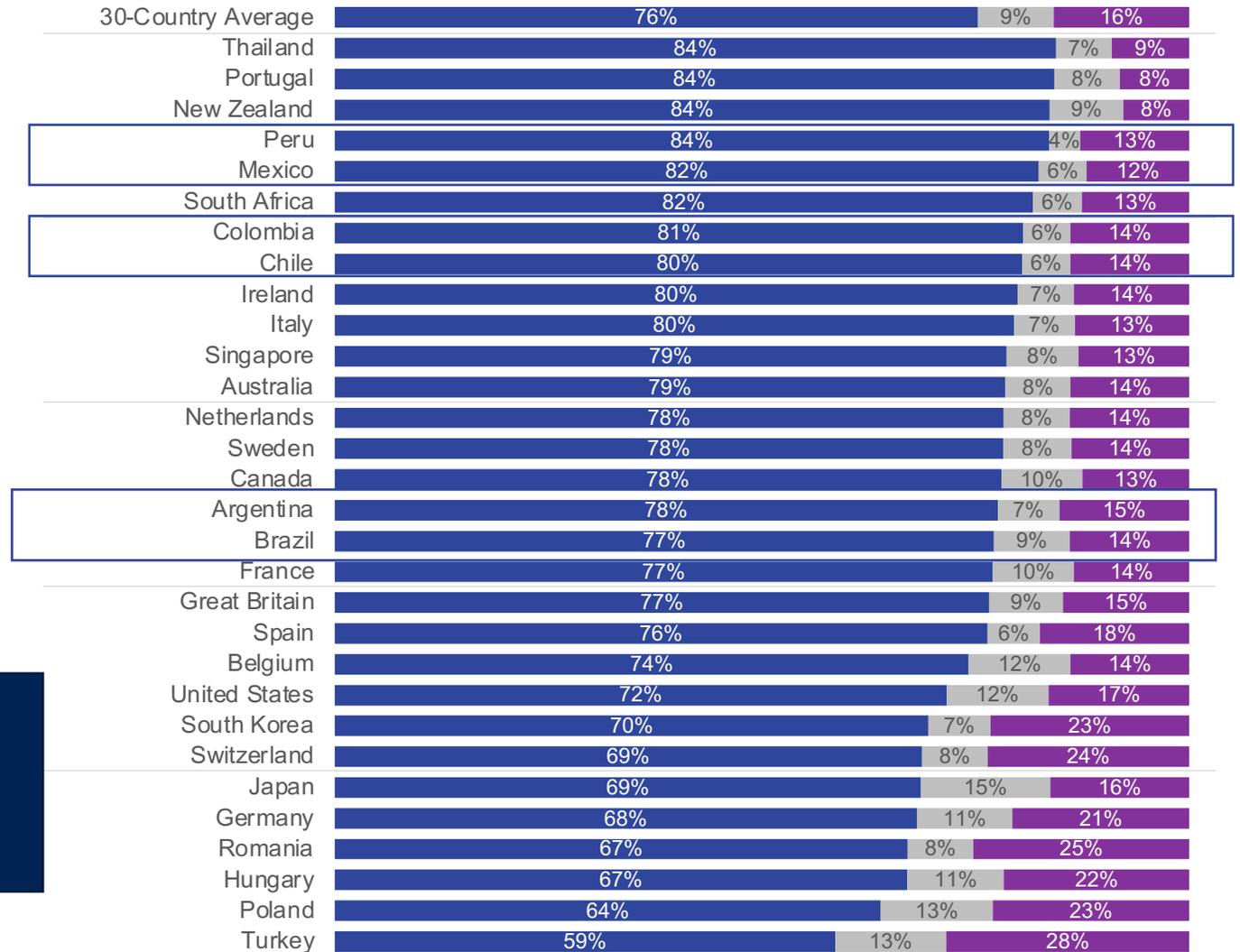
Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
 Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population

En consonancia con la elevada percepción de la discriminación, la mayoría en LATAM está de acuerdo en la necesidad de protección en diferentes ámbitos.

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



80%
LATAM
Country Average

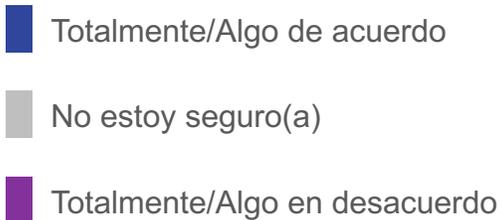


Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries

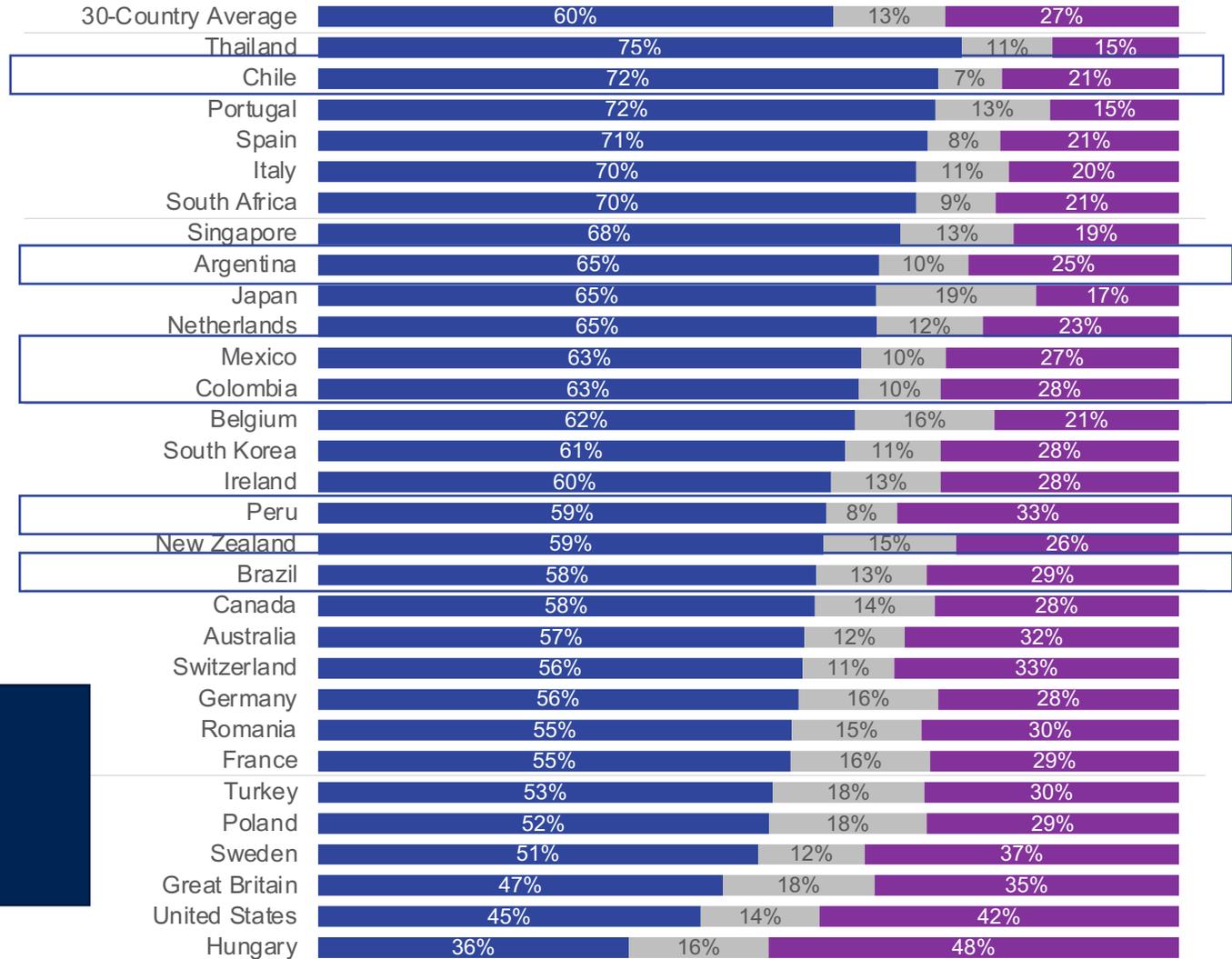
Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population

El apoyo a tratamientos de reafirmación de género para adolescentes transgénero es consistentemente alto en LATAM.

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)



63%
LATAM
 Country Average



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

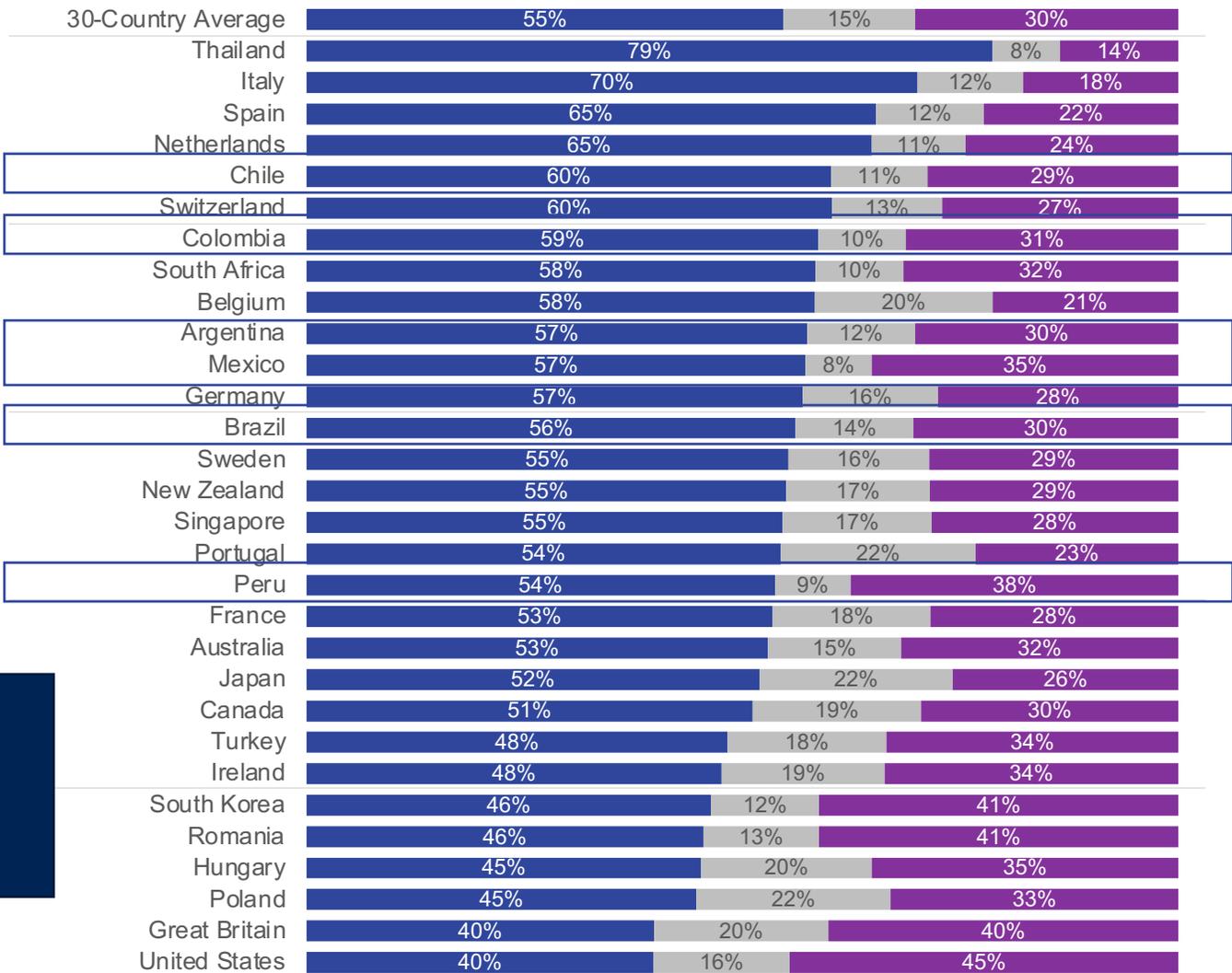


Al igual que el promedio global de países, casi 6 de cada 10 latinoamericanos están de acuerdo en que a las personas transgénero se les debería permitir utilizar instalaciones de un solo sexo.

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

57%
LATAM
Country Average



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

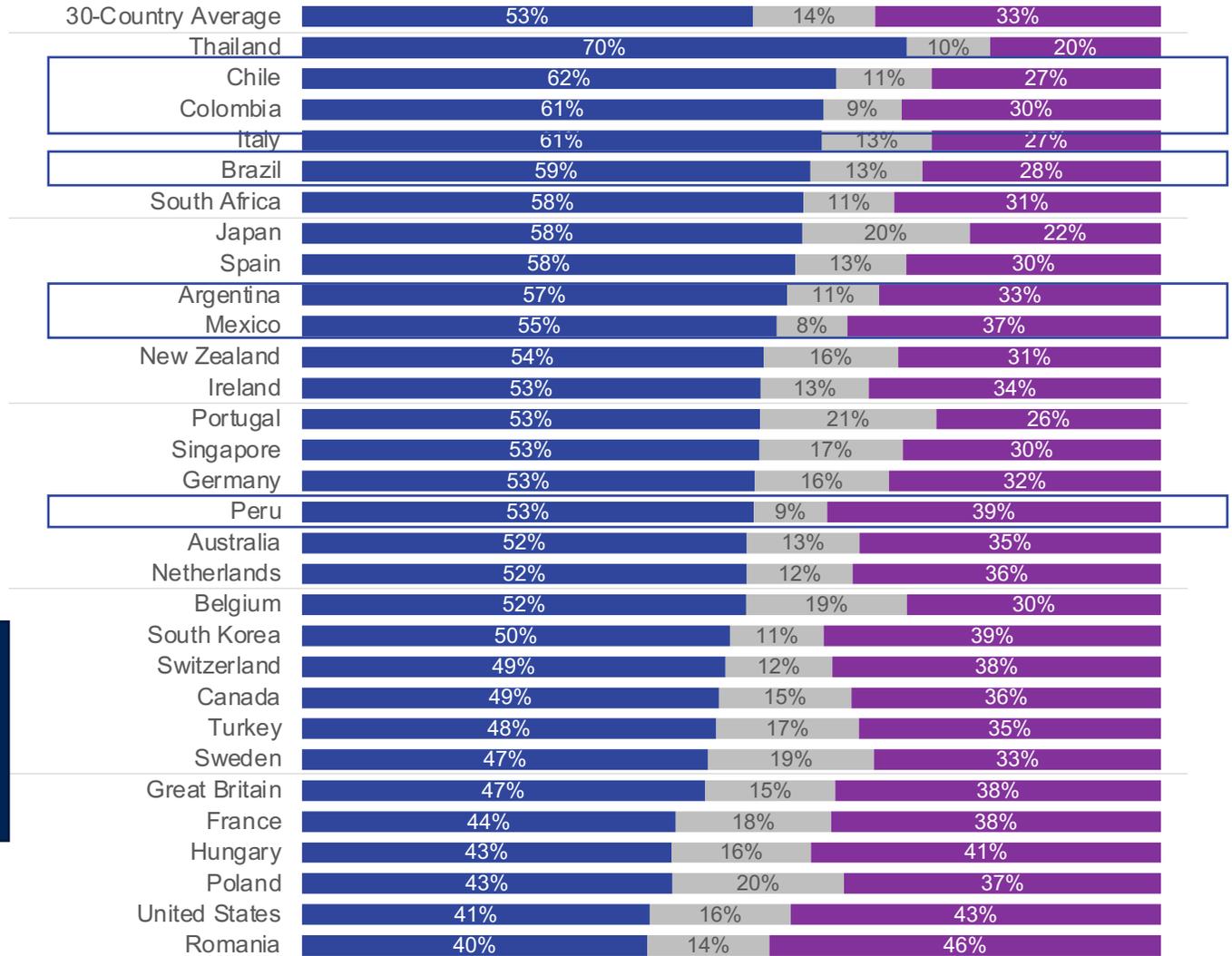


Los países de LATAM encabezan la lista en cuanto a apoyo a la inclusión de una tercera opción en los pasaportes.

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

58%
LATAM
 Country Average



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

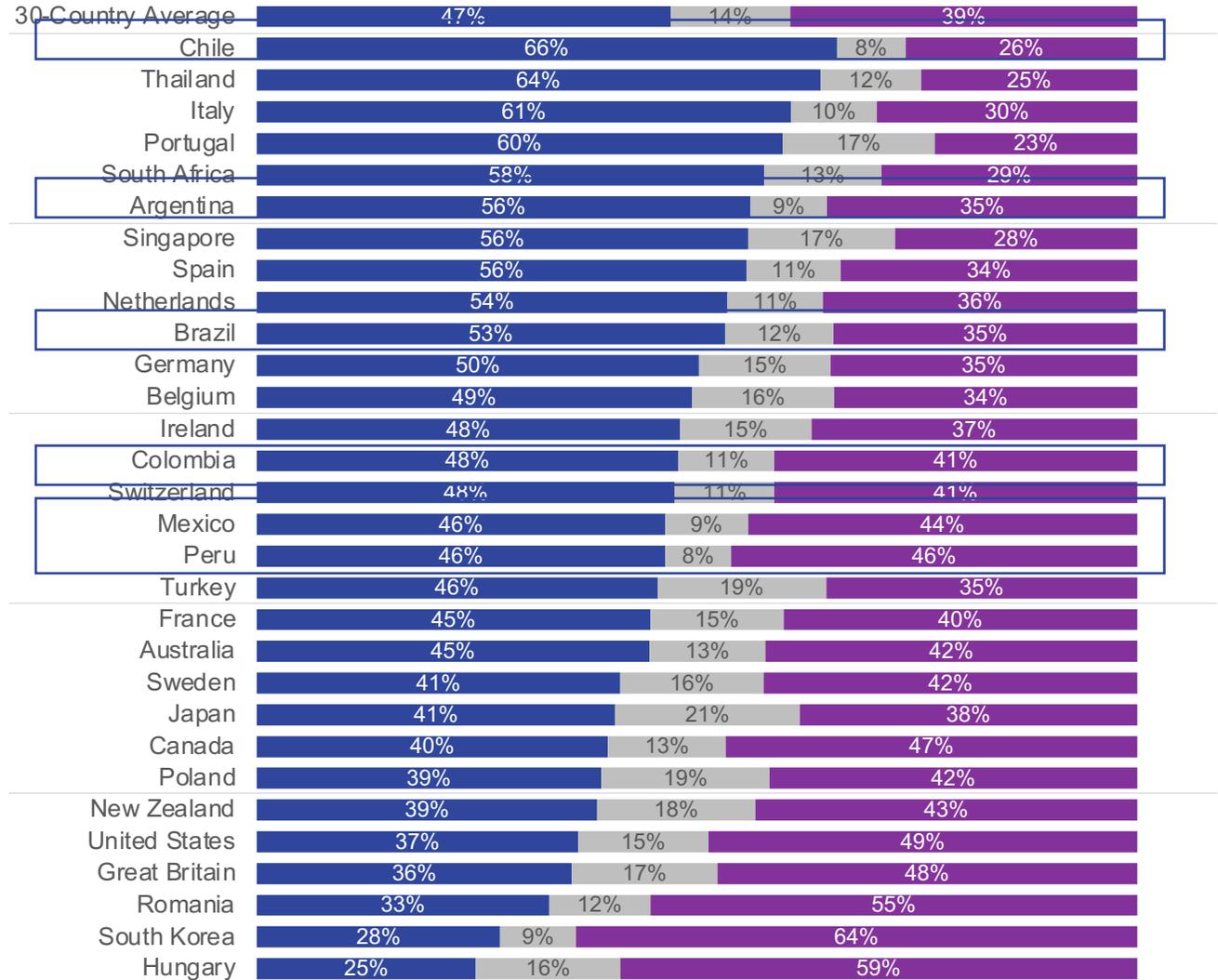


La mayoría de los encuestados en Chile, Argentina y Brasil piensan que los seguros médicos deben cubrir los tratamientos de reafirmación de género

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

52%
LATAM
 Country Average

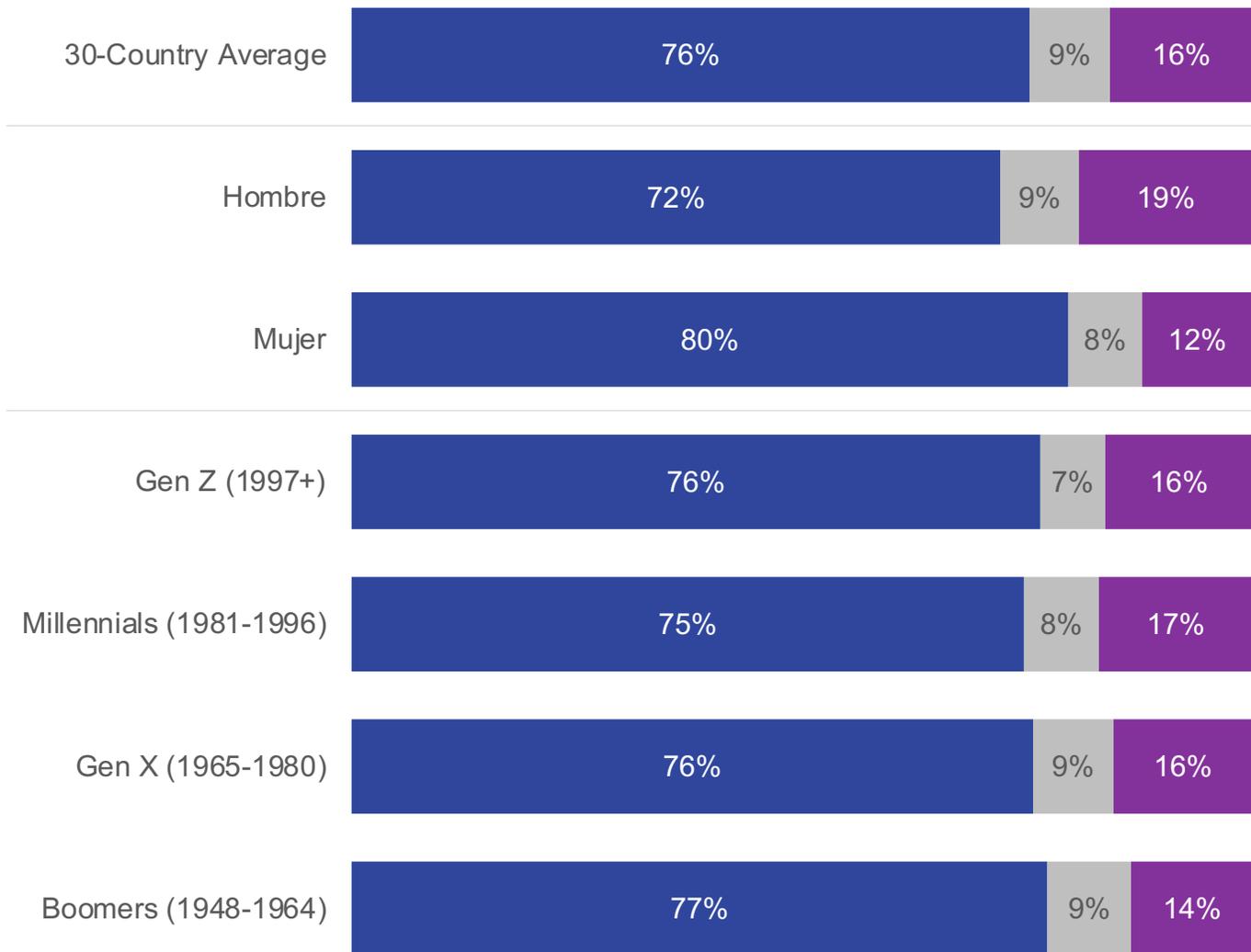
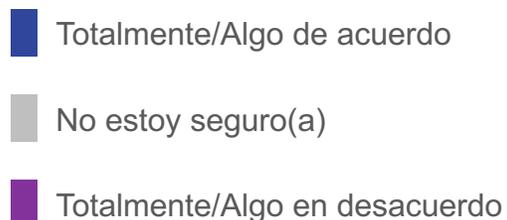


Base: 22,514 online adults aged 16-74 across 30 countries
 Online samples in Brazil, Chile, Colombia, India, Ireland, Mexico, Peru, Portugal, Romania, Singapore, South Africa, Thailand and Turkey tend to be more urban, educated, and/or affluent than the general population



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

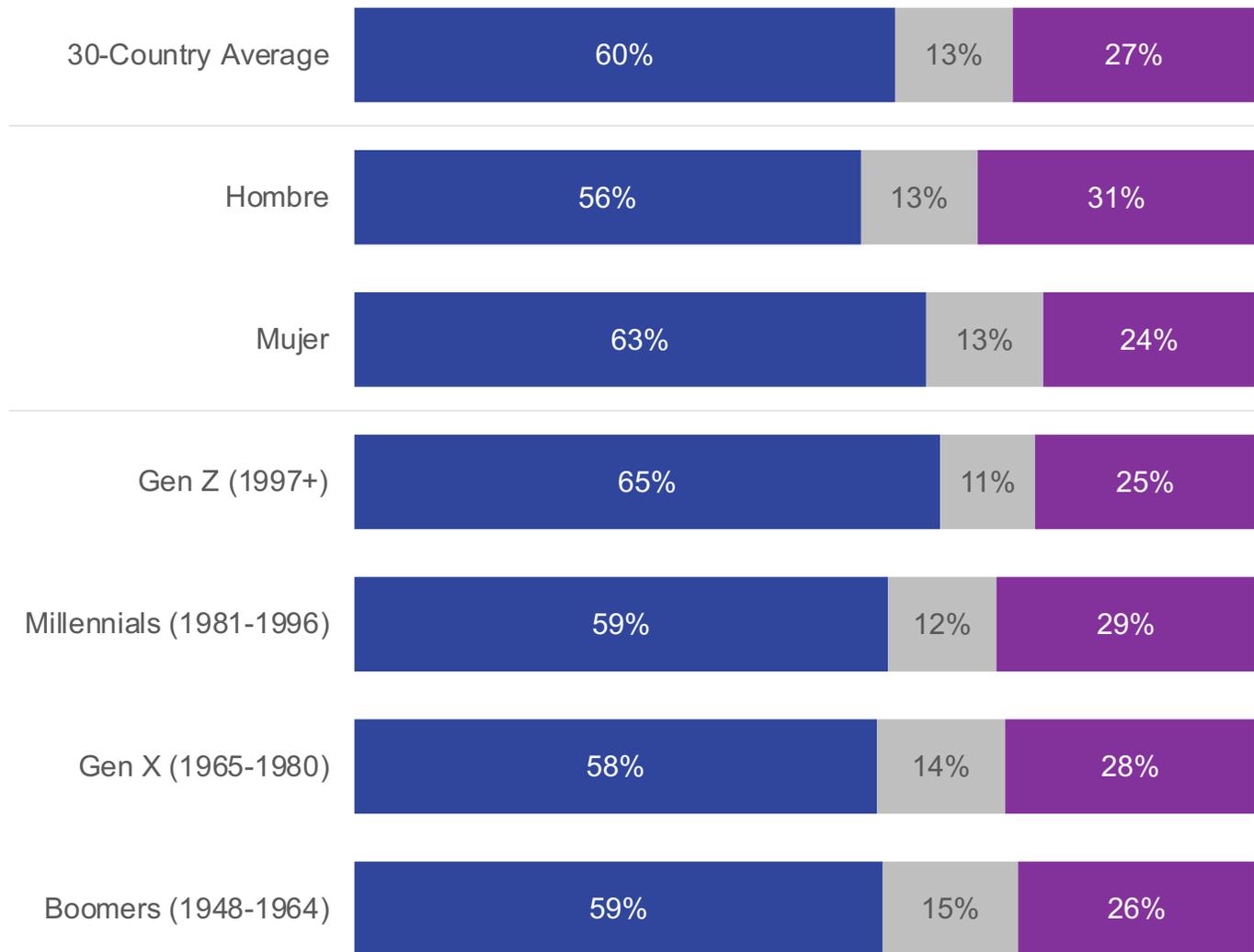
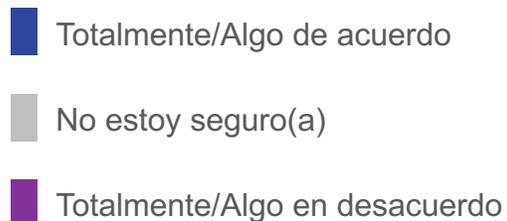
Las personas transgénero deben estar protegidas contra la discriminación en el empleo, la vivienda y el acceso a negocios como restaurantes y tiendas



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 Género y Generación

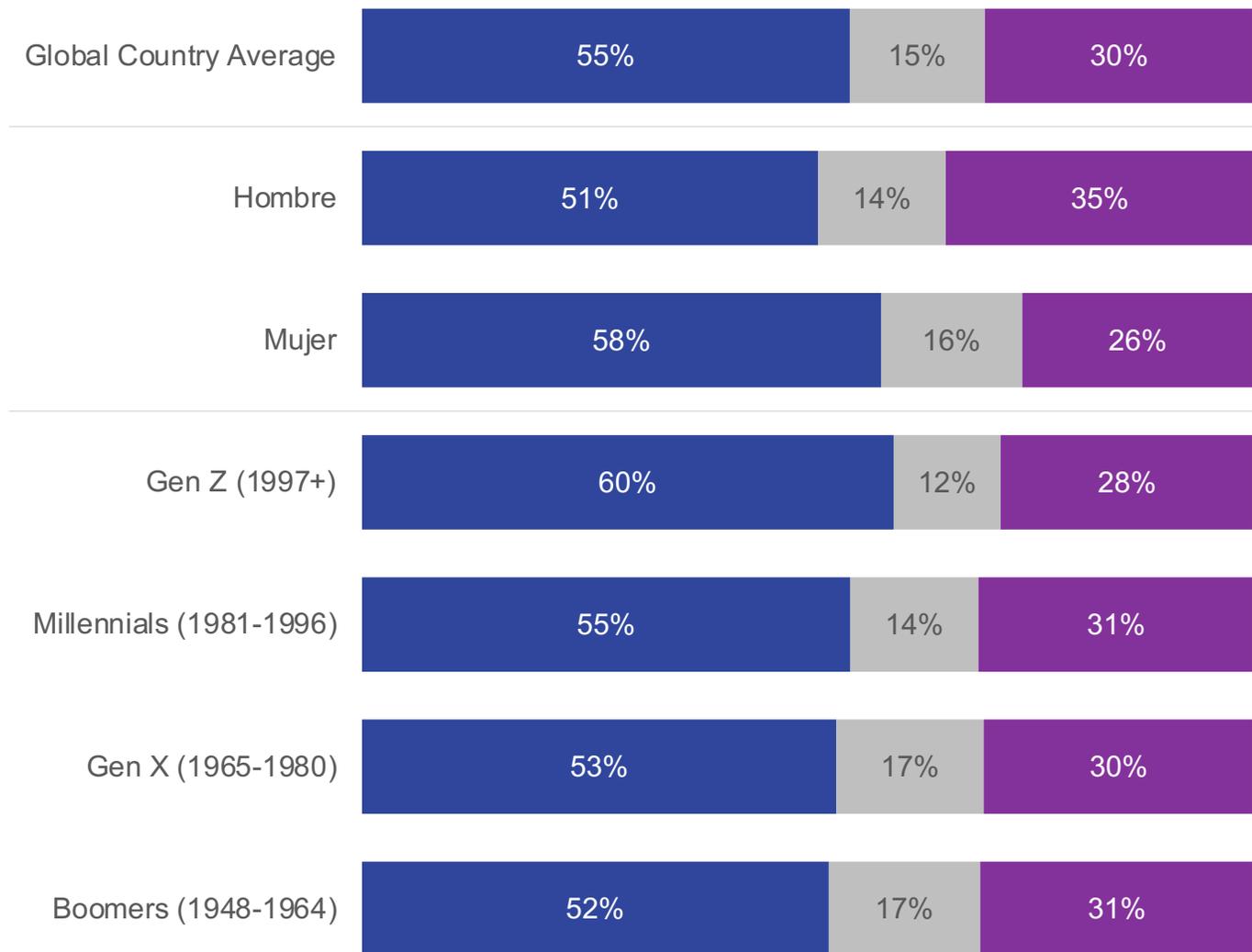
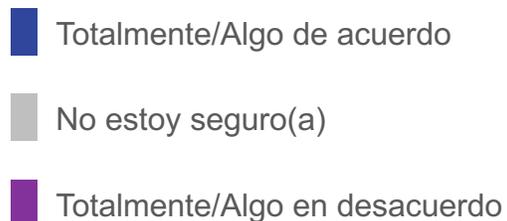
Con el consentimiento parental, se debe permitir a los adolescentes transgénero recibir atención que afirme el género (p. ej., asesoramiento y tratamiento de reemplazo hormonal)



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 a Instalaciones Acorde a la Identidad de Género por Género y Generación

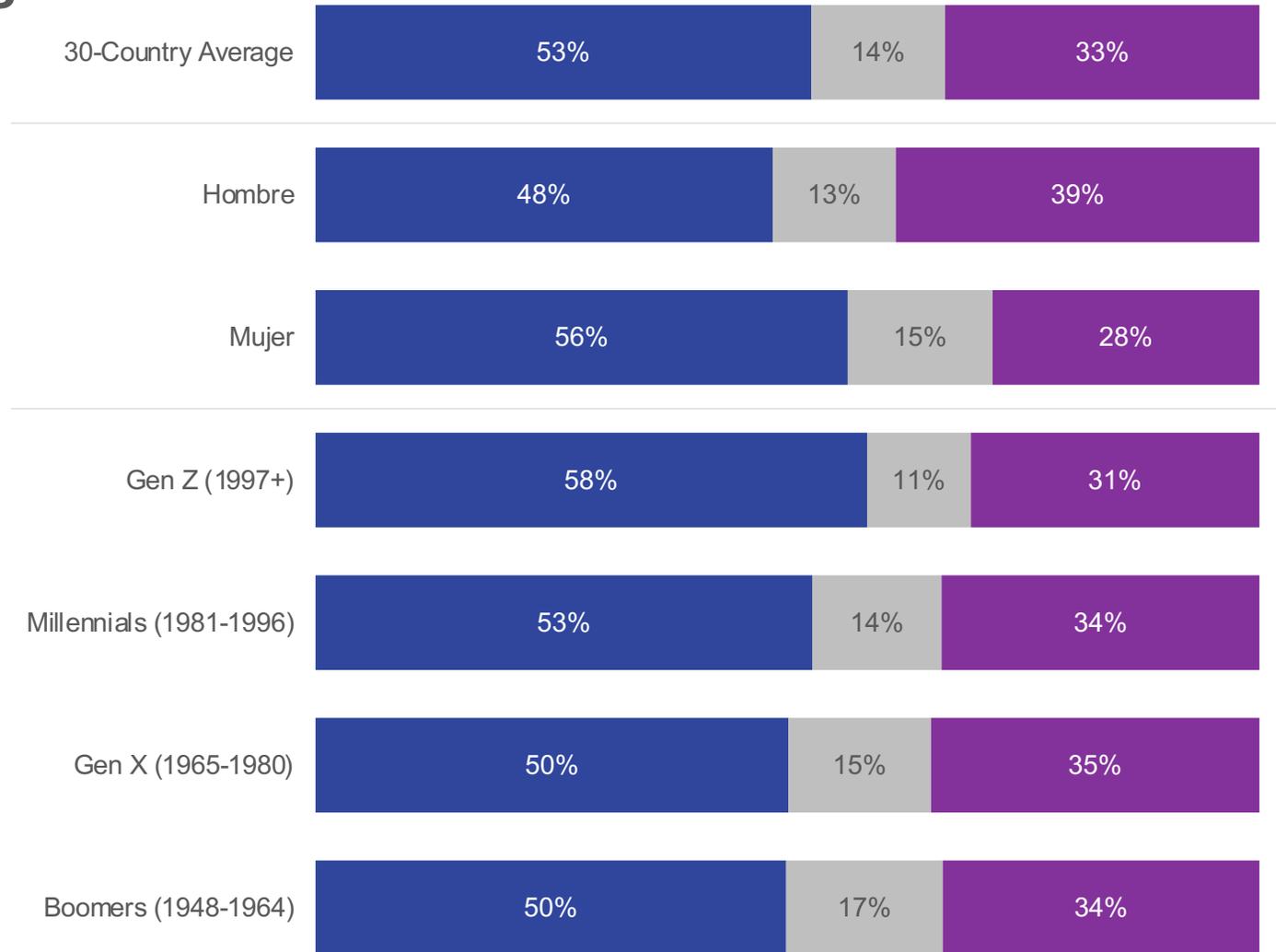
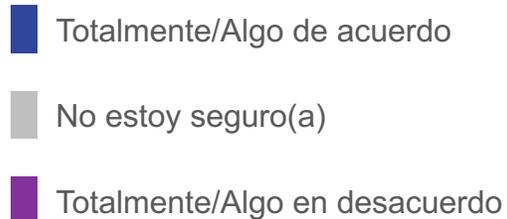
Las personas transgénero deben poder utilizar instalaciones de un solo sexo (p. ej., baños públicos) que correspondan al género con el que se identifican



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

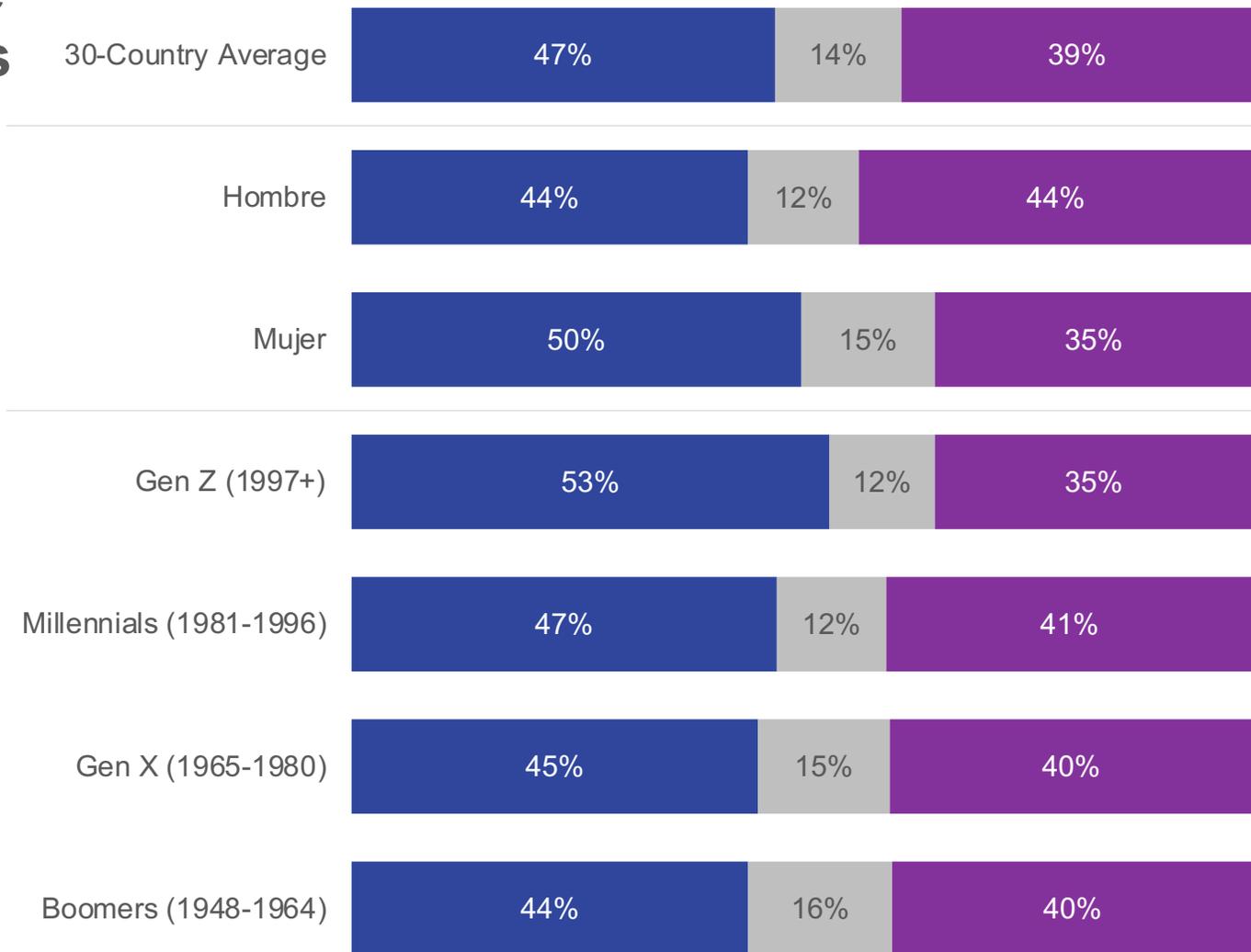
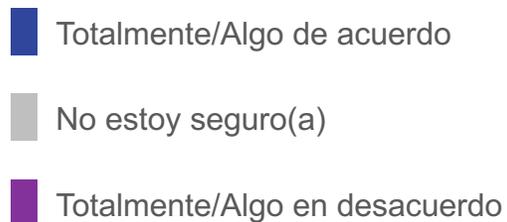
Miradas sobre Otras Opciones de Género en Documentos Oficiales por Género y Generación

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



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

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



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

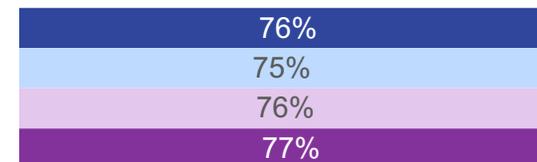
Brecha Generacional en Asuntos Transgénero

Gen Z > Boomers

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

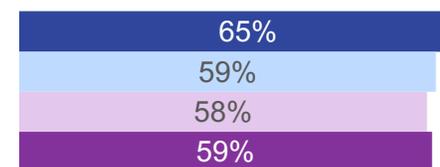
- Gen Z (1997+)
- Millennials (1981-1996)
- Gen X (1965-1980)
- Boomers (1948-1964)

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



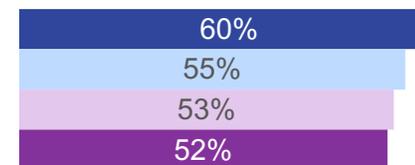
-1

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)



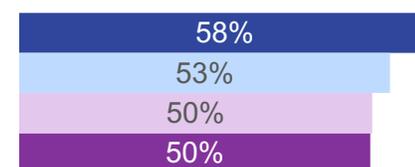
+6

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



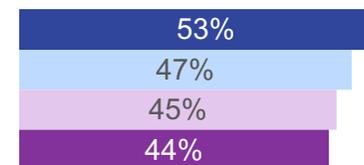
+7

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.