



## **Indecopi, Mimp y PNUD presentan el “Diagnóstico sobre los estereotipos de género en el consumo y la publicidad en el Perú”**

El Indecopi, como Autoridad Nacional de Protección del Consumidor en Perú, en alianza estratégica con el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP) presentan el **“Diagnóstico sobre los estereotipos de género en el consumo y la publicidad en el Perú”**, con el objetivo de aportar a la igualdad entre hombres y mujeres desde las relaciones de consumo y las prácticas publicitarias.

El estudio contextualiza la realidad social de las mujeres y hombres en Perú para comprender la problemática de la desigualdad de género, analiza las normas que regulan la igualdad y no discriminación, compara experiencias, destaca las buenas prácticas y propone recomendaciones, en aras de contribuir con la igualdad de género.

La presentación virtual se realizará el **miércoles 09 de diciembre de 8:30 a 10 a.m.** a través de la aplicación Zoom y se transmitirá en vivo en [facebook.com/IndecopiOficial](https://www.facebook.com/IndecopiOficial). En la actividad participarán la ministra de la Mujer, Silvia Loli Espinoza; la presidenta del Consejo Directivo del Indecopi, Hania Pérez de Cuéllar; y, la representante residente del PNUD María del Carmen Sacasa.

La exposición del estudio estará a cargo de Cristina Valega, abogada experta en temas de género; y el panel de comentarios estará integrado por el abogado José Domingo Gómez, director general de Autocontrol, asociación para la autorregulación de la comunicación comercial (España); Paulina Estay Díaz, coordinadora de Conocimiento Usuario de la Unidad de Vigilancia e Inteligencia de Mercados del SERNAC (Chile); y, Ximena Vega Amat, fundadora y CEO de Claridad Coaching Estratégico (Perú).

El citado documento contribuye con el Objetivo Prioritario 6 de [la Política Nacional de Igualdad de Género](#), que busca la reducción de la incidencia de los patrones socioculturales discriminatorios en la población. Además, se enmarca en el principio rector de igualdad y no discriminación de la [Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor](#) y aporta al Objetivo 5 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) del Sistema de las Naciones Unidas.

**Lima, 04 diciembre de 2020**

**Registre su participación en el siguiente enlace de la plataforma Zoom:**

<https://bit.ly/37E2jS2>