

# ORGULLO LGBT+ 2024

Una encuesta de Ipsos  
Global Advisor en 26 países

Junio 2024



# CONTENIDOS



Este documento es interactivo. Haga clic en los [enlaces](#) para acceder a las conclusiones.

**1**

En resumen

**2**

Actitudes y  
visibilidad LGBT+

**3**

Derechos y  
protección LGBT+

**4**

Matrimonio y  
Crianza de parejas  
del mismo sexo

**5**

Celebración y apoyo  
LGBT+

**6**

Orientación sexual e  
Identidad de género

**7**

Metodología

# En resumen



# Hallazgos clave



## Los más jóvenes son los que más se identifican como LGBTQ+

El 17% ( en promedio de 26 países) en la Generación Z\* se identifica como: lesbiana, gay, homosexual, bisexual, pansexual, omnisexual, asexual, transgénero, no binario, de género no conforme y/o de género fluido. En comparación con el 11% de los Millennials, el 6% de la Generación X y el 5% de los Baby Boomers.



## Las mujeres de la Gen Z son más propensas que los hombres de la Gen Z a apoyar varios derechos/protecciones LGBTQ+.

Por ejemplo, el 78% de las mujeres de la Generación Z frente al 63% de los hombres de la Generación Z están de acuerdo en que las personas transgénero deben ser protegidas de la discriminación en el empleo, la vivienda y el acceso a negocios como restaurantes y tiendas.



## El apoyo a las uniones entre personas del mismo sexo varía drásticamente en 26 países

El 86% en Suecia está a favor del reconocimiento legal del matrimonio entre personas del mismo sexo , frente al 37% en Turquía. El apoyo a que las parejas del mismo sexo tengan los mismos derechos para adoptar niños que las parejas heterosexuales también varía de un país a otro: del 82% en Tailandia al 29% en Turquía.



## Las personas mayores son mucho menos partidarias de aumentar la representación LGBTQ+ en la cultura pop

El 43% de los Gen Z apoya ver más personajes LGBTQ en televisión, cine y publicidad, frente al 27% de los Boomers.



## Un poco más de dos de cada cinco apoyan a las empresas o marcas que promueven activamente la igualdad de las personas LGBTQ+

El apoyo a esta estrategia de marketing ha descendido cinco puntos porcentuales, hasta el 44%, desde nuestra primera encuesta mundial sobre el Orgullo (en [2021](#)), en promedio de 23 países\*\*.



## Menos de uno de cada tres está de acuerdo con que los deportistas transgénero compitan según el género con el que se identifican

El apoyo en 2024 a que los atletas transgénero compitan basándose en el género con el que se identifican y no en el sexo que se les asignó al nacer ha descendido ligeramente, hasta el 27% (-5 puntos porcentuales desde 2021, en promedio de 23 países).

\*Generación Z (nacidos entre 1996-2012), Millennials (nacidos entre 1980-1995), Generación X (nacidos entre 1966-1979) y Baby Boomers (nacidos entre 1945-1965).

\*\* La variación del promedio de 23 países se basa en los países que participaron tanto en la encuesta de 2024 como en la de 2021.





## La vida en colores

El levantamiento de Stonewall en 1969 fue un punto de inflexión para empezar a cambiar la realidad de pertenecer abiertamente a la comunidad LGBT+ (lesbiana, gay, bisexual, transexual, y más).

Aun así, la realidad es que muchos Boomers\* y Gen X crecieron en una época en la que permanecer en el armario era a menudo la opción más práctica y segura. En algunos países, las generaciones más jóvenes, la Generación Z y, en menor medida, los Millennials, viven ahora en una época en la que salir del armario se celebra anualmente con alegría durante el Mes del Orgullo. Aunque, ciertamente, no es el caso en todas partes y en algunos países ser abiertamente LGBT+ todavía puede hacer que te encarcelen o incluso que te maten.

Pero, incluso en los países conservadores, como señala nuestro nuevo Informe Generaciones, la Gen Z es probablemente [la primera generación verdaderamente global](#) y han crecido con influencia de todo

el mundo, desde personas en Internet hasta sus padres en la vida real, que han impactado en sus puntos de vista sobre la sexualidad y el género.

Este importante cambio social parece reflejarse en nuestra encuesta mundial, según la cual la Gen Z (17% en promedio de 26 países) es la generación con más probabilidades de identificarse como parte de la comunidad LGBT+, seguida de los Millennials (11%). Queda por ver si las generaciones más jóvenes seguirán identificándose como LGBT+ a medida que envejecen y se establezcan en relaciones románticas duraderas.

Las generaciones de más edad son significativamente menos propensas que la Gen Z a identificarse como parte de la comunidad LGBT+: solo el 6 % de la Gen X y el 5 % de los Boomers dicen identificarse como lesbianas, gays, homosexuales, bisexuales, pansexuales, omnisexuales, asexuales, transgénero, no binarios, de género no conforme y/o de género fluido.

\* Generación Z (nacidos entre 1996-2012), Millennials (nacidos entre 1980-1995), Generación X (nacidos entre 1966-1979) y Baby Boomers (nacidos entre 1945-1965).



# Sin carrera por el cambio

Casi la mitad (49% en promedio de 23 países\*\*) dice apoyar a los atletas abiertamente lesbianas, gays y bisexuales en los equipos deportivos en 2024 (-5 pp desde 2021).

El apoyo a los deportistas transgénero, que se enfrentarán a normas más estrictas en los Juegos Olímpicos de 2024 en julio y agosto en París, sigue siendo significativamente menor.

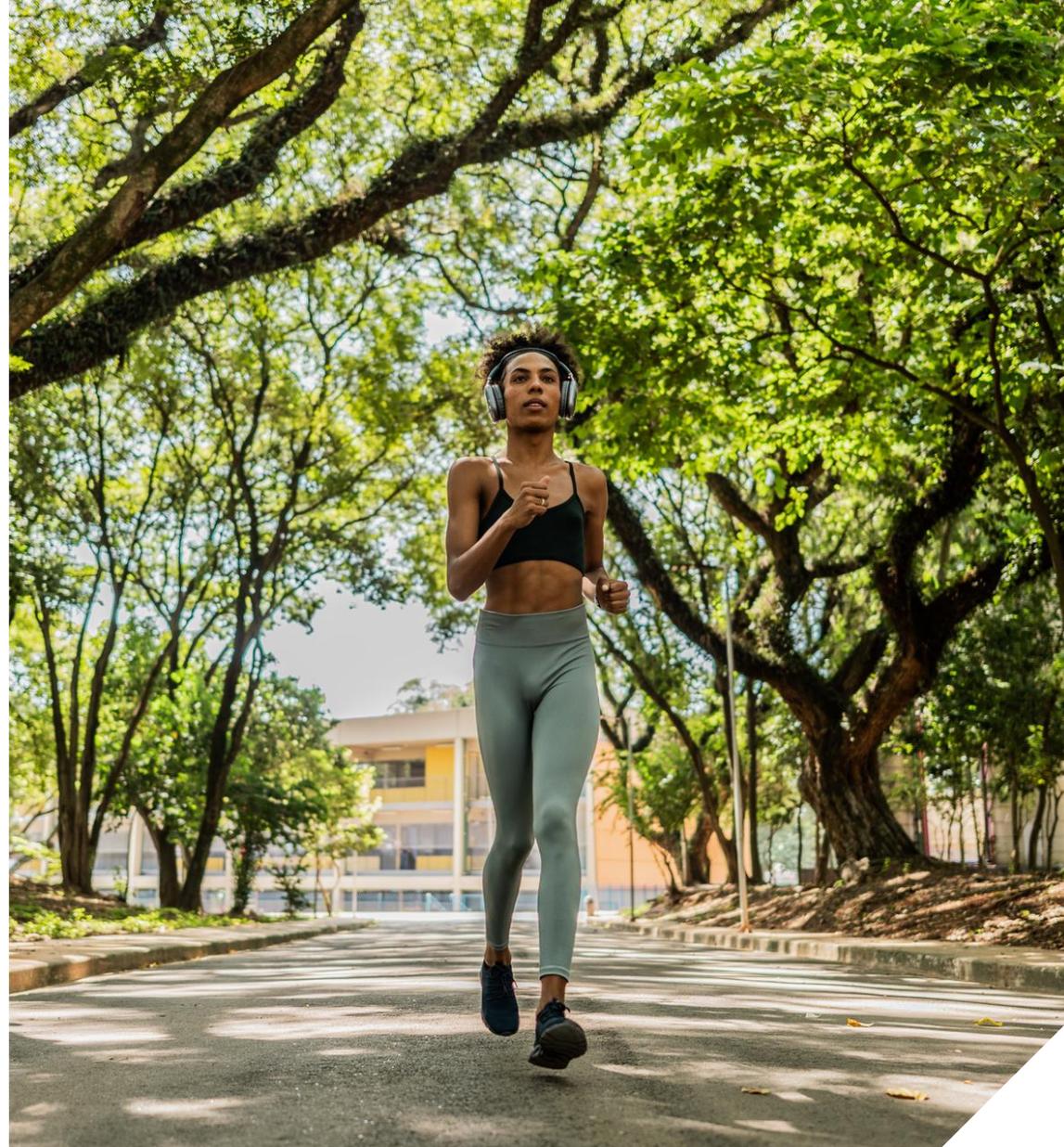
[En 2021 se puso en marcha un reglamento](#) para determinar en qué categorías pueden competir los atletas transgénero.

En general, el nuevo reglamento parece estar en línea con el sentimiento global sobre esta cuestión, ya que nuestra nueva encuesta revela que uno de cada cuatro (27% en promedio en 23 países) apoya que los atletas trans compitan según el género con el que se identifican en lugar del sexo que se les asignó al nacer, un poco menos que el

32% de apoyo en 2021.

En los 23 países, el apoyo entre las mujeres cayó nueve puntos desde 2021 hasta el 30% en 2024 y tres puntos hasta el 23% entre los hombres. En algunos países, el apoyo se redujo drásticamente en los últimos tres años, como en Argentina (30%, -18 puntos porcentuales), España (37%, -13 puntos porcentuales), Países Bajos (24%, -13 puntos porcentuales) y Canadá (21%, -12 puntos porcentuales).

Mientras tanto, el apoyo en el país anfitrión de los Juegos Olímpicos se sitúa ahora en el 32% entre los franceses, apenas por encima del 30% de 2021. Y Tailandia (nueva en la encuesta del Orgullo desde 2021) es el único país de los 26 encuestados en 2024 en el que más de la mitad (53 %) apoya que los atletas trans compitan según el género con el que se identifican actualmente.



\*\* La variación del promedio de 23 países se basa en los países que participaron tanto en la encuesta de 2024 como en la de 2021.





\* Generación Z (nacidos entre 1996-2012), Millennials (nacidos entre 1980-1995), Generación X (nacidos entre 1966-1979) y Baby Boomers (nacidos entre 1945-1965).

## Ojo con las brechas

Los hombres y mujeres jóvenes están alcanzando juntos la mayoría de edad, pero sus puntos de vista son muy divergentes en algunos temas sociales.

Dos de cada tres mujeres de la Gen Z\* (65% de media en 26 países) piensan que las parejas del mismo sexo deberían poder casarse legalmente, frente al 45% de los hombres de la Gen Z. Hay una diferencia similar en lo que respecta a la adopción: el 74% de las mujeres de la Generación Z frente al 59% de los hombres de la Generación Z apoyan que las parejas del mismo sexo tengan los mismos derechos para adoptar niños que las parejas heterosexuales.

Y el 78% de las mujeres Gen Z frente al 63% de los hombres Gen Z están de acuerdo en que las personas transgénero deben ser protegidas de la discriminación en el empleo, la vivienda y el acceso a negocios como restaurantes y tiendas.

Cabe destacar que nuestro nuevo [Índice](#)

[de Igualdad](#) también revela que las mujeres y los hombres de la Generación Z están muy alejados en varios temas.

Mientras tanto, hay división entre las mujeres más jóvenes y otros grupos sobre si, con el consentimiento de los padres, se debería permitir a los adolescentes transgénero recibir tratamiento que afirme su género: el 63% de las mujeres Gen Z y el 62% de las mujeres Millennial lo apoyan, frente al 51% de los hombres Gen Z y Gen X.

También hay algunas diferencias entre las mujeres más jóvenes y el resto de la población en lo que respecta a la cuestión de si se debería permitir a las personas transgénero utilizar instalaciones de un solo sexo (por ejemplo, baños públicos) que se correspondan con el género con el que se identifican, ya que casi tres de cada cinco (el 59% de las mujeres Gen Z y Millennial) mujeres más jóvenes lo apoyan frente al 50% de media general.



# Las redes sociales vs. la realidad

Durante el Mes del Orgullo, la publicidad de varios países se llena de arco iris en apoyo de la comunidad LGBT+.

Si pasa algún tiempo en las redes sociales o en los sitios de noticias sensacionalistas, es posible que tenga la impresión de que la mayoría de la gente está realmente en pie de guerra por esto. Pero no parece que sea así.

El apoyo a las empresas y marcas que promueven activamente la igualdad para las personas LGBT+ ha disminuido a nivel mundial en los últimos años (actualmente se sitúa en el 44% en promedio en 23 países\*\* en 2024 frente al 49% en 2021), pero no ha caído por un precipicio. Y en 2024, un poco más de uno de cada tres se muestra neutral sobre el tema, con un 36% que dice que ni apoya ni se opone a que las marcas

promuevan la igualdad para la comunidad LGBT+, mientras que el 9% dice que «tiende a oponerse» y sólo el 10% dice que «se opone firmemente» a este movimiento de marketing.

Por otro lado, puede parecer que la mayoría de los jóvenes están constantemente llamando la atención a los demás por no ser lo suficientemente «woke».

Pero la realidad es más matizada: solo el 37% de todos los miembros de la Gen Z\* y el 31% de los Millennials en 2024 afirman que alguna vez han denunciado a alguien que tenía prejuicios contra las personas LGBT, siendo las mujeres de la Gen Z (45%) con diferencia la cohorte más propensa a afirmar que lo han hecho.



\* Generación Z (nacidos entre 1996-2012), Millennials (nacidos entre 1980-1995), Generación X (nacidos entre 1966-1979) y Baby Boomers (nacidos entre 1945-1965).

\*\* La variación del promedio de 23 países se basa en los países que participaron tanto en la encuesta de 2024 como en la de 2021.

# Qué significa esto para...



## Gobiernos

**La celebración del Mes del Orgullo en ciudades y pueblos se ha convertido en la norma en muchos países.**

Pero una oleada de banderas multicolores durante un mes al año no significa que se haya ganado la lucha por la verdadera igualdad de derechos para la comunidad LGBT+.

Por un lado, una gran mayoría (71% en 23 países\*\*, -3pp desde 2021) está de acuerdo en que las parejas del mismo sexo deberían poder casarse o legalizar su relación, y el 62% (-2pp) cree que las parejas del mismo sexo deberían tener el mismo derecho a adoptar niños que las parejas heterosexuales.

Sin embargo, sigue existiendo un

trasfondo de incomodidad, ya que menos de la mitad (39%, sin cambios desde 2021) apoya que las personas LGBT muestren afecto, como besarse o cogerse de la mano, en público, mientras que casi uno de cada cuatro (24%) se opone a ello. Y mientras que el 50% (-5pp) está de acuerdo con que las personas LGBT hablen abiertamente de su orientación sexual o identidad de género con todo el mundo, el 15% se opone a ello.

Los asuntos transgénero suelen encontrar más oposición.

Mientras que la mitad (50%, -5pp) está de acuerdo en que se permita a las personas transgénero utilizar instalaciones de un solo sexo (por

ejemplo, baños públicos) que correspondan al género con el que se identifican, casi uno de cada tres (35%) se opone. Y la mitad (49%, -4pp) está de acuerdo con que los documentos expedidos por el gobierno, como los pasaportes, incluyan una opción distinta de «hombre» y «mujer» para las personas que no se identifican con ninguno de los dos, mientras que el 36% se opone.

*\*\* La variación del promedio de 23 países se basa en los países que participaron tanto en la encuesta de 2024 como en la de 2021.*



# Qué significa esto para...



\* Generación Z (nacidos entre 1996-2012), Millennials (nacidos entre 1980-1995), Generación X (nacidos entre 1966-1979) y Baby Boomers (nacidos entre 1945-1965).

## Marcas

### ¿Deben las marcas abogar por el cambio social?

En los últimos años, algunos han criticado a las empresas por centrarse en una serie de cuestiones relacionadas con la diversidad, la equidad y la inclusión, desde el racismo hasta los derechos de las personas transgénero.

El «wokelash» pareció alcanzar su punto álgido el año pasado tras el boicot a una emblemática marca de cerveza estadounidense en respuesta a una publicación en las redes sociales de un influencer transgénero contratado para llegar a un público más joven. El precio de las acciones y las ventas de esa empresa cervecera sufrieron importantes e involuntarios golpes.

Pero se trata de un ejemplo extremo y las cifras muestran que no hay una proporción abrumadora que se oponga firmemente

(sólo el 10% en promedio de 26 países y el 13% en EE.UU.) a que las empresas y marcas promuevan activamente la igualdad de las personas LGBT en 2024; pero tampoco hay un apoyo abrumador.

Cerca de la mitad (el 45% en promedio de 26 países) apoyan actualmente a las empresas y marcas que promueven activamente la igualdad de las personas LGBT, con porcentajes que oscilan entre el 22% de Turquía y el 71% de Tailandia. Y en la actualidad sólo hay dos países, Turquía y Corea del Sur, donde hay más personas en contra que a favor de que las empresas y marcas promuevan activamente la igualdad de las personas LGBT.

El deseo de que haya más personajes LGBT en la televisión, el cine y la publicidad es aún menor: sólo un 34%, en promedio de 26 países, desea que haya más personajes LGBT en la televisión, el cine y la publicidad.

Y aunque la opinión generalizada es que todos los jóvenes quieren más diversidad en sus pantallas, nuestra encuesta revela que los hombres y las mujeres de la Gen Z\* también discrepan sobre este tema.

Mientras que el 61% de las mujeres Gen Z apoyan a las empresas y marcas que promueven activamente la igualdad de las personas LGBT, sólo el 46% de los hombres Gen Z están de acuerdo. Lo mismo ocurre con tener más personajes LGBT en la televisión, en las películas y en la publicidad, con el 58% de las mujeres Gen Z a favor frente a sólo el 37% de los hombres Gen Z.

A veces, captar nuevos clientes significa perder antiguos clientes: está claro que este es un cálculo que las empresas deben tener más en cuenta antes de entrelazar su marca con una cuestión social concreta.



# Actitudes y Visibilidad LGBT+



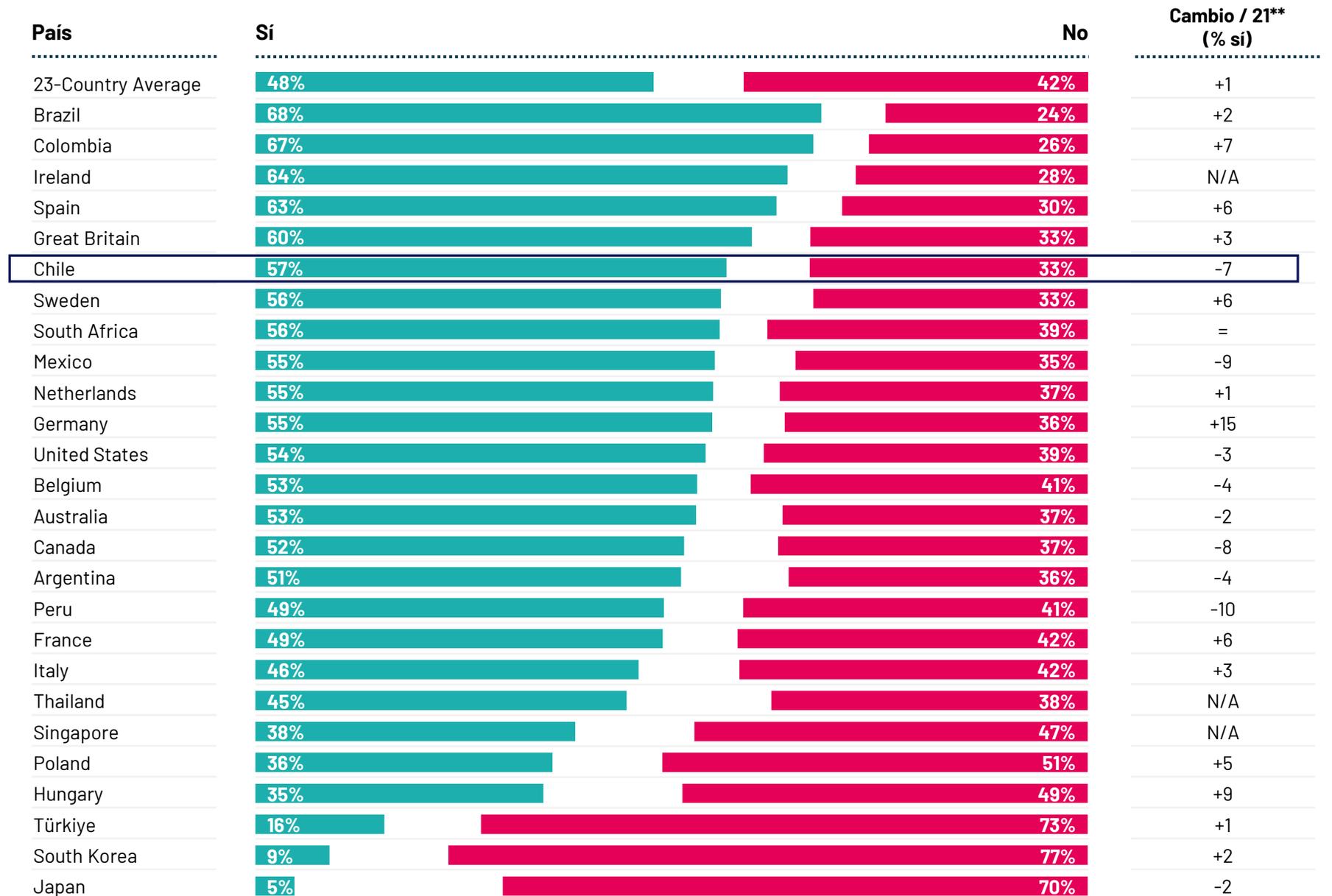
# Visibilidad LGBT+ por País

Q. ¿Tiene algún familiar,  
amigo/a o compañero/a de  
trabajo que sea :

**Lesbiana/gay/homosexual**

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.

\*\* La variación del promedio de 23 países se basa en los países que participaron tanto en la encuesta de 2024 como en la de 2021. 16.015 personas encuestadas entre el 23 de febrero y el 8 de marzo de 2024 y 15.569 encuestadas entre el 23 de abril y el 7 de mayo de 2021 en 23 países.



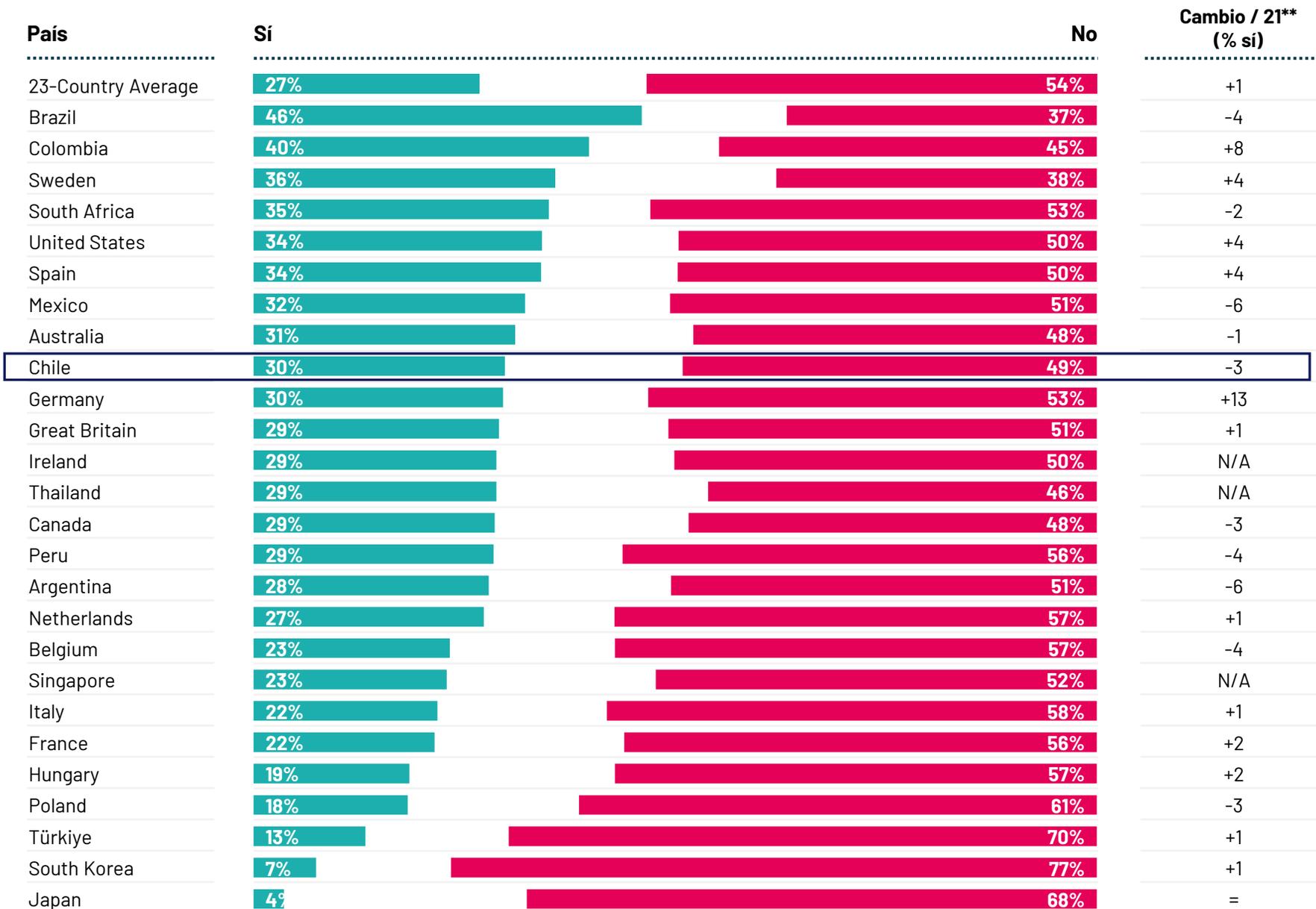
# Visibilidad LGBT+ por País

Q. ¿Tiene algún familiar, amigo/a o compañero/a de trabajo que sea :

**Bisexual**

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.

\*\* La variación del promedio de 23 países se basa en los países que participaron tanto en la encuesta de 2024 como en la de 2021. 16.015 personas encuestadas entre el 23 de febrero y el 8 de marzo de 2024 y 15.569 encuestadas entre el 23 de abril y el 7 de mayo de 2021 en 23 países.



# Visibilidad LGBT+ por País

Q. ¿Tiene algún familiar,  
amigo/a o compañero/a de  
trabajo que sea :  
**Transgénero**

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.

\*\* La variación del promedio de 23 países se basa en los países que participaron tanto en la encuesta de 2024 como en la de 2021. 16.015 personas encuestadas entre el 23 de febrero y el 8 de marzo de 2024 y 15.569 encuestadas entre el 23 de abril y el 7 de mayo de 2021 en 23 países.

| País               | Si  | No  | Cambio / 21**<br>(% sí) |
|--------------------|-----|-----|-------------------------|
| 23-Country Average | 12% | 76% | +2                      |
| Thailand           | 46% | 39% | N/A                     |
| Great Britain      | 19% | 73% | +6                      |
| Canada             | 18% | 69% | =                       |
| Brazil             | 18% | 66% | +3                      |
| United States      | 17% | 71% | +3                      |
| Australia          | 17% | 70% | -1                      |
| Chile              | 16% | 71% | +3                      |
| Sweden             | 16% | 68% | +2                      |
| South Africa       | 16% | 74% | +6                      |
| Netherlands        | 16% | 78% | +2                      |
| Germany            | 16% | 73% | +9                      |
| Singapore          | 14% | 72% | N/A                     |
| Colombia           | 14% | 73% | +1                      |
| Mexico             | 14% | 71% | -2                      |
| Ireland            | 13% | 75% | N/A                     |
| Belgium            | 13% | 80% | +3                      |
| Peru               | 12% | 76% | =                       |
| Spain              | 12% | 79% | +2                      |
| Argentina          | 10% | 78% | -2                      |
| France             | 8%  | 83% | +4                      |
| Poland             | 8%  | 79% | +1                      |
| Türkiye            | 7%  | 82% | +3                      |
| Italy              | 7%  | 83% | =                       |
| Hungary            | 5%  | 82% | +3                      |
| Japan              | 4%  | 70% | =                       |
| South Korea        | 2%  | 87% | =                       |



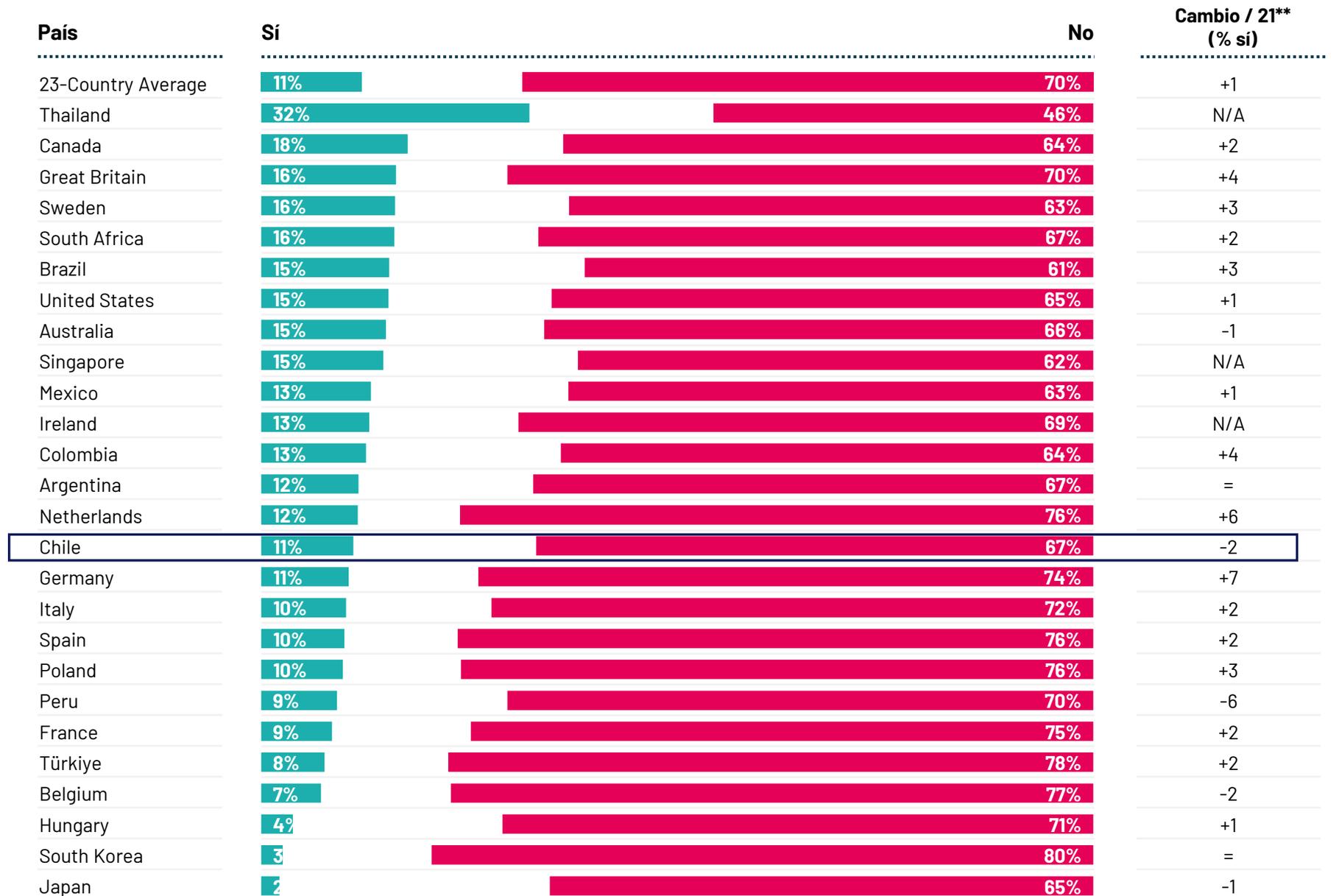
# Visibilidad LGBT+ por País

Q. ¿Tiene algún familiar, amigo/a o compañero/a de trabajo que sea :

**No binario, de género no conforme o de género fluido**

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.

\*\* La variación del promedio de 23 países se basa en los países que participaron tanto en la encuesta de 2024 como en la de 2021. 16.015 personas encuestadas entre el 23 de febrero y el 8 de marzo de 2024 y 15.569 encuestadas entre el 23 de abril y el 7 de mayo de 2021 en 23 países.



# Actitudes LGBT+ por País

Q. En qué medida apoya o se opone a lo siguiente:

**Que las personas LGBT hablen abiertamente de su orientación sexual o identidad de género con todo el mundo.**

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.

\*\* La variación del promedio de 23 países se basa en los países que participaron tanto en la encuesta de 2024 como en la de 2021. 16.015 personas encuestadas entre el 23 de febrero y el 8 de marzo de 2024 y 15.569 encuestadas entre el 23 de abril y el 7 de mayo de 2021 en 23 países.

| País               | Apoya | Se opone | Cambio / 21**<br>(% apoya) |
|--------------------|-------|----------|----------------------------|
| 23-Country Average | 50%   | 15%      | -5                         |
| Thailand           | 68%   | 7%       | N/A                        |
| Spain              | 68%   | 7%       | -5                         |
| Chile              | 63%   | 11%      | -5                         |
| South Africa       | 61%   | 14%      | -5                         |
| Argentina          | 60%   | 9%       | -9                         |
| Italy              | 58%   | 12%      | +1                         |
| Sweden             | 58%   | 12%      | -3                         |
| Colombia           | 57%   | 12%      | +2                         |
| Ireland            | 57%   | 15%      | N/A                        |
| Netherlands        | 57%   | 13%      | -9                         |
| Great Britain      | 56%   | 11%      | -7                         |
| Australia          | 54%   | 13%      | -3                         |
| Brazil             | 54%   | 13%      | -1                         |
| Mexico             | 53%   | 10%      | -13                        |
| Belgium            | 52%   | 15%      | -10                        |
| France             | 51%   | 18%      | +1                         |
| Peru               | 50%   | 12%      | -8                         |
| Canada             | 49%   | 15%      | -12                        |
| Germany            | 47%   | 13%      | +1                         |
| Poland             | 47%   | 21%      | +3                         |
| United States      | 47%   | 18%      | -9                         |
| Singapore          | 45%   | 15%      | N/A                        |
| Hungary            | 34%   | 25%      | +1                         |
| Japan              | 29%   | 9%       | -5                         |
| South Korea        | 26%   | 25%      | =                          |
| Türkiye            | 21%   | 41%      | -11                        |



# Actitudes LGBT+ por País

Q. En qué medida apoya o se opone a lo siguiente:

**Que las personas LGBT  
muestren afecto en público  
(por ejemplo, besándose o  
tomándose de la mano).**

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.

\*\* La variación del promedio de 23 países se basa en los países que participaron tanto en la encuesta de 2024 como en la de 2021. 16.015 personas encuestadas entre el 23 de febrero y el 8 de marzo de 2024 y 15.569 encuestadas entre el 23 de abril y el 7 de mayo de 2021 en 23 países.

| País               | Apoya      | Se opone   | Cambio / 21**<br>(% apoya) |
|--------------------|------------|------------|----------------------------|
| 23-Country Average | 39%        | 24%        | =                          |
| Spain              | 65%        | 9%         | +1                         |
| Sweden             | 59%        | 13%        | +3                         |
| Ireland            | 54%        | 17%        | N/A                        |
| Great Britain      | 48%        | 15%        | =                          |
| Italy              | 48%        | 17%        | -4                         |
| Belgium            | 47%        | 18%        | -3                         |
| Netherlands        | 47%        | 16%        | -5                         |
| <b>Chile</b>       | <b>47%</b> | <b>21%</b> | <b>+3</b>                  |
| Thailand           | 45%        | 13%        | N/A                        |
| Argentina          | 44%        | 16%        | -5                         |
| Australia          | 44%        | 18%        | -4                         |
| South Africa       | 43%        | 24%        | -2                         |
| France             | 43%        | 21%        | +3                         |
| Germany            | 43%        | 17%        | +4                         |
| Canada             | 40%        | 19%        | -8                         |
| Brazil             | 39%        | 26%        | -3                         |
| United States      | 37%        | 26%        | -4                         |
| Mexico             | 37%        | 21%        | -1                         |
| Poland             | 33%        | 33%        | +8                         |
| Colombia           | 32%        | 29%        | +4                         |
| Peru               | 28%        | 35%        | +4                         |
| Singapore          | 27%        | 30%        | N/A                        |
| Japan              | 25%        | 13%        | -2                         |
| Hungary            | 21%        | 38%        | -2                         |
| Türkiye            | 16%        | 51%        | +1                         |
| South Korea        | 14%        | 46%        | +2                         |



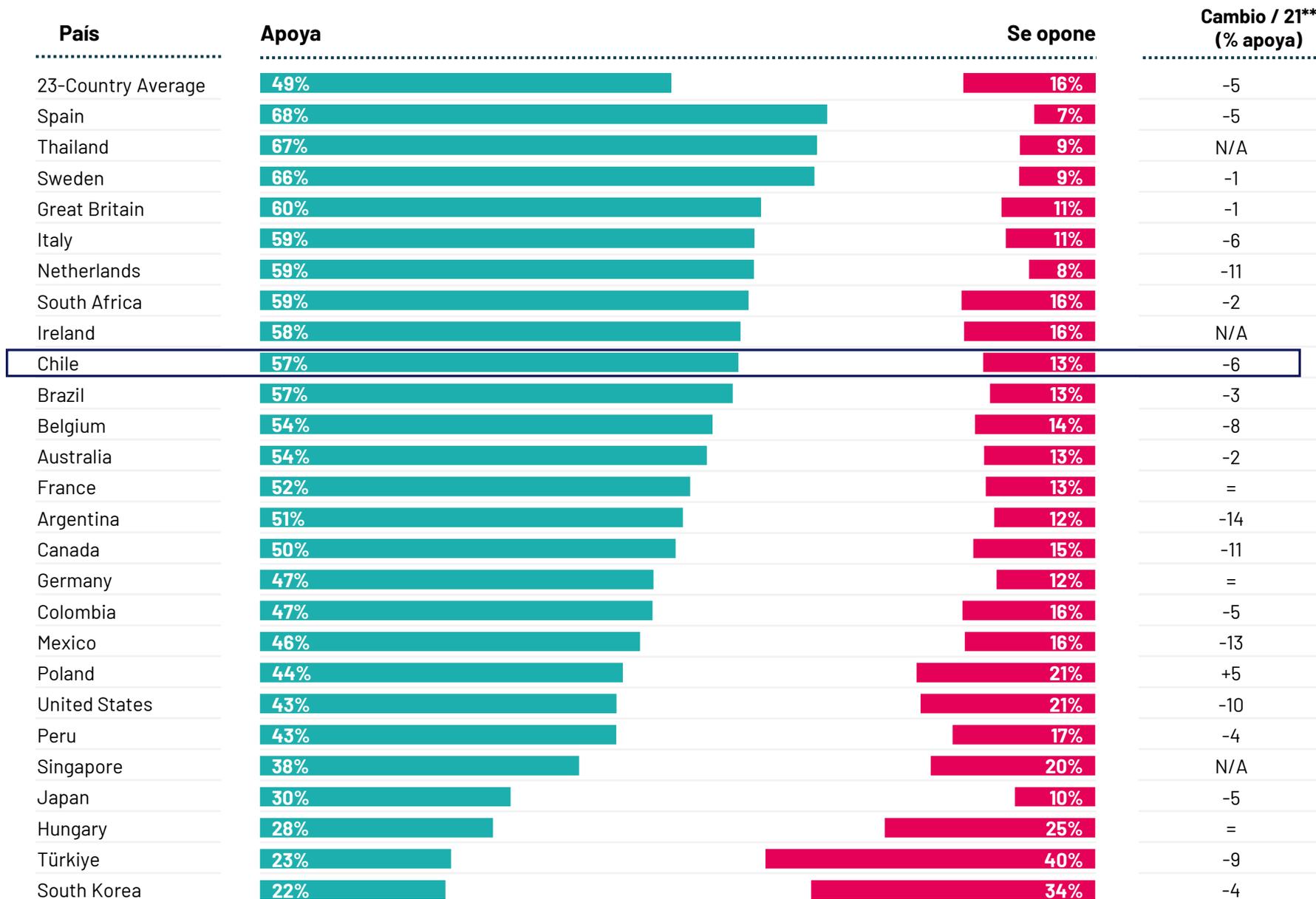
# Actitudes LGBT+ por País

Q. En qué medida apoya o se opone a lo siguiente:

**Atletas abiertamente  
lesbianas, gays y bisexuales  
en equipos deportivos**

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.

\*\* La variación del promedio de 23 países se basa en los países que participaron tanto en la encuesta de 2024 como en la de 2021. 16.015 personas encuestadas entre el 23 de febrero y el 8 de marzo de 2024 y 15.569 encuestadas entre el 23 de abril y el 7 de mayo de 2021 en 23 países.



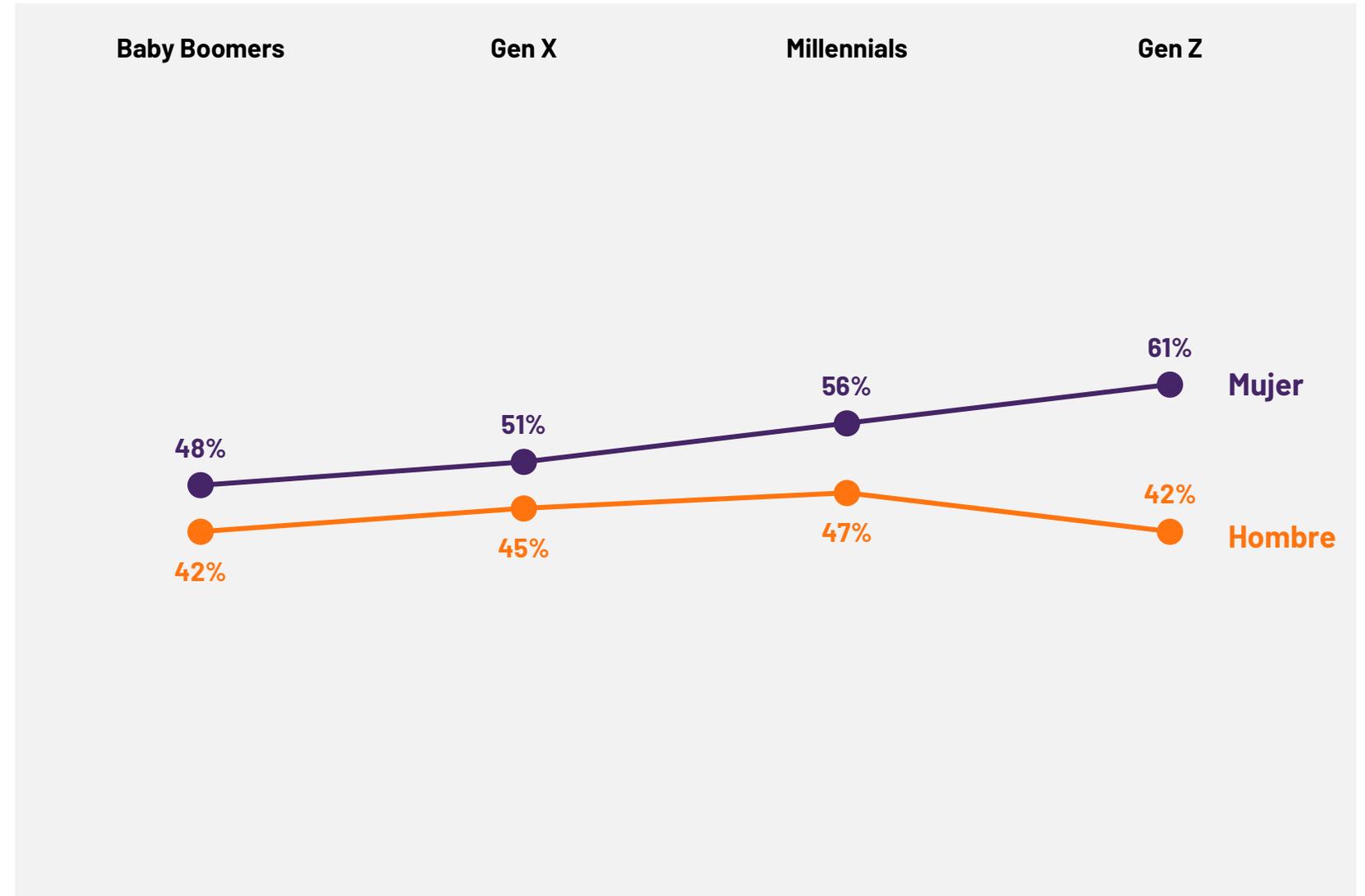
# Actitudes LGBT+ por Generación\*

Q. En qué medida apoya o se opone a lo siguiente:

(% *apoya*)

**Atletas abiertamente  
lesbianas, gays y bisexuales  
en equipos deportivos**

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.



\* Generación Z (nacidos entre 1996-2012), Millennials (nacidos entre 1980-1995), Generación X (nacidos entre 1966-1979) y Baby Boomers (nacidos entre 1945-1965).



# Visibilidad LGBT+ por País

Q. En qué medida apoya o se opone a lo siguiente:

**Más personajes LGBT en televisión, cine y publicidad**

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.

\*\* La variación del promedio de 23 países se basa en los países que participaron tanto en la encuesta de 2024 como en la de 2021. 16.015 personas encuestadas entre el 23 de febrero y el 8 de marzo de 2024 y 15.569 encuestadas entre el 23 de abril y el 7 de mayo de 2021 en 23 países.

| País               | Apoya | Se opone | Cambio / 21**<br>(% apoya) |
|--------------------|-------|----------|----------------------------|
| 23-Country Average | 33%   | 26%      | -3                         |
| Thailand           | 60%   | 10%      | N/A                        |
| South Africa       | 48%   | 26%      | +1                         |
| Spain              | 47%   | 15%      | -3                         |
| Ireland            | 46%   | 19%      | N/A                        |
| Brazil             | 43%   | 23%      | -3                         |
| Sweden             | 42%   | 21%      | +4                         |
| Chile              | 42%   | 24%      | -2                         |
| Italy              | 39%   | 21%      | +2                         |
| Great Britain      | 39%   | 23%      | -2                         |
| Australia          | 37%   | 23%      | -5                         |
| Netherlands        | 35%   | 24%      | -9                         |
| Argentina          | 34%   | 20%      | -15                        |
| Mexico             | 34%   | 23%      | -7                         |
| Canada             | 34%   | 22%      | -10                        |
| Germany            | 33%   | 24%      | -1                         |
| Belgium            | 32%   | 25%      | -11                        |
| France             | 32%   | 25%      | +1                         |
| United States      | 31%   | 31%      | -8                         |
| Singapore          | 31%   | 27%      | N/A                        |
| Poland             | 29%   | 36%      | +5                         |
| Colombia           | 29%   | 26%      | -6                         |
| Peru               | 27%   | 24%      | =                          |
| South Korea        | 19%   | 39%      | +1                         |
| Japan              | 18%   | 17%      | -5                         |
| Türkiye            | 17%   | 49%      | -6                         |
| Hungary            | 13%   | 44%      | -4                         |



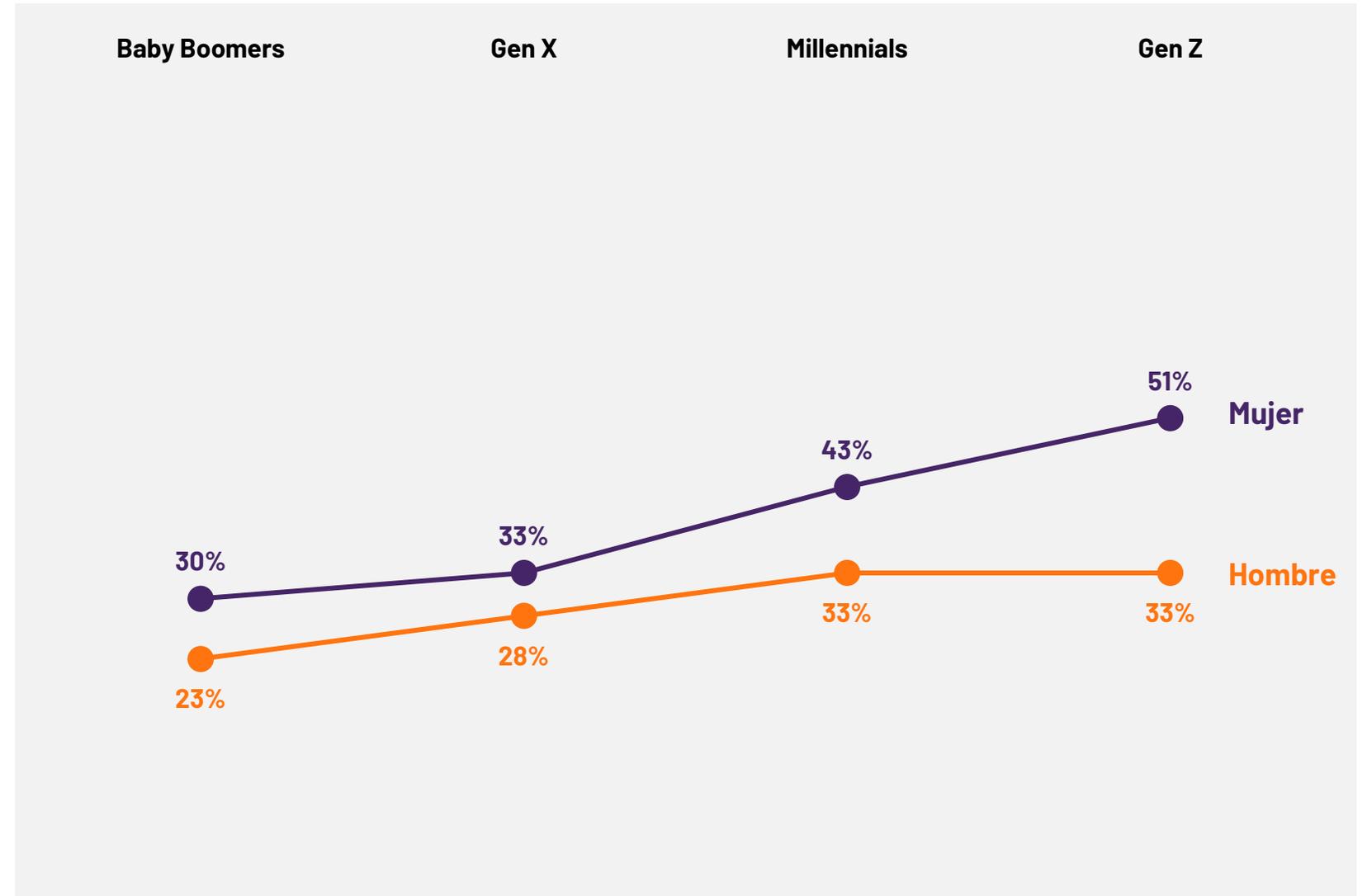
# Visibilidad LGBT+ por Generación\*

Q. En qué medida apoya o se opone a lo siguiente:

(% *apoya*)

Más personajes LGBT en televisión, cine y publicidad

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.



\*Generación Z (nacidos entre 1996-2012), Millennials (nacidos entre 1980-1995), Generación X (nacidos entre 1966-1979) y Baby Boomers (nacidos entre 1945-1965).



# Visibilidad LGBT+ por País

Q. En qué medida apoya o se opone a lo siguiente:

**Que las empresas y marcas promuevan activamente la igualdad de las personas LGBT**

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.

\*\* La variación del promedio de 23 países se basa en los países que participaron tanto en la encuesta de 2024 como en la de 2021. 16.015 personas encuestadas entre el 23 de febrero y el 8 de marzo de 2024 y 15.569 encuestadas entre el 23 de abril y el 7 de mayo de 2021 en 23 países.

| País               | Apoya | Se opone | Cambio / 21**<br>(% apoya) |
|--------------------|-------|----------|----------------------------|
| 23-Country Average | 44%   | 20%      | -5                         |
| Thailand           | 71%   | 9%       | N/A                        |
| Spain              | 60%   | 11%      | -3                         |
| Sweden             | 57%   | 12%      | =                          |
| South Africa       | 57%   | 17%      | =                          |
| Italy              | 55%   | 14%      | -6                         |
| Brazil             | 53%   | 13%      | -5                         |
| Ireland            | 52%   | 17%      | N/A                        |
| Chile              | 50%   | 21%      | -6                         |
| Netherlands        | 50%   | 18%      | -14                        |
| Argentina          | 48%   | 17%      | -11                        |
| Great Britain      | 47%   | 17%      | -5                         |
| Mexico             | 46%   | 16%      | -15                        |
| Belgium            | 45%   | 20%      | -11                        |
| Australia          | 45%   | 20%      | -4                         |
| Germany            | 43%   | 15%      | +1                         |
| Canada             | 42%   | 19%      | -11                        |
| Colombia           | 41%   | 21%      | -6                         |
| Peru               | 41%   | 19%      | +1                         |
| United States      | 40%   | 24%      | -8                         |
| France             | 39%   | 24%      | -2                         |
| Poland             | 39%   | 31%      | +4                         |
| Singapore          | 37%   | 21%      | N/A                        |
| Japan              | 36%   | 10%      | -9                         |
| Hungary            | 30%   | 28%      | -1                         |
| South Korea        | 24%   | 31%      | =                          |
| Türkiye            | 22%   | 42%      | -14                        |



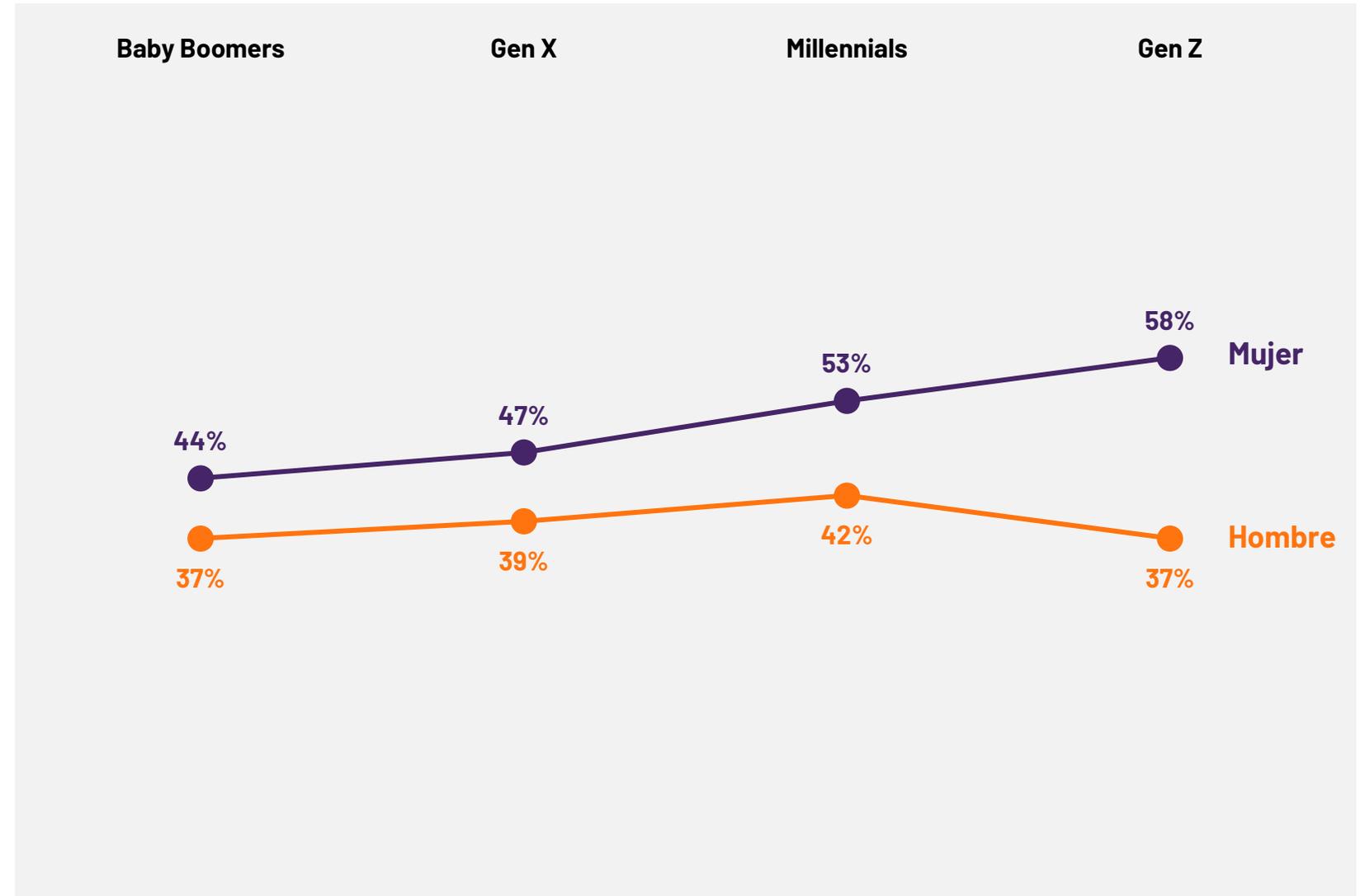
# Visibilidad LGBT+ por Generación\*

Q. En qué medida apoya o se opone a lo siguiente:

(% *apoya*)

**Que las empresas y marcas promuevan activamente la igualdad de las personas LGBT**

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.



\* Generación Z (nacidos entre 1996-2012), Millennials (nacidos entre 1980-1995), Generación X (nacidos entre 1966-1979) y Baby Boomers (nacidos entre 1945-1965).



# Derechos y protección LGBT+

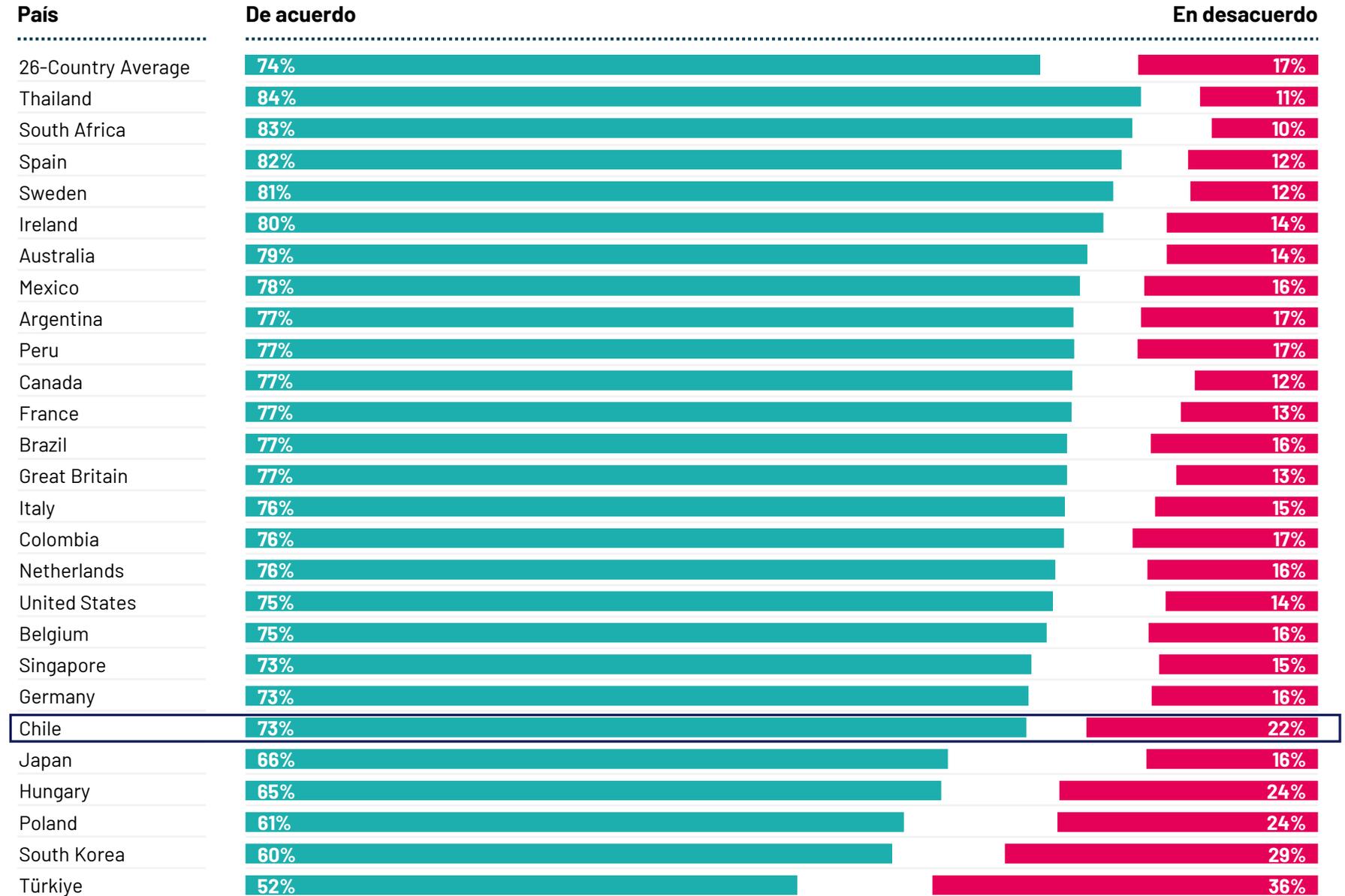


# Opinión sobre derechos y protección LGTB+ por País

Q. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

**Las personas lesbianas, gays y bisexuales deben estar protegidas contra la discriminación en el empleo, la vivienda y el acceso a negocios como restaurantes y tiendas.**

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.

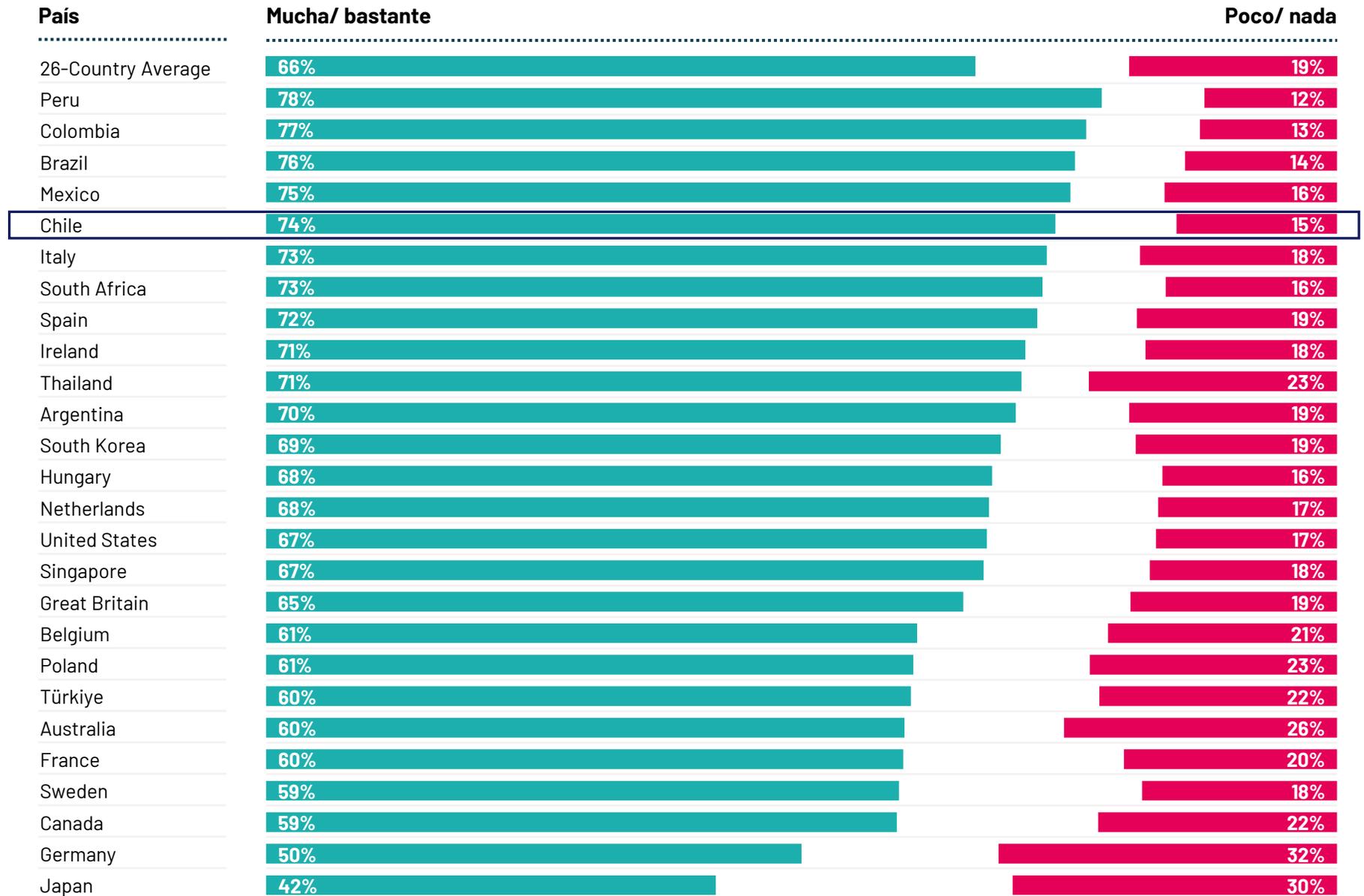


# Percepción de la discriminación transgénero por País

Q. En su opinión,

¿ Cuánta discriminación sufren las personas transgénero en nuestra sociedad actual?

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.



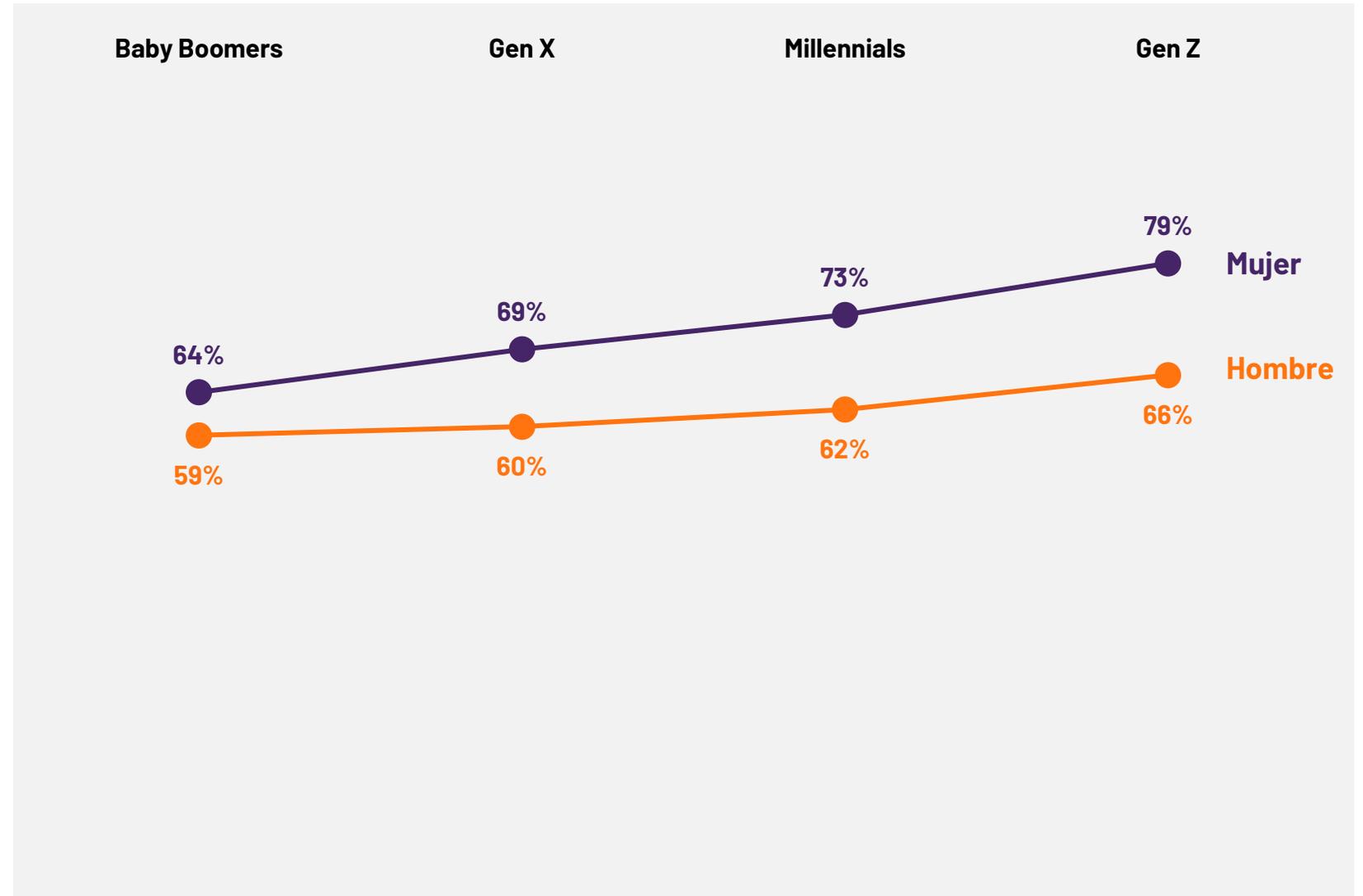
# Percepción de la discriminación transgénero por Generación\*

Q. En su opinión,

¿Cuánta discriminación sufren las personas transgénero en nuestra sociedad actual?

(% mucha/bastante)

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.



\* Generación Z (nacidos entre 1996-2012), Millennials (nacidos entre 1980-1995), Generación X (nacidos entre 1966-1979) y Baby Boomers (nacidos entre 1945-1965).



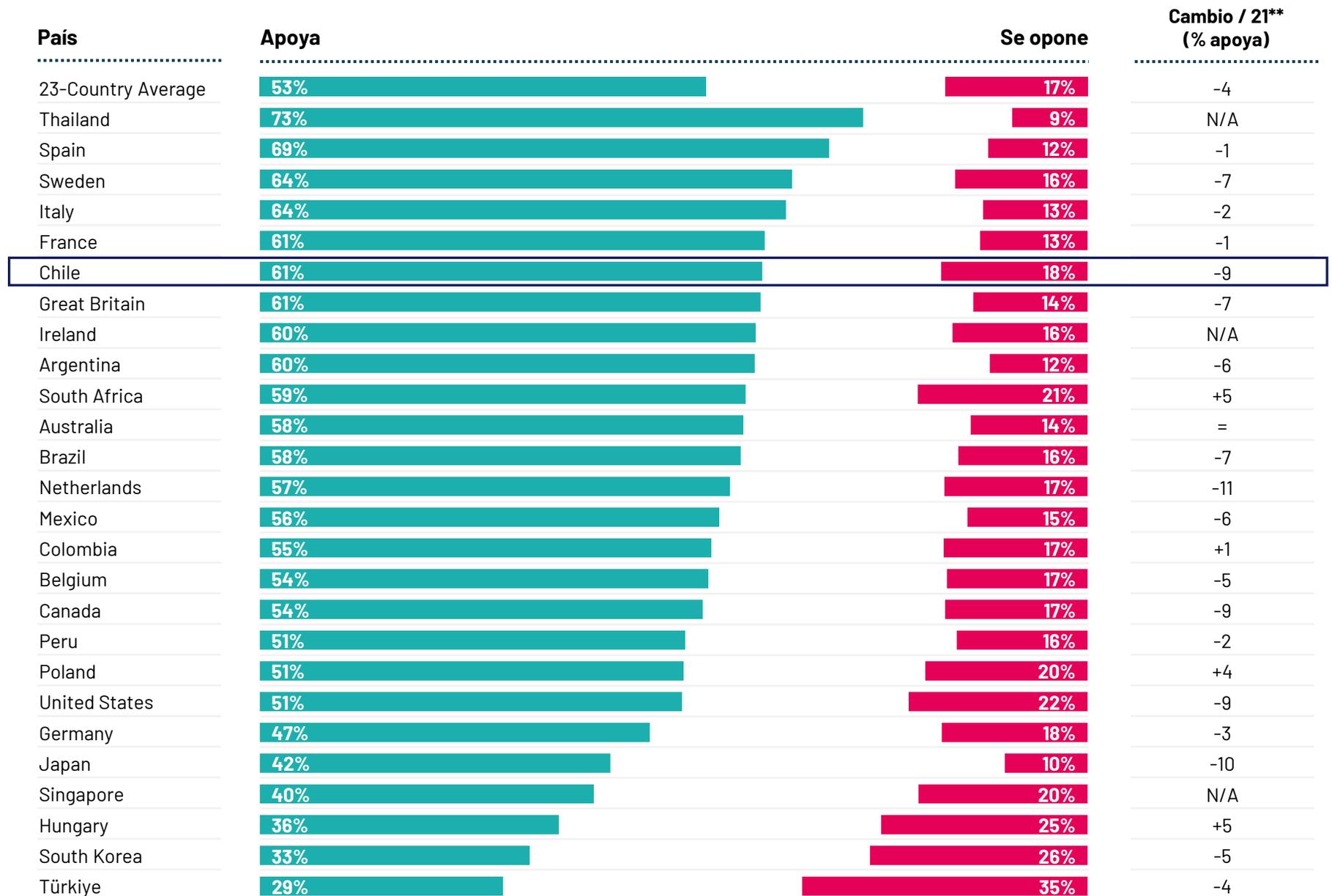
# Opinión sobre derechos y protección LGBT+ por país

Q. En qué medida apoya o se opone a lo siguiente:

**Leyes que prohíban la discriminación de las personas LGBT en materia de empleo, acceso a la educación, vivienda y servicios sociales, etc.**

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.

\*\* La variación del promedio de 23 países se basa en los países que participaron tanto en la encuesta de 2024 como en la de 2021. 16.015 personas encuestadas entre el 23 de febrero y el 8 de marzo de 2024 y 15.569 encuestadas entre el 23 de abril y el 7 de mayo de 2021 en 23 países.

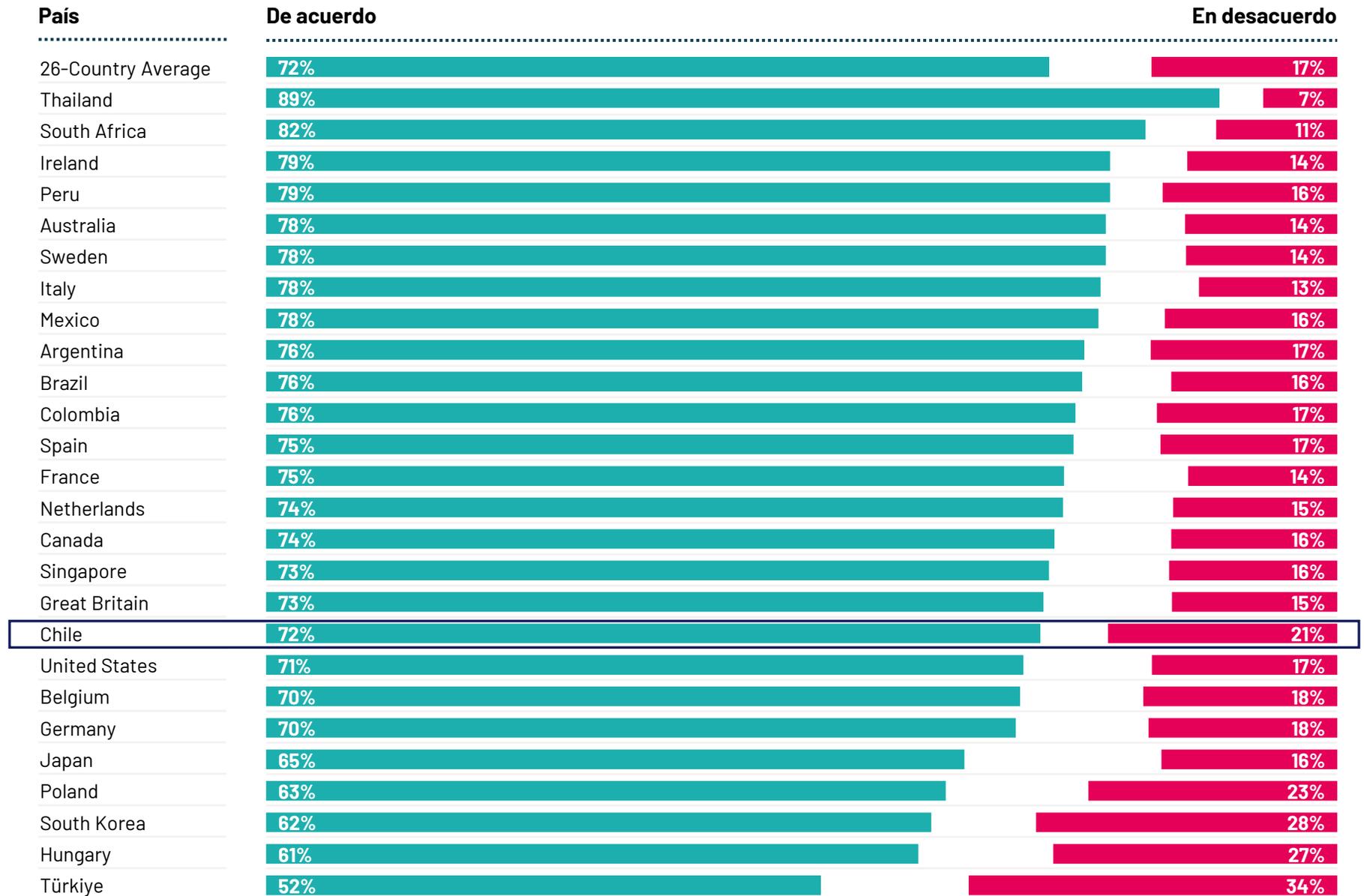


# Opiniones sobre la protección contra la discriminación transgénero por País

Q. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente

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

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, , polled between Feb. 23 - March 8, 2024.

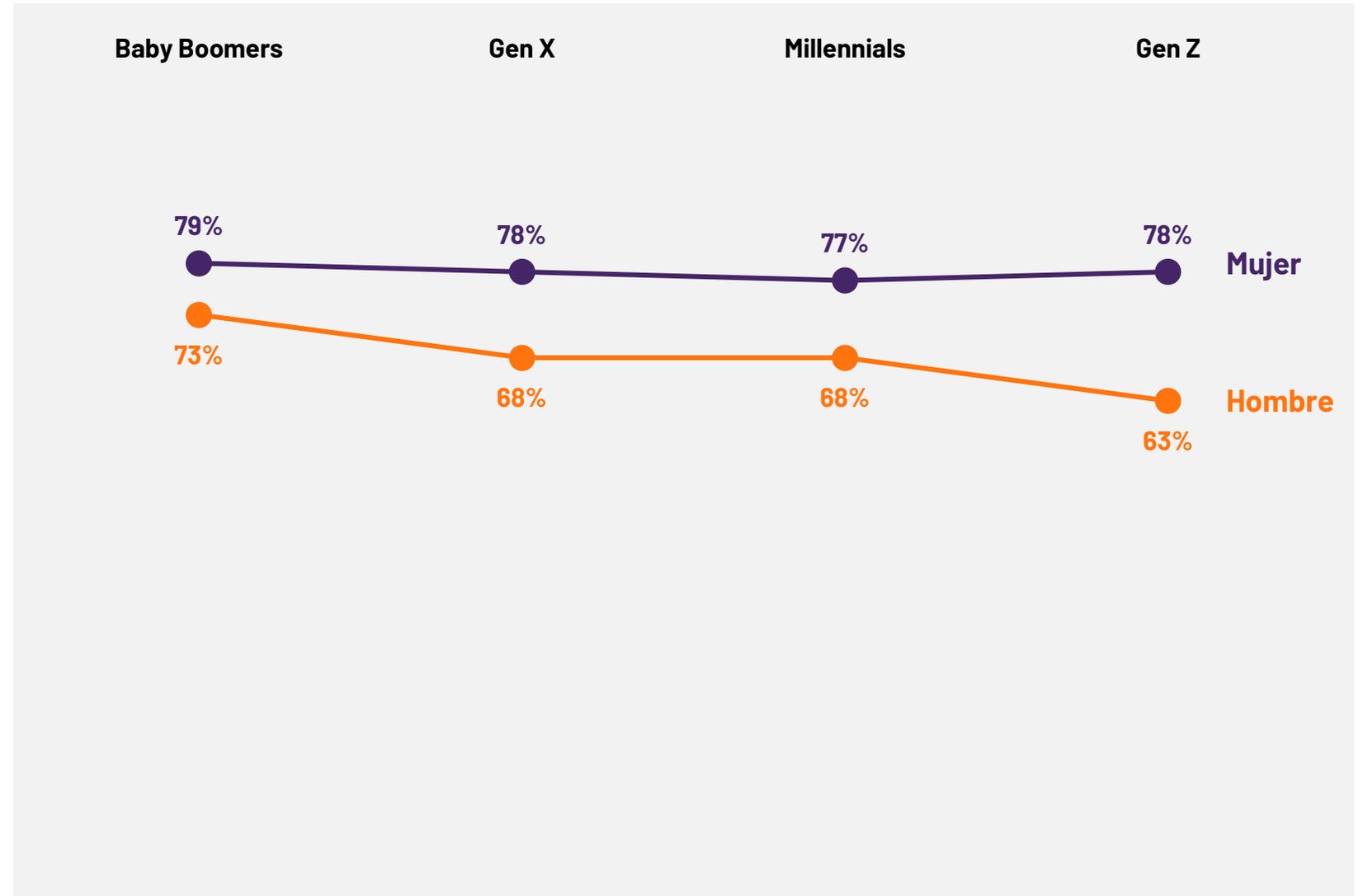


# Opiniones sobre la protección contra la discriminación transgénero por Generación\*

Q. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?  
(% de acuerdo)

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

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.



\* Generación Z (nacidos entre 1996-2012), Millennials (nacidos entre 1980-1995), Generación X (nacidos entre 1966-1979) y Baby Boomers (nacidos entre 1945-1965).

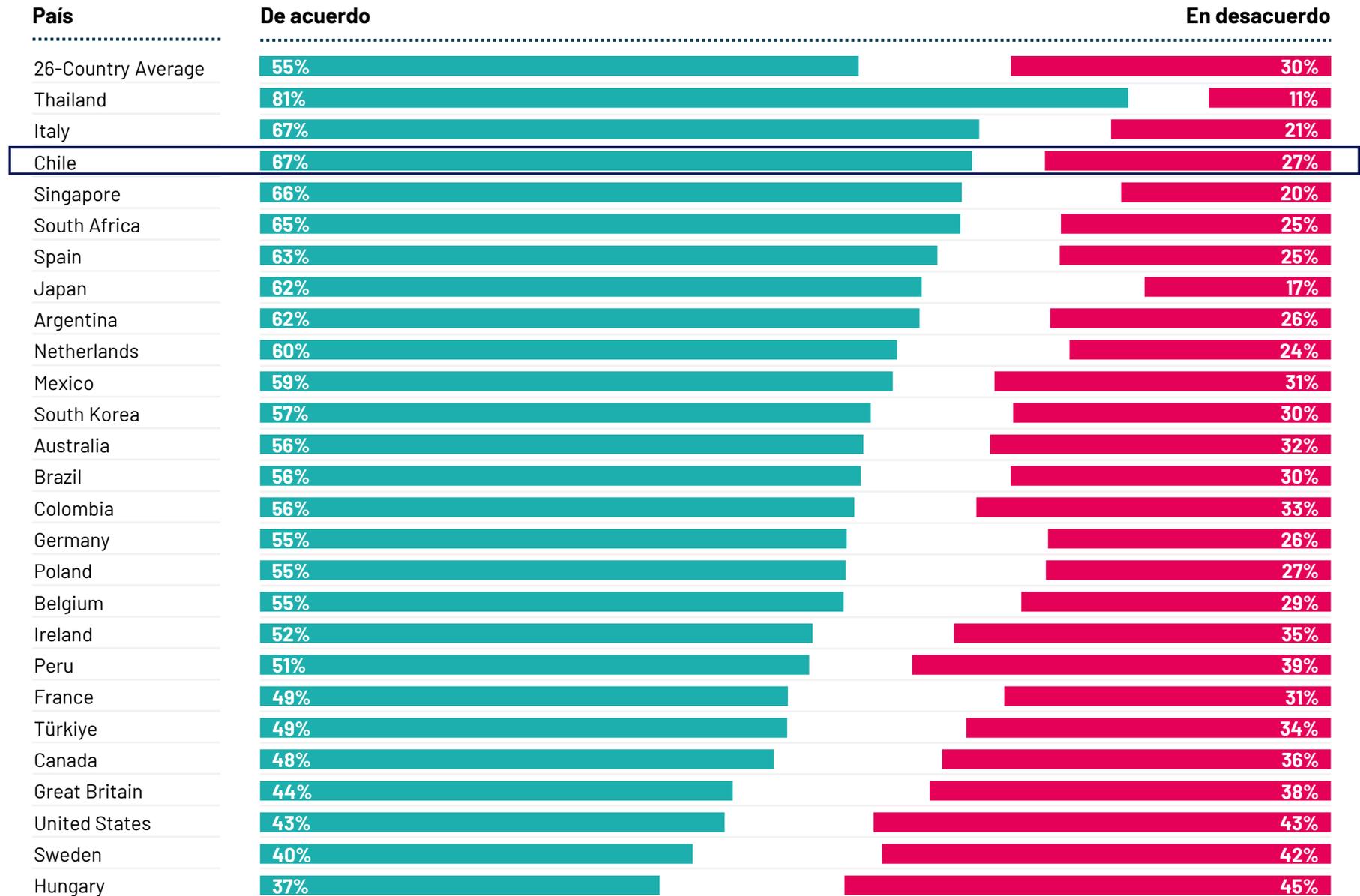


# Opiniones sobre el acceso de adolescentes a los tratamientos de afirmación de género por País

Q. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

**Con el consentimiento de los padres, adolescentes transgénero deben poder recibir tratamiento de reafirmación de género (por ejemplo, asesoramiento y tratamiento hormonal sustitutivo).**

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.

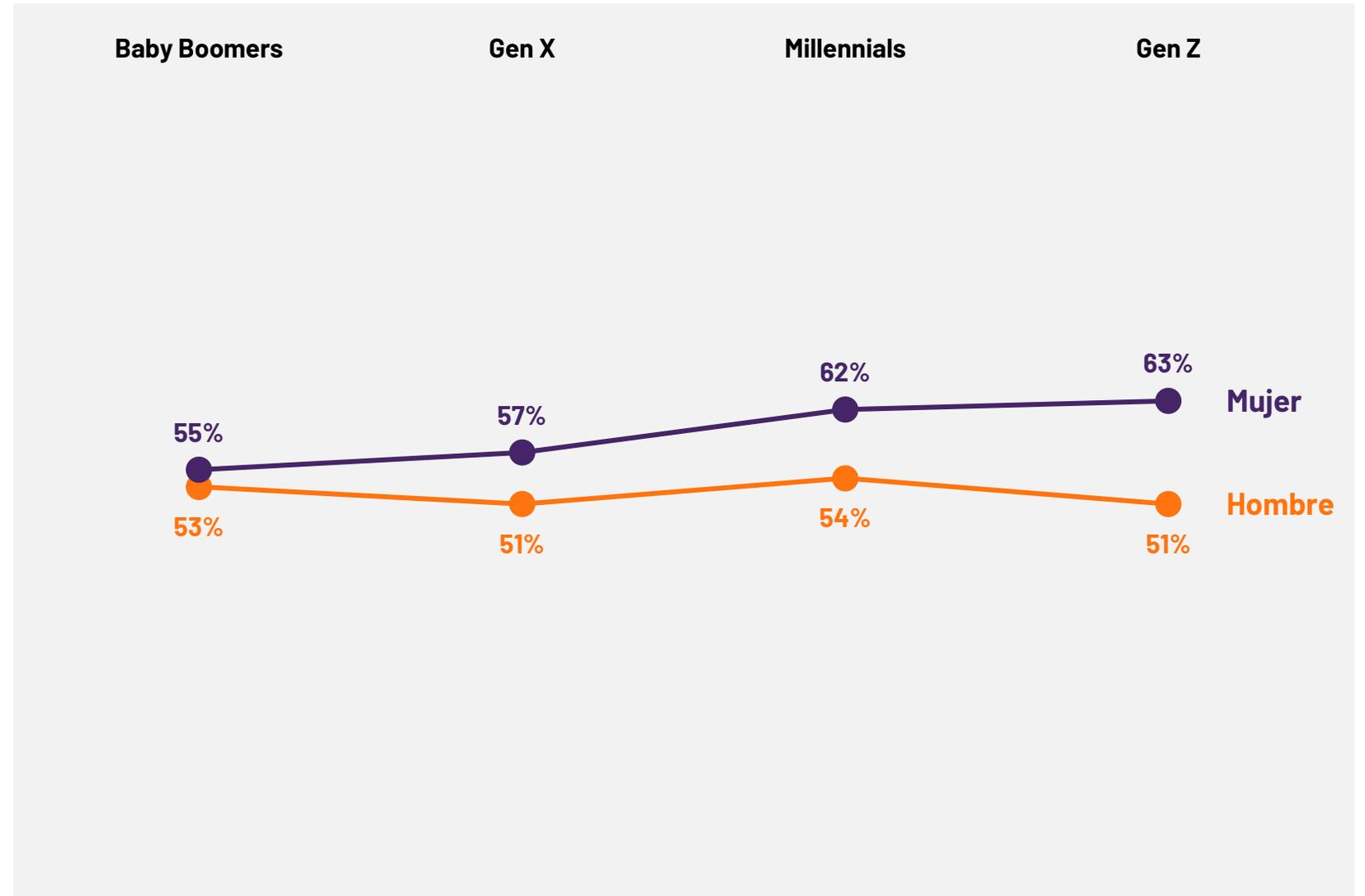


# Opiniones sobre el acceso de adolescentes a los tratamientos de afirmación de género por Generación\*

Q. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente? (% de acuerdo)

**Con el consentimiento de los padres, adolescentes transgénero deben poder recibir tratamiento de reafirmación de género (por ejemplo, asesoramiento y tratamiento hormonal sustitutivo).**

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.



\* Generación Z (nacidos entre 1996-2012), Millennials (nacidos entre 1980-1995), Generación X (nacidos entre 1966-1979) y Baby Boomers (nacidos entre 1945-1965).

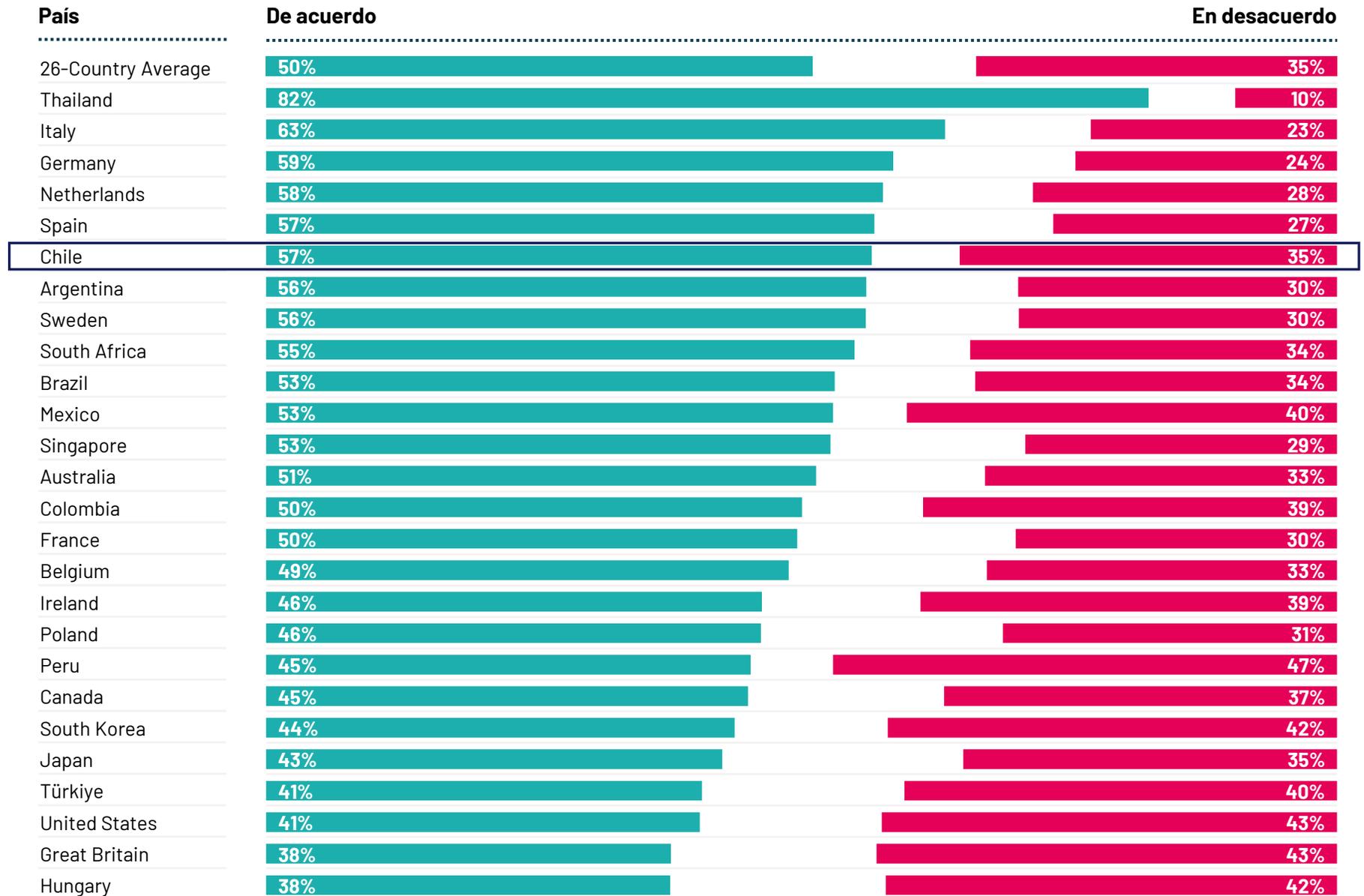


# Opiniones sobre el acceso a instalaciones adecuadas a la identidad de género por País

Q. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

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

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.

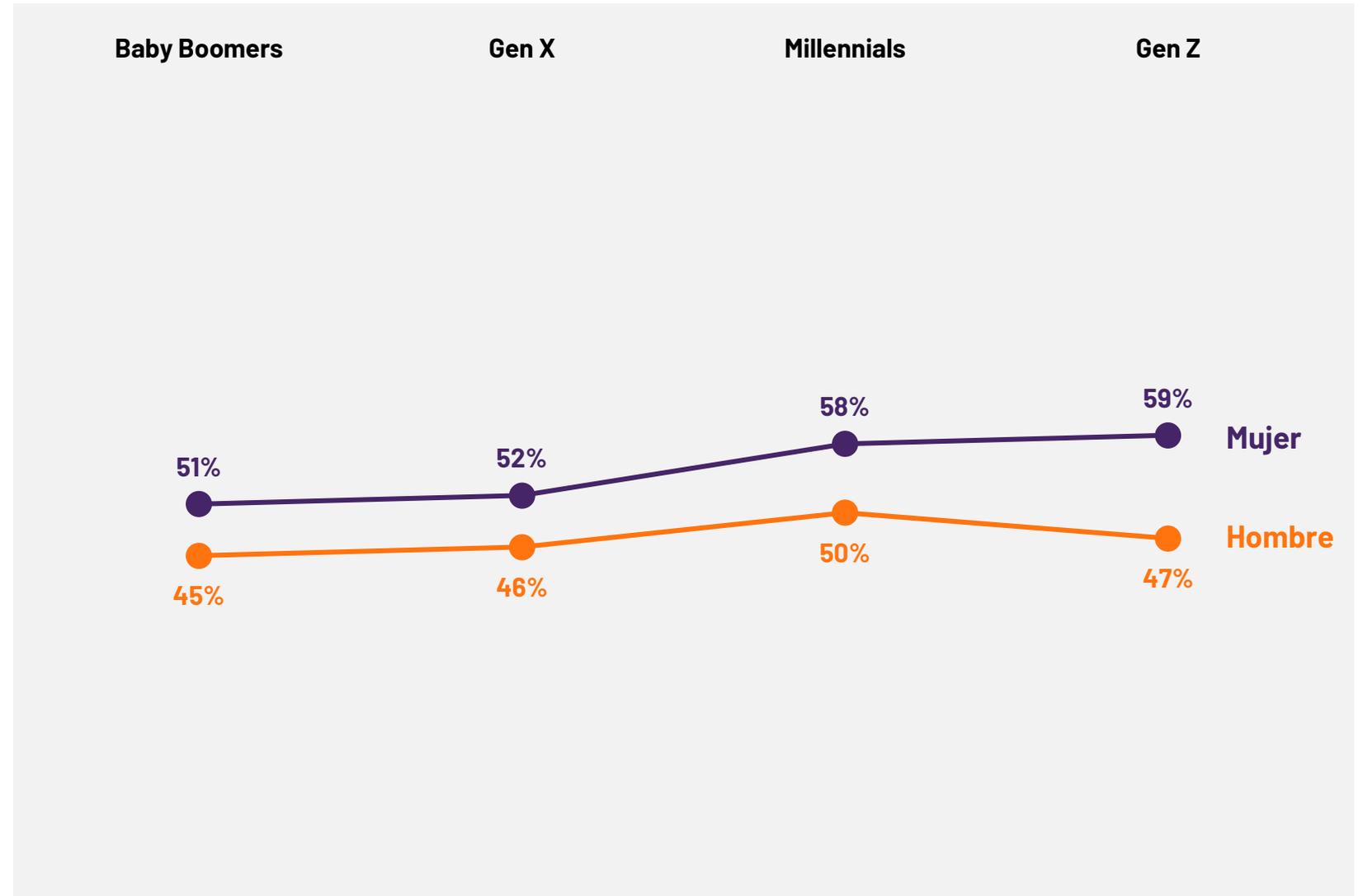


# Opiniones sobre el acceso a instalaciones adecuadas a la identidad de género por Generación\*

Q. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?  
(% de acuerdo)

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

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.



\* Generación Z (nacidos entre 1996-2012), Millennials (nacidos entre 1980-1995), Generación X (nacidos entre 1966-1979) y Baby Boomers (nacidos entre 1945-1965).



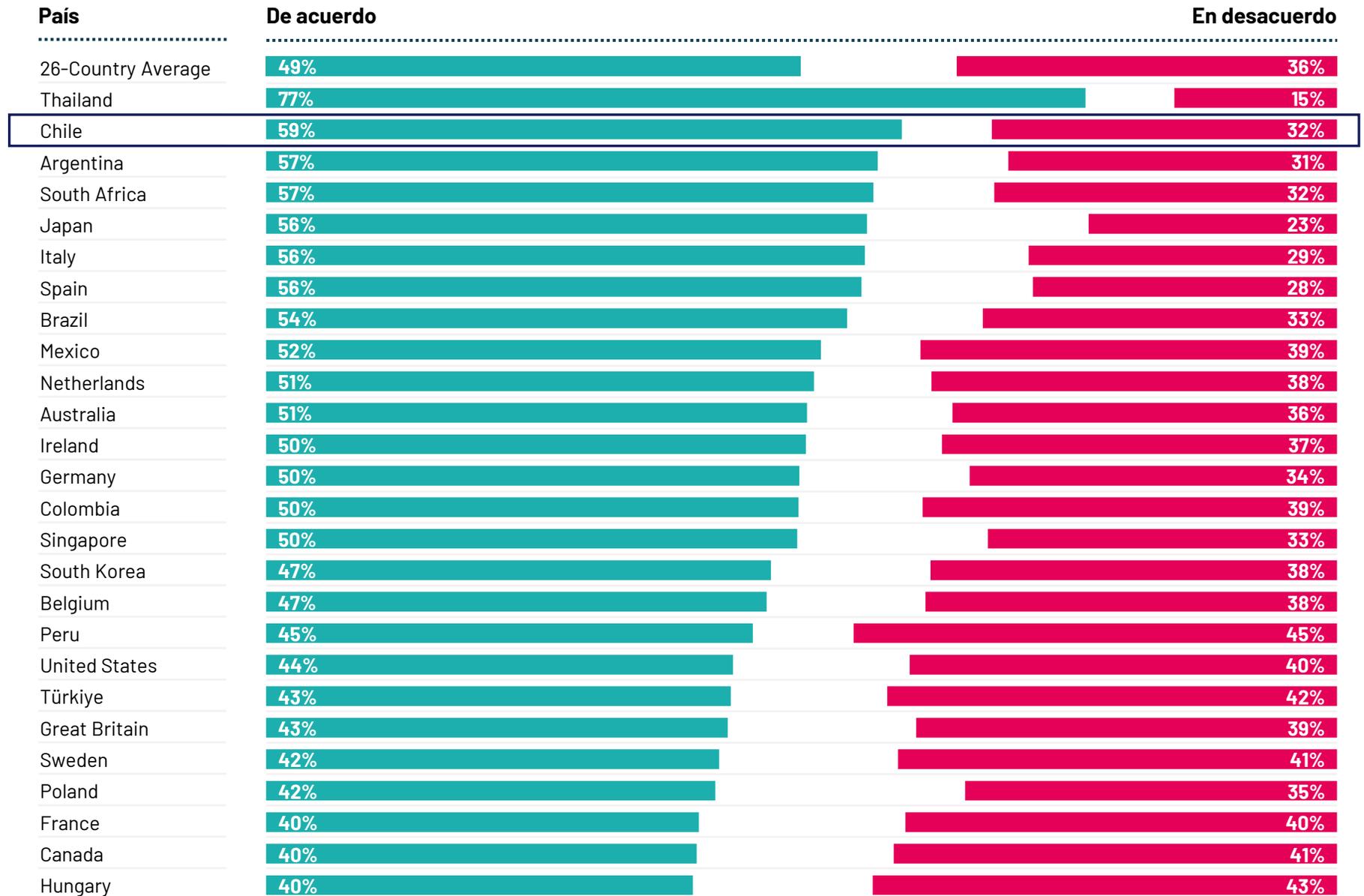
# Opiniones sobre la opción de “Otro Género” en los documentos oficiales por País

Q. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

**Los documentos expedidos por el gobierno, como los pasaportes, deben incluir una opción distinta de «hombre» y «mujer» para las personas que no se identifican como uno u otro.**

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 – March 8, 2024.

\*\*\* La variación del promedio de 26 países se basa en los países que participaron en las encuestas de 2024 y 2023..

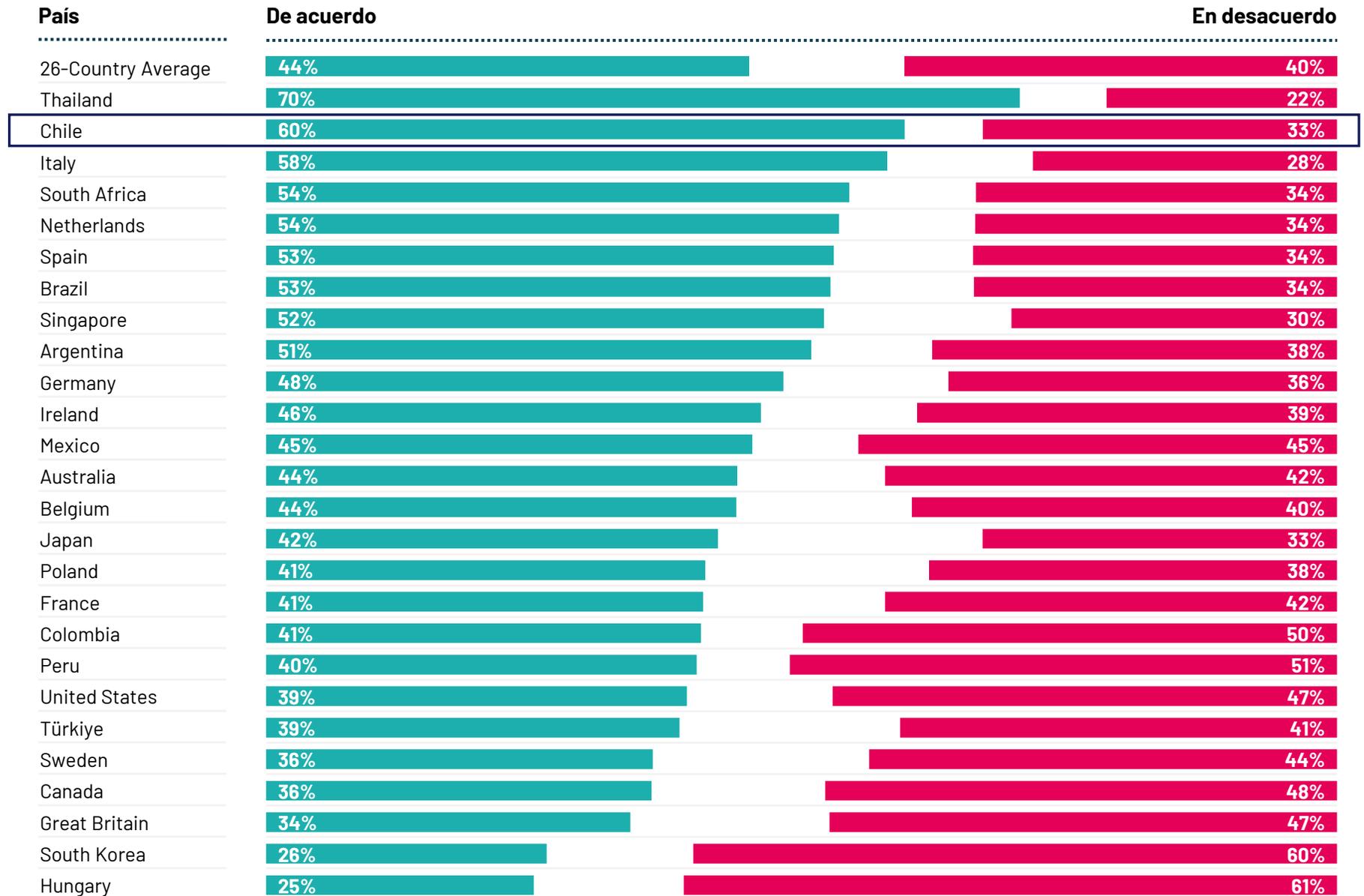


# Opiniones sobre la cobertura del seguro de los costes de transición de género por País

Q. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con lo siguiente?

**Los sistemas de seguros de salud deben cubrir los costes de la transición de género de la misma manera que los costes de otros procedimientos médicos.**

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries.



# Opiniones sobre deportistas transgénero por País

Q. En qué medida apoya o se opone a lo siguiente:

**Que los deportistas transgénero compitan según el género con el que se identifican y no según el sexo que se les asignó al nacer.**

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.

\*\* La variación del promedio de 23 países se basa en los países que participaron tanto en la encuesta de 2024 como en la de 2021. 16.015 personas encuestadas entre el 23 de febrero y el 8 de marzo de 2024 y 15.569 encuestadas entre el 23 de abril y el 7 de mayo de 2021 en 23 países.

| País               | Apoya | Se opone | Cambio / 21** (% apoya) |
|--------------------|-------|----------|-------------------------|
| 23-Country Average | 27%   | 40%      | -5                      |
| Thailand           | 53%   | 20%      | N/A                     |
| South Africa       | 38%   | 34%      | +3                      |
| Chile              | 37%   | 40%      | -6                      |
| Spain              | 37%   | 35%      | -13                     |
| Brazil             | 36%   | 34%      | -4                      |
| Italy              | 36%   | 30%      | +2                      |
| France             | 32%   | 36%      | -2                      |
| Germany            | 31%   | 28%      | -1                      |
| Colombia           | 30%   | 41%      | -3                      |
| Argentina          | 30%   | 40%      | -18                     |
| Belgium            | 29%   | 35%      | -8                      |
| Sweden             | 28%   | 45%      | -3                      |
| Singapore          | 27%   | 32%      | N/A                     |
| Mexico             | 26%   | 41%      | -9                      |
| Poland             | 26%   | 41%      | +3                      |
| Ireland            | 25%   | 46%      | N/A                     |
| Türkiye            | 25%   | 40%      | -3                      |
| Peru               | 24%   | 40%      | -5                      |
| Netherlands        | 24%   | 41%      | -13                     |
| Australia          | 23%   | 47%      | -4                      |
| United States      | 21%   | 52%      | -6                      |
| Canada             | 21%   | 48%      | -12                     |
| Japan              | 19%   | 30%      | -7                      |
| Great Britain      | 19%   | 54%      | -5                      |
| Hungary            | 17%   | 46%      | -3                      |
| South Korea        | 14%   | 44%      | -4                      |



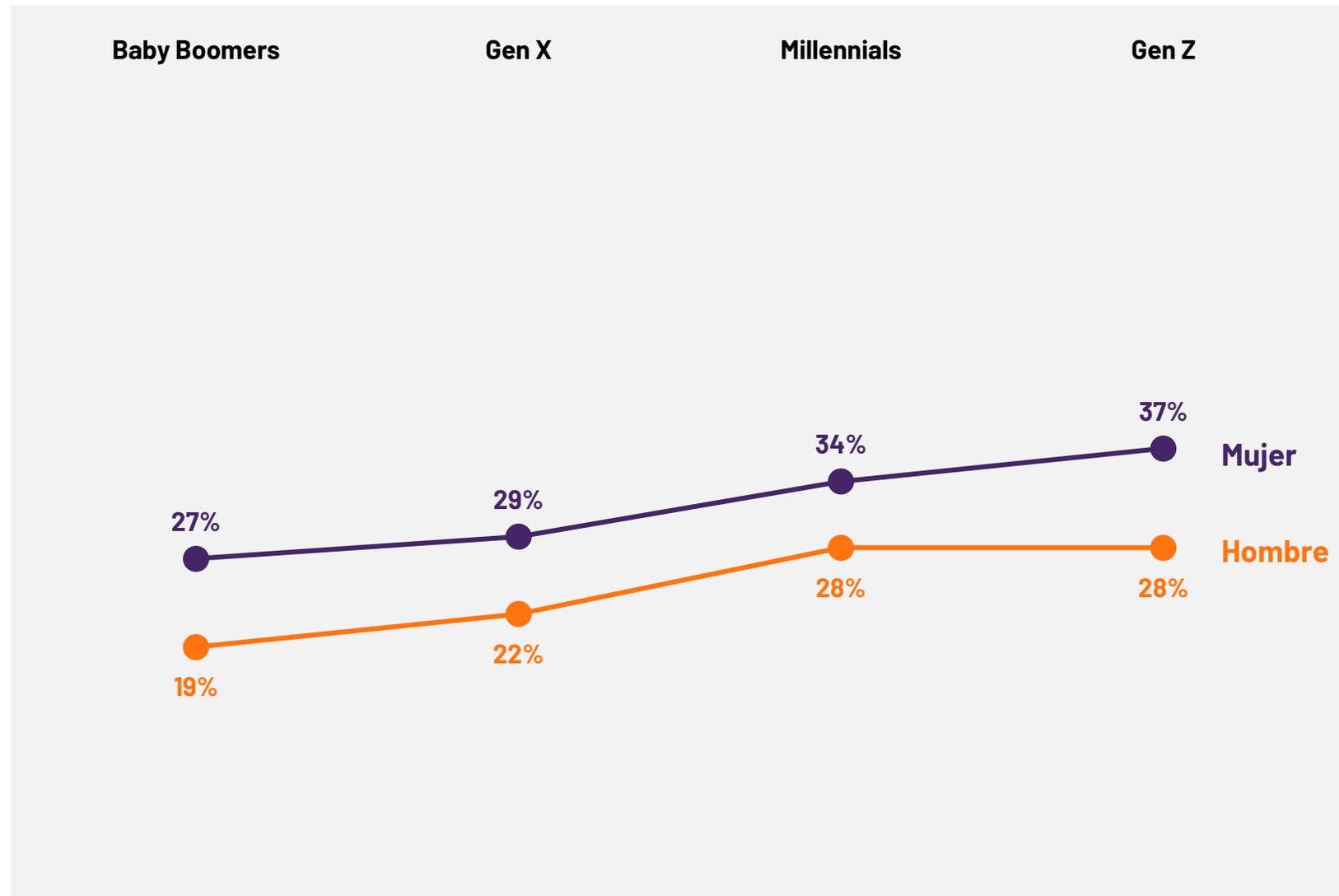
# Opiniones sobre igualdad y visibilidad LGBT+ por generación \*

Q. En qué medida apoya o se opone a lo siguiente:

(% *apoya*)

**Que los deportistas transgénero compitan según el género con el que se identifican y no según el sexo que se les asignó al nacer**

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries.



\* Generación Z (nacidos entre 1996-2012), Millennials (nacidos entre 1980-1995), Generación X (nacidos entre 1966-1979) y Baby Boomers (nacidos entre 1945-1965).



# Matrimonio y Crianza por parejas del mismo sexo



# Opiniones sobre el matrimonio entre personas del mismo sexo por País

Q. Cuando piensa en los derechos de las parejas del mismo sexo, ¿cuál de las siguientes opciones se acerca más a su opinión personal?

- 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 sé
- Las parejas del mismo sexo no deben poder casarse ni obtener ningún tipo de reconocimiento legal

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.

| País               | Opinión personal |            |            |            | 2024 Permitir el matrimonio o el reconocimiento legal (neto) | Cambio / 21**<br>Permitir el matrimonio o el reconocimiento legal (neto) |
|--------------------|------------------|------------|------------|------------|--|--|
| 23-Country Average | 55%              | 16%        | 13%        | 16%        | 71%  | -3   |
| Sweden             | 78%              | 8%         | 7%         | 7%         | 86%  | -3   |
| Netherlands        | 77%              | 8%         | 8%         | 7%         | 85%  | -4   |
| Spain              | 73%              | 13%        | 9%         | 6%         | 86%  | +2   |
| Germany            | 71%              | 10%        | 12%        | 8%         | 81%  | =  |
| Belgium            | 69%              | 9%         | 12%        | 10%        | 78%  | -6   |
| Argentina          | 69%              | 9%         | 15%        | 7%         | 78%  | -4   |
| Ireland            | 68%              | 8%         | 10%        | 13%        | 76%  | N/A  |
| Great Britain      | 66%              | 11%        | 10%        | 13%        | 77%  | -5   |
| Canada             | 65%              | 10%        | 13%        | 12%        | 75%  | -7   |
| <b>Chile</b>       | <b>65%</b>       | <b>16%</b> | <b>10%</b> | <b>10%</b> | 81%  | -1   |
| Australia          | 64%              | 13%        | 12%        | 12%        | 77%  | +1   |
| France             | 62%              | 16%        | 12%        | 10%        | 78%  | +4   |
| Italy              | 58%              | 19%        | 12%        | 10%        | 77%  | -6   |
| Thailand           | 58%              | 20%        | 12%        | 9%         | 78%  | N/A  |
| Mexico             | 55%              | 16%        | 17%        | 13%        | 71%  | -5   |
| South Africa       | 53%              | 14%        | 13%        | 19%        | 67%  | -4   |
| Brazil             | 51%              | 17%        | 18%        | 14%        | 68%  | =  |
| United States      | 51%              | 14%        | 18%        | 18%        | 65%  | -7   |
| Colombia           | 46%              | 19%        | 21%        | 14%        | 65%  | -2   |
| Hungary            | 44%              | 18%        | 21%        | 17%        | 62%  | -4   |
| Japan              | 42%              | 25%        | 28%        | 6%         | 67%  | -2   |
| Poland             | 39%              | 28%        | 13%        | 20%        | 67%  | +1   |
| Peru               | 36%              | 30%        | 20%        | 14%        | 66%  | -2   |
| South Korea        | 36%              | 16%        | 27%        | 21%        | 52%  | -2   |
| Singapore          | 33%              | 21%        | 21%        | 25%        | 54%  | N/A  |
| Türkiye            | 18%              | 19%        | 30%        | 33%        | 37%  | -6   |

\*\*Change for 23-country average is based on the countries which were in both the 2024 and 2021 polls. 16,015 people polled between Feb. 23 - March 8, 2024 and 15,569 polled from April 23 - May 7, 2021 across 23 countries.



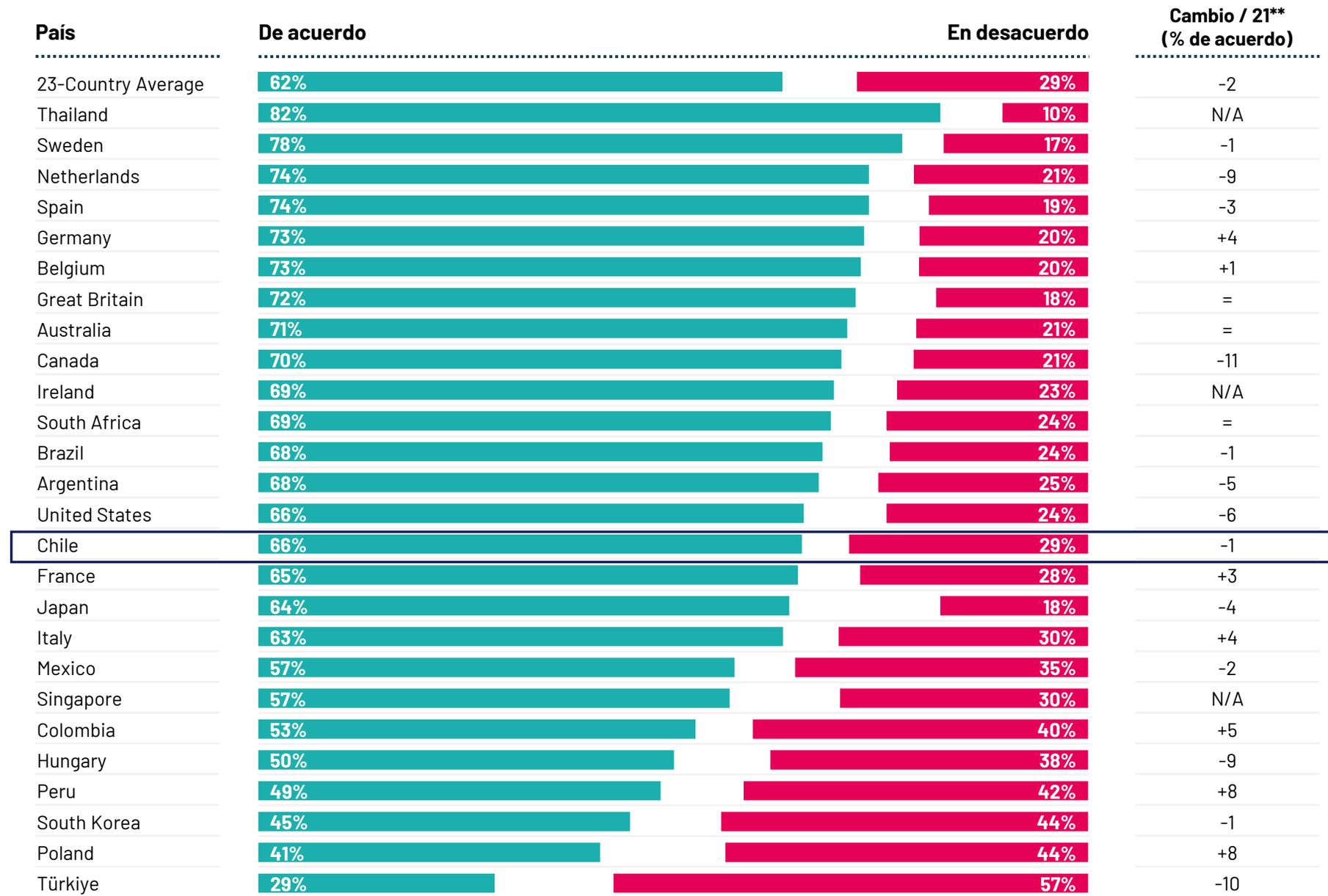
# Opiniones sobre el derecho de adopción de parejas del mismo sexo por País

Q. Aun pensando en el matrimonio entre personas del mismo sexo, ¿hasta qué punto está de acuerdo o en desacuerdo en que :

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

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.

\*\* La variación del promedio de 23 países se basa en los países que participaron tanto en la encuesta de 2024 como en la de 2021. 16.015 personas encuestadas entre el 23 de febrero y el 8 de marzo de 2024 y 15.569 encuestadas entre el 23 de abril y el 7 de mayo de 2021 en 23 países.



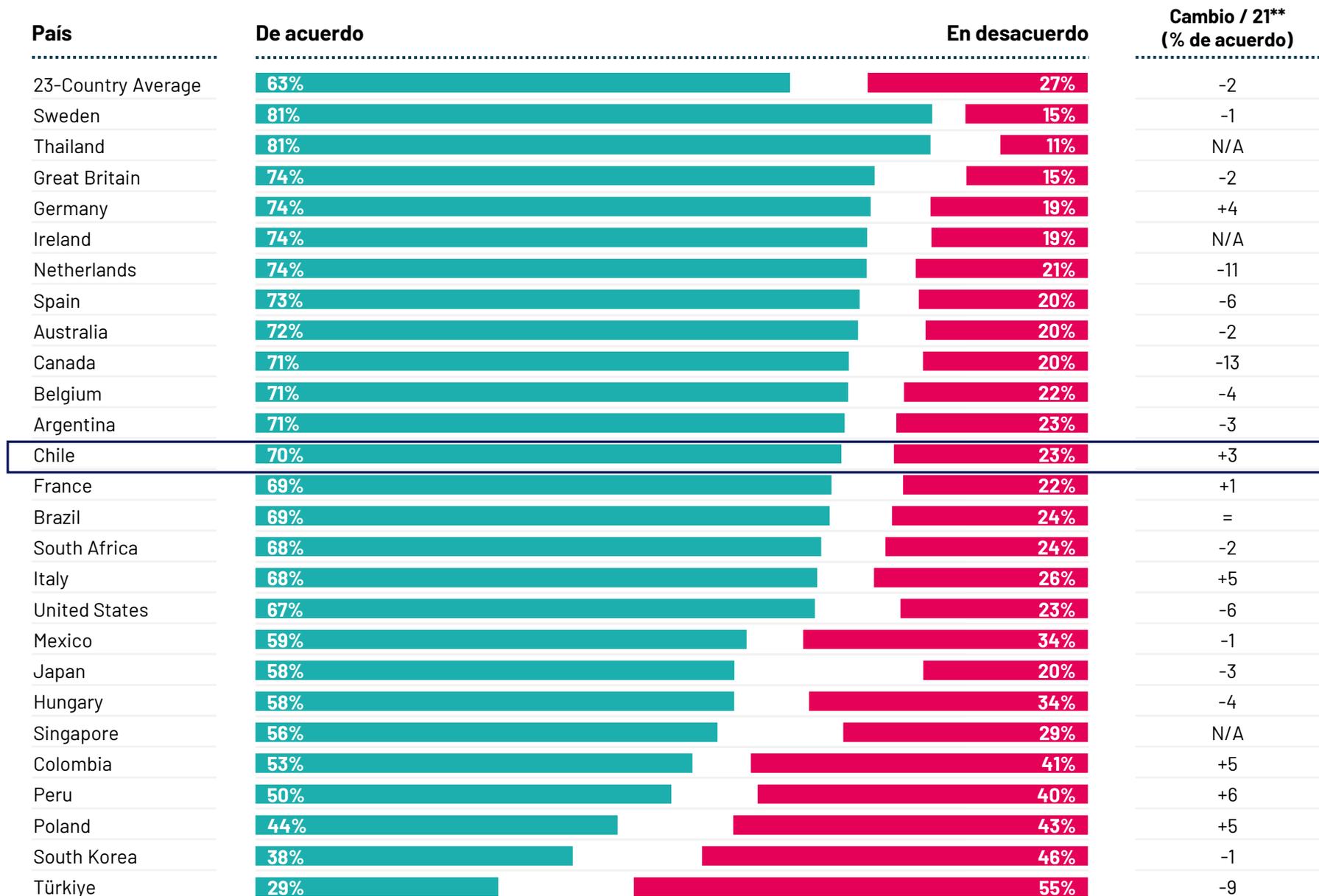
# Opiniones sobre la crianza de los hijos por parejas del mismo sexo por País

Q. Aun pensando en el matrimonio entre personas del mismo sexo, ¿hasta qué punto está de acuerdo o en desacuerdo en que :

**Las parejas del mismo sexo tienen las mismas probabilidades que otros padres de criar a sus hijos con éxito**

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.

\*\* La variación del promedio de 23 países se basa en los países que participaron tanto en la encuesta de 2024 como en la de 2021. 16.015 personas encuestadas entre el 23 de febrero y el 8 de marzo de 2024 y 15.569 encuestadas entre el 23 de abril y el 7 de mayo de 2021 en 23 países.



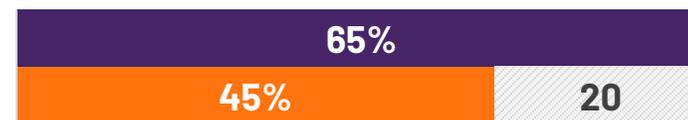
# Enfoque en la Gen Z\*: Opiniones sobre los derechos y la protección del colectivo LGBT+

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.

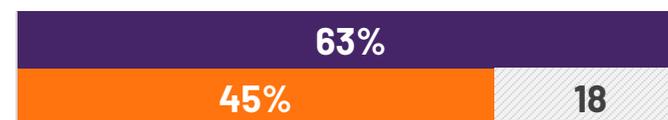
## Promedio de 26 países (% apoyo)

Mujeres Gen Z Hombres Gen Z Brecha

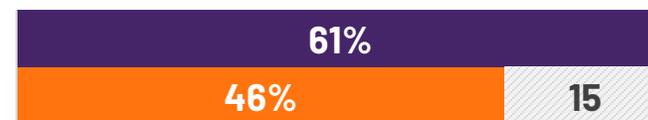
Las parejas del mismo sexo deben poder casarse legalmente



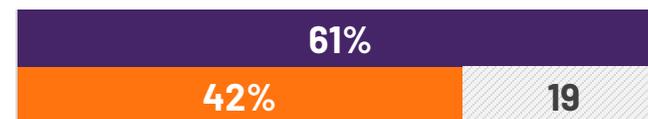
Que las personas LGBT hablen abiertamente de su orientación sexual o identidad de género con todo el mundo.



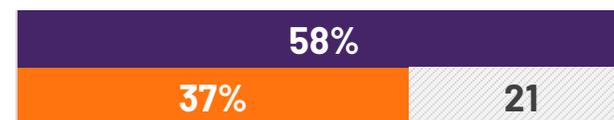
Leyes que prohíban la discriminación de las personas LGBT en materia de empleo, acceso a la educación, vivienda y servicios sociales, etc.



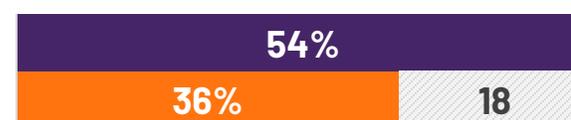
Deportistas abiertamente lesbianas, gays y bisexuales en equipos deportivos



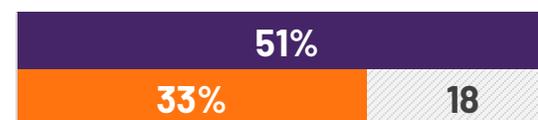
Que las empresas y marcas promuevan activamente la igualdad de las personas LGBT



Que las personas LGBT muestren afecto en público (por ejemplo, besándose o cogiéndose de la mano).



Más personajes LGBT en televisión, cine y publicidad



\* Generación Z (nacidos entre 1996-2012), Millennials (nacidos entre 1980-1995), Generación X (nacidos entre 1966-1979) y Baby Boomers (nacidos entre 1945-1965).



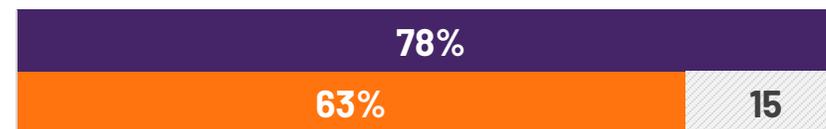
# Enfoque en la Gen Z\*: Opinión sobre los derechos y la protección de personas transgénero

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.

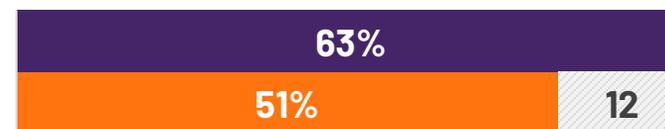
## Promedio de 26 países (% apoyo)

Mujeres Gen Z    Hombres Gen Z    Brecha

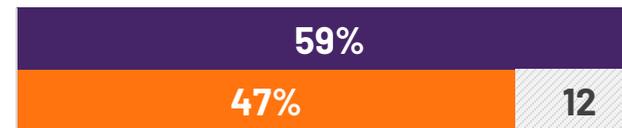
Las personas transgénero deben estar protegidas contra la discriminación en el empleo, la vivienda y el acceso a negocios como restaurantes y tiendas.



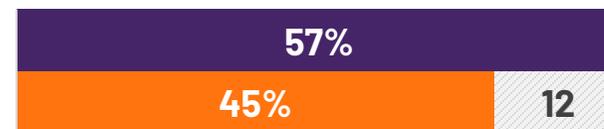
Con el consentimiento de los padres, los adolescentes transgénero deben poder recibir tratamiento de reafirmación de género (por ejemplo, asesoramiento y tratamiento hormonal sustitutivo).



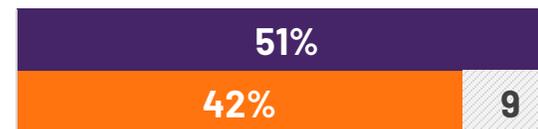
Las personas transgénero deben poder utilizar instalaciones de un solo sexo (por ejemplo, baños públicos) que correspondan al género con el que se identifican.



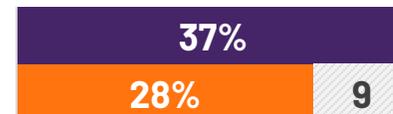
Los documentos expedidos por el gobierno, como los pasaportes, deben incluir una opción distinta de «hombre» y «mujer» para las personas que no se identifican como uno u otro.



Los sistemas de seguros de salud deben cubrir los costes de la transición de género de la misma manera que los costes de otros procedimientos médicos.



Que los deportistas transgénero compitan según el género con el que se identifican y no según el sexo que se les asignó al nacer.



\* Generación Z (nacidos entre 1996-2012), Millennials (nacidos entre 1980-1995), Generación X (nacidos entre 1966-1979) y Baby Boomers (nacidos entre 1945-1965).



# Celebración y apoyo LGBT+



# Celebración y apoyo LGBT+

Q. ¿Alguna vez...

**Asistió a un acto público de apoyo a las personas LGBT (por ejemplo, una marcha del Orgullo)**

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.

\*\* La variación del promedio de 23 países se basa en los países que participaron tanto en la encuesta de 2024 como en la de 2021. 16.015 personas encuestadas entre el 23 de febrero y el 8 de marzo de 2024 y 15.569 encuestadas entre el 23 de abril y el 7 de mayo de 2021 en 23 países.

| País               | Si         | No         | Cambio / 21** (% si) |
|--------------------|------------|------------|----------------------|
| 23-Country Average | 15%        | 75%        | +1                   |
| Thailand           | 33%        | 51%        | N/A                  |
| South Africa       | 29%        | 64%        | +8                   |
| Sweden             | 24%        | 70%        | +7                   |
| Spain              | 23%        | 71%        | +1                   |
| Ireland            | 21%        | 71%        | N/A                  |
| <b>Chile</b>       | <b>20%</b> | <b>68%</b> | <b>=</b>             |
| Great Britain      | 19%        | 74%        | +3                   |
| Mexico             | 19%        | 71%        | -2                   |
| Australia          | 19%        | 71%        | -2                   |
| Colombia           | 19%        | 70%        | +5                   |
| Canada             | 18%        | 72%        | =                    |
| Netherlands        | 17%        | 77%        | -1                   |
| United States      | 17%        | 74%        | +1                   |
| Argentina          | 17%        | 70%        | +1                   |
| Brazil             | 16%        | 76%        | +1                   |
| Italy              | 16%        | 78%        | +3                   |
| Germany            | 15%        | 74%        | +3                   |
| France             | 15%        | 77%        | +7                   |
| Peru               | 14%        | 74%        | +1                   |
| Belgium            | 12%        | 80%        | -1                   |
| Singapore          | 12%        | 76%        | N/A                  |
| Poland             | 12%        | 79%        | +3                   |
| Türkiye            | 5%         | 81%        | +2                   |
| Hungary            | 5%         | 90%        | +1                   |
| South Korea        | 4%         | 82%        | +1                   |
| Japan              | 3%         | 88%        | +2                   |



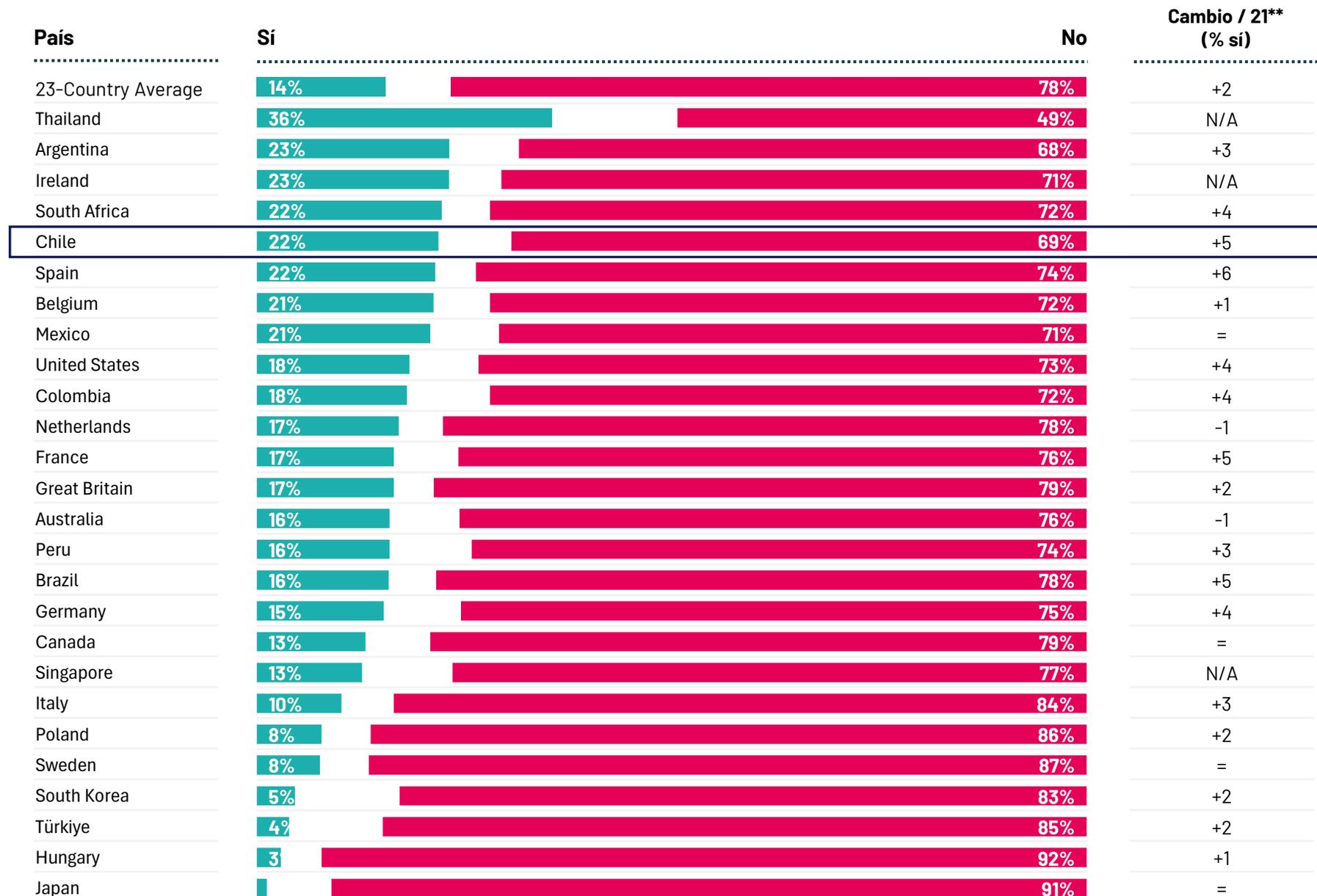
# Celebración y apoyo LGBT+

Q. ¿Alguna vez...

**Asistió a la boda de una pareja del mismo sexo**

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.

\*\* La variación del promedio de 23 países se basa en los países que participaron tanto en la encuesta de 2024 como en la de 2021. 16.015 personas encuestadas entre el 23 de febrero y el 8 de marzo de 2024 y 15.569 encuestadas entre el 23 de abril y el 7 de mayo de 2021 en 23 países.



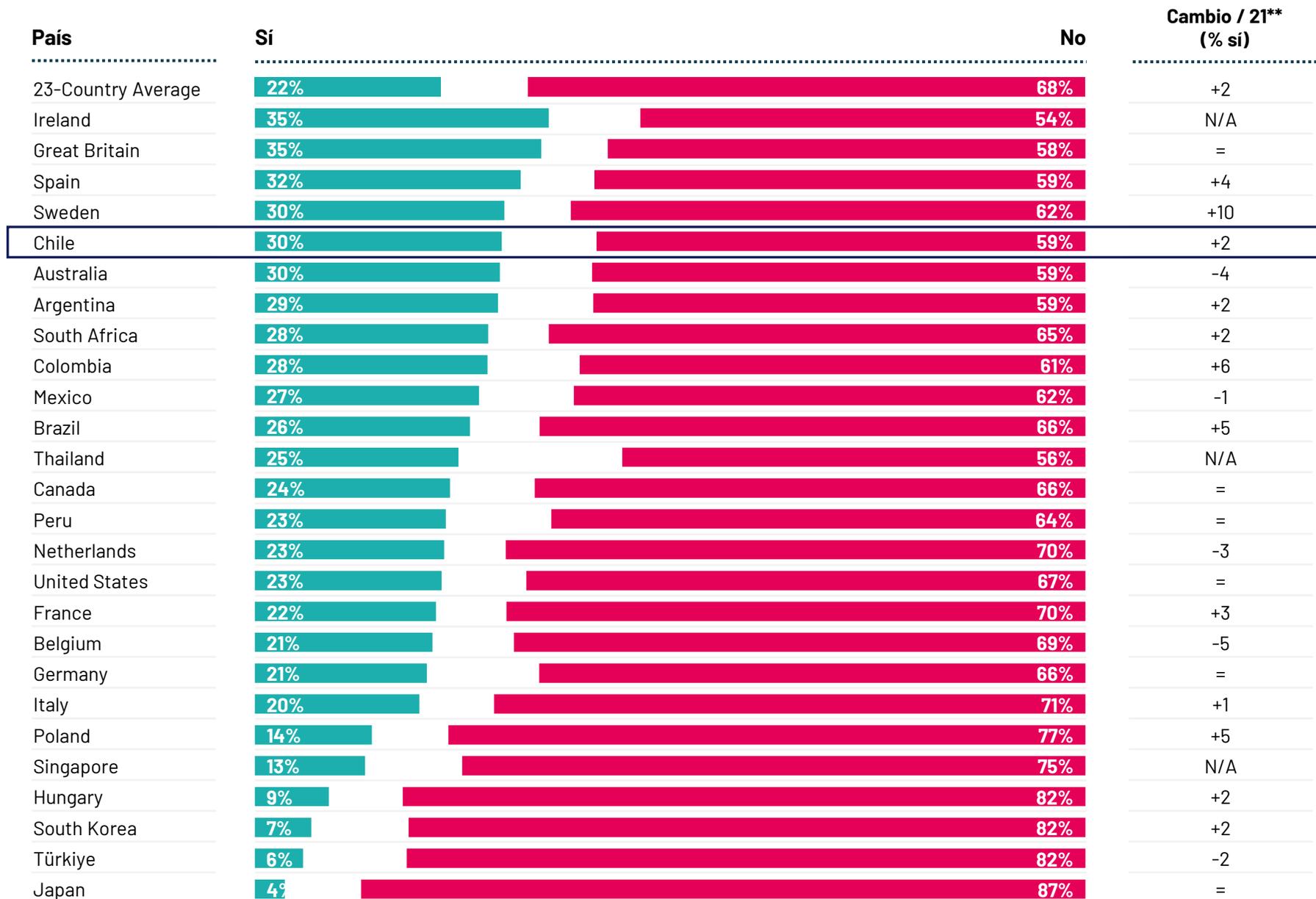
# Celebración y apoyo LGBT+

Q. ¿Alguna vez...

**Ha visitado un bar o un club nocturno dirigido principalmente a personas LGBT**

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.

\*\* La variación del promedio de 23 países se basa en los países que participaron tanto en la encuesta de 2024 como en la de 2021. 16.015 personas encuestadas entre el 23 de febrero y el 8 de marzo de 2024 y 15.569 encuestadas entre el 23 de abril y el 7 de mayo de 2021 en 23 países.



# Apoyo LGBT+

Q. ¿Alguna vez...

**Se ha pronunciado en contra de alguien que tenía prejuicios contra las personas LGBT**

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.

\*\* La variación del promedio de 23 países se basa en los países que participaron tanto en la encuesta de 2024 como en la de 2021. 16.015 personas encuestadas entre el 23 de febrero y el 8 de marzo de 2024 y 15.569 encuestadas entre el 23 de abril y el 7 de mayo de 2021 en 23 países.

| Pais               | Si  | No  | Cambio / 21**<br>(% si) |
|--------------------|-----|-----|-------------------------|
| 23-Country Average | 30% | 56% | -2                      |
| Chile              | 47% | 35% | -3                      |
| Argentina          | 42% | 41% | -11                     |
| Brazil             | 41% | 49% | -2                      |
| South Africa       | 40% | 45% | +2                      |
| Peru               | 38% | 50% | -6                      |
| Colombia           | 37% | 46% | -2                      |
| Mexico             | 37% | 47% | -7                      |
| Netherlands        | 37% | 50% | -2                      |
| France             | 36% | 53% | +2                      |
| Ireland            | 33% | 52% | N/A                     |
| Sweden             | 33% | 48% | -3                      |
| Belgium            | 32% | 56% | -11                     |
| Australia          | 30% | 54% | -6                      |
| United States      | 29% | 57% | =                       |
| Thailand           | 29% | 53% | N/A                     |
| Canada             | 29% | 55% | -7                      |
| Germany            | 29% | 52% | +1                      |
| Great Britain      | 28% | 60% | =                       |
| Italy              | 26% | 64% | =                       |
| Türkiye            | 25% | 57% | -9                      |
| Poland             | 23% | 61% | +4                      |
| Singapore          | 18% | 66% | N/A                     |
| Hungary            | 17% | 72% | +1                      |
| South Korea        | 14% | 65% | -5                      |
| Spain              | 9%  | 85% | +4                      |
| Japan              | 4%  | 83% | -3                      |



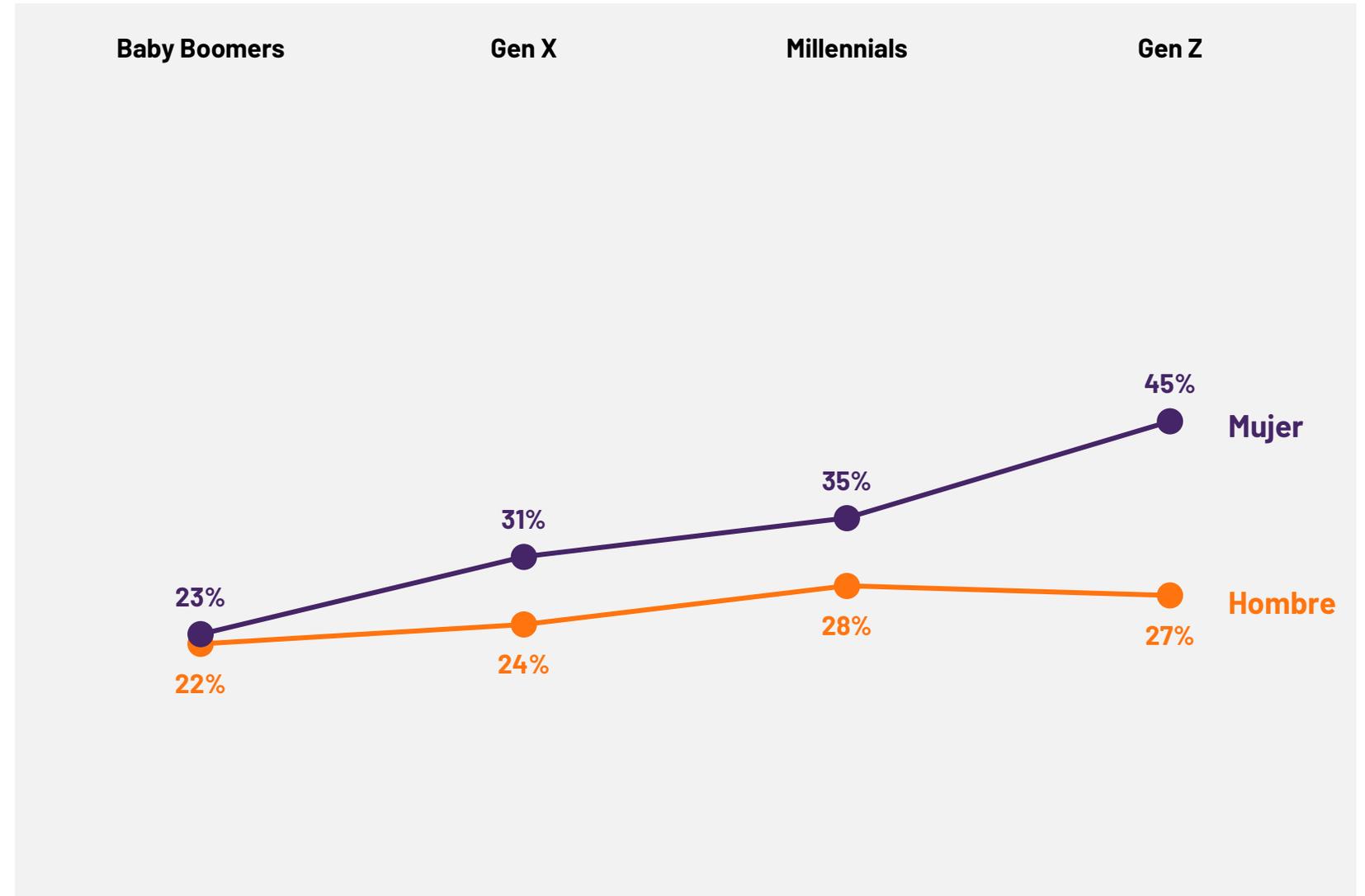
# Apoyo LGBT+ por Generación

Q. ¿Alguna vez...

**Se ha pronunciado en contra de alguien que tenía prejuicios contra las personas LGBT**

(% sí)

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.



\* Generación Z (nacidos entre 1996-2012), Millennials (nacidos entre 1980-1995), Generación X (nacidos entre 1966-1979) y Baby Boomers (nacidos entre 1945-1965).



# Orientación Sexual & Identidad de Género



# Orientación sexual por País

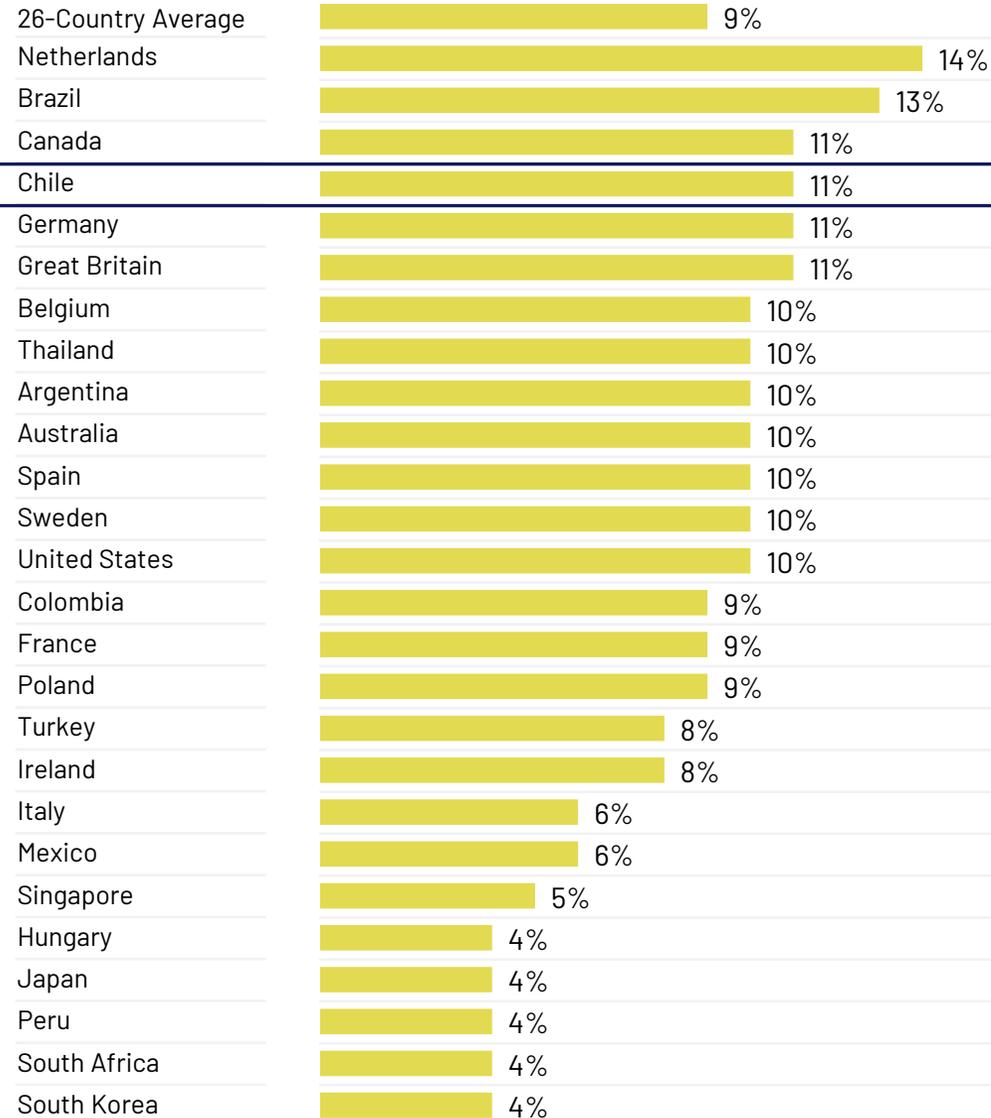
Q. ¿Y con cuál de los siguientes, si es que hay alguno, se identifica?

Cualquiera de los siguientes:

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

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.

## País



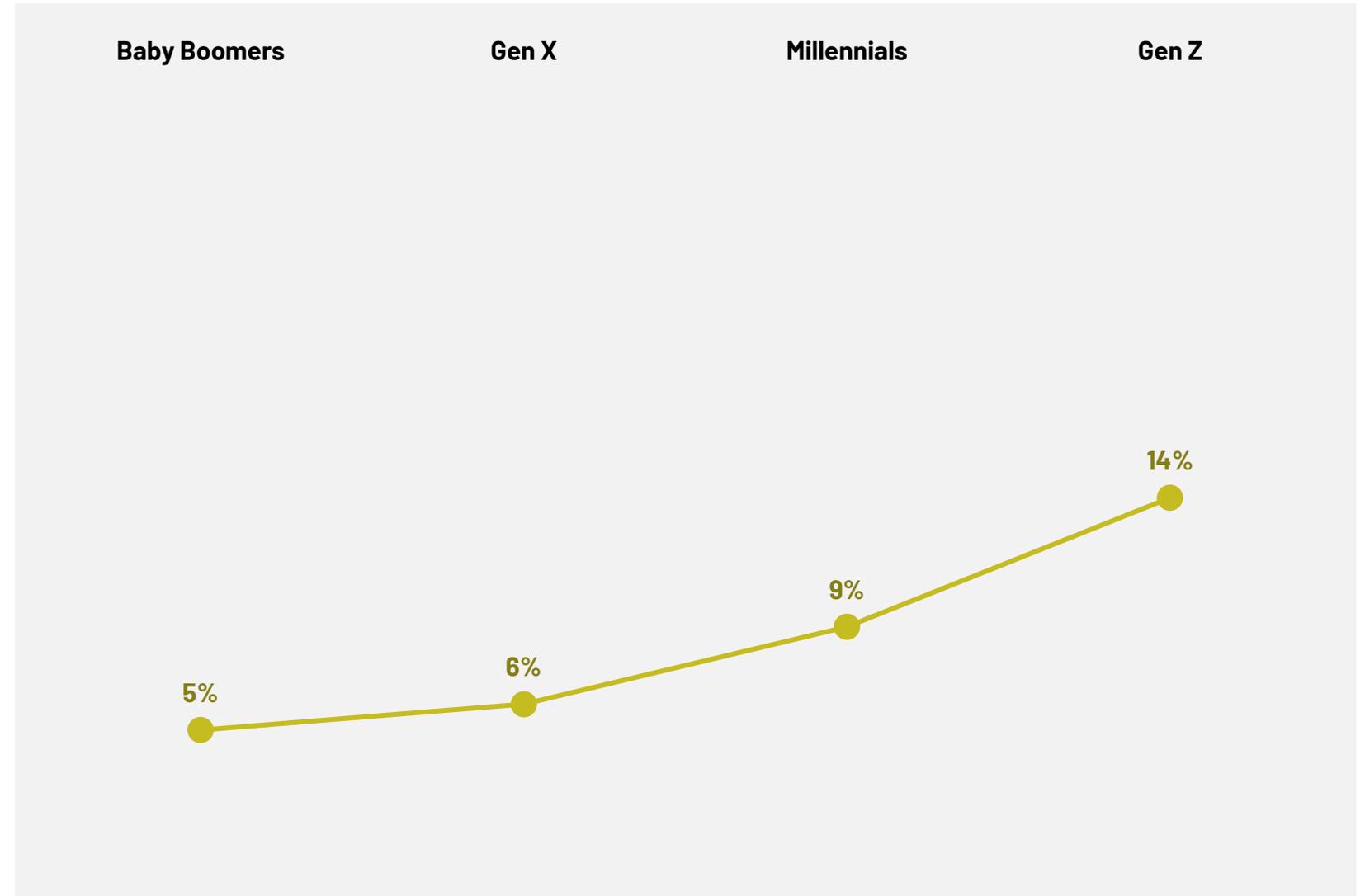
# Orientación sexual por Generación

Q. ¿Y con cuál de los siguientes, si es que hay alguno, se identifica?

Cualquiera de los siguientes:

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

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.



\* Generación Z (nacidos entre 1996-2012), Millennials (nacidos entre 1980-1995), Generación X (nacidos entre 1966-1979) y Baby Boomers (nacidos entre 1945-1965).



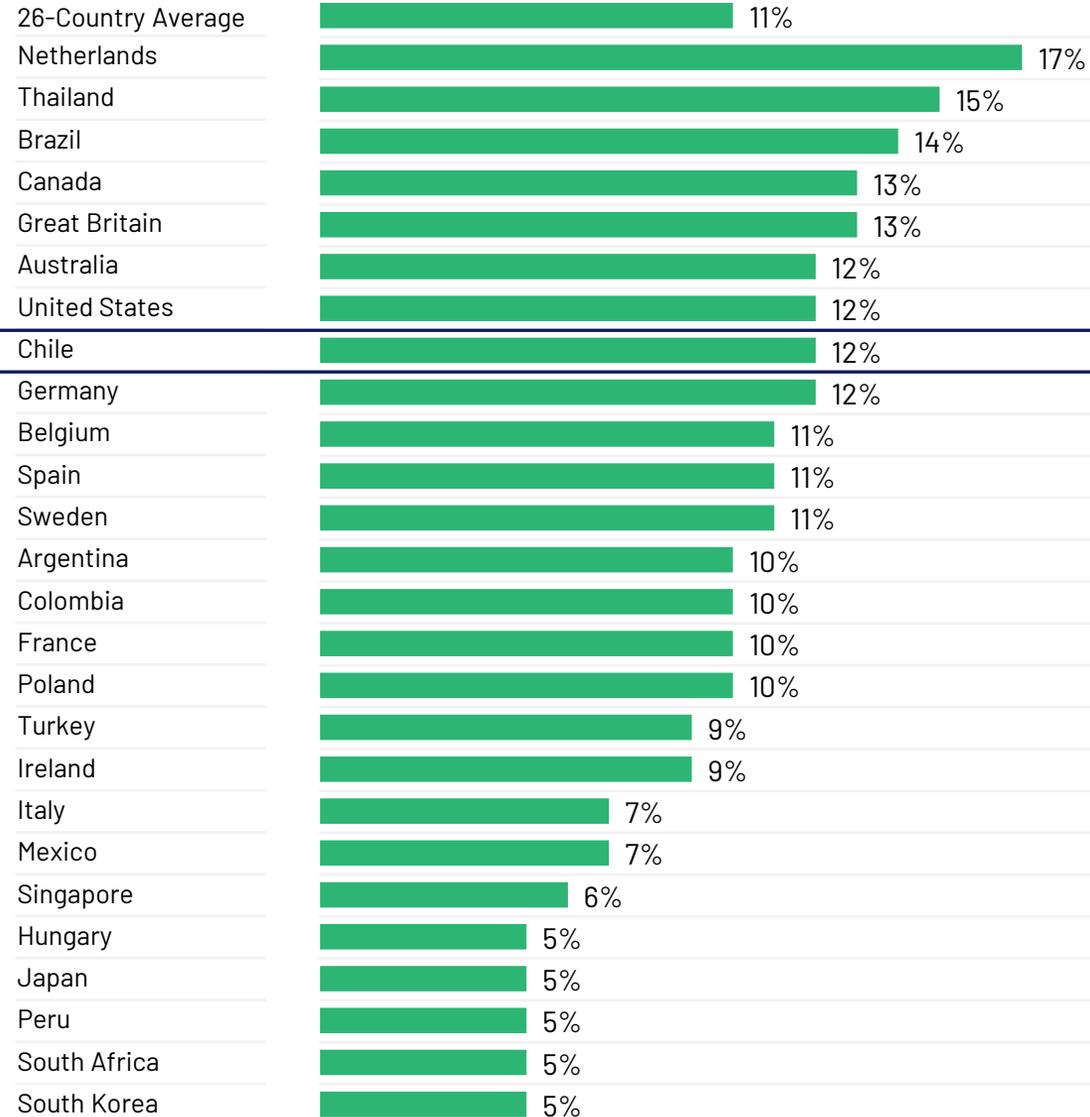
# Porcentaje neto de adultos LGBT+ por País

Cualquiera de los siguientes:

- Lesbiana/gay/homosexual
- Bisexual
- Pansexual/omnisexual
- Asexual
- Transgénero
- No binario/ de género no conforme/ de género fluido
- Distinto de hombre o mujer

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.

## País

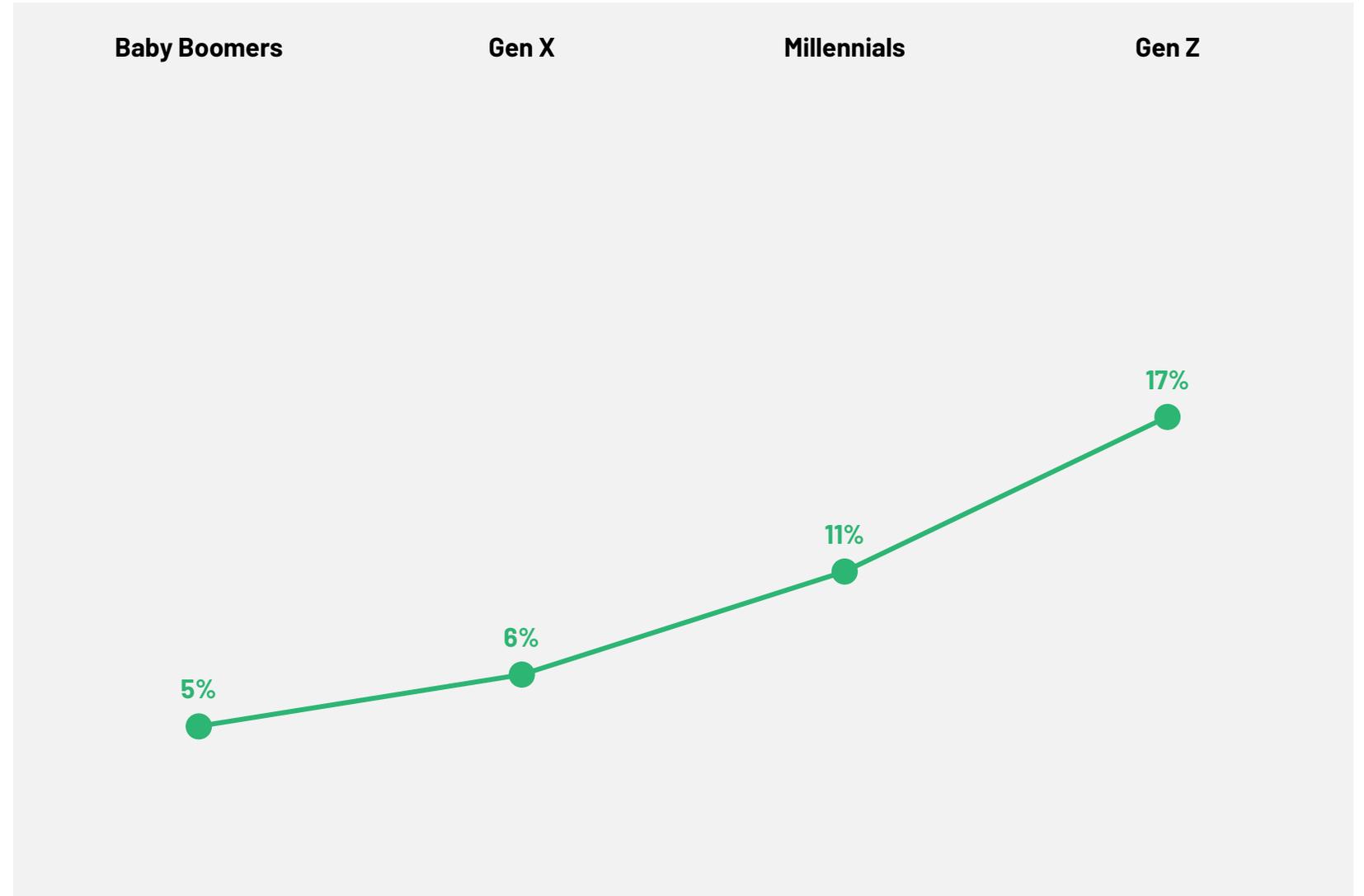


# Porcentaje neto de adultos LGBT+ por Generación

Cualquiera de los siguientes:

- Lesbiana/gay/homosexual
- Bisexual
- Pansexual/omnisexual
- Asexual
- Transgénero
- No binario/ de género no conforme/ de género fluido
- Distinto de hombre o mujer

Base: 18,515 adults aged 18-74 in Canada, Republic of Ireland, South Africa, Türkiye, and the United States, 20-74 in Thailand, 21-74 in Singapore, and 16-74 in all other countries, polled between Feb. 23 - March 8, 2024.



\* Generación Z (nacidos entre 1996-2012), Millennials (nacidos entre 1980-1995), Generación X (nacidos entre 1966-1979) y Baby Boomers (nacidos entre 1945-1965).



# Metodología



# Metodología

Estos son los resultados de una encuesta realizada en 26 países por Ipsos en su plataforma online Global Advisor entre el viernes 23 de febrero y el viernes 8 de marzo de 2024. Para esta encuesta, Ipsos entrevistó a un total de 18.515 personas adultas de entre 18 y 74 años en Canadá, República de Irlanda, 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 los 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 y México, y 500 personas en Argentina, Bélgica, Chile, Colombia, Corea del Sur,

Hungría, Irlanda, Países Bajos, Perú, Polonia, Singapur, Sudáfrica, Suecia, Tailandia y Turquía.

Las muestras de Alemania, Argentina, Australia, Bélgica, Canadá, Corea del Sur, España, Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña, Hungría, Italia, Japón, Países Bajos, Polonia y Suecia pueden considerarse representativas de la población adulta menor de 75 años. Las muestras de Brasil, Chile, Colombia, Irlanda, México, Perú, Singapur, Sudáfrica, Tailandia y Turquía son más urbanas, más cultas y/o más prósperas que la población general. Los resultados de las encuestas de estos países deben considerarse un reflejo de las opiniones del segmento más «conectado» de su población.

Los datos se ponderan 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 global de los países» refleja el resultado medio de todos los países y mercados en los que se ha realizado la encuesta. No se ha ajustado al tamaño de la población de cada país o mercado y no pretende sugerir un resultado total.

Cuando los porcentajes 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» o no declaradas.

La precisión de las encuestas en línea

de Ipsos se calcula utilizando un intervalo de credibilidad con una encuesta en la que N=1.000 tiene una precisión de +/- 3,5 puntos porcentuales y en la que N=500 tiene una precisión de +/- 5,0 puntos porcentuales. Para obtener más información sobre el uso de los intervalos de credibilidad por parte de Ipsos, visite el sitio web de Ipsos.



# Para más información



Estudios:

**Alejandra Ojeda Mayorga**

*Directora de Estudios Públicos Ipsos Chile*

[alejandra.ojeda@ipsos.com](mailto:alejandra.ojeda@ipsos.com)



Prensa:

**Carolina Suez**

*Directora de Comunicaciones Ipsos Chile*

[carolina.suez@ipsos.com](mailto:carolina.suez@ipsos.com)

