

# COMPORTAMIENTO ELECTORAL LGBTQ+ EN PERÚ



## INFORME FINAL

**Investigadores:** Denisse Castillo Matos  
Pilar Rojas Salas  
**Coordinadore:** Pilar Rojas Salas  
**Revisión de estilo:** Regina Limo  
**Diagramación:** Italo Justo Dongo / Juanjo Vásquez  
**Fotografías:** Esteban Monzón Marchand  
Sosó Carlín Calcina  
Dania Morales Perea  
Freepik.es

---

Autores: Denisse Castillo Matos y Pilar Rojas Salas

Editado por: Más Igualdad Perú  
BL. T Nro. S/N INT. 403 Urb. Residencial Santa Cruz  
San Isidro - Lima, Perú.

1a. edición - Julio 2021

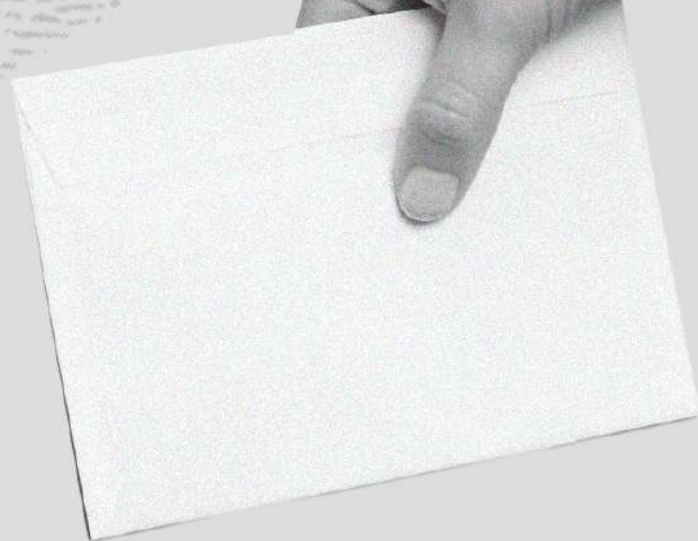
Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del  
Perú N° 2021-04255.

Se terminó de imprimir en julio del 2021 en:  
Más Igualdad Perú  
BL. T Nro. S/N INT. 403 Urb. Residencial Santa Cruz  
San Isidro - Lima, Perú

# ÍNDICE

|       |                                                                                                                 |    |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| I.    | Introducción                                                                                                    | 7  |
| II.   | Marco Teórico                                                                                                   | 10 |
| III.  | Estudios sobre la orientación sexual e identidad de género (OSIG) y su influencia en el comportamiento político | 15 |
| IV.   | Metodología                                                                                                     | 19 |
| V.    | Resultados                                                                                                      | 23 |
| 1.    | Perfil de las personas encuestadas                                                                              | 23 |
| 1.1.  | Identidad de género                                                                                             | 24 |
| 1.2.  | Orientación sexual                                                                                              | 26 |
| 1.3.  | Autoidentificación étnica                                                                                       | 27 |
| 1.4.  | Lugar de residencia                                                                                             | 29 |
| 1.5.  | Creencia religiosa                                                                                              | 30 |
| 1.6.  | Edad                                                                                                            | 30 |
| 1.7.  | Nivel de estudios                                                                                               | 31 |
| 1.8.  | Ocupación principal y situación laboral                                                                         | 32 |
| 1.9.  | Ingreso familiar y percepción sobre el salario                                                                  | 33 |
| 1.10. | Nivel Socio Económico (NSE)                                                                                     | 34 |
| 2.    | Percepción sobre la situación social y económica del país                                                       | 35 |
| 3.    | Percepción sobre principales problemas que afectan el país y situación de las personas LGBTQ+                   | 36 |
| 4.    | Democracia, ciudadanía y reconocimiento de derechos                                                             | 39 |
| 5.    | Confianza en las instituciones                                                                                  | 42 |
| 6.    | Interés en la política, ideología política y simpatía con organizaciones políticas                              | 45 |
| 7.    | Comportamiento electoral                                                                                        | 49 |
| 7.1.  | Razones para considerar a un(a) candidato(a)                                                                    | 49 |
| 7.2.  | Agenda LGBTQ+ y principales demandas                                                                            | 51 |
| 7.3.  | Momento de decisión del voto                                                                                    | 53 |
| 7.4.  | Actores que influyen en sus decisiones electorales                                                              | 54 |
| 7.5.  | Medios para obtener información acerca de las elecciones                                                        | 56 |
| 7.6.  | Participación ciudadana LGBTQ+                                                                                  | 58 |
| 8.    | Discriminación y ejercicio de los derechos políticos                                                            | 60 |
| 8.1.  | Discriminación por OSIG y participación política                                                                | 61 |
| 8.2.  | Discriminación en el ejercicio del sufragio                                                                     | 62 |
| VI.   | Conclusiones                                                                                                    | 63 |
| VII.  | Bibliografía                                                                                                    | 66 |

**V**  **TO**



## LISTA DE TABLAS

|          |                                                                                                   |    |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1  | Identidad de género según orientación sexual                                                      | 25 |
| Tabla 2  | Personas cisgénero LGB según sexo                                                                 | 25 |
| Tabla 3  | Autoidentificación étnica según OSIG                                                              | 28 |
| Tabla 4  | Personas trans y de género diverso según lugar de residencia                                      | 29 |
| Tabla 5  | Personas Cisgénero LGB según región de residencia                                                 | 30 |
| Tabla 6  | Principales problemas que afectan al país según OSIG                                              | 37 |
| Tabla 7  | Principales problemas que afectan a las personas LGBTQ+ y sus familias según OSIG                 | 39 |
| Tabla 8  | Participación en los tres últimos procesos electorales                                            | 53 |
| Tabla 9  | Coherencia del voto                                                                               | 54 |
| Tabla 10 | Influencia en decisiones electorales de las persona LGBTQ+ según OSIG                             | 55 |
| Tabla 11 | Importancia de medios de comunicación en las decisiones electorales de personas LGBTQ+ según OSIG | 57 |
| Tabla 12 | Participación de personas LGBTQ+ en organizaciones según OSIG                                     | 59 |
| Tabla 13 | Acciones de personas LGBTQ+ en los dos últimos años según OSIG                                    | 59 |
| Tabla 14 | Casos de discriminación a personas trans y de género diverso al momento de ejercer el sufragio    | 63 |

## LISTA DE GRÁFICOS

|            |                                                                                          |    |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gráfico 1  | Esquema resumen de las variables utilizadas para el estudio del comportamiento electoral | 13 |
| Gráfico 2  | Porcentaje de identidad de género                                                        | 26 |
| Gráfico 3  | Porcentaje de orientación sexual                                                         | 26 |
| Gráfico 4  | Porcentaje de orientación sexual según identidad de género                               | 27 |
| Gráfico 5  | Autoidentificación étnica de personas LGBTQ+                                             | 28 |
| Gráfico 6  | Lugar de residencia de las personas LGBTQ+                                               | 29 |
| Gráfico 7  | Creencias religiosas de personas LGBTQ+                                                  | 30 |
| Gráfico 8  | Grupos de edades                                                                         | 31 |
| Gráfico 9  | Mayor nivel de estudio de personas LGBTQ+                                                | 31 |
| Gráfico 10 | Nivel de estudios según OSIG                                                             | 32 |
| Gráfico 11 | Ocupación principal según OSIG                                                           | 32 |

|            |                                                                                                               |    |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gráfico 12 | Situación laboral de las personas LGBTQ+ que se encuentran trabajando según OSIG                              | 33 |
| Gráfico 13 | Rangos de ingreso familiar mensual según OSIG                                                                 | 33 |
| Gráfico 14 | Percepción de salario y/o ingresos familiares según OSIG                                                      | 34 |
| Gráfico 15 | Categorías de nivel socio económico de personas LGBTQ+                                                        | 34 |
| Gráfico 16 | Categorías de nivel socio económico según OSIG                                                                | 35 |
| Gráfico 17 | Percepción sobre progreso del país según OSIG                                                                 | 35 |
| Gráfico 18 | Percepción de situación económica actual del país según OSIG                                                  | 36 |
| Gráfico 19 | Principales problemas que afectan al país según las personas LGBTQ+                                           | 37 |
| Gráfico 20 | Principales problemas que afectan a las personas LGBTQ+ y sus familias                                        | 38 |
| Gráfico 21 | Satisfacción con la democracia según OSIG                                                                     | 40 |
| Gráfico 22 | Percepción sobre utilidad de la democracia OSIG                                                               | 41 |
| Gráfico 23 | Percepción sobre el trato a personas LGBTQ+                                                                   | 41 |
| Gráfico 24 | Percepción de avance de los derechos de las personas LGBTQ+ respecto al 2015                                  | 42 |
| Gráfico 25 | Confianza en partidos políticos según OSIG                                                                    | 42 |
| Gráfico 26 | Confianza en el Congreso de la República según OSIG                                                           | 43 |
| Gráfico 27 | Confianza en el Sistema de Justicia según OSIG                                                                | 43 |
| Gráfico 28 | Confianza en las FFAA/PNP                                                                                     | 44 |
| Gráfico 29 | Confianza en medios de comunicación                                                                           | 44 |
| Gráfico 30 | Institución en la que MÁS confían las personas LGBTQ+                                                         | 45 |
| Gráfico 31 | Institución en la que MENOS confían las personas LGBTQ+                                                       | 45 |
| Gráfico 32 | Interés en la política según OSIG                                                                             | 46 |
| Gráfico 33 | Autopercepción sobre ideología política de las personas trans y de género diverso                             | 47 |
| Gráfico 34 | Autopercepción sobre ideología política de las mujeres y personas bisexuales                                  | 47 |
| Gráfico 35 | Autopercepción sobre ideología política de hombres gays y bisexuales                                          | 47 |
| Gráfico 36 | Votación en EG 2016 según ideología política                                                                  | 48 |
| Gráfico 37 | Votación en ECE 2020 según ideología política                                                                 | 49 |
| Gráfico 38 | Cualidades importantes en un(a) candidato (a) que participa en Elecciones Generales según las personas LGBTQ+ | 50 |

|            |                                                                                        |    |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gráfico 39 | Importancia de que el partido o candidatura sea LGBTQ+                                 | 50 |
| Gráfico 40 | Importancia de propuestas en educación, salud y trabajo, para personas LGBTQ+          | 51 |
| Gráfico 41 | Importancia del reconocimiento de la identidad de género de las personas trans         | 52 |
| Gráfico 42 | Importancia del matrimonio igualitario y/o unión civil                                 | 52 |
| Gráfico 43 | Momento de decisión del voto según OSIG                                                | 53 |
| Gráfico 44 | Influencia en decisiones electorales de personas LGBTQ+                                | 54 |
| Gráfico 45 | Importancia de medios de comunicación en decisiones electorales de personas LGBTQ+     | 56 |
| Gráfico 46 | Participación de personas LGBTQ+ en alguna organización en los últimos 12 meses        | 58 |
| Gráfico 47 | Acciones de personas LGBTQ+ en los dos últimos años                                    | 59 |
| Gráfico 48 | Respeto de la sociedad hacia personas LGBTQ+ con relación al 2015                      | 60 |
| Gráfico 49 | Percepción de discriminación por OSIG en espacios de participación política según OSIG | 61 |
| Gráfico 50 | Tipos de discriminación por OSIG en espacios de participación política                 | 62 |
| Gráfico 51 | Percepción de discriminación por OSIG en el ejercicio del sufragio según OSIG          | 62 |



*Esta investigación ha sido posible gracias al involucramiento y apoyo de las 1700 personas LGBTQ+ que participaron respondiendo el cuestionario virtual brindándonos su tiempo. De manera especial, agradecer al equipo de personas que realizaron las entrevistas de manera telefónica (Arturo Dávila, Bruno Montenegro, Clauco Velásquez, Fernando Panana, Gia Gamboa, Mía Loarte y Wendy Auccapure). Sin duda el tiempo que cada una dedicó para completar la consulta virtual y también en la difusión nos ha permitido tener mayor información sobre el comportamiento electoral de las personas LGTBQ+. También queremos agradecer al equipo de Más Igualdad por sus valiosos comentarios y aportes durante el proceso de investigación y análisis.*

*Finalmente, nuestra gratitud hacia NDI (National Democratic Institute) por el financiamiento al presente estudio y su apuesta al fortalecimiento de la participación política de poblaciones en situación de exclusión en América Latina. En especial a Kent Foggy Kara Newman, quienes nos han brindado el acompañamiento necesario para la implementación del proyecto “Diversidad al Bicentenario”, del cual este estudio forma parte.*



# I. INTRODUCCIÓN

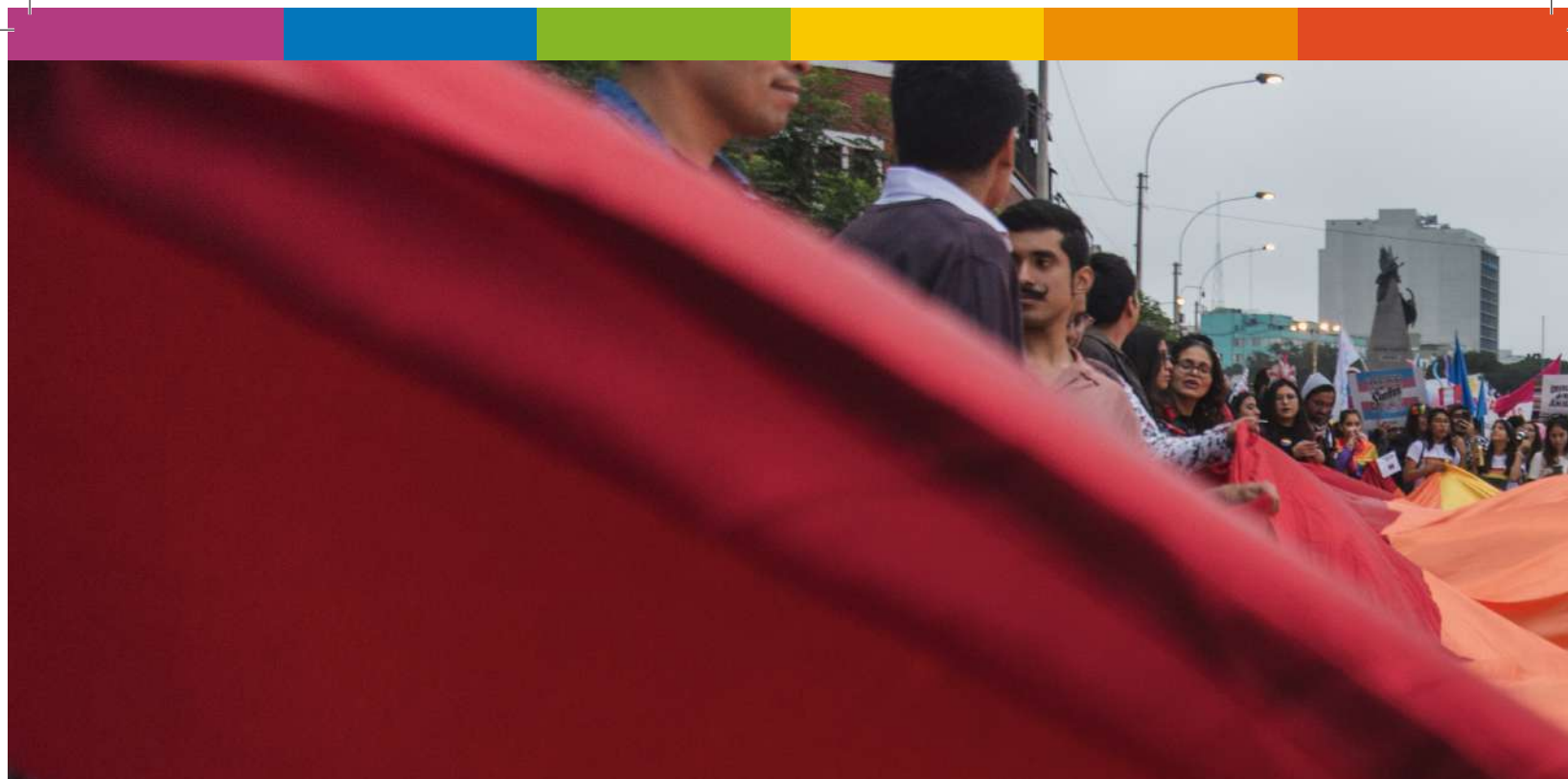
En el 2020 se presentaron los resultados de la II Encuesta Nacional de Derechos Humanos realizada por encargo del Ministerio de Justicia del Perú. Uno de los resultados más reveladores es la primera aproximación al número de peruanas y peruanos mayores de edad que se identifican con una orientación sexual distinta a la heterosexual (el 8% de encuestados), lo que conlleva a una estimación de más de 1.7 millones de personas adultas que se identifican como no heterosexuales. Esta información es significativa pues en el Perú, es la primera vez que se tiene un estimado referente al porcentaje de la población no heterosexual. Lamentablemente, debido a la metodología que se utilizó no se puede identificar a la población trans ni realizar cruces con otras variables demográficas. Esta encuesta junto con la Primera Encuesta Virtual LGBTQ+, que realizó el Instituto Nacional de Estadística e Informática del Perú (INEI) en el 2017, son la única información oficial desde el Estado que se tiene en el Perú a nivel estadístico. Esta situación da cuenta de un terrible vacío en la producción de información que permita dar cuenta de los diversos problemas que las personas de la diversidad sexual enfrentan en el ejercicio de sus derechos, lo que limita el diseño de respuestas efectivas desde el Estado.

Si bien en los últimos años se ha realizado una producción sin precedentes sobre información respecto a la diversidad sexual en el Perú, esta es aún insuficiente para dar cuenta de la afectación a los derechos humanos de las personas LGBTQ+. Específicamente en el ámbito de la participación política, la Defensoría del Pueblo en el 2016 y varias organizaciones sociales como Fémimas y Diversidades Trans Masculinas (DTM) han logrado evidenciar la dificultad de las personas trans en el ejercicio del voto. Sin embargo, es necesario conocer más información respecto a las diferentes dimensiones de la participación más allá del voto.

A nivel internacional, existe una diversidad de investigaciones cuantitativas que, a través de diferentes pruebas estadísticas, han brindado respuesta sobre las principales características del comportamiento electoral de determinados grupos. Las y los autores sugieren que existen diferentes variables que impactan en este fenómeno. Los estudios más clásicos resaltan la influencia del entorno más cercano a partir de los grupos de interés o de las identidades partidarias que influyen en la decisión del voto (Sulmont, 2017). En general, el consenso es que el voto se ve influido por “macro variables, como el tamaño de la población, el diseño institucional, las dinámicas de la competencia; y micro variables, como el deber cívico, la eficacia política, las redes de comunicación, la integración social, entre otras” (Bedoya Marulanda, Escobar Escobar, Sánchez Parra, & Nieto Palacio, 2019, p. 179).

Las variables analizadas dependen en gran medida de las bases de datos utilizadas, construidas en base a encuestas a nivel nacional o de gran escala que permiten realizar análisis estadísticos más complejos<sup>1</sup>. En este sentido ha sido fundamental la inclusión de variables vinculadas a la Orientación Sexual e Identidad de Género (OSIG)

<sup>1</sup>Algunos ejemplos de estas encuestas son Voter News Service (VNS), the National Election Pool (NEP) exit polls, y General Social Survey (GSS) en Estados Unidos; CSES Comparative Study of Electoral Systems, ESS European Social Survey en Europa; y el Latinobarómetro de las Américas en América Latina.



en las encuestas, situación que aún no ocurre a nivel de América Latina. Si bien el estudio del comportamiento electoral es extenso, los estudios que incluyen variables vinculadas a la sexualidad son escasos y están concentrados principalmente en Estados Unidos y Europa (Perrella, Brown, & Kay, 2012). Replicar estos estudios en países de América Latina es muy complejo dado que no se tiene información similar o encuestas que consideren la variable OSIG (Perez, 2014; Urban, Flor, Ramos, & Ortiz, 2020). Ello es resultado de un contexto aún adverso para las personas LGBTQ+ en la región en la que son recientes y escasas las reformas orientadas a los derechos político-electorales a las poblaciones LGBTQ+, especialmente de las personas trans (Muñoz-Pogossian, 2020), lo que incluye el recojo de información especializada sobre esta población a través de encuestas nacionales. Esta situación genera que sean muy escasos los estudios político-electorales sobre las personas LGBTQ+ (Muñoz-Pogossian, 2020).

Existen algunos reportes sobre derechos de las personas LGBTQ+ en América Latina en los que se aborda una sección sobre participación política<sup>2</sup>. Sin embargo, además de la breve sección sobre participación política de la Primera Encuesta Virtual para personas LGBTQ+ (INEI, 2017) aún no existe un documento que analice el comportamiento político y electoral de las personas LGBTQ+ en Perú. Esta situación es muy preocupante dado que en nuestro país aún hay altos niveles de discriminación hacia las personas LGBTQ+: en la última encuesta realizada a solicitud del Ministerio de Justicia, se señala que más de un 70% de peruanxs indican que la población LGBTQ+ es uno de los grupos más discriminados en el país (MINJUS & IPSOS, 2020). En ese sentido, es necesario contar con más información sobre las personas LGBTQ+. Especialmente es interesante abordar el nivel de vinculación con un Estado que aún invisibiliza y niega diversos derechos a esta población.

<sup>2</sup>Se pueden revisar las encuestas realizadas con el Centro Latinoamericano en Sexualidad y Derechos Humanos en Bogotá (2007), Córdoba (2010) y Chile (2011) en los que se aborda una sección sobre participación política (<http://www.clam.org.br/es/livros/>).



Es importante señalar que se habla de las personas LGBTQ+ como estrategia metodológica para hacer referencia a un grupo de especial protección, terminología recogida en el Plan Nacional de Derechos Humanos 2018 – 2021. Con ello se quiere remarcar que no creemos que la experiencia de las personas LGBTQ+ son homogéneas ni que pueden ser reducidas a algunas cifras en promedio. En la medida de lo posible, a lo largo del estudio se realizan diferencias entre personas trans y cisgénero (y dentro de ellas entre mujeres lesbianas y bisexuales, y hombres gays y bisexuales). Estamos hablando de las personas LGBTQ+ como un grupo de especial protección pues, aunque las personas de este grupo podrían no encontrarse relacionadas entre sí de manera individual, a nivel grupal son víctimas de la discriminación estructural que está presente en el Perú, lo que contribuye a su sometimiento a un estado de vulnerabilidad temporal o permanente que hace necesario que institucionalmente se tomen medidas para proteger la integridad de estas personas.

En ese sentido, este estudio exploratorio-descriptivo tiene como objetivo aproximarse a las percepciones sobre la democracia y el grado de interés en la política del electorado LGBTQ+ en el Perú para generar información pertinente que contribuya a la mejor comprensión sobre la participación política de esta población. Esta información es fundamental para el fortalecimiento de la democracia y para el desarrollo de acciones que promuevan la participación de grupos excluidos históricamente como las personas LGBTQ+. Ello, en un contexto aún adverso para el ejercicio efectivo de sus derechos. Los hallazgos de este reporte son resultado de una encuesta virtual autoaplicada y telefónica en 6 ciudades de Perú. Esta encuesta es parte del proyecto sobre comportamiento electoral y cultura política LGBTQ+ que realiza la organización Más Igualdad Perú, gracias a los Fondos de Igualdad de Derechos.



## II. MARCO TEÓRICO

El tema que aborda esta investigación se ubica dentro de un campo de las ciencias sociales que tiene como eje central entender las diferentes dimensiones de la participación política de las personas. Como ya se señaló en los objetivos, se propone analizar con especial énfasis la participación electoral<sup>3</sup> de las personas LGBTQ+ a partir de las decisiones asociadas a la votación. Cabe resaltar que esta es una de las formas más frecuentes de participar políticamente en las democracias contemporáneas dado que no suele requerir una inversión muy grande de recursos, en comparación con otras formas de participación (Verba, Nie y Kim, 1978, citado en Baralt, 2006, p. 75).

Así, diversos estudios desde la ciencia política, la sociología y la psicología política se han planteado preguntas que buscan comprender las diferentes dimensiones del comportamiento electoral: ¿qué explica la abstención? ¿qué influye en la decisión del voto? ¿cuál es la influencia de las reglas electorales en los niveles de participación? ¿cuál es la influencia de la identificación ideológica en el voto?, etc. Las revisiones teóricas al respecto (Baralt, 2006; Bedoya Marulanda et al., 2019; Marulanda & Fredy, 2015; Schmitt-Beck, 2019) explican que los estudios han utilizado variables de análisis desde un enfoque en particular. Los enfoques clásicos propusieron el análisis desde las perspectivas sociológica y psicológica, adicionalmente se incorporan las perspectivas racional o económica y la institucional. En esta sección explicaremos brevemente los planteamientos de cada perspectiva.

El primer enfoque, también denominado como la “Escuela de Columbia” (Berelson, Lazarsfeld, & McPhee, 1954; Lazarsfeld, Bernard, & Gaudet, 1944) plantea que el electorado considera las relaciones sociales que tiene con los demás miembros de sus “grupos de referencia” o comunidades a las cuales pertenece (religión, asociación étnica, trabajo, etc.) cuando decide su voto. Sulmont (2017) señala que “la estructura social condiciona la formación de pertenencia a grupos y comunidades sociales, los cuales, a partir del proceso de socialización y de la convivencia cotidiana, ejercen una influencia directa en la configuración de las orientaciones políticas de las personas”, entonces se trata de una decisión influida por el contexto y estructuras sociales cotidianas de las personas.

Para el segundo enfoque, la socialización también es importante, pero el mecanismo de influencia que se propone es diferente. Se considera que las estructuras sociales, económicas y políticas son el marco en el cual las personas forman un conjunto de disposiciones y actitudes hacia el sistema político, que se pueden ir consolidando en el tiempo. Estas actitudes y emociones permiten formar vinculaciones con las organizaciones políticas que determinan su decisión al momento de votar (Campbell, Converse, & Stokes, 1960). En este sentido es importante señalar que la identificación partidaria se presenta como una variable fundamental de discusión en el comportamiento electoral. Esta se entiende como la “adhesión afectiva duradera con alguna de las principales agrupaciones políticas que estructuran la vida política

<sup>3</sup> Dado que la mayor literatura especializada sobre el tema se encuentra en inglés se han utilizado los términos voting, electoral behavior y voting behavior como términos de búsqueda principales.



del país” (Sulmont, 2017, p. 27), estas le pueden brindar al elector un “mapa cognitivo” que le permiten tomar la decisión de su elección. Al igual que en la perspectiva sociológica, no quiere decir que las personas no tomen en consideración los debates y la coyuntura, sino que la lectura de estos se realizará mediada o por la posición de su grupo de referencia o por su identificación con las ideas o posición de un partido. De esta manera no es necesario comprender la complejidad de las decisiones políticas que están en juego, sino que se puede usar la identificación partidaria como un “atajo” para tomar decisiones (Sulmont, 2017).

El tercer modelo, propuesto por Anthony Downs (1957) sugiere que la decisión del elector se puede comprender mejor desde un enfoque utilitarista. Es decir, la decisión del voto se verá influenciada por la evaluación de los beneficios que ha proporcionado el gobierno de turno y los posibles beneficios (principalmente económicos) que se puede recibir de los partidos de oposición. Esa racionalidad se puede explicar desde diferentes dimensiones. Una de ellas es a través del análisis de la proximidad del elector con respecto a posturas sobre temas centrales vinculados a lo económico. Este enfoque es conocido como *issue voting* pues la elección dependerá de qué tan distante o no se encuentra el candidato de los principales temas que le interesan al elector. Así, un partido podría tener más posibilidades de ganar si se encuentra más cerca al “votante promedio” en los temas más polémicos. Sulmont lo explica de la siguiente manera:

“Al respecto se distinguen dos tipos de metas u objetivos: las metas controversiales (*position issues*) y las metas consensuales (*valence issues*). Las primeras se refieren a conflictos públicos en torno a objetivos de política o los medios para llegar a ellos: por ejemplo, la disyuntiva entre promover una política económica orientada básicamente hacia el mercado externo o impulsar otra que busque desarrollar la industria y el mercado interno; o los debates en torno al rol de la iniciativa privada o la intervención estatal. En el plano de los “valores morales”, se pueden destacar los conflictos o debates que surgen en determinadas sociedades en relación con el aborto y los derechos reproductivos, o los de las minorías sexuales” (2017, p. 30)

Desde esta perspectiva el elector puede rechazar o conservar el apoyo a los líderes políticos según su desempeño en el gobierno, especialmente vinculado a la política económica. Así, el electorado utiliza su voto como un tipo de control de la acción de los políticos que están en el gobierno. Lewis-Beck y Paldam (2000, p.14 citado en Sulmont, 2017) indican que los cambios económicos (principalmente vinculados al desempleo, crecimiento económico y la inflación) pueden explicar hasta un tercio de los cambios en el voto, concentrándose principalmente en lo ocurrido en el pasado antes de lo que podría ocurrir en un futuro.

Es importante señalar que la mayoría de los estudios clásicos presentados hasta ahora se realizaron a partir de encuestas e información de Estados Unidos. Así, el siguiente enfoque sugiere que es fundamental incorporar en el análisis la estructura y variables institucionales (proporcionalidad del sistema, número de partidos, obligatoriedad del voto) de cada país. Para ello, desde la política comparada se han utilizado estudios en base a encuestas nacionales y trasnacionales que permiten



identificar la influencia de las reglas electorales y del sistema en la decisión del voto. Principalmente se sugiere que la participación electoral puede ser más alta en sistemas con representación proporcional; asimismo el multipartidismo tendría un efecto negativo en la participación dado que las coaliciones son necesarias y la naturaleza de estas es impredecible (Bedoya Marulanda et al., 2019). Además, si bien en una mayoría de países el voto es voluntario –dado que es un derecho– también se puede entender como un deber ciudadano por lo que podría ser impuesto por el Estado (Fernández 2002, citado en Baralt, 2006, p. 85) como lo es en el caso peruano. Sin embargo, para América Latina, la obligatoriedad del voto no parece ser determinante en la decisión electoral (Maldonado, 2011).

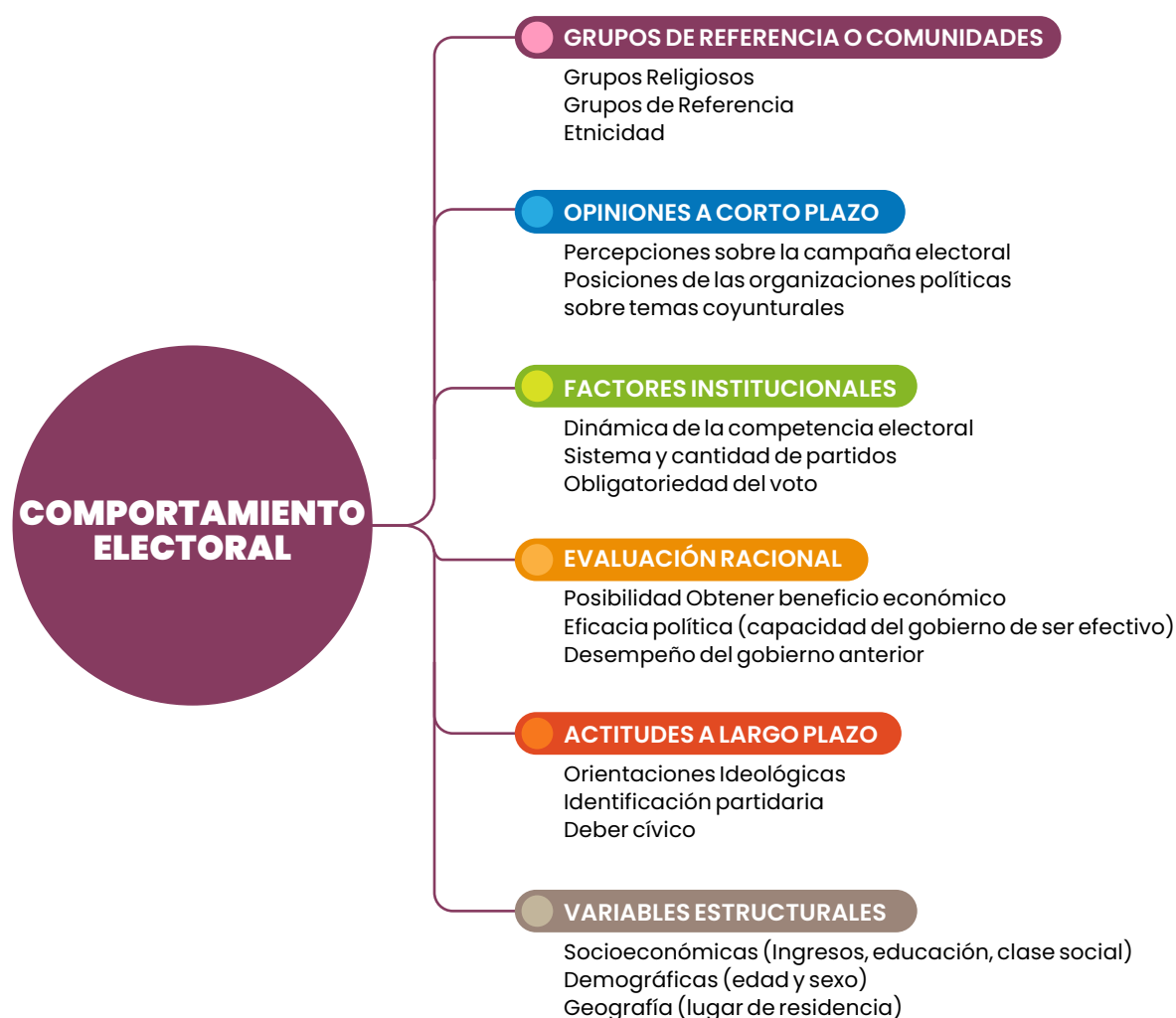
Los estudios sobre América Latina indican que son relevantes, además de la estructura institucional, las identidades grupales y la posición de los partidos sobre temas relevantes (Carlin, Ryan, Singer, & Zechmeister, 2015). Algunos trabajos indican que, desde una perspectiva histórica, la clase social jugaría un rol fundamental en el voto de los segmentos más desfavorecidos como los pobres, desempleados y trabajadores con poca especialización (Mainwaring, Torcal, & Somma, 2015). Adicionalmente, también hay evidencia de la presencia de un voto desde la perspectiva racional o económica, Singer (2013) muestra que, si bien no hay un determinante del voto, en América Latina las personas tienden a castigar a los gobiernos cuando hay un mal desempeño económico, especialmente cuando los votantes se ven directamente afectados, no solo cuando se producen resultados dañinos para el país en general. Sin duda, la baja institucionalidad de partidos en América Latina sugiere que el vínculo entre los grupos sociales y las organizaciones políticas depende generalmente de la coyuntura (Sulmont, 2017). Así, la conexión entre ideología y el voto aparece débil, con excepción de Chile, Uruguay y Venezuela; aún más, gran parte de las y los electores no utiliza etiquetas ideológicas. (Sulmont, 2017; Zechmeister, 2015).

En el caso del Perú se puede identificar influencia de la percepción sobre la vinculación hacia la izquierda o derecha de los candidatos y candidatas presidenciales pero no de una identificación personal en términos ideológicos con un partido, lo que refuerza la idea de una vinculación más personalista (Sulmont, 2018). El sistema de partidos débilmente institucionalizado parecería no permitir un voto consistente en el tiempo en términos programáticos por lo que se recurriría a decisiones más de corto plazo (Osorio, 2015; Sulmont, 2018). La excepción a esto son los votantes del fujimorismo, que han mostrado identificación personalista que se fue transformando en un voto programático (Sulmont, 2018) y de ideología cercana al autoritarismo (Maldonado, 2017). Para el resto de la población las características y asociaciones sociodemográficas parecen ser más importantes (Lazo Rodríguez, 2015; Osorio, 2015) en combinación con las condiciones coyunturales y la campaña electoral (Lazo Rodríguez, 2015).

Cabe resaltar que los enfoques mencionados no son excluyentes entre sí. El consenso actual es que la decisión de votar, finalmente, es resultado de un conjunto de “macro variables, como el tamaño de la población, el diseño institucional, las dinámicas de la competencia; y micro variables, como el deber cívico, la eficacia política, las redes

de comunicación, la integración social, entre otras” (Bedoya Marulanda et al., 2019, p. 179). Estas variables también se pueden entender como un “embudo de causalidad” del voto en el que se incorporan variables estructurales (socioeconómicas, geográficas y demográficas), actitudes a largo plazo (orientaciones ideológicas y partidarias) y opiniones de corto plazo influenciadas por la coyuntura económica y social (Carlin, Ryan et al., 2015). Adicionalmente, también es importante considerar las variables del contexto que podrían tener un efecto a corto plazo como las dinámicas de la competencia, campañas electorales, coyuntura, la variable geográfica y las barreras de acceso a información (Bedoya Marulanda et al., 2019). En la siguiente imagen se realiza un resumen de las principales variables identificadas. Para fines de esta investigación nuestro análisis incluirá las variables estructurales, los grupos de referencia, las actitudes a largo plazo y los análisis racionales.

**GRÁFICO1** ESQUEMA RESUMEN DE LAS VARIABLES UTILIZADAS PARA EL ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO ELECTORAL







### III. ESTUDIOS SOBRE LA ORIENTACIÓN SEXUAL E IDENTIDAD DE GÉNERO (OSIG) Y SU INFLUENCIA EN EL COMPORTAMIENTO POLÍTICO

Como se ha mostrado en la sección anterior existe un amplio número de estudios desde diversas disciplinas que hace décadas plantean brindar explicaciones sobre las variables asociadas al comportamiento político. En esta sección se muestra una breve revisión sobre los principales estudios académicos que discuten la importancia de analizar el tipo de efecto y relación que puede tener la identificación con alguna de las categorías de OSIG en las diferentes dimensiones de la participación política y electoral. La gran mayoría de estos estudios de metodología cuantitativa se han desarrollado en Estados Unidos (Edelman, 1992; Egan, Edelman, & Sherrill, 2008; Hertzog, 1996a; Lewis, Rogers, & Sherrill, 2011) o Europa (Turnbull-Dugarte, 2020) y están concentrados en Lesbianas, Gays y Bisexuales (LGB). Solo se identificó un estudio de Canadá (Perrella et al., 2012) que si incluía a personas trans. La ausencia de estas personas en el análisis es justificada por las pocas observaciones en las bases revisadas que no permiten realizar pruebas estadísticas.

Las preguntas principales que han guiado las investigaciones giran en torno a conocer si las motivaciones para votar y elegir partidos de las personas LGBTQ+ son diferentes a quienes no se identifican como tal (Perrella et al., 2012). También se han preguntado por el rol de la sexualidad en la identificación ideológica y el comportamiento electoral (Turnbull-Dugarte, 2020). Además, se ha buscado comprender qué piensan las personas LGBTQ+ sobre política, en qué medida participan ciudadanamente y el interés que muestran en asuntos públicos (Egan et al., 2008), cabe resaltar que este estudio utilizó una de las encuestas académicas más completas dirigidas a personas LGB sobre temas vinculados a su identidad, opiniones sobre temas de política pública, participación e intereses políticos, salida del clóset, conocimiento sobre derechos LGB y prioridades en el tema LGBTQ+. <sup>4</sup>

Respecto a los principales resultados, en estos estudios tenemos coincidencias vinculadas a las características demográficas de las personas que participaron de las encuestas. Así, un perfil general plantea que las personas lesbianas, gays y bisexuales (en adelante LGB) son jóvenes, con mayor nivel educativo e interés en participar políticamente (Egan et al., 2008; Hertzog, 1996b). Ello se ve reflejado en expresar un mayor nivel y sentido de civismo que el promedio estadounidense. Esta participación se materializa, por ejemplo, en campañas, contacto al gobierno y la asistencia a protestas (Egan et al., 2008, p. 17). Asimismo, las personas LGB señalan estar seguras de su identidad y no quisieran cambiarla. Sin embargo, ello no quiere decir que se sientan necesariamente vinculados con otras personas LGBs o piensen en la comunidad como fundamental en sus decisiones (Egan et al., 2008). Esto se acentúa en el caso de las personas bisexuales, quienes estarían menos interesados en los derechos LGBTQ+ que las personas lesbianas o gays (Lewis et al., 2011).

<sup>4</sup>La encuesta duró 25 minutos, fue aplicada vía internet y la respondieron 768 personas.



Adicionalmente, se ha identificado una clara vinculación a posiciones más liberales (Edelman, 1992; Hertzog, 1996b) y con mayor frecuencia una fuerte asociación a posiciones de izquierda relacionadas al medio ambiente, el rol del gobierno, la inmigración (Hertzog, 1996a; Perrella et al., 2012; Turnbull-Dugarte, 2020) y sobre todo la posición favorable hacia el aborto (Egan et al., 2008). Cabe resaltar que Turnbull-Dugarte señala que más personas lesbianas y gays se identifican ideológicamente más cercanos a la izquierda que las personas bisexuales y heterosexuales (2020). Así, estas posiciones se materializan con un apoyo que ha sido consistente hacia el partido Demócrata en Estados Unidos, ello, más que muestra de la afiliación al partido, parece ser la posición de aversión hacia el partido conservador (Perrella et al., 2012). Sin embargo, es necesario recalcar que existe entre un 20% y un 30% de personas LGBTQ+ que votaron por el partido Republicano (GO PROUD 2010, citador por Perrella et al., 2012), lo que invita a la reflexión y al análisis de las personas que son LGB y conservadoras.

Los modelos presentados en los estudios sugieren la presencia de un voto temático que toma en consideración las posiciones de los partidos sobre los derechos LGBTQ+ como el matrimonio igualitario en, por lo menos, un tercio de los casos (35%), que a su vez puede promover un voto estratégico que busque optar por la opción de candidatura que pueda ganarle al partido conservador (Perrella et al., 2012). Adicionalmente, quienes se identifican de manera visible como parte de la comunidad LGBTQ+ tienen más probabilidades de participar políticamente (Battle & Harris, 2013). Por su lado, Egan (2008) sugiere que la explicación a esto es la influencia de dos factores: primero, la salida del clóset como un espacio de transformación que lleva a cambios políticos en diversas dimensiones y, segundo, la socialización en espacios con otras personas LGBTQ+. En el primer caso hay un cuestionamiento sobre la autoridad y el estatus de grupos externos y el segundo, la socialización dentro de la comunidad LGB aumenta la identificación con el liberalismo, la identificación partidaria y voluntad de basar el comportamiento político en los intereses de personas LGB (Lewis et al., 2011).

Llama la atención que en los estudios revisados se haga explícita la comparación y coincidencia de los patrones de comportamiento electoral de las personas LGBTQ+ con personas afroamericanas, feministas y latinx no cubano (Battle & Harris, 2013; Edelman, 1992; Hertzog, 1996a). La importancia de sentir la pertenencia a un grupo para quienes han sido marginados, en el caso de la comunidad LGBTQ+ y de las personas afroamericanas, proveen espacios en los que las personas de esas comunidades pueden socializar y frecuentemente son lugares de activismo, sin olvidar que estos grupos no son homogéneos y puede existir discriminación al interior del grupo (Battle & Harris, 2013). Adicionalmente, el efecto de la sexualidad es comparable a factores tradicionales de estudio como la ideología, la clase, la identidad cultural y la elección que considera la capacidad de postulante para gobernar (Turnbull-Dugarte, 2020). Así, la consistencia en el voto hacia el partido Demócrata, al igual que en el caso de los judíos, latinx y no religiosos, se podría explicar por la vinculación intergeneracional y de socialización, sin embargo, los padres de las personas LGB no son predominantemente más cercanos a uno y otro partido (Lewis et al., 2011) por lo que es necesario analizar otro tipo de variables como la exposición a episodios de discriminación.



Así, dado que el sentimiento de pertenencia a la comunidad LGBTQ+ es uno de los predictores más importantes para entender la participación sociopolítica (Battle & Harris, 2013) es necesario precisar que el análisis de la percepción de las personas LGBTQ+ no se puede realizar sin tener en consideración las experiencias de marginación y discriminación que ha afectado históricamente a esa comunidad. Oskooii (2016) señala que la influencia de la discriminación depende de si esta es sistemática (institucional) o individual. En el primer caso, es probable que la participación política se eleve pues se promueven mayores ideales de querer lograr igualdad y justicia para obtener posibles beneficios políticos como derechos civiles y leyes de protección antidiscriminatoria (Turnbull-Dugarte, 2020). En el segundo caso, la participación política no se aumenta en la misma intensidad y se traducirá más a espacios no electorales (Page, 2018). Aún más, la experiencia de estigmatización como resultado de la intersección de múltiples identidades reducirá sustancialmente el deseo de buscar un cambio a través de la participación política (Cravens, 2020).

Finalmente, cabe resaltar, que metodológicamente la diversidad sexual es difícil de observar y de estudiar. La información que se tiene de las encuestas no permite la mejor aproximación (Perez, 2014) dado que es especialmente difícil contar con la posibilidad de tener con una muestra que permita realizar análisis estadísticos complejos. Estas encuestas requieren el proceso de autoidentificación como parte fundamental, lo que plantea diversos problemas para las personas que ya sufren algún otro tipo de vulnerabilidad, ello explicaría el motivo de la mayor representación de personas con mayor educación y de zonas urbanas en las encuestas (Perrella et al., 2012). Ello sumado a la invisibilización de las experiencias de las personas trans hacen que estos estudios sean aún insuficientes para comprender las diversas dimensiones de la interacción entre la identificación por OSIG y el comportamiento político.

HOY MARCHO  
POR LOS QUE  
TIE NEN MIEDO



## IV. METODOLOGÍA

Las principales limitaciones para la implementación del estudio fueron la dificultad de conocer el universo total de las personas LGBTQ+ en el Perú y la distribución de estas en el territorio nacional. Asimismo, el periodo de crisis sanitaria producto de la COVID-19 limitó la posibilidad de realizar un trabajo de campo y aplicación de instrumentos presenciales. En ese sentido el estudio plantea un alcance exploratorio a través de una aproximación cuantitativa y la aplicación de una encuesta virtual autoaplicada no probabilística por conveniencia. Cabe resaltar que este tipo de aproximación restringe la participación a personas que tienen la posibilidad de acceder a internet. En el Perú, si bien la cobertura ha aumentado en los últimos años, para el año 2019 en el ámbito urbano el 71% de personas mayores a 17 años tenía acceso a internet y en el ámbito rural solo el 35% aproximadamente tenía acceso a internet (INEI, 2020). Así es importante señalar que este estudio se concentrará principalmente en la población urbana del país.

La principal referencia que se tiene de una encuesta similar en el Perú, para aproximarnos a posibles niveles de participación, es la “Primera encuesta virtual para Personas LGBTQ+ en el Perú” realizada por el INEI (2017). Durante las 14 semanas que la encuesta recibió respuestas se registró un total de 12,026 observaciones válidas. Lima concentró la mayor cantidad de respuestas (68%); las otras regiones que obtuvieron mayores respuestas (por lo menos 150 respuestas) fueron Arequipa (5.4%); Callao (5%); La Libertad (3.7%); Piura (2%); Lambayeque (1.8%); Ica (1.5%); Cusco (1.4%) y Áncash (1.3%). Tomando en consideración dichos porcentajes, la diversidad geográfica y el acceso a contactos en organizaciones LGBTQ+, se seleccionaron cinco regiones, además de Lima Metropolitana, para poder concentrar la difusión de la encuesta: Callao, Arequipa, La Libertad, Cusco y Loreto. Así, se esperaba tener un universo de por lo menos 500 encuestas. Se consideró que la población final sería definida por la cantidad de personas que desearon voluntariamente participar en la encuesta y cumplieran con los siguientes criterios:

- Ser residentes de las regiones seleccionadas.
- Mayores de 18 años que hayan participado por lo menos de un proceso electoral (a nivel, local, regional o nacional).
- Identificación como parte de la comunidad LGBTQ+ (Lesbianas, Gays, Bisexuales, Trans, Queer y otras identidades) o que, sin identificarse con dichas categorías, no se adscriben a las definiciones binarias y rígidas de lo masculino y lo femenino.

La encuesta titulada “Encuesta sobre comportamiento electoral LGBTQ+ en Perú” estuvo disponible durante seis semanas en las redes de Más Igualdad Perú. Dada la baja participación de personas trans identificada en los estudios previos, se consideró reforzar el llenado de encuestas a través de llamadas telefónicas a cargo de cuatro activistas trans y tres activistas LGB de las regiones seleccionadas.

El número de participantes que ingresaron al link e iniciaron la encuesta fue de 1726 personas (1223 terminaron toda la encuesta y 503 la abandonaron en algún momento). Dado que se podía dejar de responder preguntas se incluyó en los criterios de selección haber respondido las preguntas obligatorias y por lo menos el 70% del total de la encuesta. Luego de la limpieza de datos se identificaron 1131 personas que cumplieron los requisitos identificados previamente que conforman la muestra final de este estudio.

## **FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA SOBRE COMPORTAMIENTO ELECTORAL LGBTQ+ EN EL PERÚ:**

**Cobertura geográfica:** Lima Metropolitana, Callao, Arequipa, La Libertad, Loreto y Cusco.

**Cobertura temporal:** 6 semanas

**Unidad de observación:** Residentes en Lima Metropolitana, Cusco, Arequipa, La Libertad, Loreto o Cusco, mayores de 18 años que hayan participado por lo menos de un proceso electoral (a nivel, local, regional o nacional) y se identifican como parte de la comunidad LGBTQ+ (Lesbianas, Gays, Bisexuales, Trans, Queer y otras identidades) o que, sin identificarse con dichas categorías, no se adscribe a las definiciones binarias y rígidas de lo masculino y lo femenino.

**Modalidad de recojo de información:** Encuesta virtual autoaplicada no probabilística.

**Población final considerada:** 1131 personas

**Dimensiones consideradas:**

| SUB OBJETIVOS                                  | DIMENSIONES                    | VARIABLES                                |
|------------------------------------------------|--------------------------------|------------------------------------------|
| Caracterizar el perfil de los electores LGBTQ+ | Demográfica                    | Sexo                                     |
|                                                |                                | Edad                                     |
|                                                |                                | Número de personas que habitan por hogar |
|                                                |                                | Tipo de discapacidad                     |
|                                                | Identidad                      | Autoidentificación étnica                |
|                                                |                                | Orientación sexual                       |
|                                                |                                | Identidad de género                      |
|                                                |                                | Religión                                 |
|                                                | Educativa                      | Nivel Educativo                          |
|                                                | Económica                      | Ingresos                                 |
|                                                |                                | Satisfacción con los ingresos            |
|                                                | Características de la vivienda | Características físicas de la vivienda   |
|                                                |                                | Tipo de propiedad de la vivienda         |
|                                                | Acceso a servicios básicos     | Equipamiento y acceso a servicios        |
|                                                |                                | Acceso a salud                           |
|                                                | Laboral                        | Situación laboral                        |
|                                                |                                | Tipo de trabajo                          |

| SUB OBJETIVOS                                                                                                     | DIMENSIONES                | VARIABLES                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------------------------|
| Identificar las principales percepciones y actitudes hacia el sistema político de las personas LGBTQ+ en el Perú. | Situación del país         | Percepción de progreso del país                 |
|                                                                                                                   |                            | Principales problemas del país                  |
|                                                                                                                   | Situación personal         | Principales problemas personales y/o familiares |
|                                                                                                                   |                            | Situación económica actual                      |
|                                                                                                                   | Democracia e instituciones | Satisfacción con la democracia                  |
|                                                                                                                   |                            | Opinión sobre la forma de gobierno              |
|                                                                                                                   |                            | Percepción del trato a las personas LGBTQ+      |
|                                                                                                                   |                            | Satisfacción con las instituciones              |

| SUB OBJETIVOS                                                                                                          | DIMENSIONES                                                               | INDICADORES                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| Explorar los factores relacionados a la decisión del voto en las ERM2018 y EG2016 de las personas LGBTQ+ en el Perú.   | Identificación partidaria e ideológica                                    | Tendencias ideológicas                                               |
|                                                                                                                        |                                                                           | Interés en la política                                               |
|                                                                                                                        |                                                                           | Preferencia partidaria                                               |
|                                                                                                                        | Porcesos Electorales                                                      | Consideraciones para el voto                                         |
|                                                                                                                        |                                                                           | Importancia de las demandas LGBTQ+ para considerar su voto           |
|                                                                                                                        |                                                                           | Influencia de personas e instituciones en las decisiones electorales |
|                                                                                                                        |                                                                           | Importancia de los medios de comunicación y campaña electoral        |
|                                                                                                                        | Comportamiento electoral                                                  | Momento de desición del voto                                         |
|                                                                                                                        |                                                                           | Preferencia electoral                                                |
|                                                                                                                        | Participación política en organizaciones políticas y campañas electorales | Participación en organizaciones                                      |
| Tipo de participación                                                                                                  |                                                                           |                                                                      |
| Participación en campañas electorales                                                                                  |                                                                           |                                                                      |
| Analizar la influencia de la discriminación por OSIG en el comportamiento electoral percepción de las personas LGBTQ+. | Auto-percepción de discriminación                                         | Situación de discriminación                                          |
|                                                                                                                        |                                                                           | Lugar de discriminación                                              |
|                                                                                                                        |                                                                           | Denuncia de la discriminación                                        |
| Identificar las principales demandas de las personas LGBTQ+ que influyen en su comportamiento electoral.               | Derechos LGBTQ+                                                           | Principales demandas / DDHH                                          |
|                                                                                                                        |                                                                           | Percepción de avances de DDHH LGBTQ+                                 |
|                                                                                                                        |                                                                           | Percepción de respeto de sociedad peruana a personas LGBTQ+          |



## V. RESULTADOS

Los resultados de la encuesta se han organizado en siete secciones: (1) perfil de las personas encuestadas, (2) percepción sobre la situación social y económica del país, (3) percepción sobre principales problemas que afectan al país y a las personas LGBTQ+, (4) democracia, ciudadanía y reconocimiento de derechos, (5) confianza en instituciones, (6) interés en la política, ideología y simpatía con organizaciones política, (7) comportamiento electoral y (8) discriminación en el ejercicio de derechos políticos.

Cabe resaltar que el análisis general de los resultados se realiza considerando a las personas LGBTQ+ en su conjunto como un grupo de especial protección. Ello no quiere decir que se asuma que son un grupo homogéneo, sino que es entendido como “un colectivo de personas que no necesariamente han entablado relaciones directas entre sí, pero están vinculadas por su situación de potencial o real afectación a sus derechos” (Ministerio de Justicia, 2018, p. 19). Así, nos concentraremos en quienes se consideran parte de este grupo por su identidad de género no cisgénero o por su orientación sexual no heterosexual.

Un siguiente nivel de análisis considera que la vivencia de las personas trans (término paraguas de las identidades trans, travesti, transexuales y transgénero) y de género diverso debe ser analizada de manera independiente a las personas cisgénero lesbianas, gays y bisexuales. Esto con el objetivo de dar identificar las vulneraciones y afectaciones diferenciadas que vive esta población, dado que los estudios señalan que se ubica en una posición de mayor exclusión, incluso al interior de la población LGBTQ+ (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2020). Cabe resaltar que también en el análisis de algunas variables se han comparado los grupos al interior de las identidades trans y de género diverso.

Asimismo, en el caso de las personas bisexuales cisgénero también ha sido importante considerar el sexo asignado al nacer para el análisis, ello porque la experiencia y socialización de hombres y mujeres bisexuales está atravesada también por prejuicios de género. Entonces, se ha incorporado al análisis, en secciones en las que se considera pertinente, resultados diferenciados según dos grupos: mujeres cisgénero lesbianas y bisexuales, y hombres cisgénero gays y bisexual.

### 1. PERFIL DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS

En esta sección se presenta los resultados del perfil de las personas encuestadas. Se considera, en primer lugar, la dimensión de la identidad con las variables de orientación sexual y la identidad de género (OSIG) como ejes principales de análisis, adicionalmente se preguntó por la autoidentificación étnica, las creencias religiosas y la edad. Como segunda dimensión se presenta el perfil socioeconómico para lo cual se consideraron las variables de nivel educativo; el ingreso familiar mensual del



hogar; la percepción sobre la suficiencia o no de dicho ingreso; la situación laboral y un índice de nivel socioeconómico que se construyó para este estudio. A continuación, se presentan los principales resultados por cada variable.

## 1.1 IDENTIDAD DE GÉNERO

La identidad de género, según los Principios de Yogyakarta<sup>5</sup> (2007) es “la vivencia interna e individual del género tal como cada persona la siente profundamente, la cual podría corresponder o no con el sexo asignado al momento del nacimiento, incluyendo la vivencia personal del cuerpo y otras expresiones de género, incluyendo la vestimenta, el modo de hablar y los modales”. En América Latina existe una diversidad de identidades o expresiones de género que se construyen con base en elementos históricos, culturales, raciales y políticos, que tienen como un denominador común no ser parte del sistema binario cisnormativo, el cual espera que quienes fueron asignados masculinos al nacer deben ser hombres y quienes fueron asignadas femeninas al nacer deben ser mujeres (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2020, p. 38). Así, podemos identificar a las personas trans, travestis, transexuales, transgénero, personas de género no binario y personas con identidades que responden a cosmovisiones ancestrales. Resulta imposible abordar estas identidades de manera agregada como si fueran un grupo homogéneo, sin embargo, considerando el planteamiento de la CIDH (2020) se plantea una estrategia metodológica para el análisis que propone utilizar el concepto “trans y género no diverso” como un término paraguas que agrupa las identidades antes descritas.

En la encuesta se brindaron cuatro categorías (Mujer trans/Trans femenina, Hombre trans/Trans masculino, Cisgénero y Persona de Género no Binario) además de un espacio en blanco para registrar otra identidad si lo deseaban. Cabe resaltar que las personas no cisgénero representan aproximadamente el 26% de la muestra, esta proporción es mayor a la que se obtuvo en la Primera Encuesta Virtual para Personas LGBTI del INEI (2017) en la cual solo el 12% reportó ser trans o de género diverso. Si observamos la distribución de las identidades trans y de género no diverso (294), la mayor frecuencia se encuentra en las personas de género no binario (PGNB) que incluyen también a las personas que reportaron su identidad como “género fluido”, en total se registraron 151 casos de los cuales el 57% son PGNB asignados mujer al nacer (AMAN). El segundo grupo es el de mujeres trans/trans femeninas que está conformado por 93 personas, seguidos por el grupo de hombres trans/ trans masculino con 40 casos.

Si se observa la identidad de género según la orientación sexual, las personas trans y de género diverso se identifican mayoritariamente como bisexuales (33%), en segundo lugar, se encuentran las personas trans identificadas como heterosexuales (23%) y gays (23%). Finalmente, un menor porcentaje se identifica como lesbiana (9%). Respecto a las personas cisgénero, los gays representan casi la mitad de la muestra (45%), seguidos por las personas bisexuales/pansexuales (39%) y las mujeres lesbianas (14%).

<sup>5</sup>Los Principios de Yogyakarta son una serie de principios legales internacionales sobre la orientación sexual, la identidad de género y el derecho internacional que comprenden estándares que todos los Estados deben cumplir para proteger los derechos humanos de las personas LGBTQ+, estos principios fueron parte del resultado del trabajo de un grupo de expertas(os) en derechos humanos de distintas regiones y diversa formación que se reunió en Yogyakarta, Indonesia en el 2006. <http://yogyakartaprinciples.org/principles-sp/>

**TABLA 1** IDENTIDAD DE GÉNERO SEGÚN ORIENTACIÓN SEXUAL

| ORIENTACIÓN SEXUAL | IDENTIDAD DE GÉNERO    |             |               |             |
|--------------------|------------------------|-------------|---------------|-------------|
|                    | TRANS Y GÉNERO DIVERSO |             | CISGÉNERO LGB |             |
|                    | Recuento               | %           | Recuento      | %           |
| Lesbiana           | 27                     | 9%          | 117           | 14%         |
| Bisexual/pansexual | 97                     | 33%         | 330           | 39%         |
| Gay                | 69                     | 23%         | 373           | 45%         |
| Heterosexual       | 68                     | 23%         | 0             | 0%          |
| Otro (especifique) | 33                     | 11%         | 17            | 2%          |
| <b>Total</b>       | <b>294</b>             | <b>100%</b> | <b>837</b>    | <b>100%</b> |

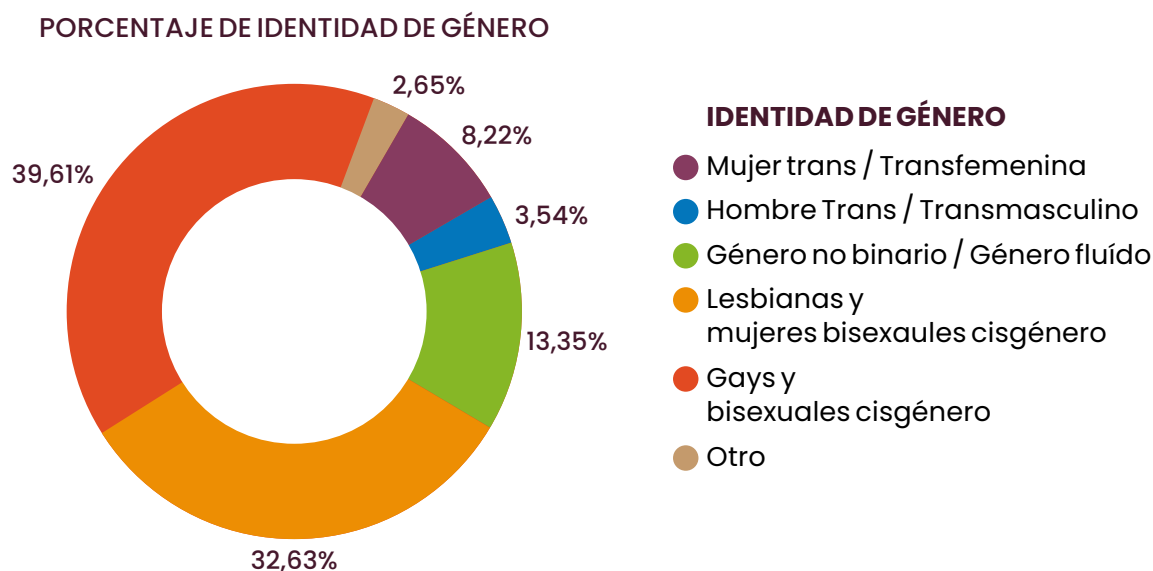
Tomando en consideración el enfoque de género, que identifica que la asignación del sexo al nacer y los prejuicios influyen en las expectativas que la sociedad coloca en las personas, resulta pertinente reorganizar a las personas cisgénero según su sexo, como se puede observar en la tabla 2, los hombres gays y bisexuales representan el 53,5% y las mujeres lesbianas y bisexuales representan el 44,1%.

**TABLA 2** PERSONAS CISGÉNERO LGB SEGÚN SEXO

| PERSONAS CISGÉNERO LGB<br>SEGÚN SEXO | RECuento   | PORCENTAJE    |
|--------------------------------------|------------|---------------|
| Gay y hombre bisexual                | 448        | 53,5%         |
| Lesbiana y mujer bisexual            | 369        | 44,1%         |
| Otro                                 | 20         | 2,4%          |
| <b>Total</b>                         | <b>837</b> | <b>100,0%</b> |

En resumen, como se puede ver el gráfico 2, la identidad de género de las personas que participan en el estudio se conforma por gays y hombres bisexuales cisgénero (39,6%); mujeres lesbianas y bisexuales cisgénero (32,6%) y personas trans y de género diverso (26%). De manera específica este último grupo agrupa a las personas PGNB y género fluido (13,3%), mujeres trans/trans femeninas (8,22%), y hombres trans/ trans masculinos (3,54%). Finalmente, un pequeño porcentaje señaló identificarse con otro tipo de identidad cisnormativa, como por ejemplo queer, pangénero o sin género.

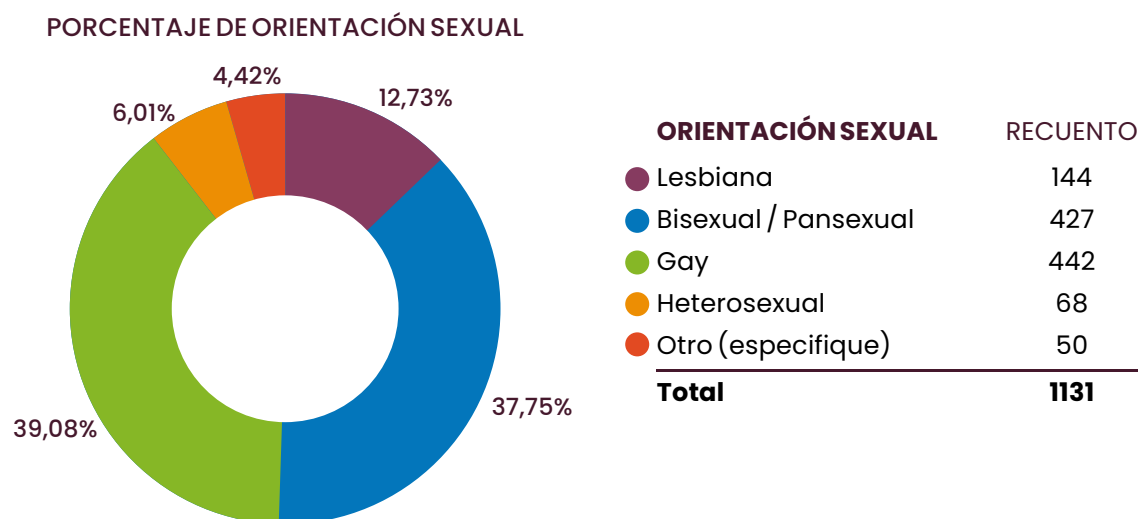
**GRÁFICO 2 PORCENTAJE DE IDENTIDAD DE GÉNERO**



## 1.2 ORIENTACIÓN SEXUAL

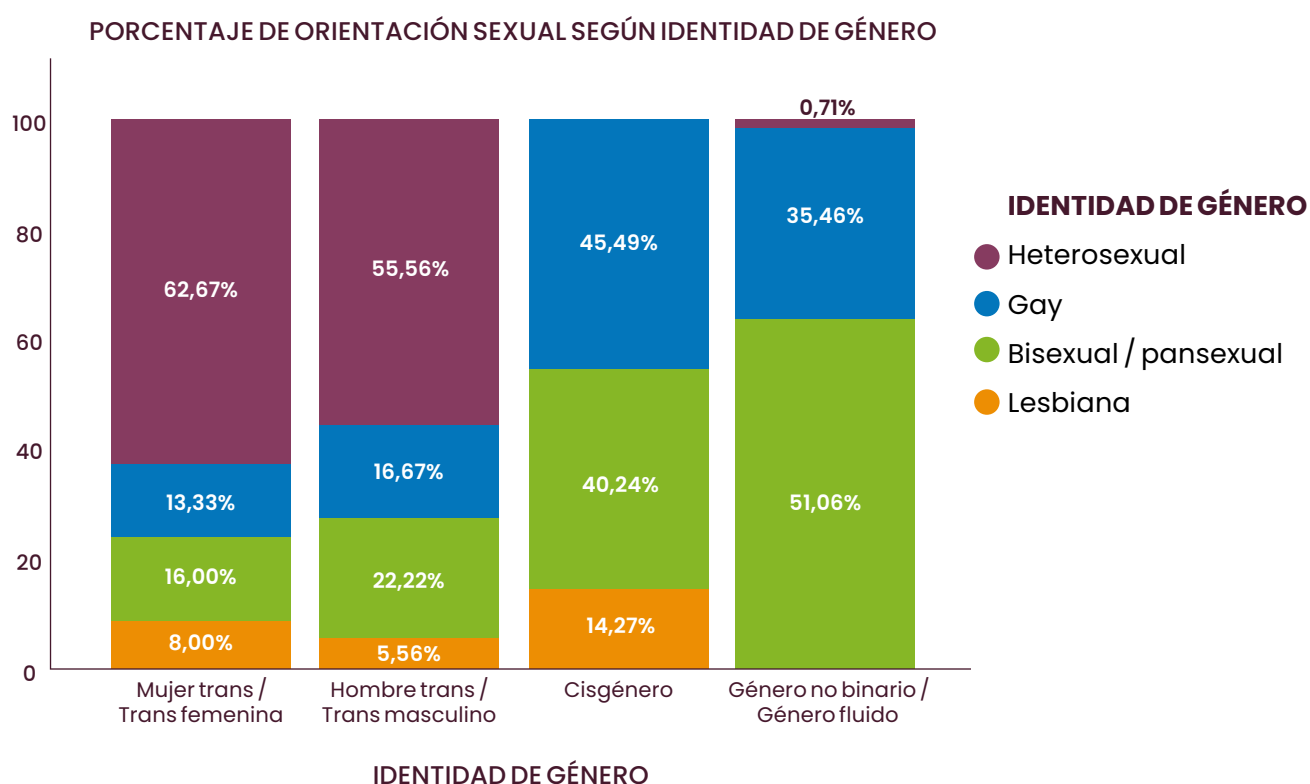
Según los Principios de Yogyakarta (2007) “La orientación sexual se refiere a la capacidad de cada persona de sentir una profunda atracción emocional, afectiva y sexual por personas de un género diferente al suyo, o de su mismo género, o de más de un género, así como a la capacidad mantener relaciones íntimas y sexuales con estas personas”, en ese sentido la encuesta permitió que les participantes puedan seleccionar entre seis opciones: lesbiana, bisexual, gay, pansexual, heterosexual y la opción “otra” para registrar una orientación diferente a la de las opciones. Así, como se observa en el gráfico 2 el mayor porcentaje se concentró en personas gays (39%), seguido por las personas bisexuales y pansexuales (38%), el tercer grupo es el de mujeres lesbianas (13%) y finalmente las personas heterosexuales (6%) que son personas trans. Cabe resaltar que en la categoría otros, 21 personas registraron trans como orientación sexual.

**GRÁFICO 3 PORCENTAJE ORIENTACIÓN SEXUAL**



Si observamos la orientación sexual según la identidad de género (gráfico 4), vemos que en el caso de las mujeres trans el 63% se considera heterosexual, cifra un poco mayor al 56% de hombres trans que se consideran como heterosexuales. Por su lado, el 45% de personas cisgénero se consideran gays, en el caso de las PGNB un 35% se identifican como gays, asimismo un 16% de hombres trans y un 13% de mujeres trans prefieren también esa denominación. Respecto a la bisexualidad, esta es la orientación predominante en el caso de las PGNB en donde el 51% se identifica de esta forma, en el caso de hombres trans el porcentaje es 22% y solo un 16% de mujeres trans es bisexual. Finalmente, cabe resaltar que solo un 8% de mujeres trans se identifican como lesbianas

**GRÁFICO 4** PORCENTAJE DE ORIENTACIÓN SEXUAL SEGÚN IDENTIDAD DE GÉNERO

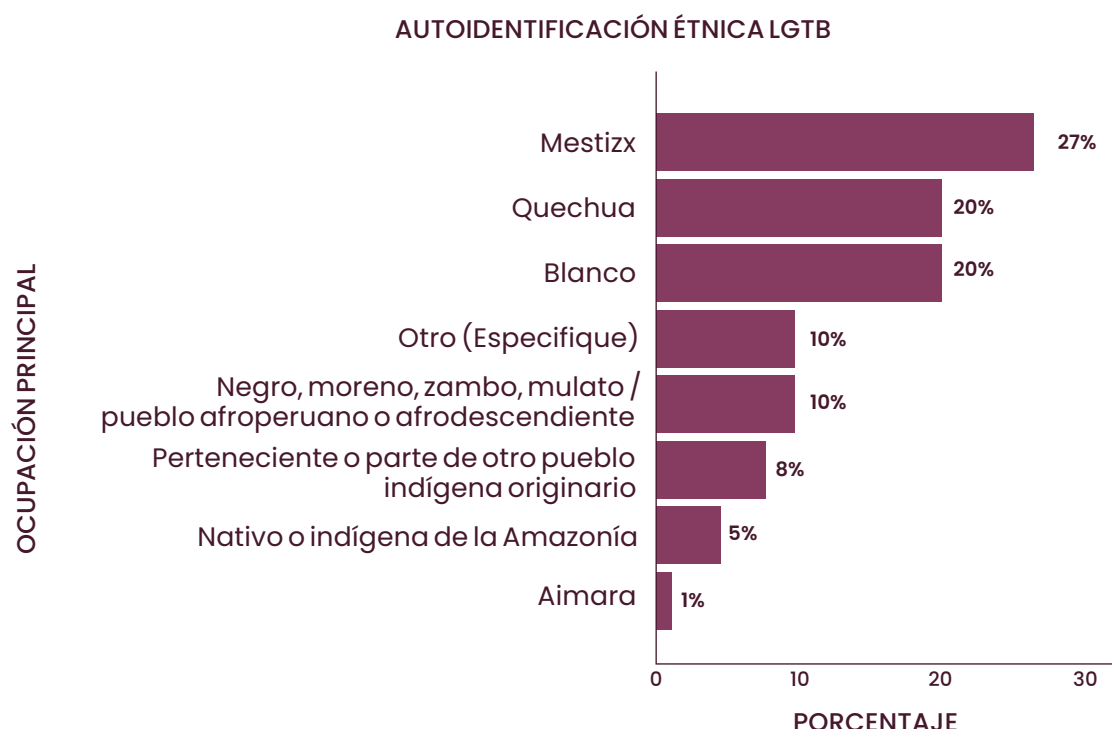


### 1.3 AUTOIDENTIFICACIÓN ÉTNICA

En el CENSO 2017 realizado por el INEI se preguntó por la autoidentificación étnica por primera vez en el Perú. Esta variable hace referencia a cómo se identifican o se sienten las personas de 12 años y más, de acuerdo con sus costumbres, tradiciones, o antepasados y familia; ello considerando aquellos elementos que se prefieren resaltar o revalorar de la identidad cultural, de manera estrictamente individual. Los resultados del CENSO revelaron que la mayor parte de peruanxs (60%) se identifican como mestizos, seguidos por el pueblo quechua (22%), blanco (5,89%), afroperuanos (3,57%), aimaras (2,36%), entre otros. En el caso de nuestra encuesta, como se muestra en el

gráfico 5, las personas mestizxs representan el 27%, las personas quechuas el 20%, al igual que las personas que se autoidentifican como blancos (20%). Como se observa en la tabla 3, considerando los grupos de identidades, resalta que el 52% de los hombres gays y bisexuales están concentrados en las categorías mestizxs (31%) y blancxs (21%). En el caso de las mujeres lesbianas y bisexuales, y las personas trans, las categorías de mestizo, quechua y blanco se distribuyen de manera más equitativa entre 20 y 24%. El resto de las categorías se distribuyen similarmente entre los grupos.

**GRÁFICO 5 AUTOIDENTIFICACIÓN ÉTNICA DE PERSONAS LGBTQ+**



**TABLA 3 AUTOIDENTIFICACIÓN ÉTNICA SEGÚN OSIG**

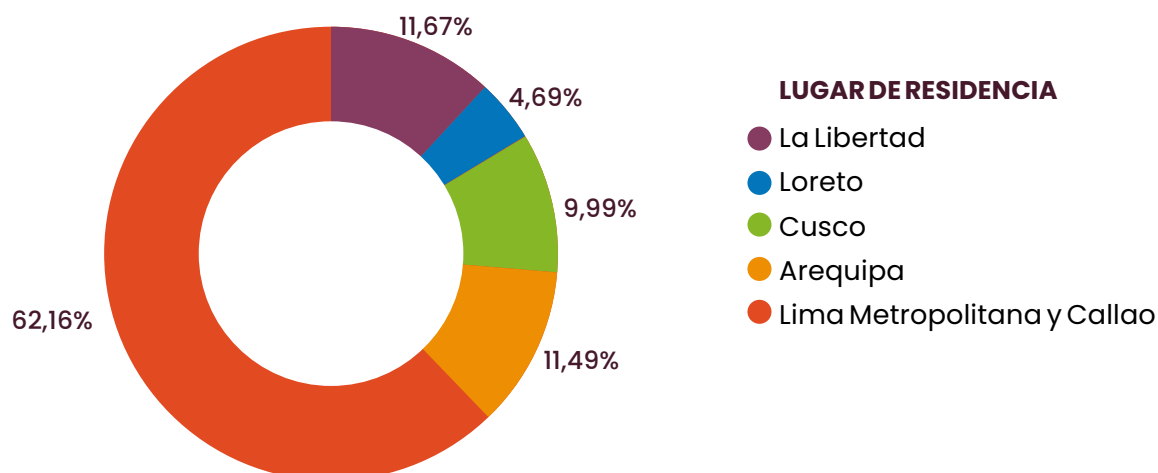
|                                                                     | TRANS Y GÉNERO DIVERSO |             | LESBIANAS Y MUJERES BI CISGÉNERO |             | GAYS Y HOMBRES BI CISGÉNERO |             |
|---------------------------------------------------------------------|------------------------|-------------|----------------------------------|-------------|-----------------------------|-------------|
|                                                                     | N                      | %           | N                                | %           | N                           | %           |
| Aimara                                                              | 3                      | 1%          | 6                                | 2%          | 3                           | 1%          |
| No respondió                                                        | 4                      | 1%          | 4                                | 1%          | 4                           | 1%          |
| Nativo o indígena de la amazonía                                    | 22                     | 8%          | 8                                | 2%          | 22                          | 5%          |
| Perteneciente o parte de otro pueblo indígena originario            | 24                     | 8%          | 27                               | 7%          | 36                          | 8%          |
| Negro, moreno, zambo, mulato /pueblo afroperuano o afrodescendiente | 26                     | 9%          | 35                               | 9%          | 46                          | 10%         |
| Otro (Especifique)                                                  | 29                     | 10%         | 42                               | 11%         | 35                          | 8%          |
| Blanco                                                              | 56                     | 20%         | 69                               | 19%         | 95                          | 21%         |
| Quechua                                                             | 62                     | 22%         | 89                               | 24%         | 69                          | 15%         |
| Mestizx                                                             | 58                     | 20%         | 89                               | 24%         | 138                         | 31%         |
| <b>Total</b>                                                        | <b>284</b>             | <b>100%</b> | <b>369</b>                       | <b>100%</b> | <b>448</b>                  | <b>100%</b> |

## 1.4 LUGAR DE RESIDENCIA

Respecto al lugar de residencia, se obtuvieron mayores respuestas en Lima Metropolitana y el Callao (62,2%), seguido por La Libertad y Arequipa con 11% cada una, finalmente, Cusco con 10% y Loreto con 4,6%.

**GRÁFICO 6 LUGAR DE RESIDENCIA DE LAS PERSONAS LGBTQ+**

PORCENTAJE SEGÚN LUGAR DE RESIDENCIA



Cabe resaltar que 65% de las mujeres trans/tras femeninas de la encuesta están concentradas principalmente en Lima (tabla 4) en un porcentaje similar el 67% de gays cisgénero que también viven en Lima (tabla 5) pero como veremos a lo largo de este documento tienen vivencias muy diferentes en cuanto al ejercicio de derechos, estando las personas trans en mayor desventaja que los hombres cisgénero gays.

**TABLA 4 PERSONAS TRANS Y DE GÉNERO DIVERSO SEGÚN LUGAR DE RESIDENCIA**

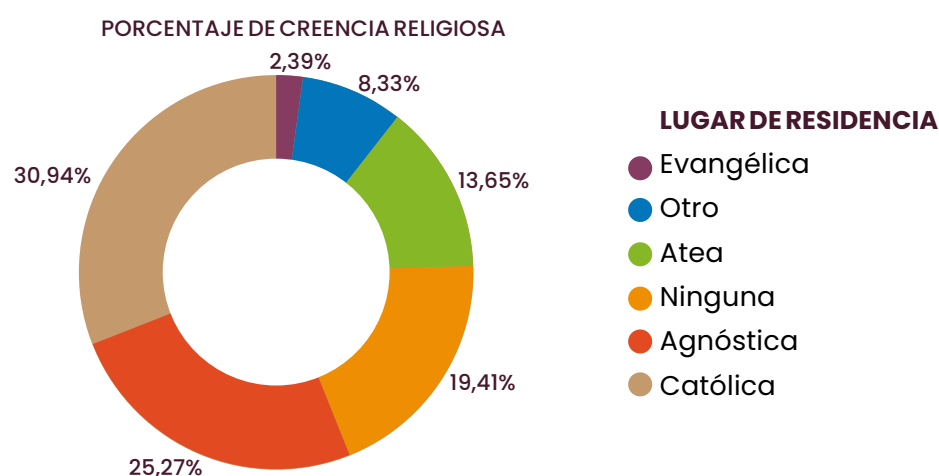
|                                                                     | TRANS Y GÉNERO DIVERSO |             | LESBIANAS Y MUJERES BI CIGÉNERO |             | GAYS Y HOMBRES BI CIGÉNERO |             |
|---------------------------------------------------------------------|------------------------|-------------|---------------------------------|-------------|----------------------------|-------------|
|                                                                     | N                      | %           | N                               | %           | N                          | %           |
| Aimara                                                              | 3                      | 1%          | 6                               | 2%          | 3                          | 1%          |
| No respondió                                                        | 4                      | 1%          | 4                               | 1%          | 4                          | 1%          |
| Nativo o indígena de la amazonía                                    | 22                     | 8%          | 8                               | 2%          | 22                         | 5%          |
| Perteneciente o parte de otro pueblo indígena originario            | 24                     | 8%          | 27                              | 7%          | 36                         | 8%          |
| Negro, moreno, zambo, mulato /pueblo afroperuano o afrodescendiente | 26                     | 9%          | 35                              | 9%          | 46                         | 10%         |
| Otro (Especifique)                                                  | 29                     | 10%         | 42                              | 11%         | 35                         | 8%          |
| Blanco                                                              | 56                     | 20%         | 69                              | 19%         | 95                         | 21%         |
| Quechua                                                             | 62                     | 22%         | 89                              | 24%         | 69                         | 15%         |
| Mestizx                                                             | 58                     | 20%         | 89                              | 24%         | 138                        | 31%         |
| <b>Total</b>                                                        | <b>284</b>             | <b>100%</b> | <b>369</b>                      | <b>100%</b> | <b>448</b>                 | <b>100%</b> |

**TABLA 5 PERSONAS CISGÉNERO LGB SEGÚN REGIÓN DE RESIDENCIA**

|                             | LESBIANA |     | BISEXUAL /<br>PANSEXUAL |       | GAY |     |
|-----------------------------|----------|-----|-------------------------|-------|-----|-----|
|                             | N        | %   | N                       | %     | N   | %   |
| Lima Metropolitana y Callao | 68       | 58% | 211                     | 64%   | 250 | 67% |
| Arequipa                    | 17       | 15% | 40                      | 12%   | 23  | 6%  |
| Cusco                       | 22       | 19% | 37                      | 11%   | 14  | 4%  |
| Loreto                      | 1        | 1%  | 1                       | 0%    | 26  | 7%  |
| La Libertad                 | 9        | 8%  | 41                      | 37,3% | 60  | 16% |

## 1.5 CREENCIA RELIGIOSA

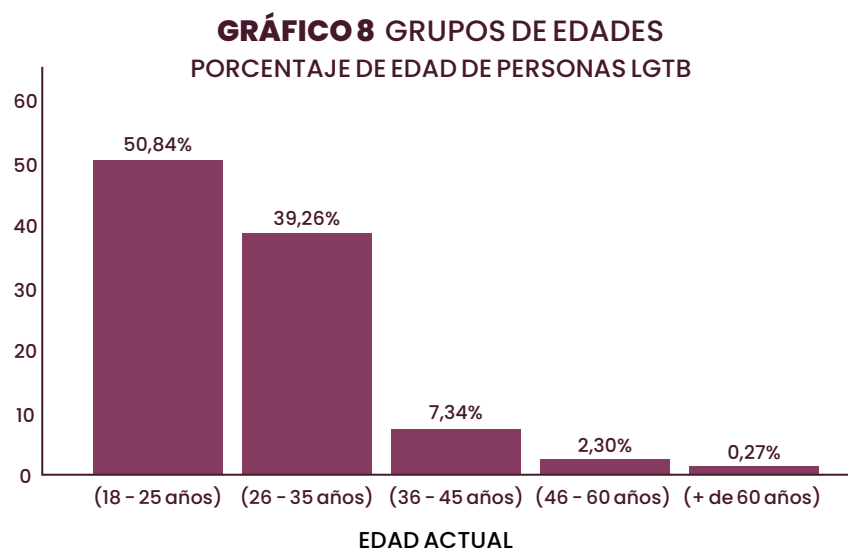
Respecto a las creencias religiosas se confirma lo encontrado en la revisión de literatura que señala que un gran porcentaje de personas LGBTQ+ no profesan alguna religión. En el caso de la encuesta, las categorías agnóstica, atea y ninguna suman aproximadamente 60%. También es importante indicar que el 31% se considera católico (gráfico 7). Cabe resaltar que en el caso de las mujeres trans y lesbianas este porcentaje se eleva a 51,6% y 37,6% respectivamente. Estos porcentajes están bastante alejados del promedio nacional (donde alrededor del 75% es católico y 5% evangélico) según el último Censo de 2017.

**GRÁFICO 7 CREENCIAS RELIGIOSAS DE PERSONAS LGBTQ+**

## 1.6 EDAD

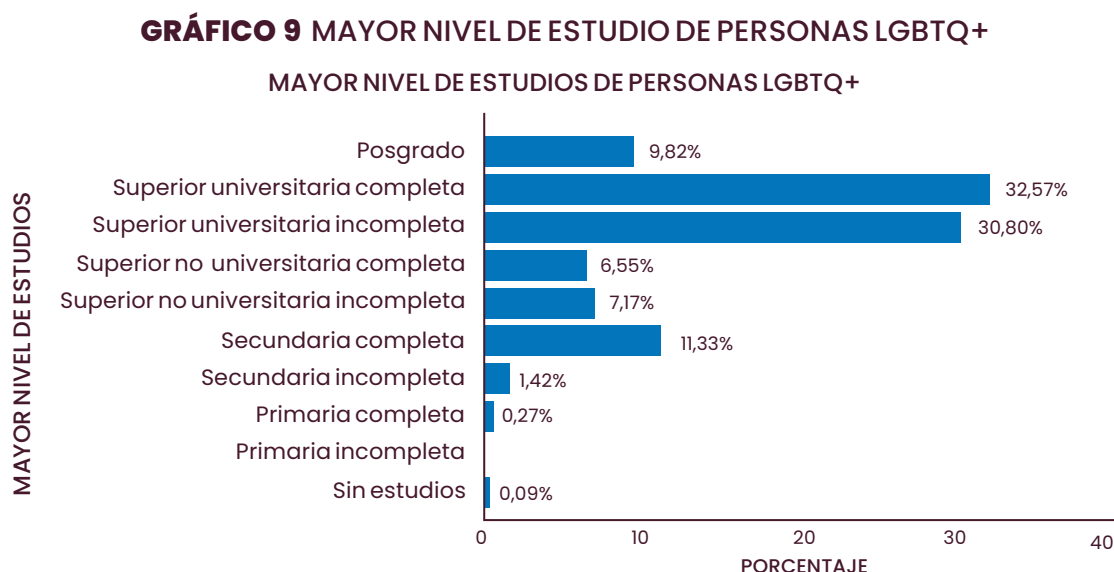
De acuerdo a la encuesta, nueve de cada diez personas encuestadas es una persona joven o adulta joven (el 51% tiene entre 18 a 25 años y el 39% entre 26 a 35 años) lo que permite señalar que los hallazgos de este estudio reflejan en mayoría la opinión, ideas y creencias de las personas LGBTQ+ jóvenes. En cuanto a la identidad de género resalta que las personas más jóvenes de la muestra, entre 18 y 25 años, se identifican mayoritariamente como cisgénero (73%), asimismo, si vemos el grupo de las mujeres trans, una tercera parte de ellas (35%) tiene entre 18 a 25 años y cerca de la mitad de ellas (47%) tiene entre 26 y 35 años. Respecto a la orientación sexual llama la atención que las personas que se identifican como bisexuales sean del grupo más joven entre

18 y 25 años (46%) y que las personas mayores de 36 años sean mayoritariamente gays cisgénero.



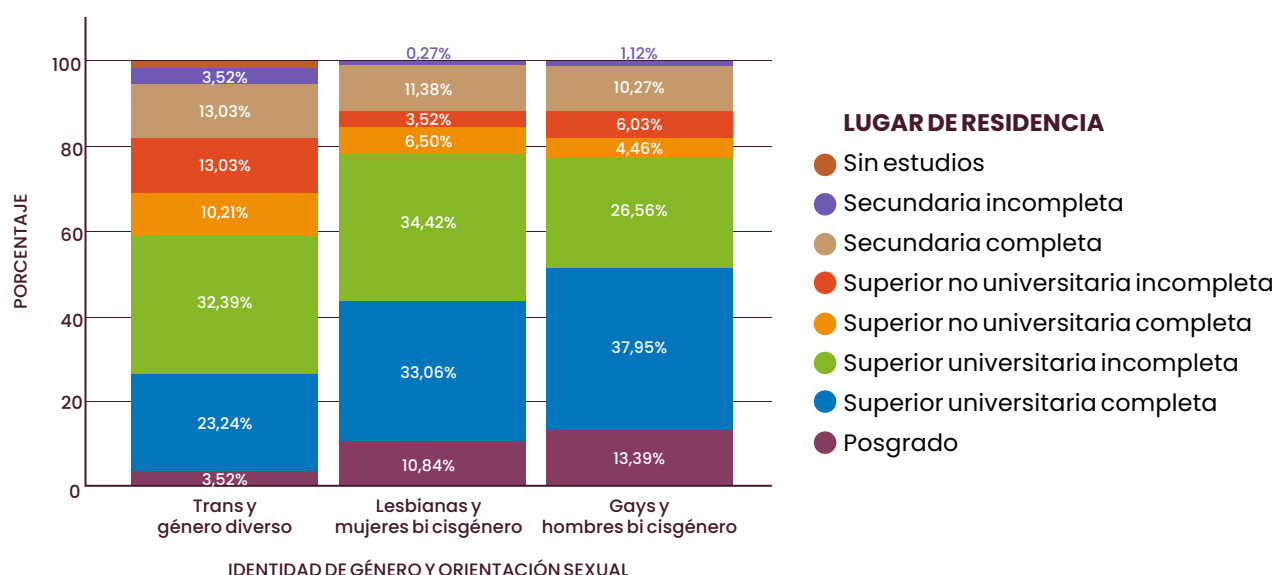
## 1.7 NIVEL DE ESTUDIOS

Los resultados revelan que el 39% ha finalizado sus estudios superiores (universitaria 33% y no universitaria 6%) seguido del 38% que cuenta con estudios superiores incompletos. En total cerca del 60 % de la muestra ha ingresado al sector universitario (gráfico 9). De otro lado, el 10% ha finalizado un posgrado y un 11% solo cuenta con secundaria completa. Los resultados por identidad de género son significativamente diferentes y muestran una brecha en el acceso a educación entre personas trans y cisgénero. Por ejemplo, un 29% de personas trans y de género diverso tienen como mayor nivel educativo los estudios técnicos incompletos, a diferencia del 15% de mujeres lesbianas y bisexuales y el 17% de gays y hombres bisexuales que se encuentran en la misma situación (gráfico 10). Si consideramos a las personas que han logrado culminar estudios superiores universitarios, resalta que el 38% de gays y hombres bis estén en esa categoría frente al 23% de personas trans y de género no binario. Es brecha se acentúa si se observa que solo el 3% de las personas trans ha accedido a estudios de posgrado, frente al 13% de hombres gays y bisexuales.



**GRÁFICO 10 NIVEL DE ESTUDIOS SEGÚN OSIG**

PORCENTAJE DE MAYOR NIVEL DE ESTUDIOS

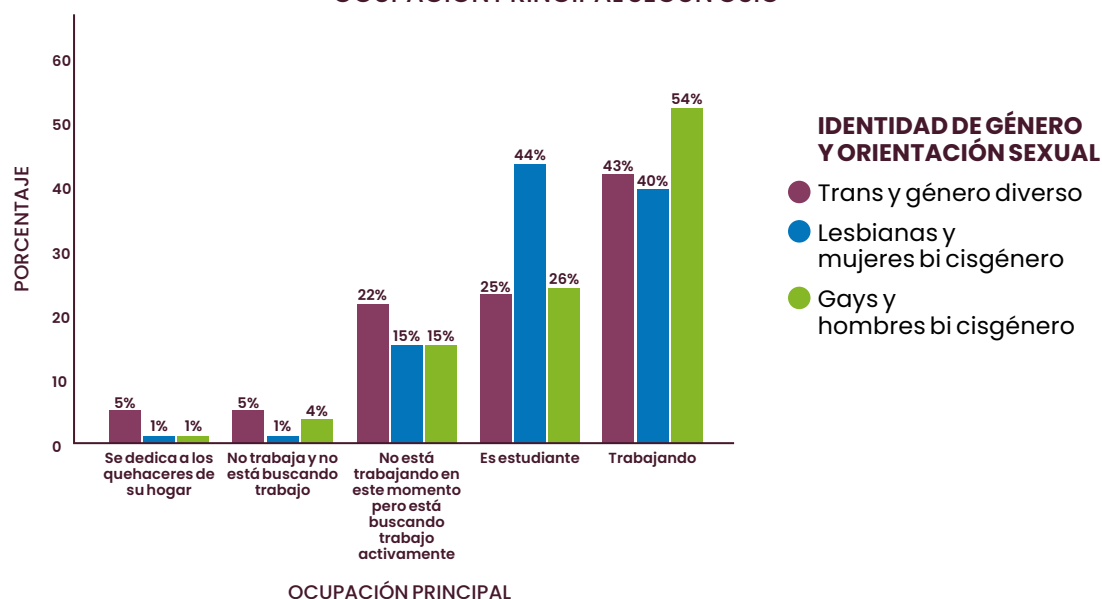


## 1.8 OCUPACIÓN PRINCIPAL Y SITUACIÓN LABORAL

Respecto a la ocupación principal un 43% de personas LGBTQ+ encuestadas está trabajando y el 30% es estudiante, por otro lado, un 16% no trabaja, pero está en la búsqueda activa de una oportunidad laboral. Si se observa estas cifras según identidad de género y orientación sexual (gráfico 11), resalta que más de la mitad de las personas gays se encuentra trabajando (54%), porcentaje mucho mayor que el caso de las mujeres lesbianas en las que solo el 40% se encuentra trabajando. Respecto al desempleo casi la tercera parte de las personas trans se encuentra desempleada (27%) frente al 16% en el caso de mujeres lesbianas y bisexuales y el 19% en el caso de hombres gays y bisexuales. Finalmente, la ocupación de las mujeres lesbianas y mujeres bisexuales es principalmente de estudiante (44%).

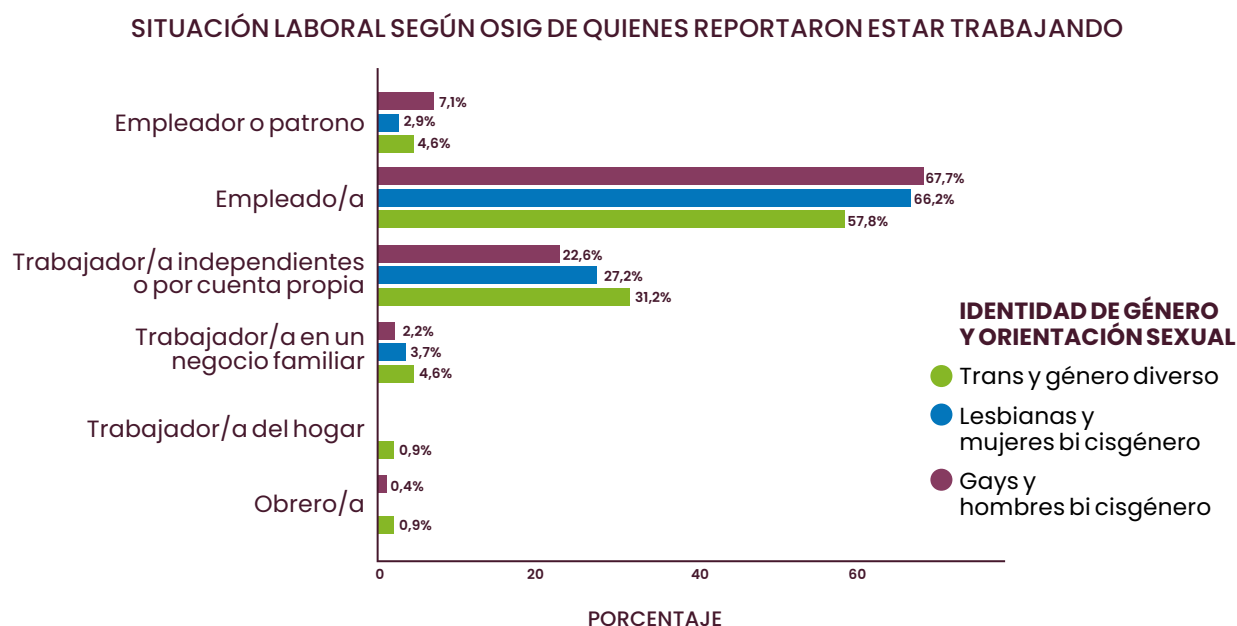
**GRÁFICO 11 NIVEL DE ESTUDIOS SEGÚN OSIG**

OCUPACIÓN PRINCIPAL SEGÚN OSIG



En el caso de las personas que están trabajando (gráfico 12) se identificó que aproximadamente un tercio de las personas trans trabajan de manera independiente (31%), cifra similar en el caso de las mujeres lesbianas y bisexuales (27%).

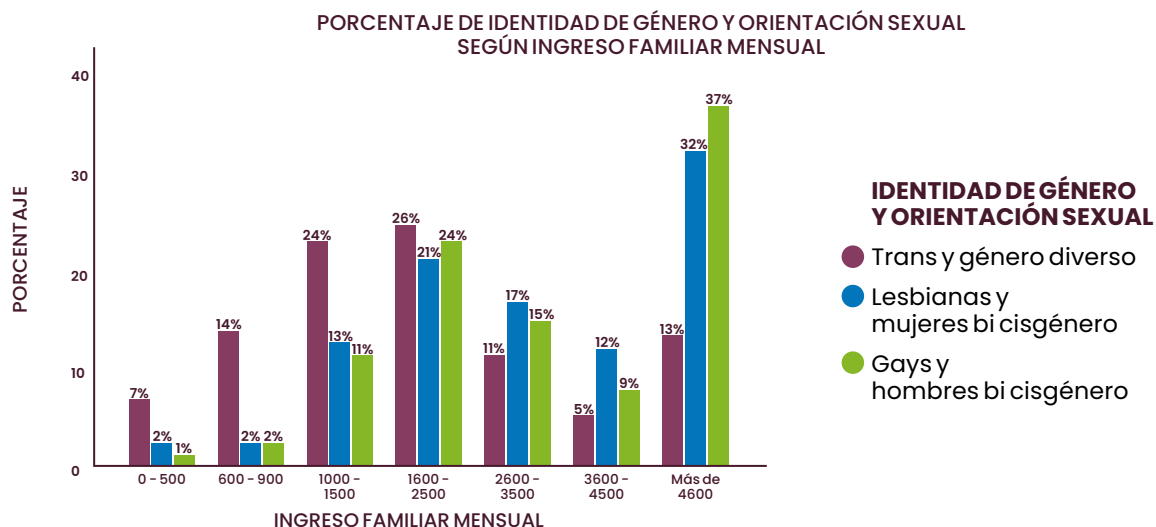
**GRÁFICO 12 SITUACIÓN LABORAL DE LAS PERSONAS LGBTQ+ QUE SE ENCUENTRAN TRABAJANDO SEGÚN OSIG**



## 1.9 INGRESO FAMILIAR Y PERCEPCIÓN SOBRE EL SALARIO

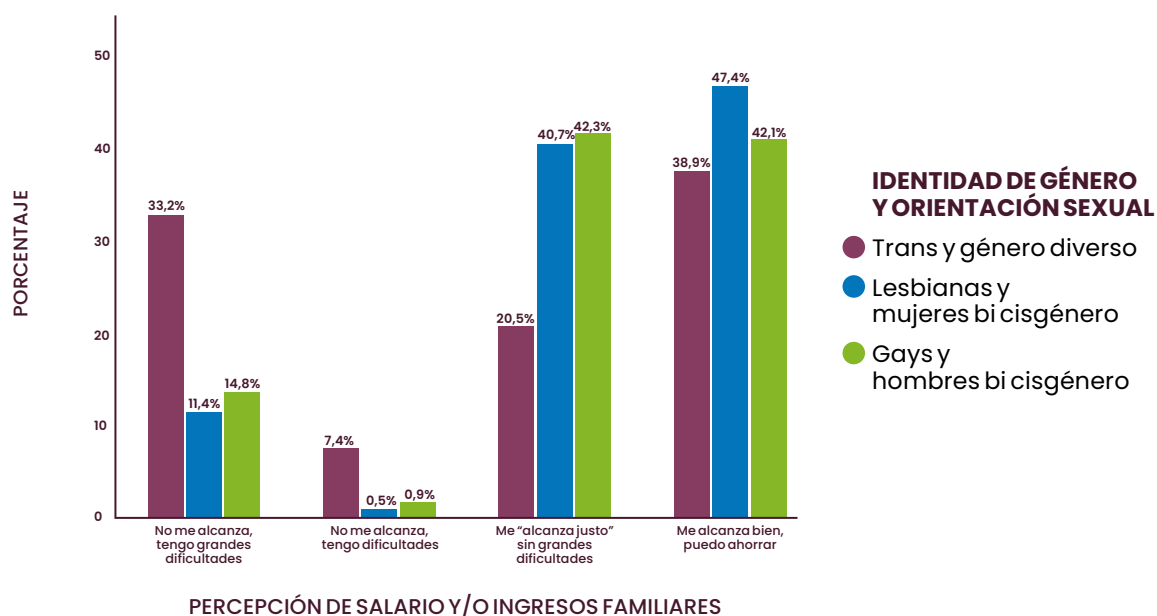
La encuesta brindó la posibilidad de seleccionar una cifra entre un rango entre 0 y 5000 y más de 5000. Se han organizado las respuestas en siete grupos como se puede ver en el gráfico 13. Cabe resaltar que existe una diferencia marcada entre personas trans y personas cisgénero, estas últimas, especialmente los hombres gay y bisexuales, tienen mayores ingresos. Es preocupante que un 45% de personas trans y de género diverso tengan ingresos familiares menores a 1500 mensuales, ello es aproximadamente un sueldo mínimo y medio. Esta situación es confirmada en la percepción que tienen las personas respecto a su ingreso, como se ve en el gráfico 14 donde un 40,6% señalaron que perciben que sus ingresos no le alcanzan (33% señaló que tiene grandes dificultades).

**GRÁFICO 13 RANGOS DE INGRESO FAMILIAR MENSUAL SEGÚN OSIG**



## GRÁFICO 14 PERCEPCIÓN DE SALARIO Y/O INGRESOS FAMILIARES SEGÚN OSIG

PERCEPCIÓN DE SALARIO Y/O INGRESOS FAMILIARES SEGÚN GRUPOS DE OSIG

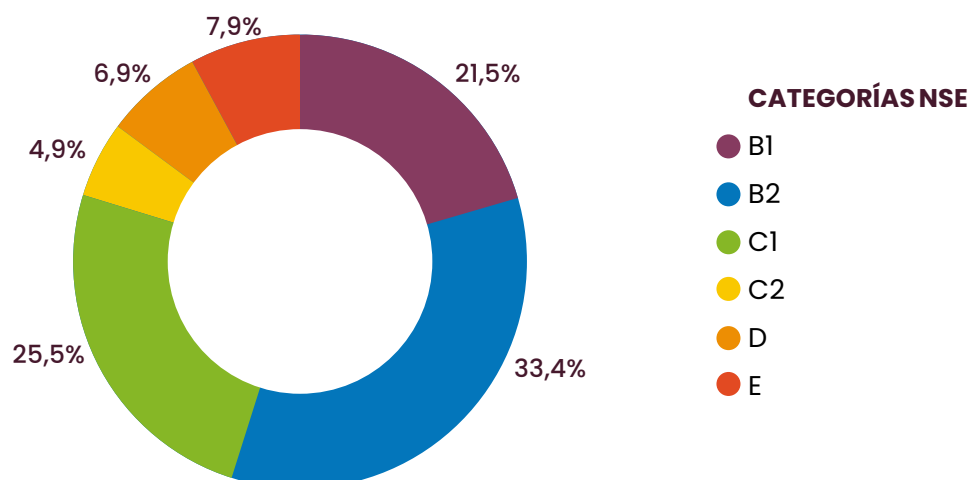


### 1.10 NIVEL SOCIOECONÓMICO (NSE)

Si bien el reporte de ingresos y la percepción sobre este nos permiten aproximarnos al nivel socioeconómico en el que podrían encontrarse las personas LGBTQ+, la encuesta también incluyó un conjunto de variables con las que se pudo construir un índice simple con ocho categorías de nivel socioeconómico (NSE)<sup>6</sup>. Los resultados muestran que nadie en nuestra muestra se encuentra en el NSE A, las tres categorías que concentran a la mayor cantidad de personas son C1 (25%), B2 (33%) y B1 (25%). Por otro lado, un 15% se encuentra en los niveles D y E. Si observamos los resultados según OSIG (gráfico 16) se confirma que el 40% de personas trans se encuentran en las tres últimas categorías.

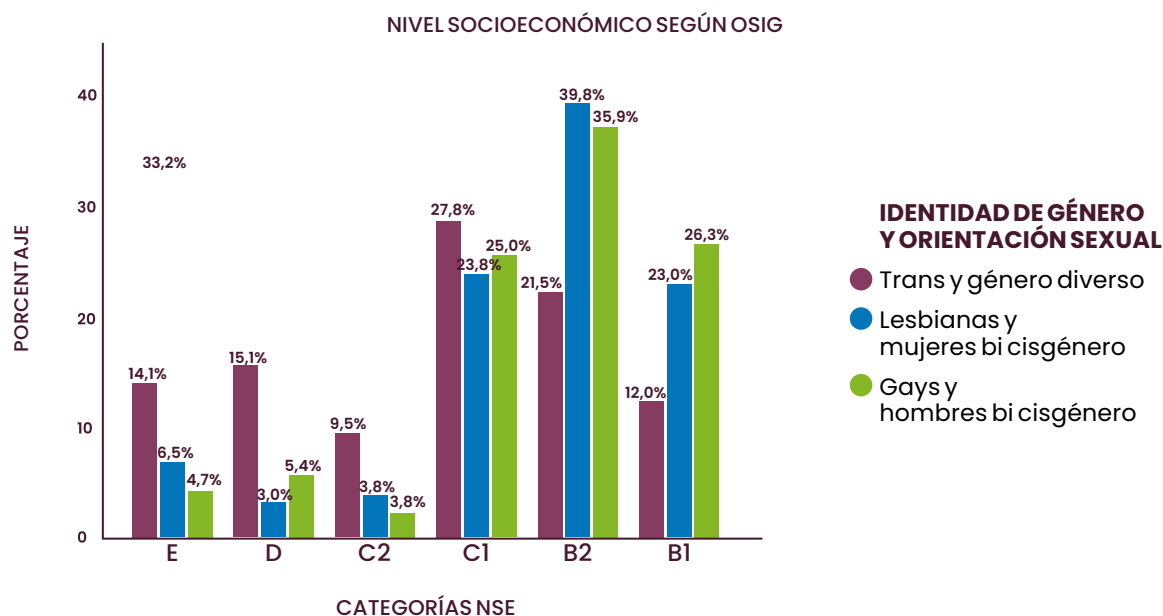
## GRÁFICO 15 CATEGORÍAS DE NIVEL SOCIOECONÓMICO DE PERSONAS LGBTQ+

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA SEGÚN CATEGORÍAS DE NIVEL SOCIOECONÓMICO



<sup>6</sup> Para construir este índice en primer lugar se consideraron puntajes ponderados para las variables educación, tipo de seguro, bienes (computadora, lavadora, microondas, refrigeradora), servicios en el hogar, auto/camioneta, material de piso y paredes y alcantarillado. Luego se sumaron dichos puntajes y se establecieron rangos para ocho categorías.

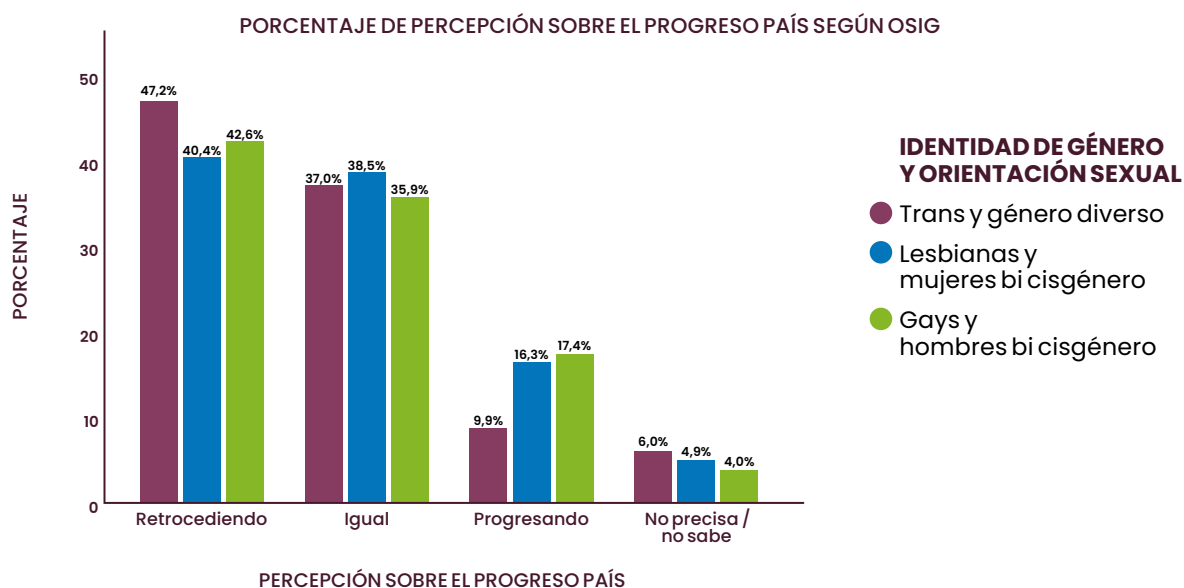
**GRÁFICO 16 CATEGORÍAS DE NIVEL SOCIO ECONÓMICO SEGÚN OSIG**



## 2. PERCEPCIÓN SOBRE LA SITUACIÓN SOCIAL Y ECONÓMICA DEL PAÍS

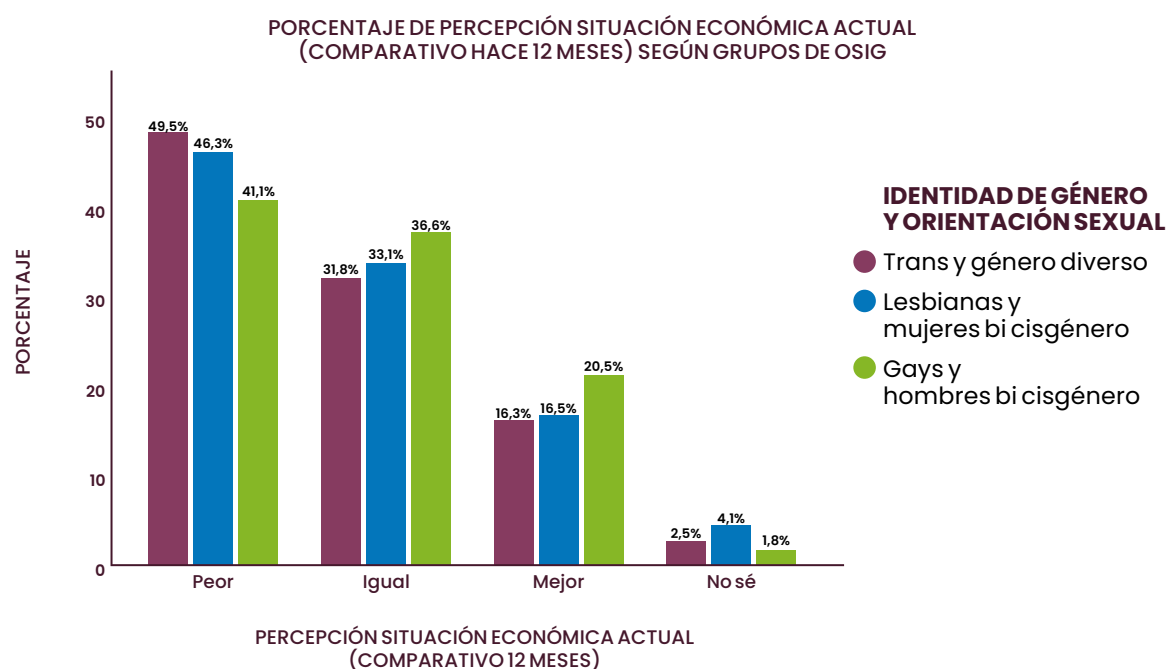
La mayoría de las personas LGBTQ+ percibe que la situación del país está retrocediendo (43%) respecto de los últimos doce meses. Este porcentaje es superior a la tendencia histórica de otras encuestas de opinión similares dirigidas a la población general, así la Encuesta Nacional sobre el Estado de la Ciudadanía en el Perú (JNE) reportó que el 34% de la población peruana tenía la percepción de retroceso. Al observar los resultados por territorio, Lima Metropolitana y el Callao tienen una percepción mayor de retroceso que el resto de las ciudades (46%), por su lado Cusco tiene 41%, La Libertad 40%, Arequipa 39% y en menor medida Loreto 28%. Si se analiza por identidad de género (gráfico 17), se observa que las personas trans y de género diverso tienen una mayor percepción de retroceso que las personas cisgénero.

**GRÁFICO 17 PERCEPCIÓN SOBRE PROGRESO DEL PAÍS SEGÚN OSIG**



En relación a la percepción de la situación económica, el 45% de las personas LGBTQ+ señalan que su situación económica está “peor” que el año anterior (gráfico 18); y un número menor indica que se “mantiene igual” (35%). Por identidad de género, son las mujeres trans (53%) y hombres trans (58%) quienes señalan que su situación económica ha empeorado en comparación con las personas LGB cisgénero (43%) y de género no binario (44%). Por ciudad, Cusco es la ciudad con mayor percepción negativa de la economía (58%) y Loreto y la Libertad, más bien indican que la situación económica está “igual” que hace doce meses (49% y 42% respectivamente). Estos resultados coinciden con la percepción general, pues para julio del presente año el 43% de las personas indica que la situación económica actual del país es “mala” (IPSOS, 2020).

### GRÁFICO 18 PERCEPCIÓN DE SITUACIÓN ECONÓMICA ACTUAL DEL PAÍS SEGÚN OSIG



### 3. PERCEPCIÓN SOBRE PRINCIPALES PROBLEMAS QUE AFECTAN EL PAÍS Y SITUACIÓN DE LAS PERSONAS LGBTQ+

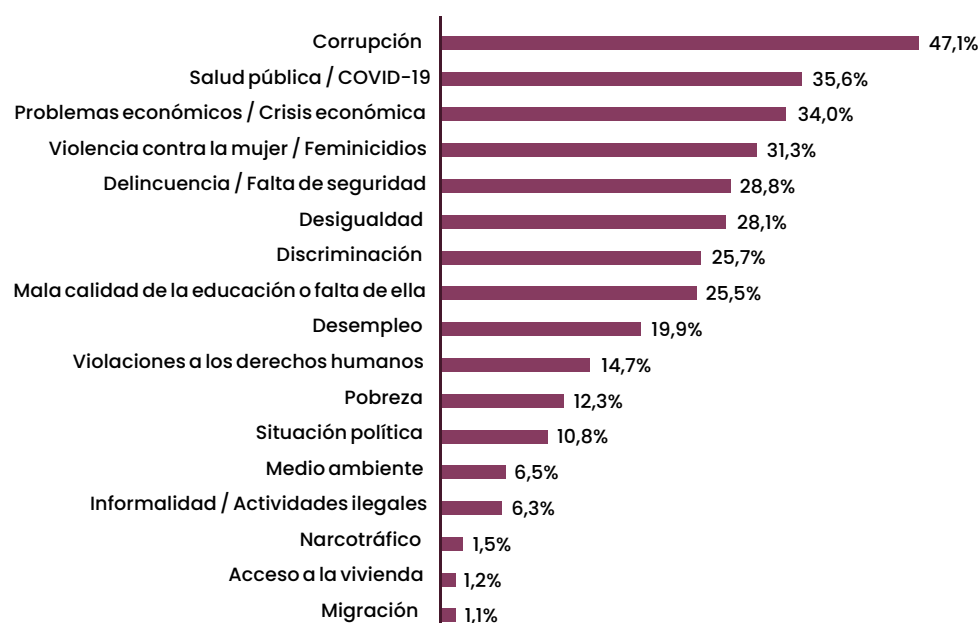
De acuerdo con la percepción de las personas LGBTQ+, como se ve en el gráfico 19, los problemas actuales que afectan al país son: 1) la corrupción (47% de menciones), salud pública/Covid-19 (36% de menciones) y los problemas económicos o crisis económicas (34% de menciones). La corrupción se percibe como uno de los principales problemas para las personas LGBTQ+ encuestadas, principalmente en Arequipa (58%), seguido de Cusco (55%). En el caso de Loreto y Lambayeque la delincuencia/falta de seguridad ingresa como una de las tres problemáticas más mencionadas (45% y 35% respectivamente).

Estos problemas predominantes señalados por las personas LGBTQ+, coinciden con las de la población en general, que identifica a la corrupción (63%), la salud pública/Covid 19 (43%), la delincuencia (41%) y el desempleo/crisis económica (35%)

<sup>7</sup>Se solicitó seleccionar tres opciones a partir de una lista de problemas.

entre las principales (IPSOS, 2020). Cabe destacar, que en el caso de las personas trans y de género diverso la discriminación (35%) es el segundo problema más importante. Por su parte las mujeres lesbianas y bisexuales señalan la violencia de género y feminicidios como el problema más importante del país (47.4%).

**GRÁFICO 19** PRINCIPALES PROBLEMAS QUE AFECTAN AL PAÍS SEGÚN LAS PERSONAS LGBTQ+  
PORCENTAJE DE PRINCIPALES PROBLEMAS QUE AFECTAN AL PAÍS SEGÚN LAS PERSONAS LGTB



**TABLA 6** PRINCIPALES PROBLEMAS QUE AFECTAN AL PAÍS SEGÚN OSIG

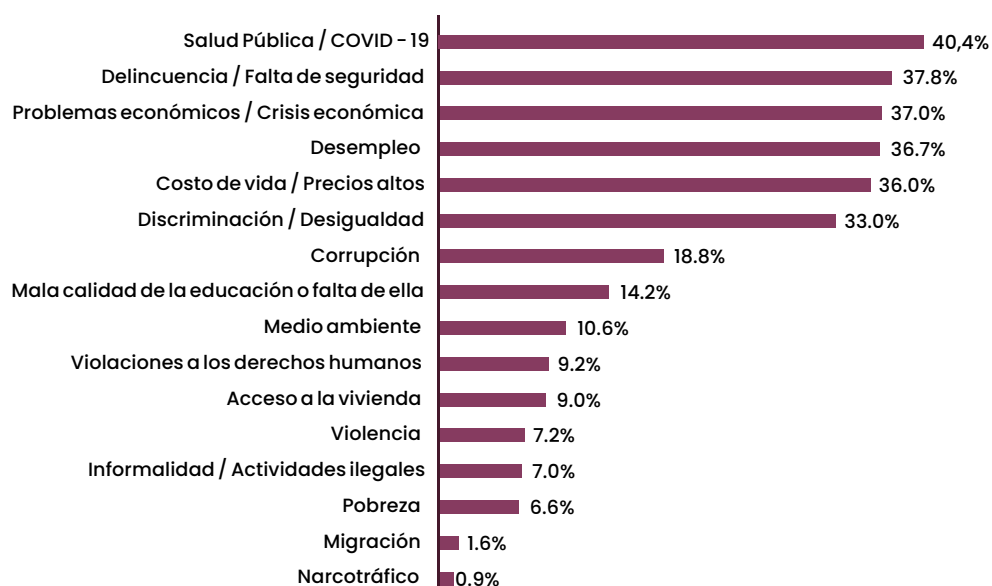
|                                              | TRANS Y GÉNERO DIVERSO |       | LESBIANAS Y MUJERES BICISGÉNERO |       | GAYS Y HOMBRES BICISGÉNERO |       |
|----------------------------------------------|------------------------|-------|---------------------------------|-------|----------------------------|-------|
|                                              | N                      | %     | N                               | %     | N                          | %     |
| Corrupción                                   | 130                    | 45.8% | 169                             | 45.8% | 222                        | 49.6% |
| Salud Pública / Covid -19                    | 86                     | 30.3% | 132                             | 35.8% | 172                        | 38.4% |
| Problemas económicos / Crisis económica      | 94                     | 33.1% | 104                             | 28.2% | 184                        | 41.1% |
| Violencia contra la mujer / Feminicidios     | 98                     | 34.5% | 175                             | 47.4% | 72                         | 16.1% |
| Delincuencia / Falta de seguridad            | 89                     | 31.3% | 89                              | 24.1% | 140                        | 31.3% |
| Desigualdad                                  | 75                     | 26.4% | 110                             | 29.8% | 125                        | 27.9% |
| Discriminación                               | 99                     | 34.9% | 82                              | 22.2% | 102                        | 22.8% |
| Mala calidad de la educación o falta de ella | 65                     | 22.9% | 109                             | 29.5% | 108                        | 24.1% |
| Desempleo                                    | 83                     | 29.2% | 52                              | 14.1% | 87                         | 19.4% |
| Violaciones a los derechos humanos           | 64                     | 22.5% | 56                              | 15.2% | 39                         | 8.7%  |
| Pobreza                                      | 45                     | 15.8% | 40                              | 10.8% | 52                         | 11.6% |
| Situación política                           | 23                     | 8.1%  | 31                              | 8.4%  | 62                         | 13.8% |

|                                     | TRANS Y GÉNERO DIVERSO |      | LESBIANAS Y MUJERES BICISGÉNERO |      | GAYS Y HOMBRES BICISGÉNERO |      |
|-------------------------------------|------------------------|------|---------------------------------|------|----------------------------|------|
|                                     | N                      | %    | N                               | %    | N                          | %    |
| Medio ambiente                      | 20                     | 7.0% | 27                              | 7.3% | 26                         | 5.8% |
| Informalidad / Actividades ilegales | 16                     | 5.6% | 17                              | 4.6% | 37                         | 8.3% |
| Narcotráfico                        | 3                      | 1.1% | 2                               | 0.5% | 9                          | 2.0% |
| Acceso a la vivienda                | 4                      | 1.4% | 4                               | 1.1% | 6                          | 1.3% |
| Migración                           | 7                      | 2.5% | 3                               | 0.8% | 3                          | 0.7% |

Respecto a los principales problemas que afectan directamente a las personas LGBTQ+ y sus familias (gráfico 20), encontramos que el 40% de personas encuestadas, considera la salud pública/Covid19 como principal preocupación. Esta cifra parece mucho mayor al promedio nacional si se toma como referencia a la encuesta Ipsos 2020 que indicaba que para julio solo 16% de la población peruana consideraba que era el principal problema que les afectaba. Por otro lado, la delincuencia/falta de seguridad es el segundo problema más mencionado (38%) por las personas LGBTQ+, un porcentaje similar de personal señalan que la crisis económica (37%) o el desempleo son el mayor problema (36%). Es importante señalar que, según la tabla 7, para las personas trans y de género diverso, el problema más mencionado fue la discriminación y desigualdad (42%) seguido por el desempleo (41%).

## GRÁFICO 20 PRINCIPALES PROBLEMAS QUE AFECTAN A LAS PERSONAS LGBTQ+ Y SUS FAMILIAS

PORCENTAJE DE PRINCIPALES PROBLEMAS QUE AFECTAN A LAS PERSONAS LGTB Y SUS FAMILIAS



**TABLA 7 PRINCIPALES PROBLEMAS QUE AFECTAN A LAS PERSONAS LGBTQ+ Y SUS FAMILIAS SEGÚN OSIG**

|                                              | TRANS Y GÉNERO DIVERSO |        | LESBIANAS Y MUJERES BICISGÉNERO |        | GAYS Y HOMBRES BICISGÉNERO |        |
|----------------------------------------------|------------------------|--------|---------------------------------|--------|----------------------------|--------|
|                                              | N                      | %      | N                               | %      | N                          | %      |
| Salud Pública / Covid -19                    | 94                     | 33.10% | 162                             | 43.90% | 190                        | 42.41% |
| Delincuencia / Falta de seguridad            | 80                     | 28.17% | 148                             | 40.11% | 188                        | 41.96% |
| Problemas económicos / Crisis económica      | 107                    | 37.58% | 148                             | 40.11% | 154                        | 34.38% |
| Desempleo                                    | 118                    | 41.55% | 135                             | 36.59% | 151                        | 33.71% |
| Costo de vida / precios altos                | 92                     | 32.39% | 144                             | 39.02% | 151                        | 33.71% |
| Discriminación / desigualdad                 | 120                    | 42.25% | 118                             | 31.98% | 128                        | 28.57% |
| Corrupción                                   | 45                     | 15.85% | 78                              | 21.14% | 88                         | 19.64% |
| Mala calidad de la educación o falta de ella | 47                     | 16.55% | 40                              | 10.84% | 71                         | 15.85% |
| Medio ambiente                               | 27                     | 9.51%  | 50                              | 13.55% | 40                         | 8.93%  |
| Violaciones a los derechos humanos           | 40                     | 14.08% | 20                              | 5.42%  | 43                         | 9.60%  |
| Acceso a la vivienda                         | 23                     | 8.10%  | 25                              | 6.78%  | 51                         | 11.38% |
| Violencia                                    | 32                     | 11.27% | 23                              | 6.23%  | 25                         | 5.58%  |
| Informalidad / Actividades ilegales          | 20                     | 7.04%  | 15                              | 4.07%  | 40                         | 8.93%  |
| Pobreza                                      | 29                     | 10.21% | 10                              | 2.71%  | 35                         | 7.81%  |
| Migración                                    | 5                      | 1.76%  | 2                               | 0.54%  | 11                         | 2.46%  |
| Narcotráfico                                 | 3                      | 1.06%  | 2                               | 0.54%  | 3                          | 0.67%  |

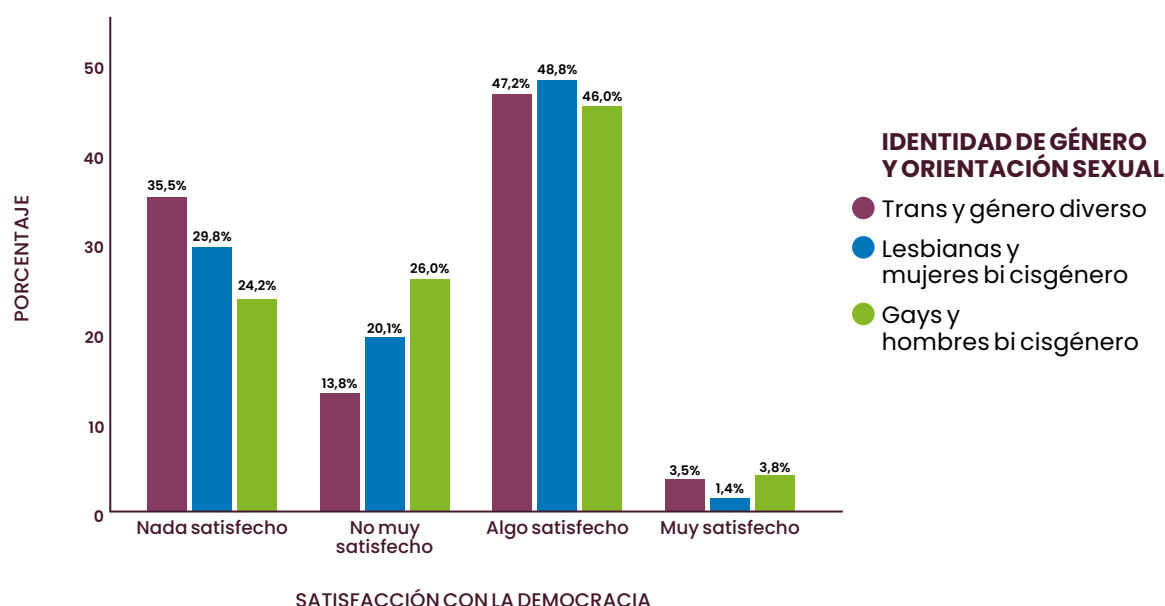
#### 4. DEMOCRACIA, CIUDADANÍA Y RECONOCIMIENTO DE DERECHOS

El 50% de personas LGBTQ+, señalan su insatisfacción con la forma en que la democracia funciona en el Perú (nada satisfecho/no muy satisfecho). Esta cifra es menor en relación a la insatisfacción reflejada en la encuesta del Latinobarómetro del 2019 que señala una insatisfacción de 72% a nivel nacional. Los resultados muestran las personas trans son quienes menos satisfechas con la democracia se encuentran (35%) diez puntos porcentuales más que en el caso de los hombres gays y bisexuales (gráfico 21).

Estos resultados llaman la atención, pues pese a que, en el Estado peruano, existen muchos retos de cara al reconocimiento de derechos LGBTQ+, el porcentaje de personas LGBTQ+ encuestadas que prefieren la democracia frente a otros regímenes es superior a la percepción de la población en general. En el Latinobarómetro para el 2019, el 49.3% tenía una opinión similar. Ahora bien, este resultado podría explicarse porque, en América Latina y en el resto de países (en unos más que otros), el avance de los derechos de las personas LGBTQ+ ha sido posible en regímenes democráticos, con autonomía de poderes y por el contrario, los regímenes autoritarios han reprimido a diversos movimientos sociales, entre ellos, el LGBTQ+ (Corrales y Pecheny, 2010).

## GRÁFICO 21 SATISFACCIÓN CON LA DEMOCRACIA SEGÚN OSIG

PORCENTAJE DE SATISFACCIÓN CON LA DEMOCRACIA SEGÚN GRUPOS DE OSIG

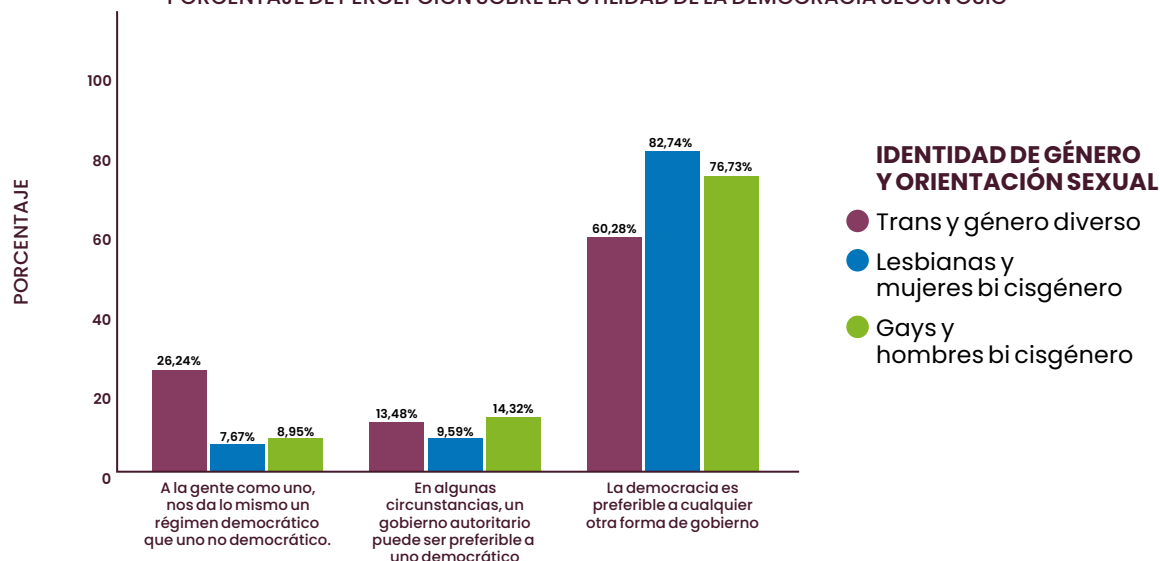


Con relación a la percepción de la utilidad de la democracia, el 73% de las personas LGBTQ+ indican que “la democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno” (grafico 22). Según identidades, son las personas trans y de género diverso son las que menos comparten esta opinión, de hecho, el 26% indica que “a la gente como uno, nos da lo mismo un régimen democrático que uno no democrático”, lo cual puede estar relacionado con la violencia que se ejerce especialmente sobre ellas y la situación de precarización en la que se encuentran, como se ha ido evidenciando en los puntos anteriores. La Defensoría del Pueblo (2016) señala que ello es resultado del limitado acceso a derechos como la educación, la salud y el trabajo.

Ahora bien, para el fortalecimiento de la democracia, diversos autores señalan que se debe considerar los diversos tipos de ciudadanía, más allá de la electoral (Lamas, 2001). En ese sentido, la formación y consolidación de la democracia tiene como reto la configuración de una ciudadanía activa, responsable, que conoce sus derechos y los defiende. En ese proceso, el sentido de pertenencia juega un rol importante para el ejercicio de la ciudadanía, sin embargo ¿qué sucede cuando cierta parte de la población no se siente reconocida como tal o que no la tratan de manera justa y digna? De acuerdo a los hallazgos obtenidos de la encuesta (gráfico 23), el 97% de personas LGBTQ+ perciben que el trato hacia ellas es poco (46%) o nada justo (51%). Aún más las mujeres lesbianas y bisexuales (58%) y las mujeres trans (55%) afirman que el trato es nada justo.

## GRÁFICO 22 PERCEPCIÓN SOBRE UTILIDAD DE LA DEMOCRACIA OSIG

PORCENTAJE DE PERCEPCIÓN SOBRE LA UTILIDAD DE LA DEMOCRACIA SEGÚN OSIG

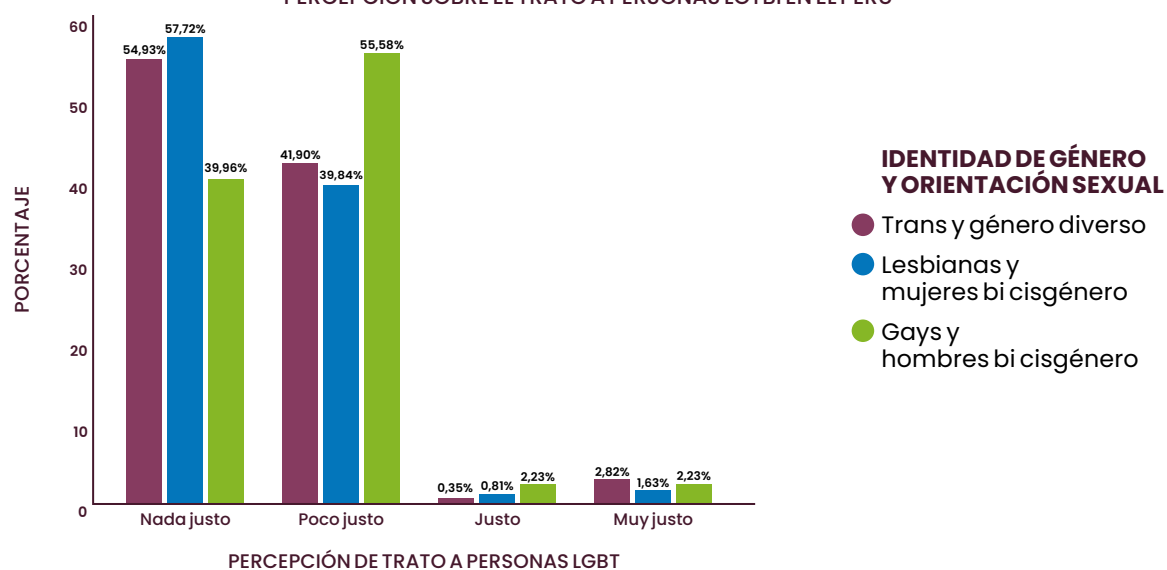


PERCEPCIÓN SOBRE LA UTILIDAD DE LA DEMOCRACIA

Con relación al lugar de residencia, alrededor del 50% de Lima Metropolitana, Callao, La Libertad, Arequipa y Cusco, respondieron que el trato es “nada justo”, mientras que este porcentaje solo llega al 30% en Loreto. Así no se observan diferencias entre ciudades de costa y sierra, pero si en el oriente. Para este caso, vale la pena señalar que Loreto, y principalmente Iquitos, tiene un trabajo sostenido de visibilización de personas LGBTQ+ e incidencia política con las autoridades locales (CHERL, 2017). Para entender dicha percepción, se realizó dos preguntas adicionales, la primera, sobre el respeto de las personas LGBTQ+ y, la segunda, sobre los avances de los derechos de personas LGBTQ+, con relación al 2015. Así, se encuentra que si bien un 41% indica que el respeto social hacia personas LGBTQ+ es mejor que hace cinco años, un 50% de las personas trans y personas de género diverso señala que las cosas siguen igual (gráfico 24).

## GRÁFICO 23 PERCEPCIÓN SOBRE EL TRATO A PERSONAS LGBTQ+

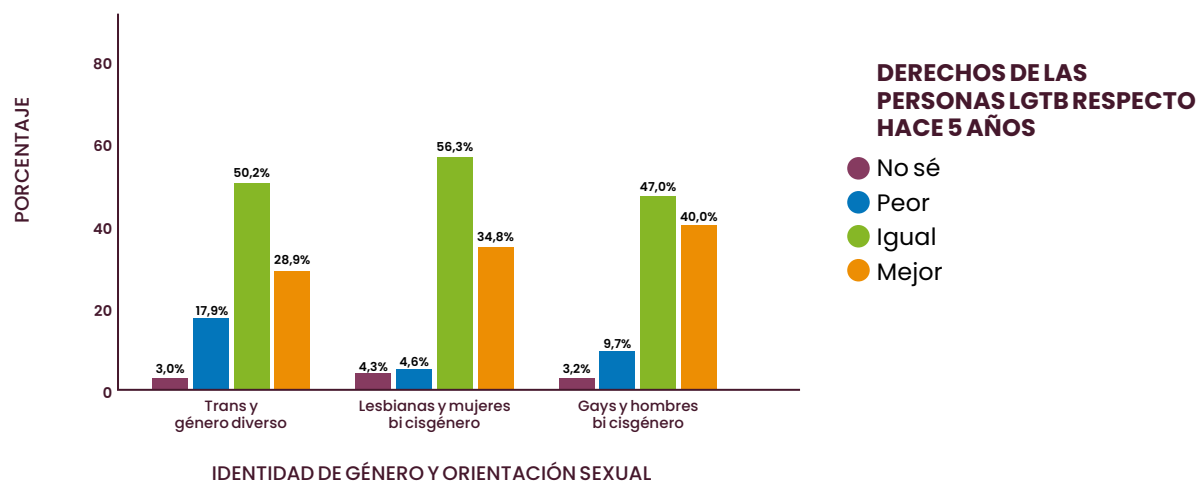
PERCEPCIÓN SOBRE EL TRATO A PERSONAS LGTBI EN EL PERÚ



PERCEPCIÓN DE TRATO A PERSONAS LGBT

## GRÁFICO 24 PERCEPCIÓN DE AVANCE DE LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS LGBTQ+ RESPECTO AL 2015

PERCEPCIÓN SOBRE AVANCE DE LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS LGTBI RESPECTO HACE 5 AÑOS SEGÚN OSIG

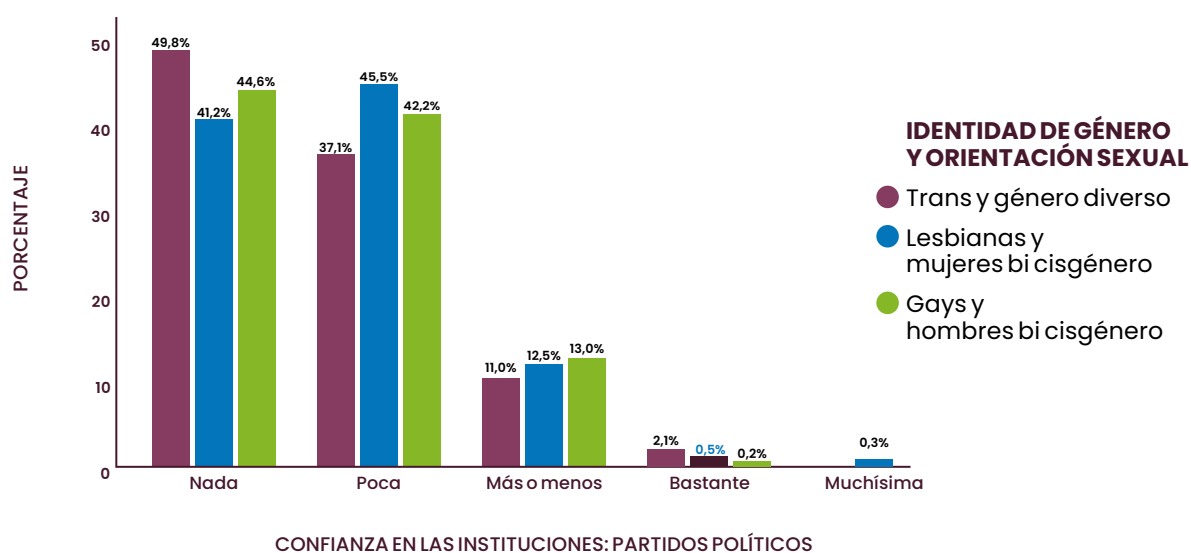


## 5. CONFIANZA EN LAS INSTITUCIONES

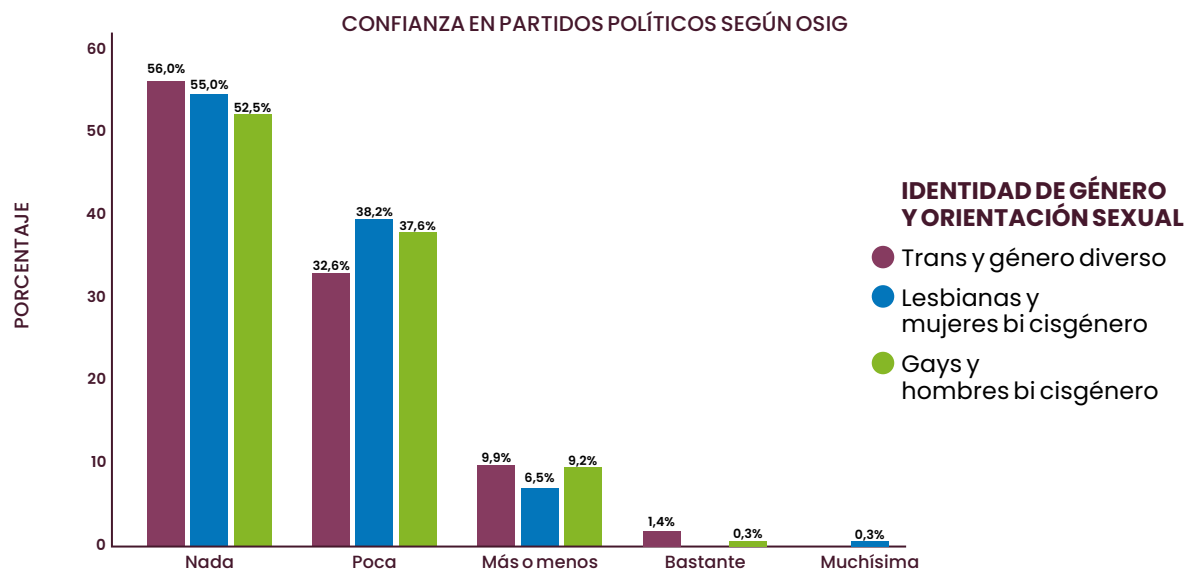
Las instituciones son las encargadas de velar por los derechos de la ciudadanía, entender sus necesidades y proveer medios alcanzables para satisfacerlas. Además, contribuyen para una convivencia democrática y justa. Por ello es preocupante, que desde hace varios años la confianza en las diversas instituciones del país ha ido en descenso. Al preguntar a las personas LGBTQ+ por el nivel de confianza de algunas instituciones se puede observar que la institución menos confiable (nada o poca confianza) son los partidos políticos (92%), como se puede ver en el gráfico 25. En segundo lugar, está el Congreso de la República (gráfico 26) con 91% de desconfianza y el Sistema de Justicia (gráfico 27) con 78% de desconfianza.

## GRÁFICO 25 CONFIANZA EN PARTIDOS POLÍTICOS SEGÚN OSIG

CONFIANZA EN PARTIDOS POLÍTICOS SEGÚN OSIG

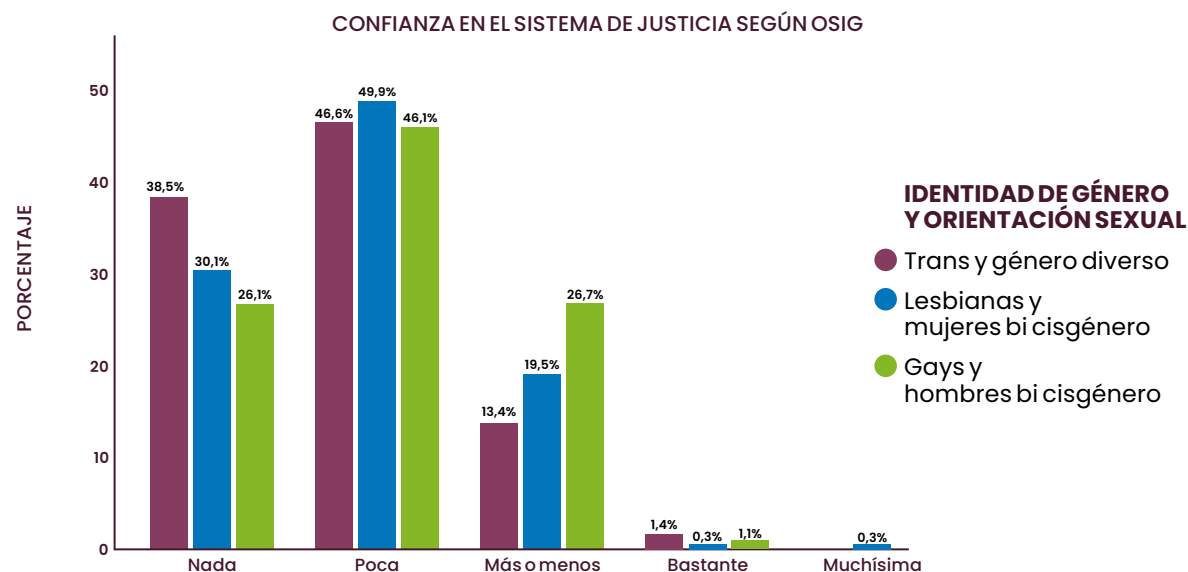


## GRÁFICO 26 CONFIANZA EN EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA SEGÚN OSIG



CONFIANZA EN LAS INSTITUCIONES: CONGRESO

## GRÁFICO 27 CONFIANZA EN EL SISTEMA DE JUSTICIA SEGÚN OSIG

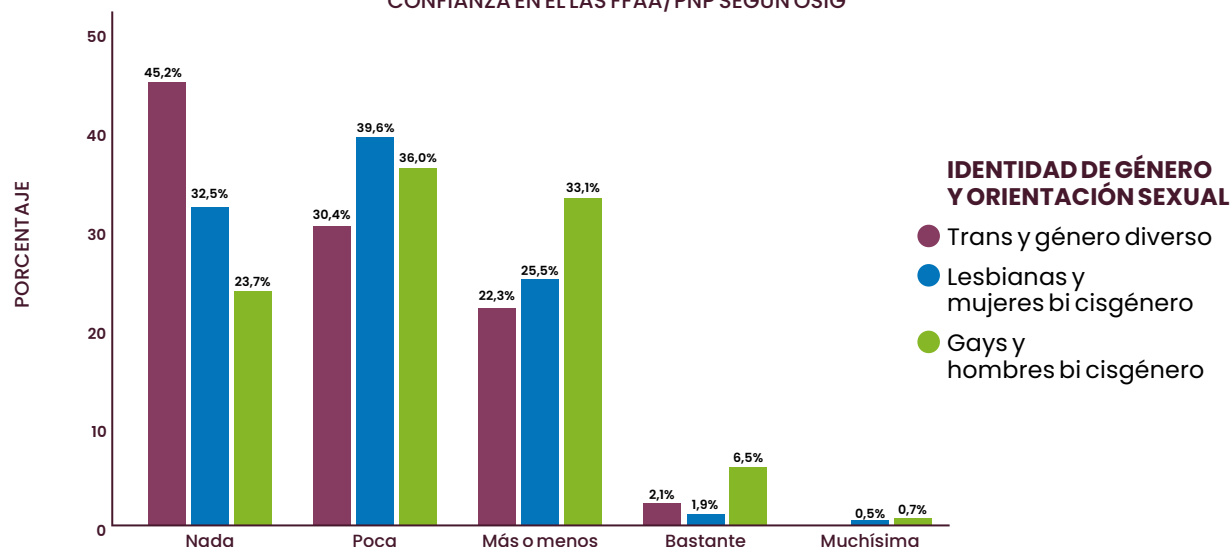


CONFIANZA EN LAS INSTITUCIONES: SISTEMA DE JUSTICIA

A excepción del representante del gobierno ejecutivo de ese entonces, Martín Vizcarra (47% confía algo), todas las instituciones indicadas en la pregunta se ubican en el grupo de instituciones no confiables del sector público. Específicamente en el caso de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional del Perú (FFAA/PNP) el 45% de las personas trans y de género diverso señalan que no les tienen nada de confianza (gráfico 28). Por su parte, como se observa en el gráfico 29, los medios de comunicación también son vistos con ninguna o poca confianza (67%). Estos resultados, son similares a otras encuestas similares, de acuerdo al INEI (2020) las tres instituciones menos confiables –en ese orden– son los partidos políticos, el Congreso y el Poder Judicial.

## GRÁFICO 28 CONFIANZA EN LAS FFAA/PNP

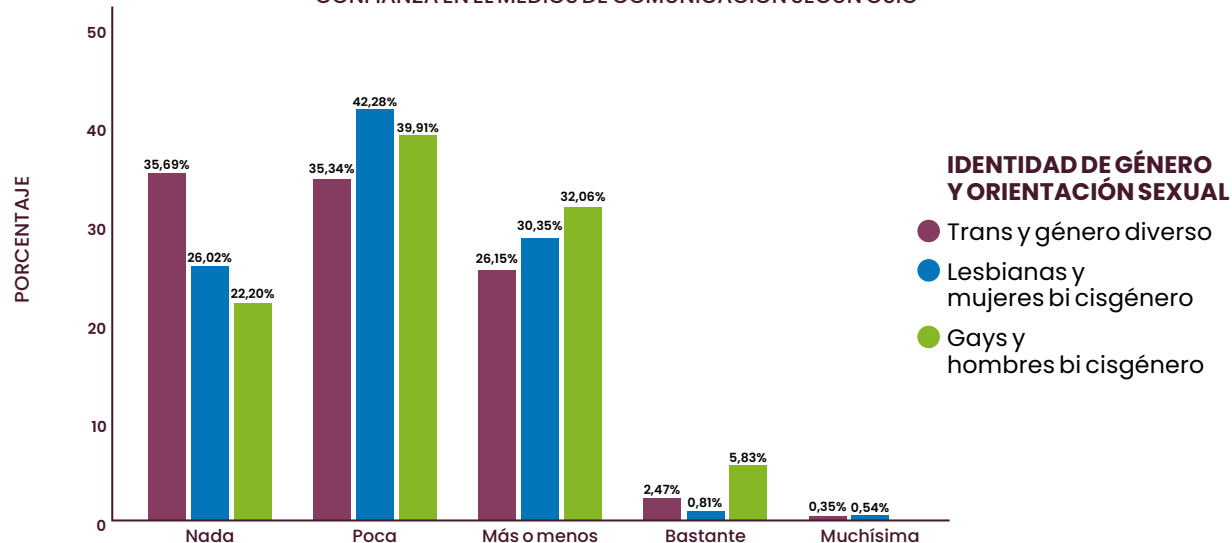
CONFIANZA EN EL LAS FFAA/ PNP SEGÚN OSIG



CONFIANZA EN LAS INSTITUCIONES: FFAA / POLICÍA

## GRÁFICO 29 CONFIANZA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

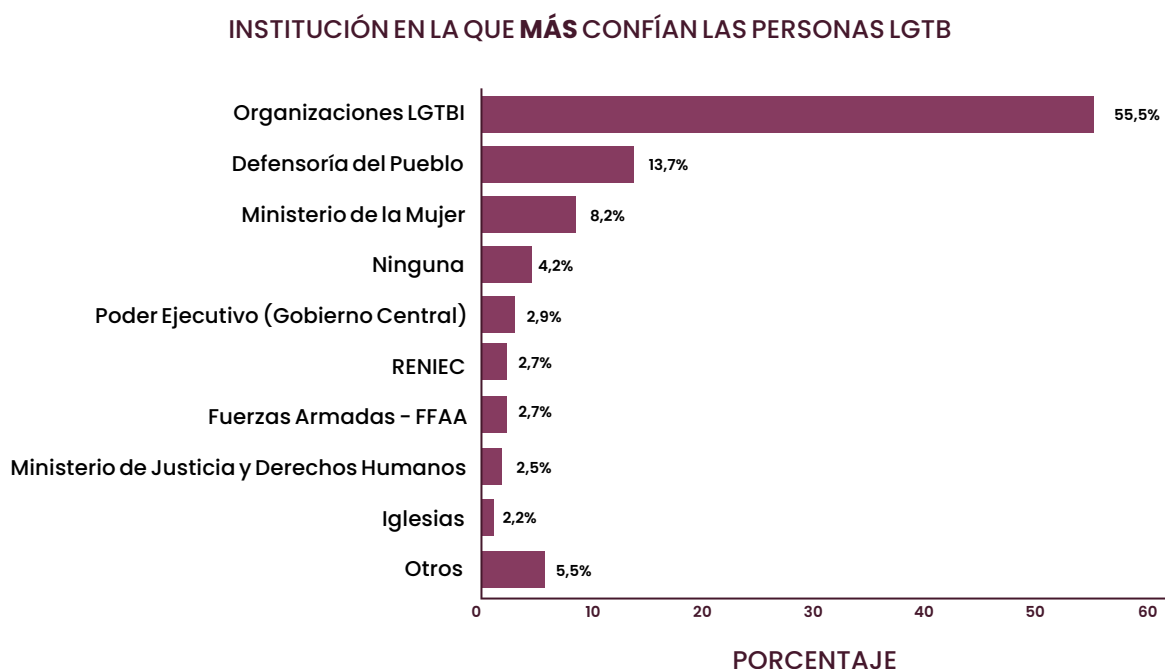
CONFIANZA EN EL MEDIOS DE COMUNICACIÓN SEGÚN OSIG



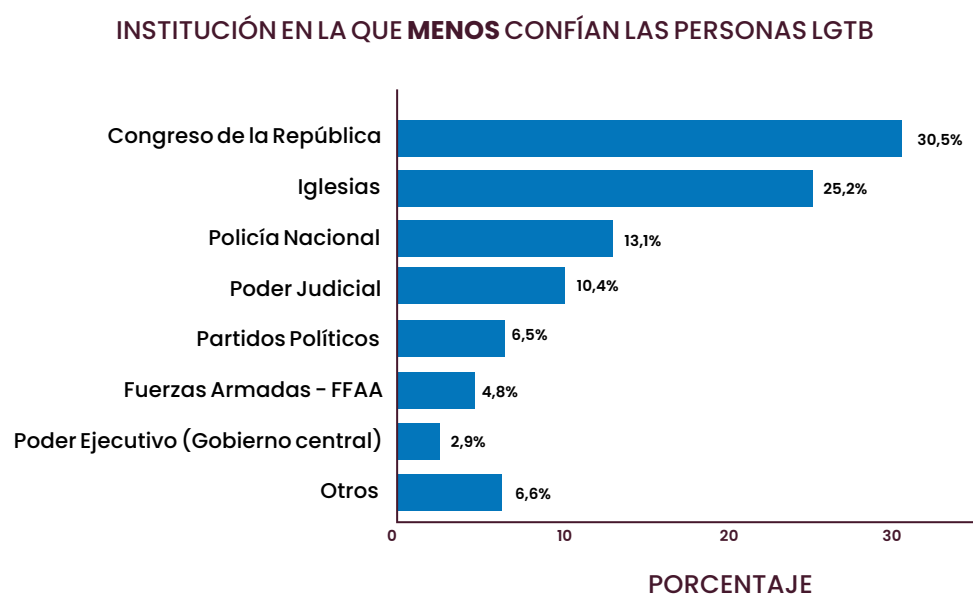
CONFIANZA EN LAS INSTITUCIONES: MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Asimismo, se les pidió a las personas encuestadas que de una lista seleccionen la institución en la que más confían (gráfico 30). El 54% señala a las organizaciones LGBTQ+, cuatro veces más que la Defensoría del Pueblo (13%), que se ubica en segundo lugar y el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (8%). Al otro extremo, el Congreso de la República se perfila como la institución en la que menos confía (gráfico 31) con 30,5%. En segundo lugar, están las iglesias con 25%. Este orden varía por identidad de género, pues para las personas trans y personas de género diverso, la institución en la que menos confían son las iglesias, alcanzando hasta un 35% en el caso de las PGNB.

### GRÁFICO 30 INSTITUCIÓN EN LA QUE MÁS CONFÍAN LAS PERSONAS LGBTQ+<sup>8</sup>



### GRÁFICO 31 INSTITUCIÓN EN LA QUE MENOS CONFÍAN LAS PERSONAS LGBTQ+<sup>9</sup>



## 6. INTERÉS EN LA POLÍTICA, IDEOLOGÍA POLÍTICA Y SIMPATÍA CON ORGANIZACIONES POLÍTICAS

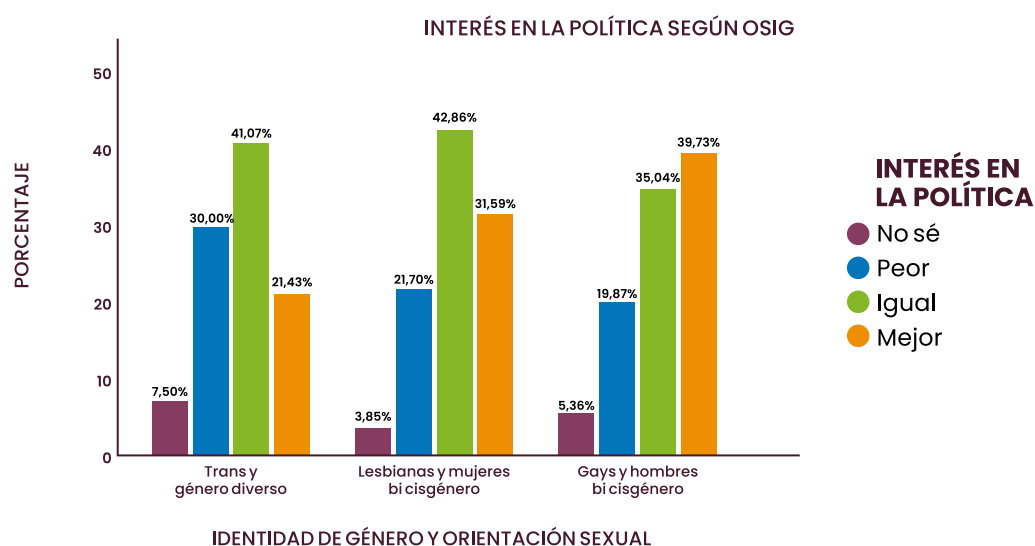
El interés por la política ha venido disminuyendo de manera generalizada en América Latina en la última década. Este no es un fenómeno nuevo pues la identificación y militancia en los partidos tradicionales y la confianza en las instituciones políticas se hallan a la baja en un gran número de democracias. Perú no está exento de ello pues de acuerdo a la encuesta de LAPOP (2019), solo el 7.7% de peruanos y peruanas tiene

<sup>8</sup> En la sección otros se encuentran las opciones que no alcanzaron más del 2% de respuestas: ONPE (2,1%), JNE (1,4%), PNP (1,2%), cabe resaltar que los Partidos Políticos, el Poder Judicial y el Congreso de la República no obtuvieron ni el 0.5%.

<sup>9</sup> En la sección otros se encuentran las opciones que no alcanzaron más del 2% de respuestas: ONPE (2,1%), JNE (1,4%), PNP (1,2%), cabe resaltar que los Partidos Políticos, el Poder Judicial y el Congreso de la República no obtuvieron ni el 0.5%.

mucho interés en la política, y un 21.5% declara algo de interés. Sumadas ambas cifras, solo un 29.2% tiene interés en la política. En términos comparativos, Perú se ubica en la parte baja del conjunto de países de la región. Sin embargo, en el caso de las personas LGBTQ+ de la encuesta se encuentra que el 70% señala estar algo o muy interesada en la política (un 38% algo interesada y un 32% muy interesada). Si se analiza esta variable según la identidad de género (gráfico 32), el grado de interés está influenciado por la identidad de género. Así, mientras solo el 25% de hombres gays y bisexuales indican estar poco o nada interesados con la política, en el caso de las personas trans y de género diverso este porcentaje se eleva al 37,5%.

**GRÁFICO 32 INTERÉS EN LA POLÍTICA SEGÚN OSIG**

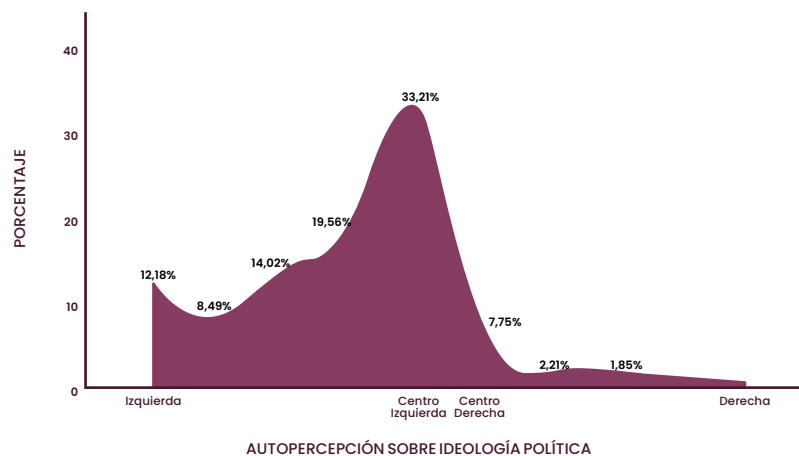


Con relación al lugar de residencia, Lima Metropolitana, Callao y Arequipa presentan un mayor interés, alrededor del 74% en comparación con las personas entrevistadas de Cusco y La Libertad (69% y 64% respectivamente). Quien presenta una gran diferencia es Loreto, donde el interés cae a 45%, siendo el único lugar de los entrevistados donde el desinterés (55%) es superior al interés en política.

Por otro lado, respecto a los resultados de la autoidentificación ideológica, se les pidió a las personas entrevistadas que se ubicaran en una escala del 1 al 10, donde 1 significaba extrema izquierda y 10 extrema derecha. Los resultados arrojaron que el 64% de entrevistados se ubicó en la escala del 3 y 5 hacia la izquierda, en comparación con apenas el 18% ubicados en la escala de 6 y 8 hacia la derecha. El centro izquierda (5) obtuvo un 33% frente al 9% de centro derecha. Respecto al lugar de residencia, existen diferencias estadísticas, Cusco y Arequipa (73% y 68%), ambas ciudades del sur, se ubican en una escala del 3 al 5 hacia la izquierda en comparación con Loreto (58%) o Lima Metropolitana y Callao (62%). Si se analiza según identidad de género como se observa en los gráficos 33, 34 y 35, las personas trans y de género diverso se ubican mucho más hacia la izquierda, las personas de centro derecha y derecha no pasan el 10%, frente al 27% de hombres gays y bisexuales.

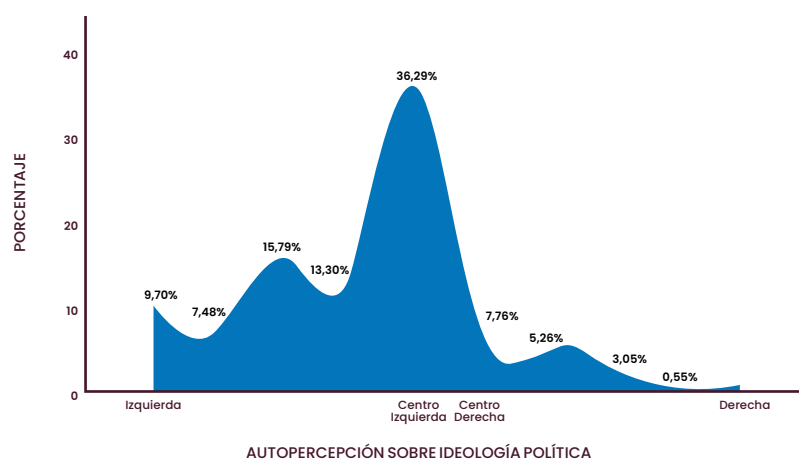
### GRÁFICO 33 AUTOPERCEPCIÓN SOBRE IDEOLOGÍA POLÍTICA DE LAS PERSONAS TRANS Y DE GÉNERO DIVERSO

AUTOPERCEPCIÓN SOBRE IDEOLOGÍA POLÍTICA DE PERSONAS TRANS Y DE GÉNERO DIVERSO



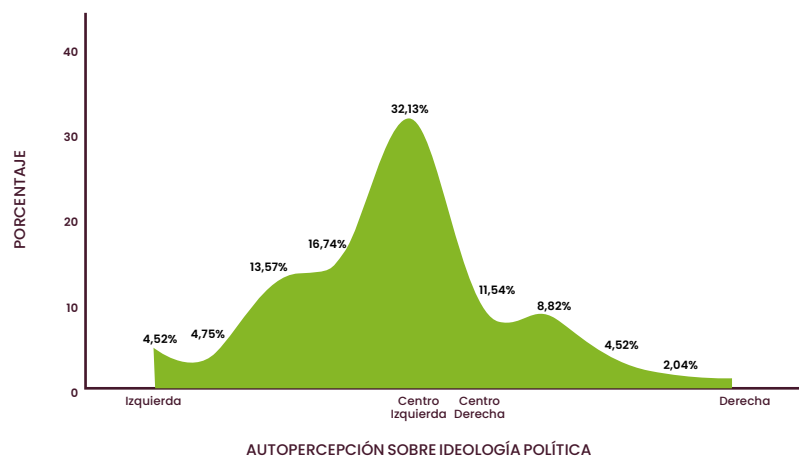
### GRÁFICO 34 AUTOPERCEPCIÓN SOBRE IDEOLOGÍA POLÍTICA DE LAS MUJERES Y PERSONAS BISEXUALES

AUTOPERCEPCIÓN SOBRE IDEOLOGÍA POLÍTICA DE LESBIANAS Y MUJERES BISEXUALES



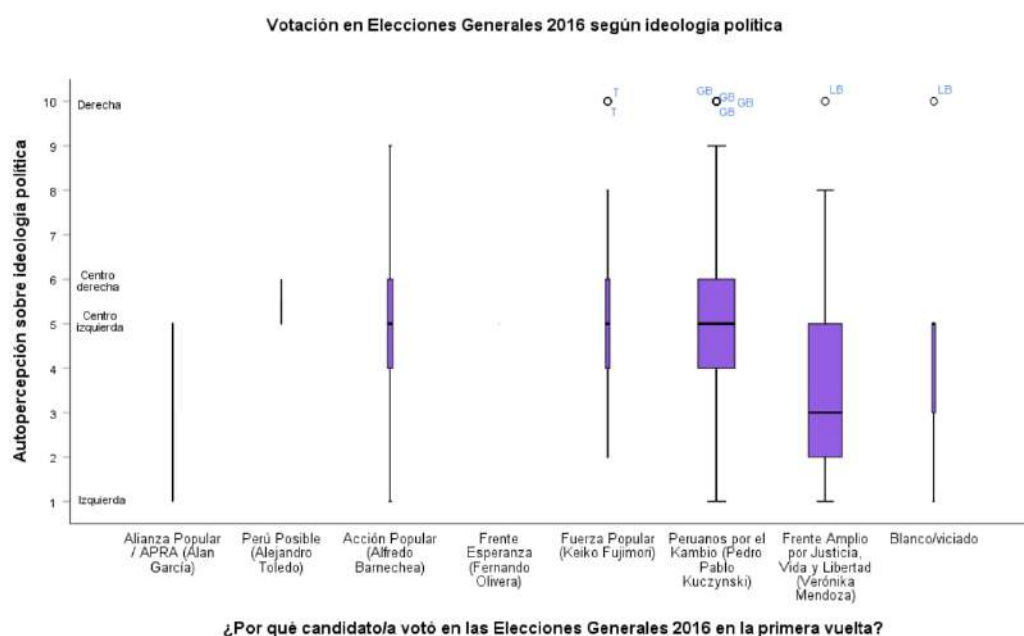
### GRÁFICO 35 AUTOPERCEPCIÓN SOBRE IDEOLOGÍA POLÍTICA DE HOMBRES GAYS Y BISEXUALES

AUTOPERCEPCIÓN SOBRE IDEOLOGÍA POLÍTICA DE HOMBRES GAYS Y BISEXUALES



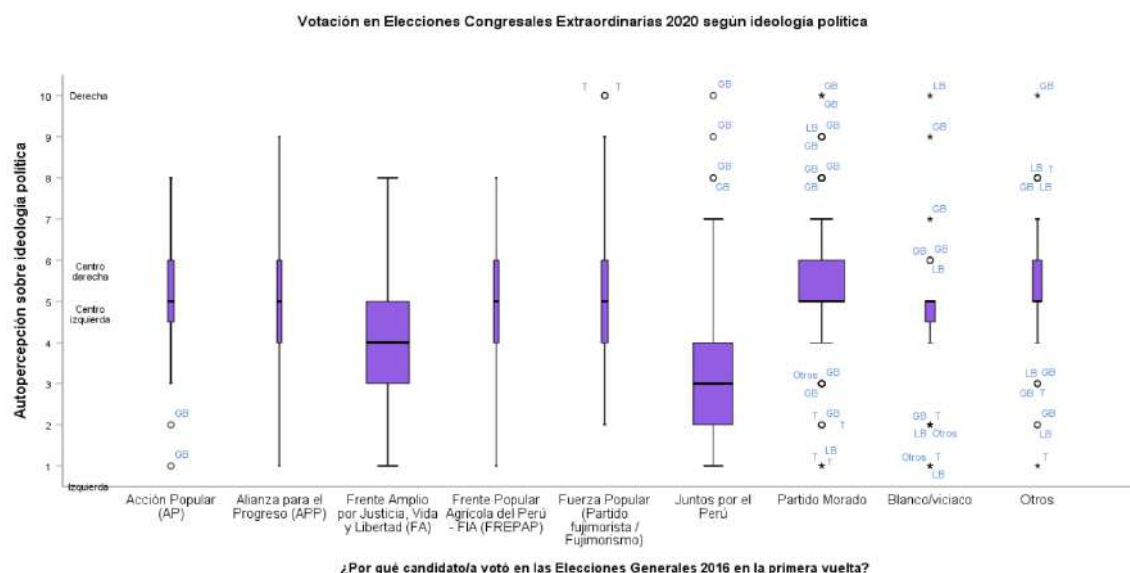
Por otro lado, el 56% de personas LGBTQ+ no simpatiza con ningún partido. De quienes si indicaron simpatizar con alguna organización el 22% lo hace con el Frente Amplio y el 21% con el Partido Morado, en menor medida, con Juntos por el Perú que tiene 12%. Justamente son esos tres partidos que en las pasadas Elecciones Congresales Extraordinarias 2020, levantaron propuestas para las personas LGBTQ+, relacionadas al reconocimiento del matrimonio entre personas del mismo sexo, la identidad de género y no discriminación, entre otras. El resto de los partidos políticos no sobrepasa el 1% (a excepción de Acción Popular con 2% y FREPAP con 2%). Si relacionamos estos resultados con el reporte de votación de las Elecciones Generales 2016, el 43% votó por Peruanos por el Cambio (Pedro Pablo Kuczynski) y el 40% por Frente Amplio por Justicia, Vida y Libertad (Verónica Mendoza), evidenciándose coherencia entre quienes se identifican como izquierda y votaron por este partido (gráfico 36).

### GRÁFICO 36 VOTACIÓN EN EG 2016 SEGÚN IDEOLOGÍA POLÍTICA



Respecto a las Elecciones Congresales 2020, de quienes reportaron haber votado y recordado su voto, un 26% lo hizo por el Partido Morado, un 25% por el Frente Amplio por Justicia, Vida y Libertad (FA) y un 23% por Juntos por el Perú. Le siguen Acción Popular (AP) y Fuerza Popular (Partido fujimorista / Fujimorismo) que solo obtuvieron el 4% cada uno y Alianza para el Progreso (APP) y el Frente Popular Agrícola del Perú - FIA (FREAPAP) que obtuvieron 3% cada uno. El resto de los partidos no lograron ni el 1%. Cabe resaltar que en cado del FA y JP sus votantes se ubican principalmente en la ideología de izquierda, en esta lógica el partido del centro sería el Partido Morado (gráfico 37).

## GRÁFICO 37 VOTACIÓN EN ECE 2020 SEGÚN IDEOLOGÍA POLÍTICA



## 7. COMPORTAMIENTO ELECTORAL

### 7.1 RAZONES PARA CONSIDERAR A UN(A) CANDIDATO(A)

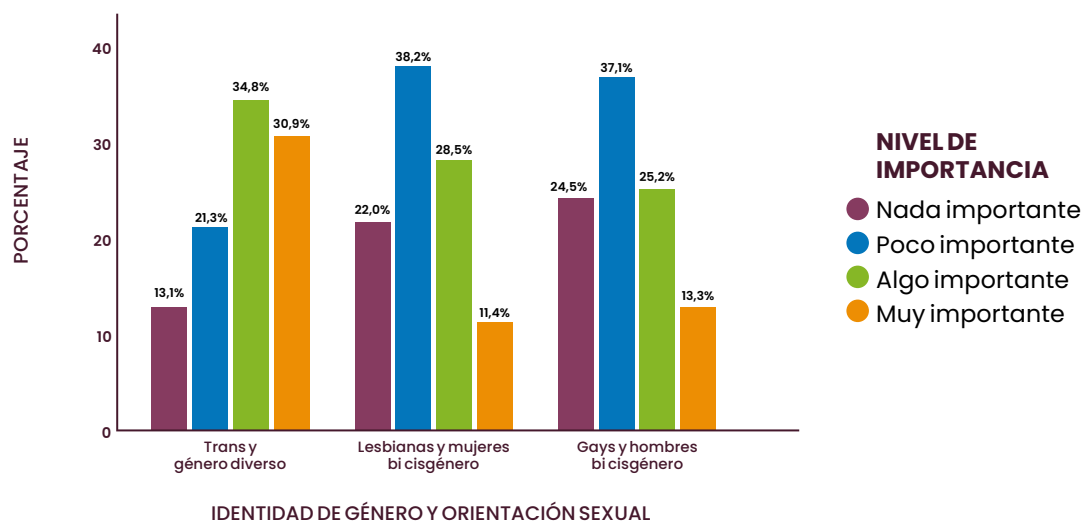
Para indagar por las cualidades que las personas LGBTQ+ consideran valiosas en un candidato(a) que participa en las elecciones generales, se planteó una serie de opciones, entre las cuales podían escoger hasta un máximo de tres. Lo que se encontró es tremendamente valioso para quienes buscan atraer este voto, pues el 75% de personas LGBTQ+ considera relevante que el candidato o candidata tenga propuestas para la comunidad (gráfico 38). Este porcentaje es coherente con los votantes de los partidos que tenían propuestas sobre derechos LGBTQ+, como se vio en el punto anterior. Asimismo, la importancia de un plan de gobierno ocupa el segundo lugar con 73%. En tercer lugar, se indica la experiencia en gestión pública y/o gestión previa con 67%. De otra parte, las cualidades con menor porcentaje de valoración son: ser parte de la comunidad LGBTQ+ (22%), su forma de ser (21%) y el cargo partidario (6%).

En otra pregunta de la encuesta se preguntó específicamente sobre la importancia de que el partido o candidatura sea LGBTQ+ (gráfico 39) y solo las personas trans y de género diverso consideran mayoritariamente este elemento (65% señalaron que era algo o muy importante) frente a las mujeres lesbianas y bisexuales (40%) y hombres gays y bisexuales (38%).

### GRÁFICO 38 CUALIDADES IMPORTANTES EN UN(A) CANDIDATO(A) QUE PARTICIPA EN ELECCIONES GENERALES SEGÚN LAS PERSONAS LGBTQ+



### GRÁFICO 39 IMPORTANCIA DE QUE EL PARTIDO O CANDIDATURA SEA LGBTQ+ IMPORTANCIA DE QUE EL PARTIDO O CANDIDATO/A SEA LGTB



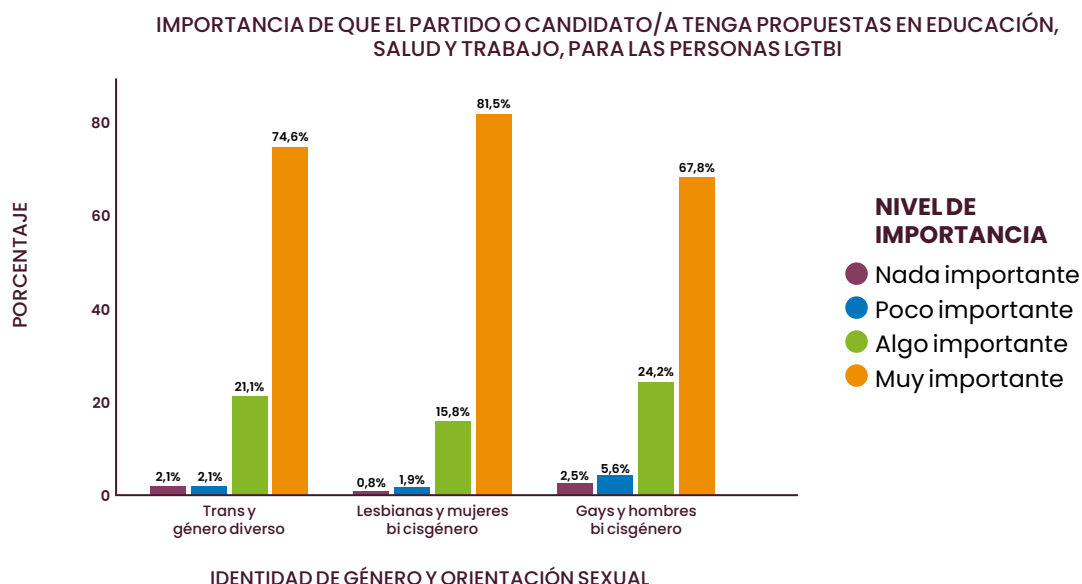
En resumen, se podría señalar que las personas LGBTQ+ encuestadas tienen un voto altamente programático y buscan una representación sustantiva (propuestas para las personas LGBTQ+ y capacidad de acción/gestión para llevarlas a cabo) por sobre una representación simbólica o descriptiva (tener representantes LGBTQ+) u otra característica relacionada al partido político (37%), el equipo técnico (30%), trabajo con organizaciones (40%) o nivel educativo (43%).

## 7.2 AGENDA LGBTQ+ Y PRINCIPALES DEMANDAS

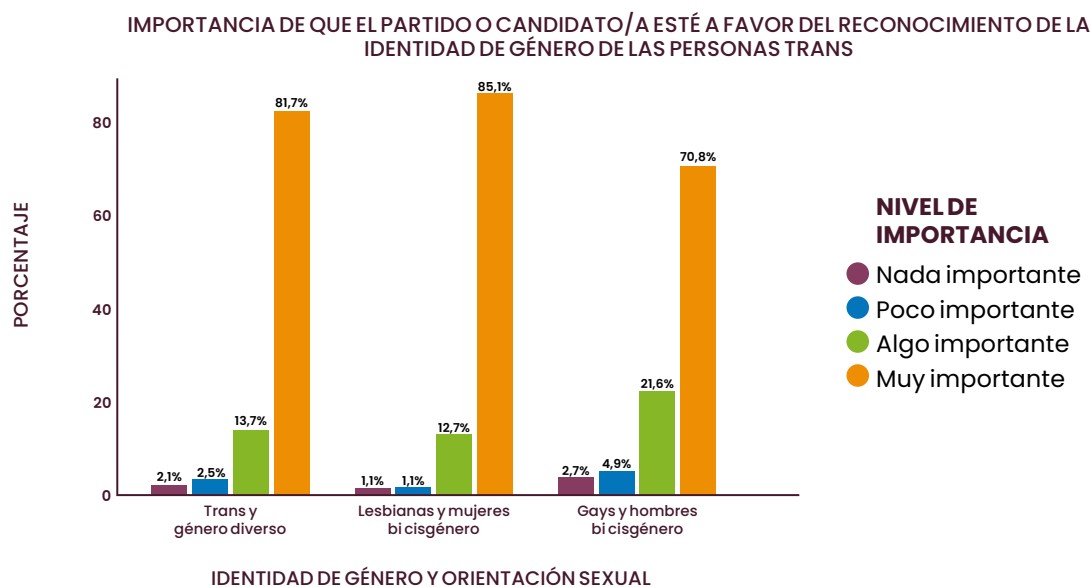
Con el objetivo de explorar el nivel de importancia que las personas LGBTQ+ electoras otorgan a algunas demandas de las organizaciones LGBTQ+, se presentó una lista de cinco temas que toman en consideración para votar por el partido o candidatura: a) que tenga propuestas en educación y salud de personas LGBTQ+, b) que esté a favor del matrimonio igualitario/unión civil, c) que esté a favor del reconocimiento de la identidad de género, d) que tenga propuestas para combatir la discriminación a personas LGBTQ+, y e) que esté a favor del enfoque de género.

Así, el 87% de las personas LGBTQ+ considera muy importante que el partido o candidatura tenga propuestas para combatir la discriminación y violencia hacia personas LGBTQ+. En la misma línea, un 74% considera muy importante que el partido o candidatura tenga propuestas en educación y salud para personas LGBTQ+ (sumando el “algo importante” este porcentaje llega al 95%). En el caso de las mujeres lesbianas y bisexuales este porcentaje llega al 81,5% (gráfico 40). Asimismo, este porcentaje alcanza 78% si considera la importancia del reconocimiento de la identidad de género como propuesta (gráfico 41), aquí cabe resaltar que para un 8% de los hombres gays y bisexuales es nada o poco importante este tema. Respecto a la importancia del enfoque de género en promedio 77% de personas LGBTQ+ lo mencionan como muy importante. Finalmente, se tiene un 67% que indica que es importante que el partido o candidatura esté a favor del reconocimiento de las parejas del mismo sexo. En el caso de las mujeres lesbianas, el 79% señala que esta demanda es muy importante (gráfico 42).

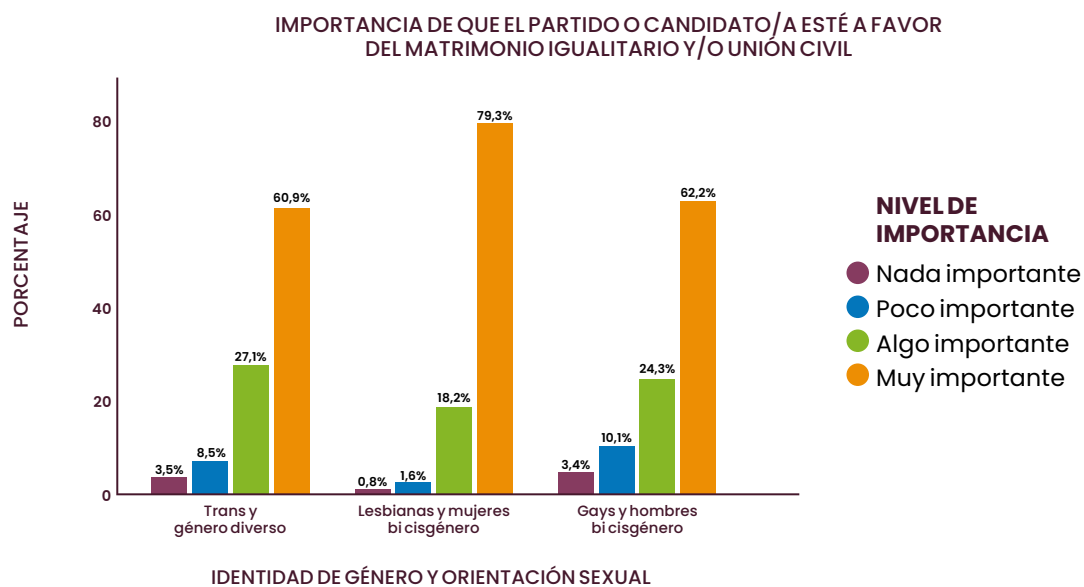
**GRÁFICO 40** IMPORTANCIA DE PROPUESTAS EN EDUCACIÓN, SALUD Y TRABAJO, PARA PERSONAS LGBTQ+



### GRÁFICO 41 IMPORTANCIA DEL RECONOCIMIENTO DE LA IDENTIDAD DE GÉNERO DE LAS PERSONAS TRANS



### GRÁFICO 42 IMPORTANCIA DEL MATRIMONIO IGUALITARIO Y/O UNIÓN CIVIL



En otra sección, señalaron la importancia de la agenda LGBTQ+: como demanda más importante se señaló la Ley de identidad de género con 50% de menciones (en el caso de las personas trans y de género diverso el 60% mencionaron esta como principal demanda frente al 45% de los hombres gays y bisexuales). En segundo lugar, se tiene como principal demanda el matrimonio, mencionada en promedio por el 36% de las personas encuestadas.

### 7.3 MOMENTO DE DECISIÓN DEL VOTO

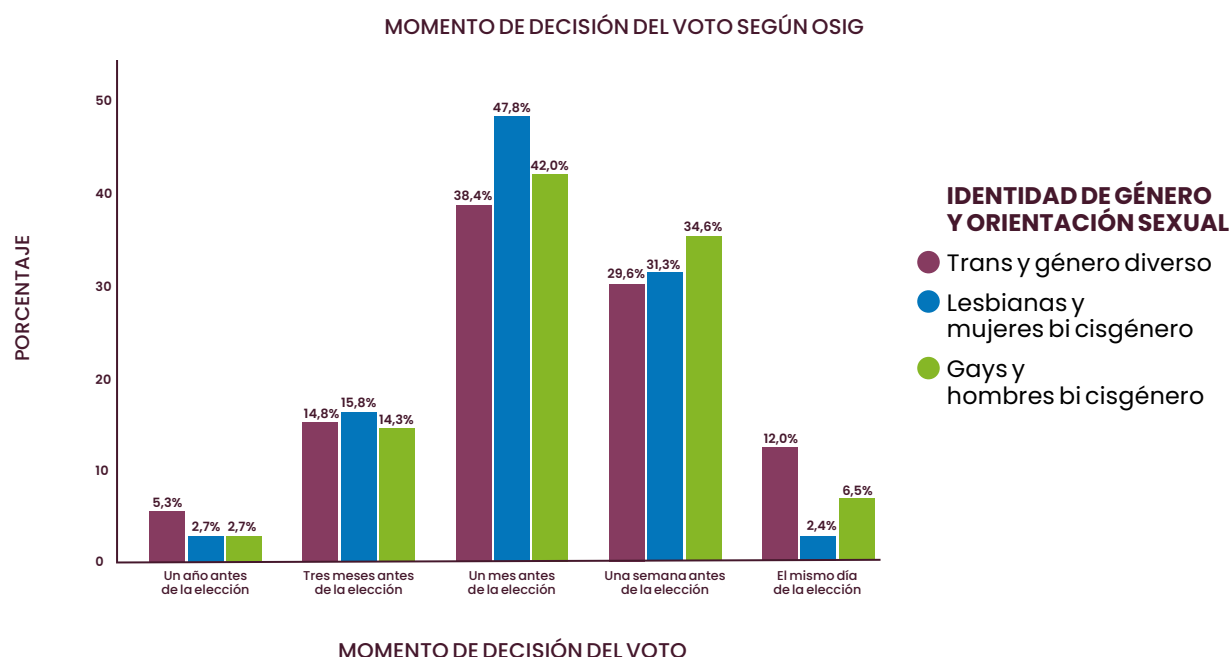
Respecto a la participación electoral (tabla 8), las personas encuestadas participaron en mayor medida del último proceso electoral. Ello se explica porque gran porcentaje de nuestra muestra es principalmente joven. Asimismo, cabe resaltar que quienes no votaron lo hicieron principalmente por no encontrarse en su ciudad de nacimiento.

**TABLA 8 PARTICIPACIÓN EN LOS TRES ÚLTIMOS PROCESOS ELECTORALES**

|                                          | TRANS Y GÉNERO DIVERSO |       | LESBIANAS Y MUJERES BI CÍSGÉNERO |       | GAYS Y HOMBRES BI CÍSGÉNERO |       | TOTAL |       |
|------------------------------------------|------------------------|-------|----------------------------------|-------|-----------------------------|-------|-------|-------|
|                                          | N                      | %     | N                                | %     | N                           | %     | N     | %     |
| Elecciones Congresales Extraordinarias   | 236                    | 83.1% | 316                              | 85.6% | 383                         | 85.5% | 935   | 84.9% |
| Elecciones Regionales y Municipales 2018 | 173                    | 60.9% | 244                              | 66.1% | 313                         | 69.9% | 730   | 66.3% |
| Elecciones generales 2016                | 135                    | 47.5% | 184                              | 49.9% | 259                         | 57.8% | 578   | 52.5% |

Cerca del 43% de encuestados/as señala que decide su voto un mes antes de la elección y un 32% lo hace una semana antes de la elección. Esto es, que 7 de cada 10 personas LGBTQ+ entrevistadas (75%), deciden por quién votar durante el mes previo a las elecciones, tiempo suficiente para informarse de las propuestas políticas dirigidas a su comunidad y del plan de gobierno, dos factores que, como se señaló anteriormente, son predominantes para elegir a un partido o candidato. Según la encuesta de ciudadanía del JNE (2017), el 17% de la población peruana decide su voto una semana antes y el 27% lo hace un mes antes. Así, las personas LGBTQ+ parecen tener una mayor planificación de su participación.

**GRÁFICO 43 MOMENTO DE DECISIÓN DEL VOTO SEGÚN OSIG**



Respecto a la evaluación de su tipo de voto (tabla 9), un 46% señala que votó por el menos malo y el 48% que votó por el partido que más le gustaba, siendo las personas gays y bisexuales quienes un mayor porcentaje reportaron (52%).

**TABLA 9 COHERENCIA DEL VOTO**

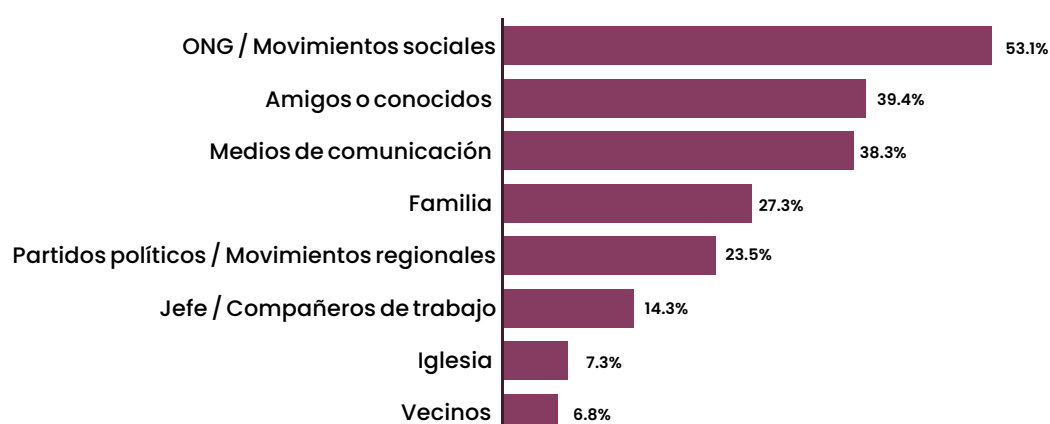
|                                        | TRANS Y GÉNERO DIVERSO |     | LESBIANAS Y MUJERES BICISGÉNERO |     | GAYS Y HOMBRES BICISGÉNERO |     | TOTAL |     |
|----------------------------------------|------------------------|-----|---------------------------------|-----|----------------------------|-----|-------|-----|
|                                        | N                      | %   | N                               | %   | N                          | %   | N     | %   |
| Votó en blanco o viciado               | 25                     | 10% | 13                              | 4%  | 20                         | 5%  | 58    | 6%  |
| Votó por el partido meno malo          | 113                    | 45% | 158                             | 50% | 169                        | 43% | 440   | 46% |
| Votó por el partido que más le gustaba | 113                    | 45% | 144                             | 46% | 202                        | 52% | 459   | 48% |

## 7.4 ACTORES QUE INFLUYEN EN SUS DECISIONES ELECTORALES

Respecto a las decisiones electorales de las personas LGBTQ+, las ONG/movimientos sociales son las que se ubican como más importantes (53% de menciones), seguidamente la red de amigos (39%) y los medios de comunicación (38%) figuran como los actores con mayor influencia en su elección electoral. Como instituciones con menor influencia se identifican a la Iglesia (7,3%) y vecinos (6,8%). Llama la atención que siendo los partidos políticos uno de los actores principales en la contienda electoral, pues serán ellos los elegidos, tengan muy poca influencia en la decisión electoral, apenas un 5% indica que tienen mucha influencia y un 19% algo de influencia. De otra parte, el porcentaje que reporta la familia como un actor de influencia en la decisión del voto (27%) es mucho menor al que se identificó en el Perfil del Elector que fue 45% (JNE, 2017).

**GRÁFICO 44 INFLUENCIA EN DECISIONES ELECTORALES DE PERSONAS LGBTQ+**

INFLUENCIA EN DECISIONES ELECTORALES DE PERSONAS LGTB



**TABLA 10** INFLUENCIA EN DECISIONES ELECTORALES DE LAS PERSONA LGBTQ+ SEGÚN OSIG

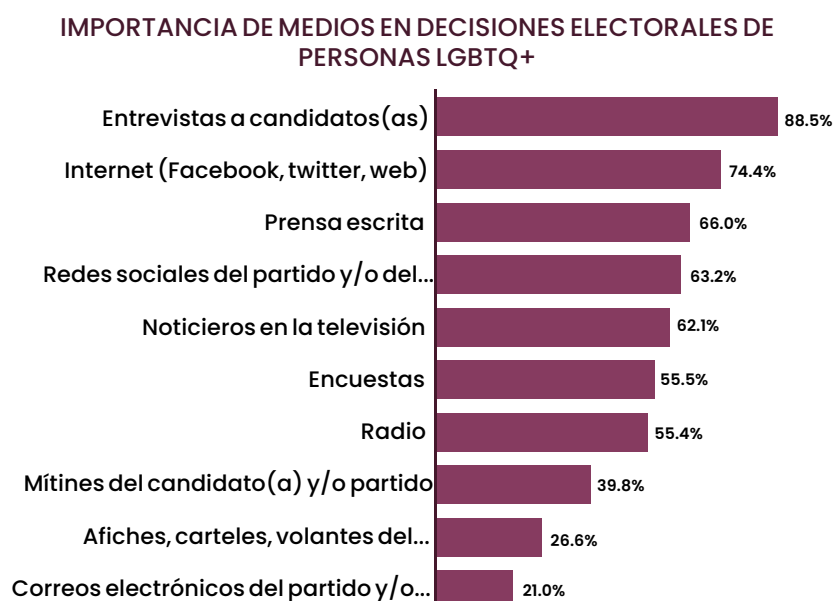
|                                                                                            | TRANS Y GÉNERO DIVERSO |     | LESBIANAS Y MUJERES BICISGÉNERO |     | GAYS Y HOMBRES BICISGÉNERO |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-----|---------------------------------|-----|----------------------------|-----|
|                                                                                            | N                      | %   | N                               | %   | N                          | %   |
| <b>INFLUENCIA EN SUS DECISIONES ELECTORALES: MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>                    |                        |     |                                 |     |                            |     |
| Ninguna                                                                                    | 61                     | 21% | 79                              | 21% | 86                         | 19% |
| Poca                                                                                       | 106                    | 37% | 166                             | 45% | 173                        | 39% |
| Alguna                                                                                     | 67                     | 24% | 102                             | 27% | 134                        | 30% |
| Mucha                                                                                      | 59                     | 17% | 20                              | 5%  | 51                         | 11% |
| <b>INFLUENCIA EN SUS DECISIONES ELECTORALES: FAMILIA</b>                                   |                        |     |                                 |     |                            |     |
| Ninguna                                                                                    | 103                    | 36% | 140                             | 38% | 142                        | 32% |
| Poca                                                                                       | 99                     | 35% | 130                             | 35% | 182                        | 41% |
| Alguna                                                                                     | 46                     | 16% | 87                              | 24% | 84                         | 19% |
| Mucha                                                                                      | 34                     | 12% | 12                              | 3%  | 35                         | 8%  |
| <b>INFLUENCIA EN SUS DECISIONES ELECTORALES: ONG/MOVIMIENTOS SOCIALES</b>                  |                        |     |                                 |     |                            |     |
| Ninguna                                                                                    | 47                     | 17% | 51                              | 14% | 90                         | 20% |
| Poca                                                                                       | 79                     | 28% | 88                              | 24% | 159                        | 35% |
| Alguna                                                                                     | 105                    | 37% | 177                             | 48% | 153                        | 34% |
| Mucha                                                                                      | 50                     | 18% | 52                              | 14% | 41                         | 9%  |
| <b>INFLUENCIA EN SUS DECISIONES ELECTORALES: IGLESIA</b>                                   |                        |     |                                 |     |                            |     |
| Ninguna                                                                                    | 217                    | 76% | 329                             | 89% | 362                        | 81% |
| Poca                                                                                       | 29                     | 10% | 29                              | 8%  | 45                         | 10% |
| Alguna                                                                                     | 16                     | 6%  | 4                               | 1%  | 18                         | 4%  |
| Mucha                                                                                      | 18                     | 6%  | 6                               | 2%  | 16                         | 4%  |
| <b>INFLUENCIA EN SUS DECISIONES ELECTORALES: VECINOS</b>                                   |                        |     |                                 |     |                            |     |
| Ninguna                                                                                    | 203                    | 71% | 318                             | 86% | 337                        | 75% |
| Poca                                                                                       | 48                     | 17% | 30                              | 8%  | 78                         | 17% |
| Alguna                                                                                     | 17                     | 6%  | 12                              | 3%  | 19                         | 4%  |
| Mucha                                                                                      | 11                     | 4%  | 8                               | 2%  | 7                          | 2%  |
| <b>INFLUENCIA EN SUS DECISIONES ELECTORALES: JEFE/COMPAÑEROS DE TRABAJO</b>                |                        |     |                                 |     |                            |     |
| Ninguna                                                                                    | 163                    | 57% | 222                             | 60% | 244                        | 54% |
| Poca                                                                                       | 70                     | 25% | 102                             | 28% | 132                        | 29% |
| Alguna                                                                                     | 33                     | 12% | 35                              | 9%  | 60                         | 13% |
| Mucha                                                                                      | 14                     | 5%  | 9                               | 2%  | 5                          | 1%  |
| <b>INFLUENCIA EN SUS DECISIONES ELECTORALES: AMIGOS O CONOCIDOS</b>                        |                        |     |                                 |     |                            |     |
| Ninguna                                                                                    | 64                     | 23% | 78                              | 21% | 77                         | 17% |
| Poca                                                                                       | 104                    | 37% | 138                             | 37% | 196                        | 44% |
| Alguna                                                                                     | 81                     | 29% | 130                             | 35% | 134                        | 30% |
| Mucha                                                                                      | 29                     | 10% | 22                              | 6%  | 33                         | 7%  |
| <b>INFLUENCIA EN SUS DECISIONES ELECTORALES: PARTIDOS POLÍTICOS/MOVIMIENTOS REGIONALES</b> |                        |     |                                 |     |                            |     |
| Ninguna                                                                                    | 117                    | 41% | 150                             | 41% | 180                        | 40% |
| Poca                                                                                       | 86                     | 30% | 133                             | 36% | 162                        | 36% |
| Alguna                                                                                     | 60                     | 21% | 69                              | 19% | 80                         | 18% |
| Mucha                                                                                      | 17                     | 6%  | 15                              | 4%  | 20                         | 4%  |

Si se observa la influencia según identidad de género, llama la atención que las mujeres lesbianas y bisexuales sean quienes mayor rechazo le tienen a la influencia de la iglesia en sus decisiones (89% señaló que no tienen ninguna influencia, frente al 76% en el caso de las personas trans, por ejemplo). Asimismo, como también se ve en la tabla 10, este mismo grupo es quien más se ve influido por las ONGs/movimientos sociales (62% frente al 43% de hombres gays y bisexuales).

## 7.5 MEDIOS PARA OBTENER INFORMACIÓN ACERCA DE LAS ELECCIONES

Aproximadamente nueve de cada diez personas LGBTQ+ encuestadas, opinan que las entrevistas a candidatos/as son algo o muy importantes para obtener información acerca de las elecciones y candidaturas (88,5 %), asimismo las redes sociales juegan un rol importante pues el 74% señalan que son algo o muy importantes, seguido por la prensa escrita y las redes sociales del partido o candidato/a, que también juegan un rol relevante (66% y 63% respectivamente). Del lado contrario, un 78% indica que poca o nada de importancia tienen los correos electrónicos que le llegan del partido o candidato/a, el 72% los afiches o volantes y hasta un 59% opinan que los mítines del candidato/a o partido son poco o nada importantes (gráfico 45). Como se observa en la tabla 11 no hay muchas diferencias entre grupos según OSIG.

**GRÁFICO 45** IMPORTANCIA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN DECISIONES ELECTORALES DE PERSONAS LGBTQ+



**TABLA 11** IMPORTANCIA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LAS DECISIONES ELECTORALES DE PERSONAS LGBTQ+ SEGÚN OSIG

|                                                                                                  | TRANS Y GÉNERO DIVERSO |     | LESBIANAS Y MUJERES BICISGÉNERO |     | GAYS Y HOMBRES BICISGÉNERO |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-----|---------------------------------|-----|----------------------------|-----|
|                                                                                                  | N                      | %   | N                               | %   | N                          | %   |
| <b>IMPORTANCIA DE MEDIOS EN ELECCIONES: NOTICIEROS EN LA TELEVISIÓN</b>                          |                        |     |                                 |     |                            |     |
| Nada importante                                                                                  | 42                     | 15% | 47                              | 13% | 52                         | 12% |
| Poco importante                                                                                  | 67                     | 24% | 87                              | 24% | 116                        | 26% |
| Algo importante                                                                                  | 99                     | 35% | 140                             | 38% | 174                        | 39% |
| Muy importante                                                                                   | 74                     | 26% | 94                              | 25% | 103                        | 23% |
| <b>IMPORTANCIA DE MEDIOS EN ELECCIONES: RADIO</b>                                                |                        |     |                                 |     |                            |     |
| Nada importante                                                                                  | 43                     | 15% | 43                              | 12% | 66                         | 15% |
| Poco importante                                                                                  | 74                     | 26% | 106                             | 29% | 144                        | 32% |
| Algo importante                                                                                  | 100                    | 35% | 142                             | 38% | 142                        | 32% |
| Muy importante                                                                                   | 64                     | 23% | 77                              | 21% | 85                         | 19% |
| <b>IMPORTANCIA DE MEDIOS EN ELECCIONES: PRENSA ESCRITA</b>                                       |                        |     |                                 |     |                            |     |
| Nada importante                                                                                  | 29                     | 10% | 25                              | 7%  | 37                         | 8%  |
| Poco importante                                                                                  | 65                     | 23% | 82                              | 22% | 119                        | 27% |
| Algo importante                                                                                  | 124                    | 44% | 174                             | 47% | 196                        | 44% |
| Muy importante                                                                                   | 61                     | 21% | 86                              | 23% | 86                         | 19% |
| <b>IMPORTANCIA DE MEDIOS EN ELECCIONES: ENCUESTAS</b>                                            |                        |     |                                 |     |                            |     |
| Nada importante                                                                                  | 52                     | 18% | 41                              | 11% | 69                         | 15% |
| Poco importante                                                                                  | 73                     | 26% | 102                             | 28% | 137                        | 31% |
| Algo importante                                                                                  | 98                     | 35% | 141                             | 38% | 157                        | 35% |
| Muy importante                                                                                   | 57                     | 20% | 82                              | 22% | 76                         | 17% |
| <b>IMPORTANCIA DE MEDIOS EN ELECCIONES: INTERNET (FACEBOOK, TWITTER, WEB)</b>                    |                        |     |                                 |     |                            |     |
| Nada importante                                                                                  | 26                     | 9%  | 19                              | 5%  | 33                         | 7%  |
| Poco importante                                                                                  | 47                     | 17% | 61                              | 17% | 84                         | 19% |
| Algo importante                                                                                  | 93                     | 33% | 126                             | 34% | 154                        | 34% |
| Muy importante                                                                                   | 115                    | 40% | 161                             | 44% | 170                        | 38% |
| <b>IMPORTANCIA DE MEDIOS EN ELECCIONES: REDES SOCIALES DEL PARTIDO Y/O DEL CANDIDATO(A)</b>      |                        |     |                                 |     |                            |     |
| Nada importante                                                                                  | 45                     | 16% | 26                              | 7%  | 64                         | 14% |
| Poco importante                                                                                  | 62                     | 22% | 88                              | 24% | 105                        | 23% |
| Algo importante                                                                                  | 92                     | 32% | 141                             | 38% | 148                        | 33% |
| Muy importante                                                                                   | 80                     | 28% | 113                             | 31% | 122                        | 27% |
| <b>IMPORTANCIA DE MEDIOS EN ELECCIONES: AFICHES, CARTELES, VOLANTES DEL PARTIDO/CANDIDATO(A)</b> |                        |     |                                 |     |                            |     |
| Nada importante                                                                                  | 99                     | 35% | 128                             | 35% | 181                        | 40% |
| Poco importante                                                                                  | 81                     | 29% | 147                             | 40% | 153                        | 34% |
| Algo importante                                                                                  | 66                     | 23% | 62                              | 17% | 83                         | 19% |
| Muy importante                                                                                   | 33                     | 12% | 28                              | 8%  | 21                         | 5%  |
| <b>IMPORTANCIA DE MEDIOS EN ELECCIONES: ENTREVISTAS A CANDIDATOS(AS)</b>                         |                        |     |                                 |     |                            |     |
| Nada importante                                                                                  | 10                     | 4%  | 5                               | 1%  | 12                         | 3%  |
| Poco importante                                                                                  | 29                     | 10% | 18                              | 5%  | 37                         | 8%  |
| Algo importante                                                                                  | 96                     | 34% | 115                             | 31% | 150                        | 33% |
| Muy importante                                                                                   | 144                    | 51% | 228                             | 62% | 241                        | 54% |

|                                                                                                | TRANS Y GÉNERO DIVERSO |     | LESBIANAS Y MUJERES BICISGÉNERO |     | GAYS Y HOMBRES BICISGÉNERO |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-----|---------------------------------|-----|----------------------------|-----|
|                                                                                                | N                      | %   | N                               | %   | N                          | %   |
| <b>IMPORTANCIA DE MEDIOS EN ELECCIONES: CORREOS ELECTRÓNICOS DEL PARTIDO Y/O CANDIDATO(AS)</b> |                        |     |                                 |     |                            |     |
| Nada importante                                                                                | 103                    | 36% | 139                             | 38% | 190                        | 42% |
| Poco importante                                                                                | 95                     | 33% | 156                             | 42% | 168                        | 38% |
| Algo importante                                                                                | 53                     | 19% | 49                              | 13% | 59                         | 13% |
| Muy importante                                                                                 | 28                     | 10% | 24                              | 7%  | 18                         | 4%  |
| <b>IMPORTANCIA DE MEDIOS EN ELECCIONES: MÍTINES DEL CANDIDATO(A) Y/O PARTIDO</b>               |                        |     |                                 |     |                            |     |
| Nada importante                                                                                | 60                     | 21% | 74                              | 20% | 123                        | 27% |
| Poco importante                                                                                | 88                     | 31% | 142                             | 38% | 158                        | 35% |
| Algo importante                                                                                | 87                     | 31% | 104                             | 28% | 113                        | 25% |
| Muy importante                                                                                 | 43                     | 15% | 47                              | 13% | 44                         | 10% |

## 7.6 PARTICIPACIÓN CIUDADANA LGBTQ+

Respecto a la participación ciudadana el 41% indicó que no participa en ninguna organización. Como se observa en el gráfico 46, el 32% de las personas encuestadas señaló que en los últimos doce meses participó en alguna organización LGBTQ+. Las organizaciones de estudiantes o jóvenes constituyen el segundo tipo de organización donde se congregan las personas LGBTQ+ (22%) y, en tercer lugar, las organizaciones culturales (16%). Estos resultados coinciden, en orden de espacios de participación para la comunidad LGBTQ+, con la I Encuesta Virtual para Personas LGBTQ+, elaborada y aplicada por el INEI en el 2017. Si se observan los porcentajes según OSIG (tabla 12), resalta que el 50% de personas trans participa en organizaciones LGBTQ+ y el 47% de hombres gays y bisexuales reportaron no participar en ninguna organización. Respecto a las acciones realizadas en los dos últimos años, resalta que el 60% de personas LGBTQ+ han participado de una marcha o manifestación. Se puede concluir que las personas trans, y las mujeres lesbianas y bisexuales son quienes tienen mayores niveles de participación. Como se evidencia en el gráfico 47 y la tabla 13, son ellas quienes mayor nivel de acciones han realizado.

**GRÁFICO 46 PARTICIPACIÓN DE PERSONAS LGBTQ+ EN ALGUNA ORGANIZACIÓN EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES**

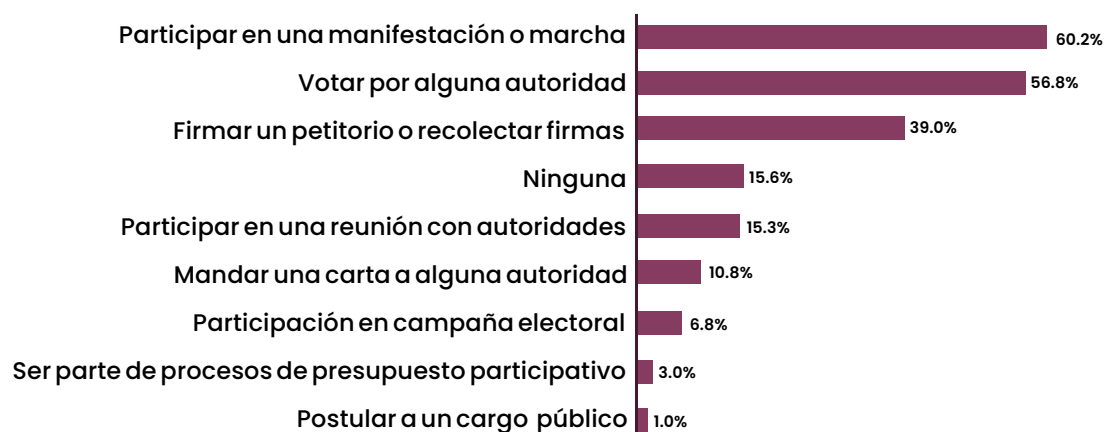


**TABLA 12 PARTICIPACIÓN DE PERSONAS LGBTQ+ EN ORGANIZACIONES SEGÚN OSIG**

|                                         | TRANS Y GÉNERO DIVERSO |       | LESBIANAS Y MUJERES BI CISGÉNERO |       | GAYS Y HOMBRES BI CISGÉNERO |       |
|-----------------------------------------|------------------------|-------|----------------------------------|-------|-----------------------------|-------|
|                                         | N                      | %     | N                                | %     | N                           | %     |
| Organizaciones LGBTQ+                   | 143                    | 50.4% | 97                               | 26.3% | 113                         | 25.2% |
| Organizaciones de estudiantes o jóvenes | 50                     | 17.6% | 89                               | 24.1% | 93                          | 20.8% |
| Ninguna                                 | 91                     | 32.0% | 160                              | 43.4% | 212                         | 47.3% |
| Organizaciones culturales               | 52                     | 18.3% | 52                               | 14.1% | 74                          | 16.5% |
| Organizaciones de mujeres               | 42                     | 14.8% | 82                               | 22.2% | 10                          | 2.2%  |
| Organizaciones religiosas               | 4                      | 1.4%  | 1                                | 0.3%  | 16                          | 3.6%  |
| Organizaciones de barrio/comunitaria    | 16                     | 5.6%  | 18                               | 4.9%  | 25                          | 5.6%  |
| Organización política                   | 14                     | 4.9%  | 19                               | 5.1%  | 32                          | 7.1%  |
| Sindicato                               | 6                      | 2.1%  | 4                                | 1.1%  | 6                           | 1.3%  |
| Organizaciones étnicas                  | 2                      | 0.7%  | 2                                | 0.5%  | 8                           | 1.8%  |

**GRÁFICO 47 ACCIONES DE PERSONAS LGBTQ+ EN LOS DOS ÚLTIMOS AÑOS**

ACCIONES DE PERSONAS LGTB EN LOS ÚLTIMOS AÑOS

**TABLA 13 ACCIONES DE PERSONAS LGBTQ+ EN LOS DOS ÚLTIMOS AÑOS SEGÚN OSIG**

|                                           | TRANS Y GÉNERO DIVERSO |       | LESBIANAS Y MUJERES BI CISGÉNERO |       | GAYS Y HOMBRES BI CISGÉNERO |       |
|-------------------------------------------|------------------------|-------|----------------------------------|-------|-----------------------------|-------|
|                                           | N                      | %     | N                                | %     | N                           | %     |
| Participar en una manifestación o marcha  | 175                    | 61.6% | 253                              | 68.6% | 235                         | 52.5% |
| Votar por alguna autoridad                | 131                    | 46.1% | 233                              | 63.1% | 260                         | 58.0% |
| Firmar un petitorio o recolectar firmas   | 97                     | 34.2% | 163                              | 44.2% | 165                         | 36.8% |
| Ninguna                                   | 58                     | 20.4% | 34                               | 9.2%  | 82                          | 18.3% |
| Participar en una reunión con autoridades | 48                     | 16.9% | 45                               | 12.2% | 73                          | 16.3% |
| Mandar una carta a alguna autoridad       | 35                     | 12.3% | 39                               | 10.6% | 44                          | 9.8%  |

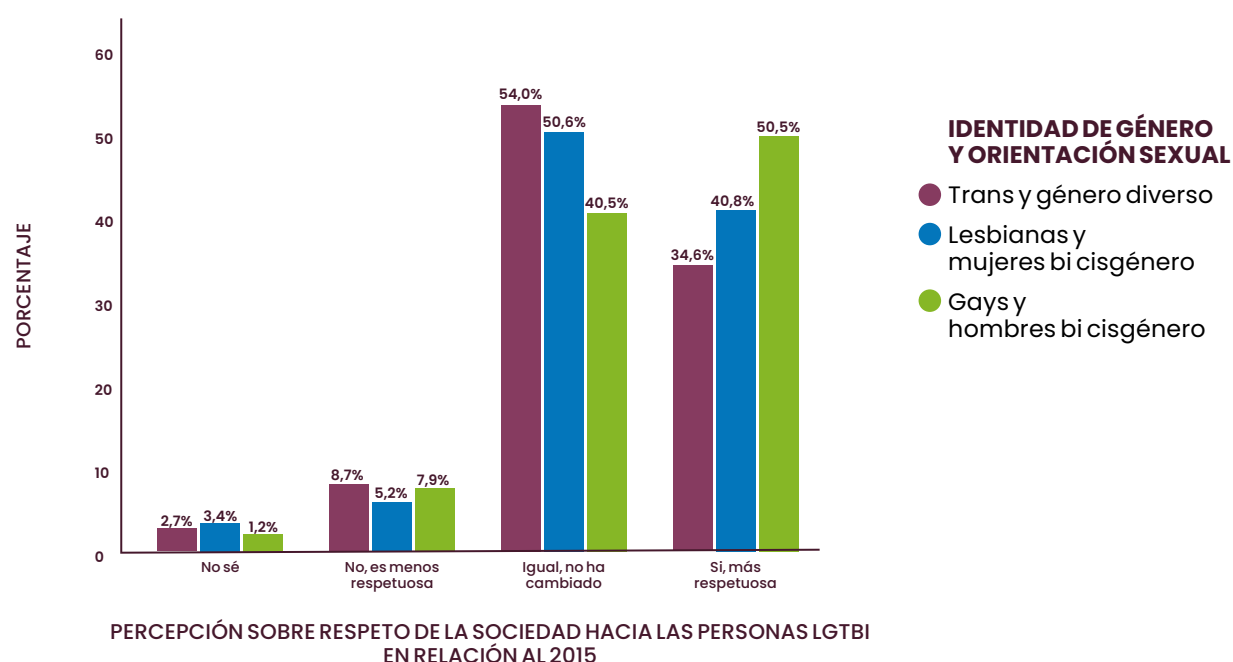
|                                                    | TRANS Y GÉNERO DIVERSO |       | LESBIANAS Y MUJERES BICISGÉNERO |      | GAYS Y HOMBRES BICISGÉNERO |      |
|----------------------------------------------------|------------------------|-------|---------------------------------|------|----------------------------|------|
|                                                    | N                      | %     | N                               | %    | N                          | %    |
| Participación en campaña electoral                 | 29                     | 10.2% | 16                              | 4.3% | 30                         | 6.7% |
| Ser parte de procesos de presupuesto participativo | 15                     | 5.3%  | 9                               | 2.4% | 10                         | 2.2% |
| Postular a un cargo público                        | 4                      | 1.4%  | 2                               | 0.5% | 5                          | 1.1% |

## 8. DISCRIMINACIÓN Y EJERCICIO DE LOS DERECHOS POLÍTICOS

Para entender la discriminación, en primer lugar, es importante revisar el resultado vinculado a la percepción del avance de los derechos LGBTQ+ en el país, donde el 45% señala que sigue igual y un 41% que ha mejorado. Esta percepción puede explicarse debido al incremento de políticas y programas impulsados principalmente por el gobierno ejecutivo desde el 2016, pues en el caso del Congreso y Poder Judicial, los avances han sido prácticamente nulos en los últimos años. Resalta, como se ve en el gráfico 48, que solo un tercio de las personas trans y de género diverso considera que el respecto de la sociedad hacia las personas LGBTQ+ ha mejorado en relación con el 2015. En la LAPOP (2019) se señala, por ejemplo, que la aprobación del matrimonio de dos personas del mismo sexo en Perú se incrementó en seis puntos porcentuales en la última década (11% en 2011 y llega al 17% en 2019). Sin embargo, este apoyo es relativamente bajo comparado con otros países sudamericanos, con excepción de Paraguay que, en el 2019, indica una aprobación de solo el 13% (LAPOP, 2019).

### GRÁFICO 48 RESPETO DE LA SOCIEDAD HACIA PERSONAS LGBTQ+ CON RELACIÓN AL 2015

PERCEPCIÓN SOBRE RESPETO DE LA SOCIEDAD HACIA LAS PERSONAS LGTBI EN RELACIÓN AL 2015 SEGÚN OSIG

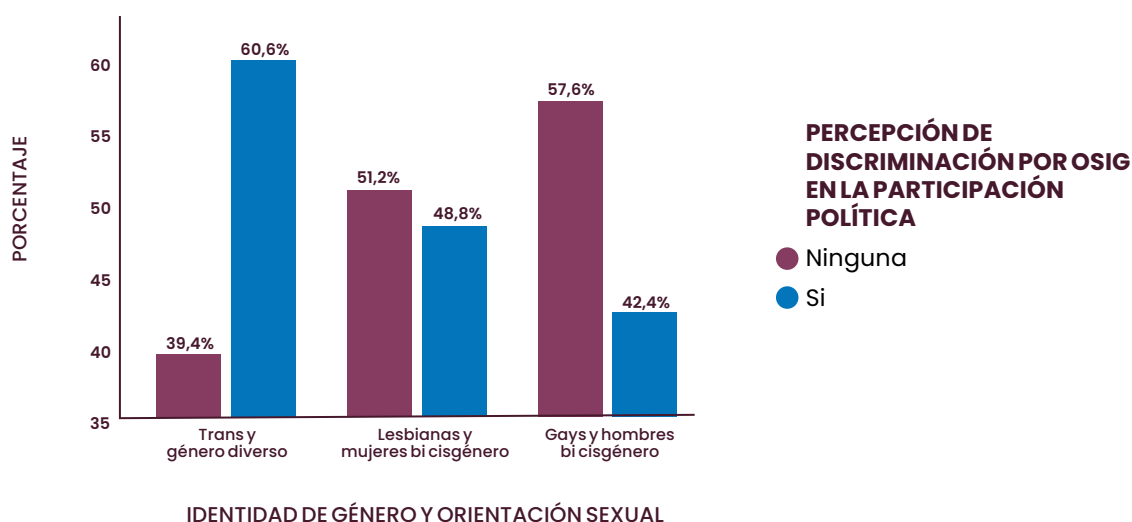


## 8.1 DISCRIMINACIÓN POR OSIG Y PARTICIPACIÓN POLÍTICA

Como se indicó en la sección 4 casi la totalidad de personas LGBTQ+ señalan percibir un trato poco o nada justo, asimismo, también se percibe que no ha habido avances respecto al derecho de las personas y que las personas no han cambiado el trato irrespetuoso en los últimos cinco años. Sin duda este contexto es muy complejo para las personas de la diversidad sexual. Ya se han reportado en diferentes espacios internacionales, sobre todo, las vulneraciones en los derechos humanos a las personas LGBTQ+. En esta sección la intención es concentrarnos en las afectaciones registradas en los diferentes momentos y espacios de la participación política. Así, lo más resaltante es que mientras un 57% de personas cisgénero gays y bisexuales señalan no haber recibido ningún tipo de vulneración, en el caso de las personas trans esta cifra es del 60%.

**GRÁFICO 49** PERCEPCIÓN DE DISCRIMINACIÓN POR OSIG EN ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN POLÍTICA SEGÚN OSIG

PERCEPCIÓN DE DISCRIMINACIÓN POR OSIG EN ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN POLÍTICA



Los tipos de discriminación más frecuentes en espacios de participación son la discriminación en espacios públicos, cuando se participó de una marcha (24%) o cuando se expresó su opinión política (22%). Un 13% de personas también reportó haber sufrido discriminación en organizaciones sociales. Si bien solo un 6% indicó haber sufrido discriminación cuando acudió a votar, casi la totalidad de estas personas son trans y de género diverso.

## GRÁFICO 50 TIPOS DE DISCRIMINACIÓN POR OSIG EN ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN POLÍTICA

DISCRIMINACIÓN POR OSIG EN ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN POLÍTICA CUANDO...

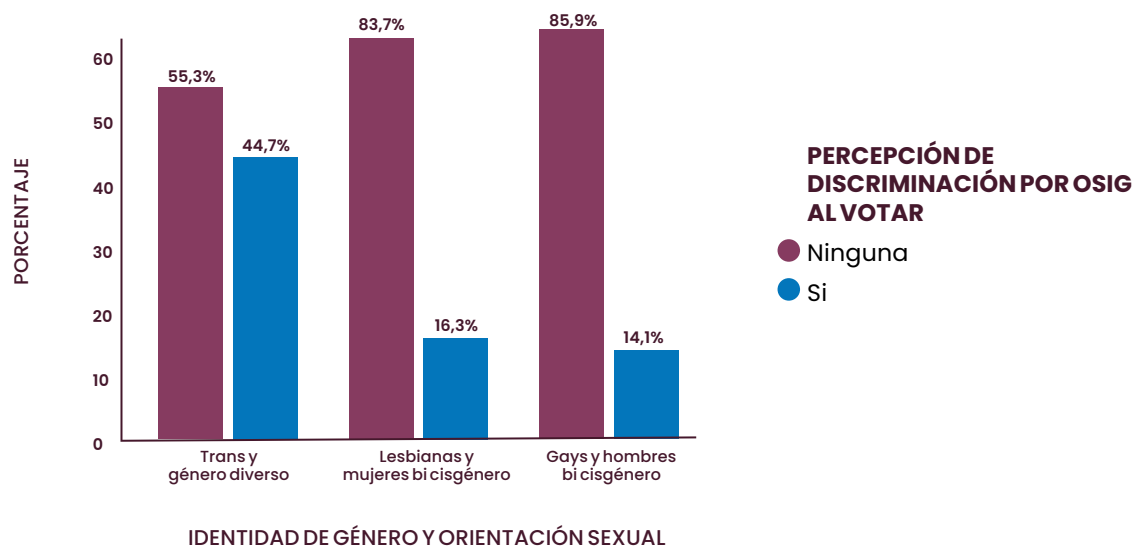


## 8.2 DISCRIMINACIÓN EN EL EJERCICIO DEL SUFRAGIO

Como se adelantó, son las personas trans quienes más reportan haber sufrido discriminación al momento del ejercicio del sufragio (53%) frente a las personas cisgénero. El tipo de discriminación que más sufren las personas trans y de género diverso está vinculada a la expresión de género para poder votar (17%) y al hostigamiento por parte de un candidato o militante o simpatizante de un partido político (13%). Asimismo, también se reporta que se exigió documentación extra para acreditar la identidad (tabla 14).

## GRÁFICO 51 PERCEPCIÓN DE DISCRIMINACIÓN POR OSIG EN EL EJERCICIO DEL SUFRAGIO SEGÚN OSIG

PERCEPCIÓN SOBRE RESPETO DE LA SOCIEDAD HACIA LAS PERSONAS LGTBI EN RELACIÓN AL 2015 SEGÚN OSIG



**TABLA 14 CASOS DE DISCRIMINACIÓN A PERSONAS TRANS Y DE GÉNERO DIVERSO AL MOMENTO DE EJERCER EL SUFRAGIO**

|                                                                                                                 | TRANS Y GÉNERO DIVERSO |       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-------|
|                                                                                                                 | N                      | %     |
| Le pidieron explicaciones sobre su identidad o expresión de género para poder votar                             | 50                     | 17.6% |
| Sufrió amenazas/acoso/hostigamiento por parte de un candidato o militante o simpatizante de un partido político | 37                     | 13.0% |
| Exigieron alguna documentación extra para acreditar su identidad                                                | 17                     | 6.0%  |
| Sufrió acoso/hostigamiento o violencia al ejercer su voto                                                       | 16                     | 5.6%  |
| Amenazas, acoso o burlas por parte de un miembro de las Fuerzas Armadas o Policía                               | 13                     | 4.6%  |
| Intento de impugnación de su voto                                                                               | 4                      | 1.4%  |
| Le expulsaron del local de votación                                                                             | 0                      | 0.0%  |

## VI. CONCLUSIONES

En las últimas décadas, las personas LGBTQ+ se han consolidado como un actor relevante en la escena política dentro de las sociedades latinoamericanas. Sin embargo, aún representan un grupo social del que todavía no se tiene suficiente información, especialmente en Perú. Junto con otras poblaciones, las personas LGBTQ+ han estado durante mucho tiempo invisibilizadas, limitando su reconocimiento y el ejercicio de una serie de derechos. La mayoría de diagnósticos se han centrado en visibilizar la discriminación y violencia como tema central, pero es muy poco lo que se sabe sobre el papel que puede tener la situación de vulnerabilidad en la que se encuentra esta población en sus creencias políticas y preferencias electorales. Así, este estudio exploratorio-descriptivo tuvo como objetivo aproximarse a las percepciones sobre la democracia y el grado de interés en la política del electorado LGBTQ+ en el Perú. Para ello se logró contar con la participación de 1131 personas lesbianas, gays, bisexuales, trans y de género diverso.

En primer lugar, los hallazgos muestran coincidencias interesantes respecto a la opinión de las personas LGBTQ+ encuestadas y la opinión pública general reflejada en diversas encuestas representativas a nivel nacional, en cuanto a la percepción de la situación del país y también a su percepción a nivel personal. Así, por ejemplo, las personas LGBTQ+ señalan que a) la corrupción, b) la salud pública/Covid-19 y c) las crisis económicas, son los tres principales problemas que afectan al país y a nivel personal, además de los problemas de salud pública, y también les preocupa la falta de seguridad/delincuencia. Cabe resaltar que, si solo se observa a las personas trans y de género diverso, el segundo problema más importante que señalan es la discriminación y si se observa el grupo de mujeres lesbianas y bisexuales el problema más importante que se señala es la violencia de género y feminicidios. De la misma manera, la confianza (o más bien, la desconfianza) hacia las instituciones de las



personas LGBTQ+, coincide en porcentajes similares en la opinión pública peruana, siendo las instituciones en las que menos se confía los partidos políticos, el Congreso de la República y el Sistema de Justicia.

En ese sentido, de manera general, las personas LGBTQ+ de nuestra muestra señalan que problemas macro del país (economía, empleo, acceso a la salud, crisis institucional, entre otros) les afectan como lo hacen con cualquier otro ciudadano(a) peruano (excepto en el caso de las personas trans y de género diverso, en el que se hace evidente que hay una mayor preocupación por la discriminación que existe en el país, como segundo problema principal). Así pues, en cuanto a percepciones sociales y políticas, se encuentra que las preocupaciones de las personas LGBTQ+ en general no distan de las preocupaciones del peruano o peruana promedio.

En segundo lugar, este estudio ha permitido conocer la opinión de manera diferenciada por orientación sexual e identidad de género, lo cual es un punto clave a destacar pues como se explicó en la revisión de literatura, gran parte de los estudios actuales (que de por sí son pocos) sobre el comportamiento electoral de las personas LGBTQ+ abordan principalmente a personas LGB cisgénero o, en su defecto, presentan los resultados como si se tratara de un grupo homogéneo. Al respecto, la muestra del estudio cuenta con un tercio de personas trans y de género diverso, quienes reportan mayor desconfianza y desánimo sobre la calidad democrática y una menor percepción sobre el avance en derechos LGBTQ+ en comparación con sus pares cisgénero, lo que a su vez puede explicar la mayor desafección de las personas trans por la política, los procesos electorales e incluso la manera en cómo deciden su voto, que muestra ser menos programática que las personas cis. Aún más grave es la vulneración de los derechos políticos que enfrentan las personas trans, específicamente en el ejercicio al sufragio (45% de personas trans frente a un 15% de personas cisgénero). Por otro lado, se encuentran diferencias importantes por género y orientación sexual. En cuanto a percepción de trato a personas LGBTQ+ (58% de mujeres lesbianas y bisexuales señala que es “nada justo” frente al 40% de hombres gays y bisexuales) o la autopercepción de la ideología política (un mayor porcentaje de mujeres lesbianas y bisexuales están más cercanas a la izquierda de lo que se encuentran los hombres gays y bisexuales).

En tercer lugar, respecto al comportamiento electoral, se observa que contrario a lo que podría pensarse, las personas LGBTQ+ no se enfocan prioritariamente en un tipo de representación descriptiva (sólo el 21% señaló como relevante que la candidata o el candidato de su preferencia sea parte de la comunidad LGBTQ+), sino que se prioriza una representación sustantiva (reflejada en propuestas y medidas para las personas LGBTQ+ en planes de gobierno y en discursos, con un 75%). Además, se identifica que, si bien un 56% de personas señaló no identificarse con ningún partido, la mayoría de personas ha votado por los únicos partidos que tenían algún punto de su agenda vinculado a derechos LGBTQ+ en el último proceso electoral (Frente Amplio, Juntos por el Perú y el Partido Morado son organizaciones que han concentrado el 74% de la votación). Asimismo, vale la pena señalar que la votación es coherente con la autopercepción sobre ideología política siendo las personas de izquierda quienes han votado por el FA y JP, mientras que las personas que están en



el centro votaron por el Partido Morado (aunque este tiene un poco más de diversidad en cuanto a la ideología de sus votantes).

En cuarto lugar, se encuentra que los actores que influyen en el voto de las personas LGBTQ+ son principalmente las organizaciones de derechos humanos/ LGBTQ+ (que además son la institución en las que más confían, ello puede evidenciar que, frente a la ausencia de respuestas efectivas desde el Estado, la sociedad civil organizada ha cumplido un rol fundamental en la atención a las personas LGBTQ+), seguido de las amistades y conocidos y, finalmente, los medios de comunicación. La familia, contrario al elector promedio, viene después, lo que se puede explicar debido al alto índice de discriminación y violencia familiar a las que se somete a las personas LGBTQ+.

Finalmente, es importante que se realicen más estudios que profundicen los hallazgos evidenciados en este estudio. Como se indicó anteriormente, la investigación tiene como principal limitación que se circunscribe solo a personas que tuvieron el acceso a internet para realizar la encuesta y que de alguna manera se encuentran vinculadas a las redes sociales de Más Igualdad, pues fue el principal medio de difusión. Por ello queda pendiente una aproximación que considere a personas que viven fuera de las capitales de región y que no se encuentren concentradas en niveles socioeconómicos B y C (como es el caso de este estudio). Asimismo, es fundamental realizar estudios que se aproximen a la realidad de las personas trans fuera del espectro homogeneizador de la categoría LGBTQ+. Si bien esta categoría hace referencia a una identidad, expresión y orientación sexual fuera de la heteronorma, lo que conlleva un conjunto de afectaciones y discriminación, se hace evidente que las personas trans se encuentran en una situación de mayor vulnerabilidad económica y de acceso a espacios que le permitan encontrar mejores sistemas de soporte.

## VII. BIBLIOGRAFÍA

- Baralt, C. P. (2006). Enfoques teórico-metodológicos en el estudio de la participación electoral. *Cuestiones Políticas*, 22(37).
- Battle, J., & Harris, A. (2013). Belonging and Acceptance: Examining the Correlates of Sociopolitical Involvement Among Bisexual and Lesbian Latinas. *Journal of Gay and Lesbian Social Services*, 25(2), 141–157. <https://doi.org/10.1080/10538720.2013.782520>
- Bedoya Marulanda, J. F., Escobar Escobar, J. C., Sánchez Parra, A., & Nieto Palacio, F. (2019). Estudios sobre comportamiento electoral, ¿qué explica la participación en las urnas? Un estado del arte. *Estudios Políticos (Universidad de Antioquia)*, (54), 177–198. <https://doi.org/10.17533/udea.espo.n54a09>
- Berelson, B. R., Lazarsfeld, P. F., & McPhee, W. N. (1954). *Voting: A study of opinion formation in a presidential campaign*. University of Chicago Press.
- Campbell, P. A., Converse, W. M., & Stokes, D. E. (1960). *The american voter*. University of Chicago Press.
- Carlin, Ryan, E., Singer, M. M., & Zechmeister, E. J. (2015). *The Latin American Voter: Pursuing Representation and Accountability in Challenging Contexts*. Ann Arbor: University of Michigan Press. Recuperado de <https://doi.org/10.3998/mpub.8402589>
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos. (2020). *Informe sobre Personas Trans y de Género Diverso y sus derechos económicos, sociales, culturales y ambientales*. OEA.
- Comisión Internacional de Juristas (ICJ). (2007). *Principios de Yogyakarta : Principios sobre la aplicación de la legislación internacional de derechos humanos en relación con la orientación sexual y la identidad de género*. Recuperado de [http://yogyakartaprinciples.org/wp-content/uploads/2016/08/principles\\_sp.pdf](http://yogyakartaprinciples.org/wp-content/uploads/2016/08/principles_sp.pdf)
- Cravens, R. G. (2020). The Tipping Point: Examining the Effects of Heterosexist and Racist Stigma on Political Participation. *Social Politics: International Studies in Gender, State & Society*, 0(0), 1–28. <https://doi.org/10.1093/sp/jxaa009>
- Defensoría del pueblo. (2016). *Derechos humanos de las personas LGBTI: Necesidad de una política pública para la igualdad en el Perú - Informe No 175. Serie Informes Defensoriales*, 214. Recuperado de <http://www.defensoria.gob.pe>
- Downs, A. (1957). An Economic Theory of Political Action in a Democracy. *Journal of Political Economy*, 65(2), 135–150. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/1827369>
- Edelman, M. (1992). Understandign the gay and lesbian vote in '92. *Public Perspective*, 4, 32–33.
- Egan, P. J., Edelman, M., & Sherrill, K. (2008). *Findings from the Hunter College Poll of Lesbians, Gays and Bisexuals*.
- Hertzog, M. (1996a). From “Lavender” People to “Lavender” Voters Book. En *The*

Lavender Vote. NYU Press. Recuperado de  
<http://www.jstor.com/stable/j.ctt9qg2xq.5>

Hertzog, M. (1996b). The Sexuality Gap : The 1990 National Exit Polls. En The Lavender Vote. NYU Press. Recuperado de  
<http://www.jstor.com/stable/j.ctt9qg2xq.6%0AJSTOR>

INEI. (2017). Primera Encuesta Virtual para Personas LGBTI, 2017 Principales Resultados.

INEI. (2020). Tecnología de información y comunicación. En Compendio Estadístico Perú 2020. Lima: INEI. Recuperado de  
[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1758/cap11/ind11.htm](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1758/cap11/ind11.htm)

IPSOS. (2020). Informe de Opinión Estudio de opinión Ipsos. Recuperado de  
[https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-07/opinion\\_data-\\_julio\\_2020.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-07/opinion_data-_julio_2020.pdf)

Lazarsfeld, P. F., Bernard, B., & Gaudet, H. (1944). The people's choice. Columbia University Press.

Lazo Rodriguez, S. (2015). Comportamiento electoral en el Perú: Un análisis del rol de las variables sociodemográficas y socioeconómicas en las elecciones presidenciales en primera vuelta de 2006 y 2011. Revista de Ciencia Política y Gobierno, 2(3), 51–80. Recuperado de  
<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/cienciapolitica/article/view/14520/15131>

Lewis, G. B., Rogers, M. A., & Sherrill, K. (2011). Lesbian, gay, and bisexual voters in the 2000 U.S. presidential election. Politics and Policy, 39(5), 655–677.  
<https://doi.org/10.1111/j.1747-1346.2011.00315.x>

Mainwaring, S., Torcal, M., & Somma, N. (2015). The Left and the Mobilization of Class Voting in Latin America. En R. E. CARLIN, M. M. SINGER, & E. J. ZECHMEISTER (Eds.), The Latin American Voter (pp. 69–98). University of Michigan Press. Recuperado de  
<http://www.jstor.org/stable/10.3998/mpub.8402589.7>

Maldonado, A. (2011). Compulsory Voting and the Decision to Vote. Americas Barometer Insights, 63(63), 1–10.

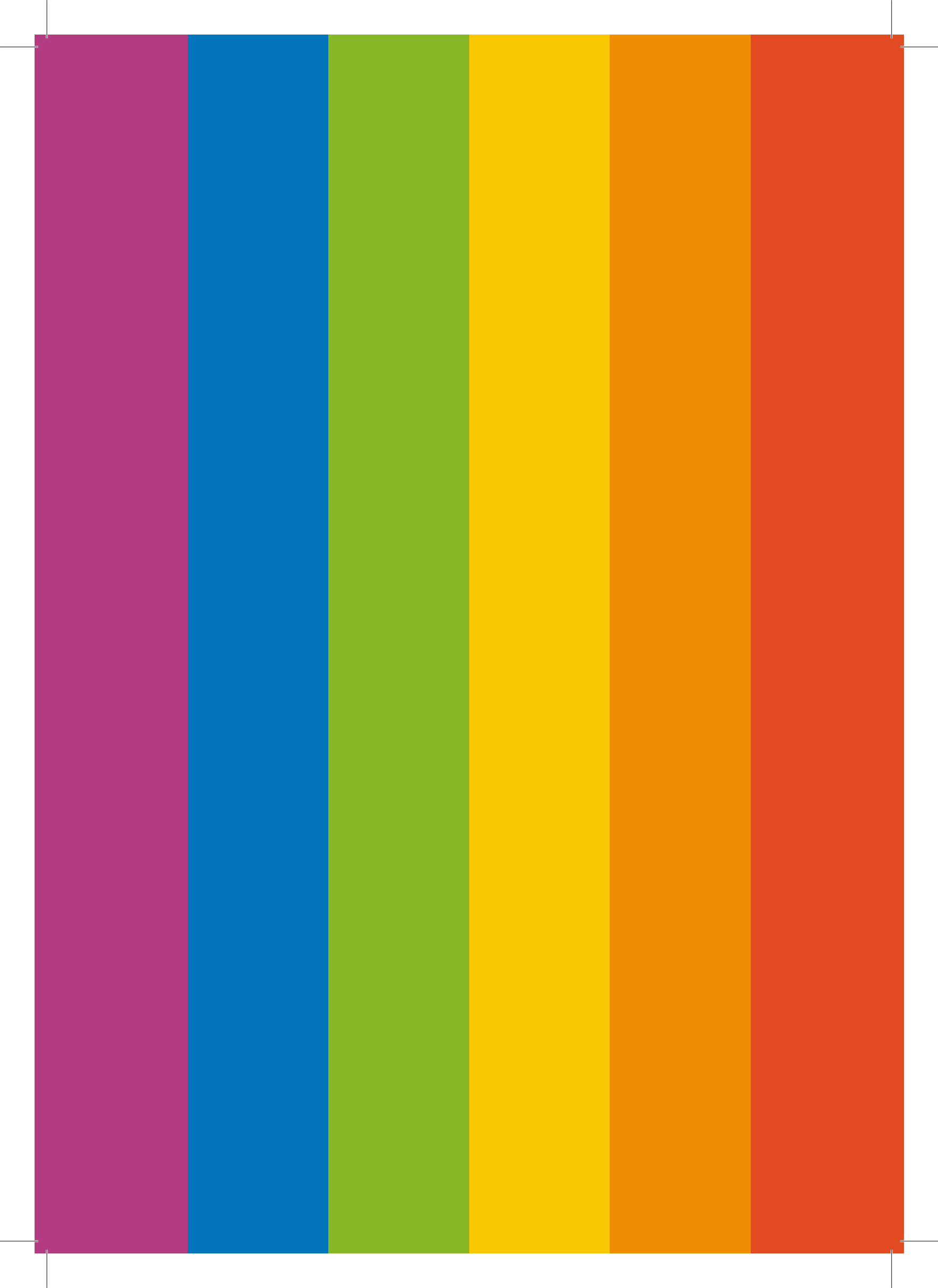
Maldonado, A. (2017). Autoritarismo y comportamiento electoral en Perú : evidencia de elecciones 2011 y 2016. En XX Congreso de la Asociación Latinoamericana de Ciencia Política – ALACIP. Uruguay.

Marulanda, B., & Fredy, J. (2015). Los estudios del comportamiento del elector en América Latina un análisis bibliográfico de los casos de México, Argentina, Chile y Colombia, 2000–2010. Estudios Políticos, unknown(46), 197–219.

Ministerio de Justicia. (2018). Plan Nacional de Derechos Humanos 2018 – 2021. Recuperado de  
<https://observatorioderechoshumanos.minjus.gob.pe/wp-content/uploads/2019/09/PLAN-NACIONAL-2018-2021.pdf>

MINJUS, & IPSOS. (2020). II Encuesta nacional de derechos humanos: población LGBT.

- 
- Muñoz-Pogossian, B. (2020). Democracia y derechos de las personas LGBTI en América Latina: reformas para garantizar el derecho a la identidad y el derecho al voto de las personas trans, 2012-2020. *Revista Derecho Electoral*, Segundo Se(30). [https://doi.org/https://doi.org/10.35242/RDE\\_2020\\_30\\_4](https://doi.org/https://doi.org/10.35242/RDE_2020_30_4)
- Oskooii, K. A. R. (2016). How Discrimination Impacts Sociopolitical Behavior: A Multidimensional Perspective. *Political Psychology*, 37(5), 613-640. <https://doi.org/10.1111/pops.12279>
- Osorio, R. (2015). Perú, 2012-2014. Voto económico en una democracia sin partidos. *Política. Revista de Ciencia Política*, 53(1), 95-117-117. <https://doi.org/10.5354/0716-1077.2015.38152>
- Page, D. (2018). When Does Sexuality-Based Discrimination Motivate Political Participation? *Political Psychology*, 39(5), 1013-1030. <https://doi.org/10.1111/pops.12468>
- Perez, V. M. (2014). Political Participation of LGBT Americans (Research Memo).
- Perrella, A. M. L., Brown, S. D., & Kay, B. J. (2012). Voting Behaviour among the Gay, Lesbian, Bisexual and Transgendered Electorate. *Canadian Journal of Political Science*, 45(1), 89-117. <https://doi.org/10.1017/S000842391>
- Schmitt-Beck, R. (2019). Political Systems and Electoral Behavior: a Review of Internationally Comparative Multilevel Research. *KZfSS Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 71(1), 343-373. <https://doi.org/10.1007/s11577-019-00608-8>
- Singer, M. M. (2013). Economic Voting in an Era of Non-Crisis : The Changing Electoral Agenda in Latin America, 1982-2010. *Comparative Politics*, 45(2), 169-185. Recuperado de <http://www.jstor.com/stable/41714181>
- Sulmont, D. (2017). El Elector Latinoamericano del Siglo XXI. PUCP.
- Sulmont, D. (2018). ¿Existe el voto programático en elecciones con un sistema de partidos políticos débil? un análisis de las elecciones presidenciales peruanas de 2016. *REVISTA DE CIENCIA POLÍTICA*, 38(3), 429-458.
- Turnbull-Dugarte, S. J. (2020). The European lavender vote: Sexuality, ideology and vote choice in Western Europe. *European Journal of Political Research*, 59(3), 517-537. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12366>
- Urban, A.-M., Flor, M. J., Ramos, A., & Ortiz, D. (2020). Hacia un mejor entendimiento de la discriminación por orientación sexual e identidad de género. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Zechmeister, E. J. (2015). Left-Right Identifications and the Latin American Voter. En E. J. ZECHMEISTER, R. E. CARLIN, & M. M. SINGER (Eds.), *The Latin American Voter* (pp. 195-225). University of Michigan Press. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/10.3998/mpub.8402589.13>



Más   
**Igualdad**



**comunica@masigualdad.pe**

---

**Síguenos en nuestras redes sociales:**

---



**@masigualdadpe**



**@masigualdadpe**



**@masigualdadpe**

| **<http://www.masigualdad.pe>**

