

Informe sobre el nivel de implementación  
del enfoque de género



Por parte de las empresas del sector de transporte



SuperTransporte

# Informe sobre el nivel de implementación del enfoque de género

Por parte de las empresas del sector de transporte



## Contenido

<b>I.</b>	<b>Introducción</b>	<b>2</b>
<b>II.</b>	<b>Diagnóstico sobre la implementación de acciones y medidas para la eliminación de barreras, discriminación y violencias basadas en género en el sector transporte</b>	<b>3</b>
2.1.	La muestra	3
2.2.	Resultados obtenidos	4
2.2.1.	Empresas de servicios aéreos comerciales de transporte público de pasajeros	5
2.2.2.	Empresas de transporte por cable	7
2.2.3.	Empresas de transporte fluvial	7
2.2.4.	Empresas de transporte marítimo	8
2.2.5.	Empresas de transporte de mercancías	8
2.2.6.	Empresas de transporte terrestre de pasajeros por carretera	9
2.2.7.	Agencias de viaje	11
<b>III.</b>	<b>Conclusiones</b>	<b>12</b>
<b>IV.</b>	<b>Glosario</b>	<b>13</b>



## I. Introducción

La Superintendencia de Transporte, a través de la Oficina Asesora de Planeación emitió recomendaciones a las diferentes áreas misionales de la Entidad, entre ellas a la Delegatura para la Protección de Usuarios del Sector Transporte, relacionadas con la necesidad de implementar el enfoque de género a nivel interno y externo, esto es, de cara a sus colaboradores y vigilados<sup>1</sup>.

Es así como, la Dirección de Prevención, Promoción y Atención a Usuarios del Sector Transporte se dio a la tarea de atender dichas recomendaciones, por lo que tomó la decisión de diseñar un plan de formación para las empresas supervisadas por la Delegatura para la Protección de Usuarios.

Así las cosas, dentro del plan de trabajo se contempló realizar un diagnóstico del estado de implementación de la perspectiva de género en las empresas del sector transporte que prestan servicios públicos de pasajeros y cosas.

Dicha tarea se inició en 2024, con la consulta de las fuentes abiertas disponibles, esto es, páginas web y redes sociales de las empresas de transporte y culminó con la solicitud de información a un porcentaje de vigilados y su respectivo análisis.

Los resultados obtenidos son bastante reveladores y denotan el bajo nivel de incorporación de la perspectiva de género en las organizaciones de nuestro sector, lo que reafirmó la necesidad de sensibilizar y formar a los equipos de trabajo de las empresas de transporte, especialmente a aquellos que tienen roles de atención al usuario y la prestación de los servicios.

Con este diagnóstico pretendemos tener un punto de partida para el desarrollo de nuestras funciones y el programa de formación sobre la perspectiva de género, y una fuente de información para los diferentes actores del sector transporte.

<sup>1</sup>ABC de género. 2024. "La Delegatura de Protección de Usuarios debe garantizar que los servicios de transporte público sean seguros para las mujeres y otros grupos vulnerables. Para ello, una medida preventiva clave es la capacitación obligatoria de las empresas de transporte y su personal en temas relacionados con la prevención del acoso y la violencia de género, así como en la protección de los derechos de los usuarios."

## II. Diagnóstico sobre la implementación de acciones y medidas para la eliminación de barreras, discriminación y violencias basadas en género en el sector transporte.

En Colombia, las desigualdades de género en el sector transporte son un desafío significativo que afecta tanto a los consumidores como a los empleados del sector. Por tanto, consideramos importante presentar una descripción de la situación actual, ya que se ha identificado que hay ausencia de datos desagregados por género que permitan entender mejor las necesidades y patrones de movilidad de diferentes grupos.

Sin datos, se dificulta la promoción de la implementación de políticas y medidas efectivas para abordar la perspectiva y, de esta manera, garantizar los derechos de todas las personas que hacemos parte del sistema de transporte.

Entonces, para construir una herramienta que sirva de guía para las empresas de transporte de pasajeros y cosas, en todos los modos y modalidades, que estén interesadas en sumarse a la incorporación de una perspectiva de género en sus organizaciones, tanto en el ámbito interno como externo, consideramos necesario partir del estado de implementación por parte de las compañías que conforman nuestro sector.

Es así como, procedimos a indagar sobre la existencia de políticas o protocolos tendientes a la eliminación de la discriminación, las barreras y la violencia basada en género, encontrando los resultados que expondremos a continuación.



### 2.1. La muestra

Este diagnóstico tomó en consideración un conjunto de empresas de los diferentes modos, aéreo, por cable, fluvial, marítimo, de mercancías y terrestre, así como las agencias de viaje, con el fin de conocer el nivel de implementación de la perspectiva de género y hacer inferencias sobre el resto.

Es así como, la Dirección de Prevención, Promoción y Atención a Usuarios del Sector Transporte envió 184 comunicaciones a diferentes empresas de transporte, en donde indagó acerca de la implementación de políticas de género, para evitar la discriminación, eliminar las barreras y violencias, los resultados obtenidos, así como las fechas en la que inició y culminó su implementación.

La muestra realizada tuvo en consideración el número de empresas legalmente habilitadas para operar en Colombia, así como su relevancia en razón al número de pasajeros transportados y rutas habilitadas.

Así las cosas, para el caso del transporte aéreo, requerimos al 95 % de las empresas, en razón a la viabilidad de contar con una muestra amplia, ya que el número de empresas de transporte regular es relativamente pequeño, en comparación con otros modos de transporte, lo mismo sucedió con las empresas de transporte por cable, donde fue viable requerir el 100 % de las compañías.



No sucede lo mismo, con los modos de transporte fluvial, marítimo, mercancías y terrestre, toda vez que, el número de empresas que operan en nuestro territorio es vasto, sin embargo, es importante que se tenga en cuenta que, en estos casos se tomó en consideración el número de pasajeros y kilos transportados al año y la cantidad de rutas habilitadas para realizar la selección, lo que nos permitió consultar a las empresas con mayor representación en el mercado.

**Tabla 1: Muestra por modo de transporte**

#	Modo modalidad de transporte intermediario	Número de empresas consultadas de empresas	Porcentaje de la muestra
1	Aéreo	38/40 <sup>2</sup>	95%
2	Cable	5/5	100%
3	Fluvial	19/212 <sup>3</sup>	8.9%
4	Marítimo	32/381 <sup>4</sup>	8,3 %
5	Mercancías	10/2192 <sup>5</sup>	0.4 %
6	Terrestre	75 <sup>6</sup> /507	14 %
7	Agencias de viajes	5/+ 10000 <sup>7</sup>	0.005 %

Frente a la muestra, es pertinente informar que, si bien consultamos 184 empresas de transporte de pasajeros y cosas, solo obtuvimos datos de 59 de ellas.



<sup>2</sup>Aerolíneas de transporte público regular de pasajeros.

<sup>3</sup>En enero de 2024, se identificaron 212 empresas de transporte fluvial en Colombia. De estas, 64 cumplían con el Índice de Formalización Fluvial.

<sup>4</sup>De acuerdo con lo reportado por la Autoridad Marítima de Colombia, Dimar, en Colombia a diciembre de 2023, se encontraban habilitadas 381 empresas de transporte marítimo, de las cuales 272 son empresas nacionales y 109 extranjeras.

En lo que respecta a empresas de transporte marítimo de carga se registraron 316 empresas, es decir el 82 % del total de empresas, de las cuales 223 son empresas nacionales y 93 empresas extranjeras.

<sup>5</sup>Esta cifra incluye a las empresas de transporte de carga y mercancías, no obstante, solo se involucraron las últimas.

En punto a las empresas de transporte de mercancías, es importante tener claro que, consideramos a aquellas que prestan sus servicios al consumidor final y se excluyeron las compañías que transportan grandes volúmenes de carga y que prestan su servicio a empresas de diferentes industrias.

<sup>6</sup>Las empresas consultadas son las que tienen mayor representatividad en el mercado colombiano, por número de rutas habilitadas y cantidad de pasajeros transportados al año.

<sup>7</sup>Dentro de la categoría de agencias de viajes se encuentran las agencias operadoras, mayoristas y minoristas, de las cuales, solo las últimas son sujetos de vigilancia de la Superintendencia de Transporte, ya que son las que ofrecen sus servicios al consumidor final; y siempre que, vendan servicios de transporte de manera individual y no en paquetes turísticos.

## 2.2. Resultados obtenidos

Con el fin de dar un orden metodológico, los resultados encontrados se presentan por modo de transporte, para así llegar a conclusiones más ajustadas a la realidad de las empresas y su operación.



### 2.2.1. Empresas de servicios aéreos comerciales de transporte público regular de pasajeros

De las 38 empresas consultadas, 5 manifestaron que cuentan con una política de género. Por su parte, 4 indicaron que no tienen una y 29 no emitieron una respuesta al respecto.

Las empresas que indicaron que cuentan con una política de género son las siguientes:

- Compañía Panameña de Aviación S.A. - Copa Airlines.
- American Airlines Inc.
- Aerolíneas Argentinas Sociedad Anónima.
- Spirit Airlines Inc.
- Plus Ultra Líneas Aéreas S.A.

Además de la consulta realizada, la Dirección de Prevención, Promoción y Atención a Usuarios del Sector Transporte realizó una búsqueda en las fuentes abiertas disponibles, entre ellas, las páginas web de las aerolíneas, las redes sociales y medios de comunicación, encontrando que algunas de las líneas aéreas que no dieron respuesta a la solicitud de información, han implementado acciones que incorporan la perspectiva de género, estas son:

- Aerovías Del Continente Americano S.A. – Avianca
- Air France
- Volaris
- JetSmart
- Viva Aerobus



Del análisis de las políticas y las acciones identificadas en el proceso de investigación evidenciamos lo siguiente:

- Se reafirma la necesidad que tiene el modo aéreo de contar con políticas para sensibilizar y señalar reglas a sus usuarios, con el fin de erradicar las violencias, discriminación y barreras basadas en género, ante casos de acoso, abuso y segregación que se podrían presentar al interior de las aeronaves durante la prestación del servicio, tal como se pudo evidenciar que ha sucedió en varias oportunidades.
- Algunas empresas integran a sus políticas o códigos de conducta y ética el enfoque de género, pero no cuentan con una política clara e independiente en relación con la eliminación de las barreras, discriminación y violencias por esta causa.
- Otras líneas aéreas manifestaron que no cuentan con este tipo de políticas porque no existe una obligación legal; sin embargo, cuentan con políticas de igualdad y trato digno.
- Las empresas que han implementado la perspectiva de género lo hacen solo desde el ámbito interno, dejando de lado la visión externa y de la relación de consumo.
- Algunas aerolíneas internacionales han desplegado acciones tendientes a erradicar las violencias, discriminación y barreras basadas en género en sus países de origen, pero no han replicado esas buenas prácticas en Colombia.

De otra parte, queremos destacar varias **iniciativas que pueden servir como ejemplos valiosos y casos de éxito en la industria aeronáutica:**

- Destacamos el trabajo que ha realizado la aerolínea Plus Ultra Líneas Aéreas S.A., ya que se observa una implementación completa de la perspectiva de género en el ámbito interno de las empresas, la cual va desde los procesos de selección hasta la comunicación efectiva e inclusiva, pasando por la formación, promoción, representación femenina, comunicación asertiva y seguimiento y evaluación.
- El **banco de millas** de Avianca, dirigido a promover el empoderamiento femenino y la defensa de las mujeres víctimas de violencia. Esta iniciativa invita a los consumidores a aportar sus millas con el fin de que puedan ser usadas para formar a las personas sobre los temas relacionados con el enfoque de género.

Por ejemplo, en 2023 a través de este banco de millas se apoyó un proyecto de educación integral en temáticas asociadas a la equidad de género en diferentes regiones apartadas de Colombia como: Bolívar, Magdalena, Valle del Cauca y Cundinamarca.

¿Cómo lo hicieron?

A través del Banco de Millas de Avianca, la aerolínea transportó a los mentores encargados de promover la prevención de violencias de género.

- La **red Women for Tomorrow (WoTo)** fue creada por varias mujeres dentro de Air France, quienes establecieron un lugar de intercambio, reuniones, debates y talleres con el fin de promover a las mujeres en la empresa, y de fortalecer la diversidad de género.

En este momento, la red cuenta con 500 miembros y se desarrolla en diferentes sitios dentro de la compañía.



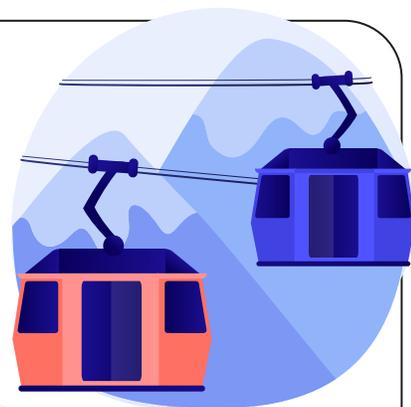
### 2.2.2. Empresas de transporte por cable

Colombia cuenta con 5 empresas que prestan el servicio público de transporte por cable, por tanto, procedimos a consultar al 100 % de ellas, y obtuvimos solo 2 respuestas, en donde encontramos que una cuenta con una política de género y la otra no.

Es así como, la Empresa de Transporte del Tercer Milenio – Transmilenio S.A. – TransmiCable, es la única empresa de esta modalidad de transporte que ha implementado este enfoque.

Revisada su política, se destaca que ha sido creado para impactar el entorno del sistema, promoviendo la seguridad, la inclusión y la equidad. Esta política se ha difundido a través de los diversos canales con que cuenta el operador, teniendo en cuenta los tipos de población hacia quienes se dirige el mensaje.

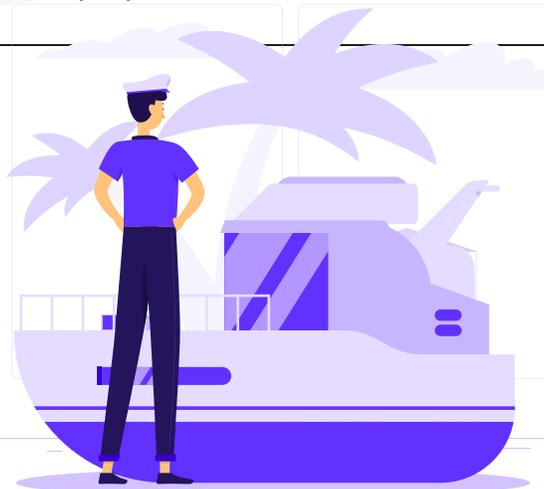
De la búsqueda realizada en las fuentes abiertas se observa que, MetroCable y Cable de Manizales han realizado campañas con enfoque de género, con el fin de discutir sobre el tema, promover los emprendimientos de la comunidad LGTBIQ+ y conmemorar el día de la mujer, entre otros. No obstante, no se evidencia que tengan con una política de género implementada.



### 2.2.3. Empresas de transporte fluvial

Para el caso de las empresas de transporte fluvial que prestan el servicio público de transporte de pasajeros y cosas, consultamos 19 compañías, de las cuales, nos respondieron 4; todas indicaron que no se cuentan con un enfoque de género y no tienen una política en esta materia. Las 14 empresas restantes no atendieron la solicitud.

Este resultado nos permite evidenciar que la implementación de políticas de género en el transporte fluvial sigue siendo un desafío, por lo que, desde el Estado y desde esta Superintendencia de Transporte se buscará promover una integración de esta perspectiva en la planificación y operación de este modo de transporte.



## 2.2.4. Empresas de transporte marítimo

En relación con las empresas de transporte marítimo de pasajeros y cosas, consultamos a 32 compañías, de las cuales, recibimos 3 respuestas, donde solo una empresa indica que ha implementado la perspectiva de género.

Del análisis de las políticas de la empresa Sai Tug S.A.S., observamos que han establecido diferentes protocolos para abordar las distintas problemáticas que se presentan en relación con el género, como son el acoso sexual, la violencia, y la diversidad en el ámbito laboral.

De otra parte, se observa que la empresa ha realizado sensibilizaciones a sus empleados y la comunidad en general, las cuales se han evaluado, arrojando resultados satisfactorios que reflejan la aceptación de las temáticas y los objetivos de las políticas.

Además, la empresa ha implementado canales para la atención y espacios para la mediación de casos de violencia, acoso o discriminación, buscando la confidencialidad y privacidad del denunciante.



De la consulta realizada en las fuentes abiertas, evidenciamos que, no hay información sobre las acciones que hayan implementado las empresas en relación con la perspectiva de género. Sin embargo, el sector marítimo ha visto un aumento en la participación de mujeres en roles como capitanas, gerentes y tripulación y la Dirección General Marítima, Dimar, ha promovido la igualdad de género a través de políticas y programas de capacitación.

## 2.2.5. Empresas de transporte de mercancías

Para realizar el diagnóstico del nivel de implementación de la perspectiva de género en el transporte de mercancías, solicitamos información de las 10 principales empresas de Colombia, dentro de las cuales se encuentran compañía de transporte aéreo y transporte terrestre, de las que, obtuvimos respuesta de 3, y 2 de ellas nos informaron que cuentan con una política de género. Estas empresas son:

- Coordinadora Mercantil S.A.
- TCC S.A.S.

En este punto es importante aclarar que, para este estudio se tomó en consideración a las empresas de transporte de cosas que prestan sus servicios al consumidor final, esto es, a las personas naturales o jurídicas que requieren los servicios para atender necesidades de tipo doméstico, familiar e incluso empresarial, pero que no están ligadas a la actividad comercial<sup>8</sup>.



<sup>8</sup> Numeral 3 del artículo 5 de la Ley 1480 de 2011

Analizada la información reportada a esta Superintendencia, encontramos que las empresas no cuentan con una política que aborde de manera exclusiva la perspectiva de género; sin embargo, la incluyen en sus reglamentos internos y sus códigos de conducta y ética.

Destacamos el trabajo que está desarrollando TCC, que se encuentra conformando un equipo de trabajo encargado de la investigación y referenciación sobre temas de diversidad, equidad e inclusión con el fin de establecer un plan de trabajo para la incorporación de la perspectiva de género.

Ahora, de la búsqueda en fuentes abiertas encontramos que, la empresa DHL cuenta con una política de inclusión y respeto de los derechos humanos en todos los países donde opera. No obstante, la información disponible no nos permite establecer su alcance y objetivo.

Así las cosas, podemos concluir que, el transporte de mercancías ha comenzado a adoptar políticas de igualdad de género, pero su implementación sigue siendo limitada. Las mujeres y población diversa enfrentan barreras tanto en los roles internos, operativos y de conducción, como en la prestación del servicio.

## 2.2.6. Empresas de transporte terrestre de pasajeros por carretera

Las empresas que prestan el servicio público de transporte de pasajeros por carretera representan el grupo más grande de empresas para la Delegatura para la Protección de Usuarios del Sector Transporte, toda vez que, se tienen identificadas más de 500 empresas que prestan sus servicios al consumidor final.<sup>9</sup>

Para este diagnóstico, se involucró a las principales empresas por número de rutas habilitadas por el Ministerio de Transporte y que transportan un porcentaje importante de los pasajeros que se mueven por este medio anualmente en el territorio.

Aquí también se involucraron algunas empresas que, si bien no hacen parte de las empresas que se han denominado como grandes, siempre se han sumado a las iniciativas de la Dirección de Prevención, Promoción y Atención a Usuarios del Sector Transporte y, por tanto, consideramos que pueden hacer grandes aportes a las conclusiones sobre el nivel de implementación de la perspectiva de género.



<sup>9</sup>Si bien podría pensarse que existen otros modos con mayor volumen de empresas, se debe tener claro que, no todas las empresas que hacen parte de modo de transporte marítimo, fluvial o de mercancías son sujetos de vigilancia, inspección y control por parte de la Delegatura para la Protección de Usuarios del Sector Transporte, ya que, existen compañías que prestan servicios turísticos, industria que no vigilamos, o transportan carga.

Es así como, para este diagnóstico se les solicitó información a 75 empresas de transporte, de las cuales 36 nos dieron respuesta y solo 6 de ellas manifestaron que cuentan con políticas de género, estas son:

- Flota Occidental S.A.
- Expreso San Juan De Pasto S.A.
- Continental Bus S.A.
- Cooperativa de Transportadores Flota Norte Ltda Coflonorte.
- Transportes Irra.
- Cooperativa de Transportadores de Fuente de Oro - Cootransfuente de Oro

Para el caso de las empresas de transporte terrestre de pasajeros por carretera también consultamos las fuentes abiertas, encontrando 2 empresas adicionales que cuentan con acciones en materia de género, estas son:

- Coomotor
- Cootransbol LTDA

Del análisis de las políticas de las 7 empresas podemos concluir que todas están enfocadas en la eliminación de las barreras, discriminaciones y violencias basadas en género desde el punto de vista interno, es decir, buscan proteger a sus colaboradores y el ambiente laboral de la organización, pero ninguna de ellas contempla al cliente externo.

También se identificó que, al igual que otras empresas de otros modos de transporte, muchas de las estrategias están incluidas en políticas que abordan los códigos de conducta o la protección en contra de cualquier tipo de discriminación.

De otra parte, se observa y se destaca que, en su mayoría, se contempla procesos de capacitación y formación de sus colaboradores en la materia.

De las políticas analizadas, destacamos la de la empresa Expreso San Juan de Pasto, puesto que contempla los deberes de las diferentes áreas de la compañía, así como una ruta de atención a las víctimas.

Partiendo de la información recaudada y consultada en las fuentes abiertas, concluimos que la implementación de la perspectiva de género en el modo de transporte terrestre, específicamente de las empresas de transporte de pasajeros por carretera, es baja y amerita la sensibilización y acompañamiento de esta Superintendencia y demás entidades del Estado encargadas de liderar estos temas.



### 2.2.7. Agencias de viaje

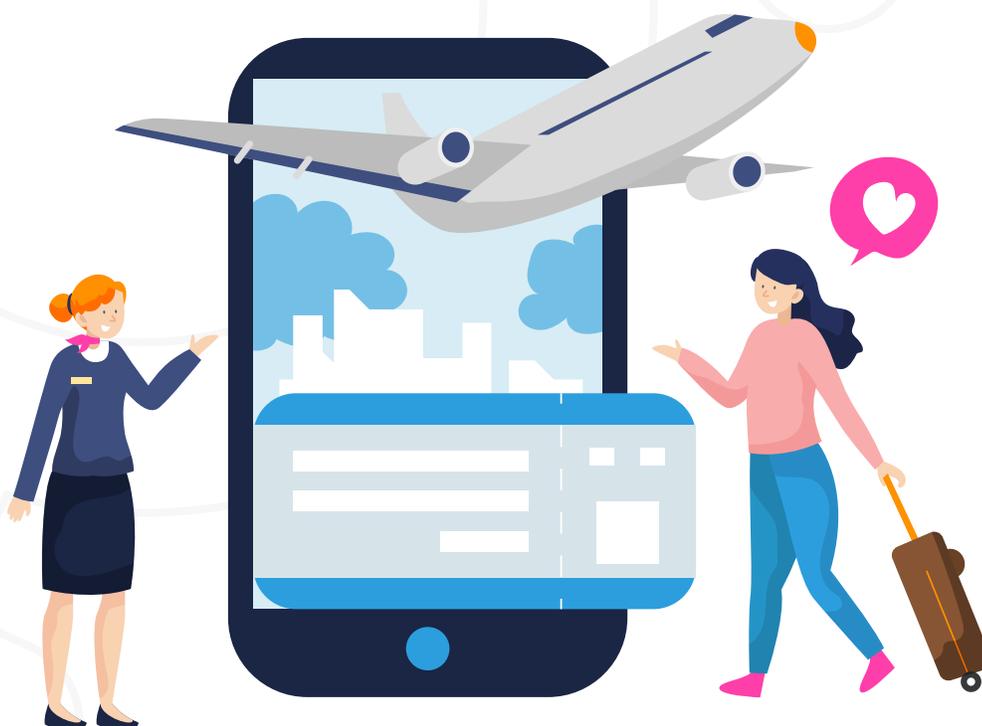
En el sector transporte, además de los prestadores del servicio público de transporte, existen otros actores que intervienen como proveedores o intermediarios de aquellos, dentro de los cuales encontramos las agencias de viajes.

Es por ello que, se indagó sobre la inclusión de la política de género en este subsector consultando a 5 agencias de viajes<sup>10</sup>, de las cuales nos contestaron 2, y solo una de ellas cuenta con política género, esta es:

- AtrápaloColombia SAS

Analizada la política, encontramos que, se trata de una política que atiende las necesidades de los clientes internos de la compañía, la cual, define de manera clara las acciones que se implementan ante situaciones de acoso laboral y/o sexual.

De las respuestas recibidas y la búsqueda realizada en las fuentes abiertas se concluye que la perspectiva de género es un reto para las agencias de viaje vigiladas por la Superintendencia de Transporte, e implica el despliegue de acciones y medidas para su incorporación.



<sup>10</sup> La Superintendencia de Transporte vigila, inspecciona y controla a las agencias de viajes minoristas, que ofrecen servicios públicos de transporte de manera individual, es decir, aquellos que no hacen parte de paquetes todo incluido, cuya competencia pertenece a la Superintendencia de Industria y Comercio.



### III. Conclusiones

De acuerdo con los resultados obtenidos por parte de la Superintendencia de Transporte en la etapa de diagnóstico sobre el nivel de implementación de la perspectiva de género en el transporte, se pudo concluir que el sector no cuenta con acciones robustas en la materia, ya que su inclusión en el ejercicio de la actividad transportadora es muy incipiente.

Así mismo, evidenciamos que esta perspectiva está enfocada en el 95 % de los casos en el cliente interno, lo que denota que no se ha contemplado la relación de consumo que surge entre la empresa y sus usuarios en el diseño de este tipo de políticas. Esto refleja la necesidad de que la Superintendencia de Transporte implemente acciones de sensibilización, capacitación y acompañamiento que tengan como público objetivo a las empresas de transporte.

Por otra parte, se observa que el modo de transporte con mayor nivel de implementación de esta perspectiva es el modo aéreo, lo que podría estar asociado a que 80 % de las compañías son de nacionalidad extranjera con sucursal en Colombia.

Entonces, vemos que la principal barrera que se ha identificado para que la perspectiva de género sea una realidad en el sector transporte parte del desconocimiento de la importancia del tema y el poco interés que han despertado las problemáticas que se desprenden de su ignorancia.

Así las cosas, tenemos grandes desafíos en esta materia, tales como la falta de datos, la resistencia al cambio, la capacitación y sensibilización de todos los actores del sector transporte, y el seguimiento y monitoreo de la implementación de este enfoque.

Por lo anterior, desarrollaremos un Taller dirigido a las empresas de transporte de todos los modos de transporte denominado: **Desafiando estereotipos: género y equidad de transporte.**

## IV. Glosario

- **Acoso sexual**

Conducta de naturaleza sexual no deseada, que puede manifestarse a través de comentarios, gestos, toques, insinuaciones o cualquier otra acción que atente contra la dignidad y la integridad de una persona.

**Fuente: Ley 1257 de 2008, Colombia.**

- **Discriminación**

Acto de trato desigual o desfavorable hacia una persona o grupo, por razones de género, raza, orientación sexual, discapacidad u otras condiciones. La discriminación puede ser directa o indirecta y está prohibida por la legislación colombiana.

**Fuente: Constitución Política de Colombia, Artículo 13.**

- **Diversidad sexual**

Concepto que reconoce la existencia de múltiples orientaciones sexuales e identidades de género.

**Fuente: Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia.**

- **Enfoque diferencial**

Estrategia que reconoce y atiende las necesidades específicas de distintos grupos poblacionales, con el fin de garantizar la equidad y el acceso a derechos.

**Fuente: Política Pública Nacional de Equidad de Género (Colombia).**

- **Equidad de género**

Principio de justicia que busca eliminar desigualdades entre hombres y mujeres.

**Fuente: ONU Mujeres Colombia.**

- **LGBTIQ+**

Acrónimo que engloba diversas identidades de género y orientaciones sexuales: Lesbianas, Gais, Bisexuales, Transgénero, Intersexuales, Queer y otras identidades no heteronormativas.

**Fuente: Defensoría del Pueblo de Colombia.**

- **Perspectiva de género**

Es un enfoque que analiza las relaciones de poder entre los géneros, visibilizando desigualdades y promoviendo la equidad en todos los ámbitos de la sociedad.

**Fuente: Ley 1257 de 2008, Colombia.**

- **Población diversa**

Conjunto de personas que se identifican con diversas orientaciones sexuales, identidades de género, expresiones de género y características sexuales. Incluye a la comunidad LGBTIQ+ y otras poblaciones con experiencias de vida diversas.

**Fuente: Ministerio del Interior de Colombia.**

**Informe sobre el nivel de implementación**  
**del enfoque de género**



Por parte de las empresas del sector de transporte

**María Fernanda Rojas Mantilla**  
Ministra de Transporte

**Carolina Pinzón Ayala**  
Superintendente Delegada para la Protección de Usuarios del Sector Transporte (E)

**Margaret Yarim Furnieles Chipagra**  
Directora de Prevención, Promoción y Atención a Usuarios del Sector Transporte

Con el apoyo de:

**Angie Tatiana Morales Florido**  
Profesional Universitario

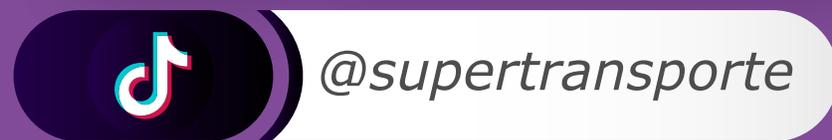
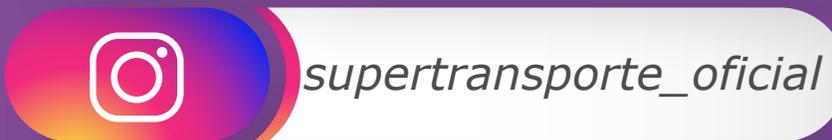
Diseñado por:

**Heidy Vanessa Bernal Guzmán**  
Profesional en Publicidad y Mercadeo



**SuperTransporte**





Te invitamos a consultar la Guía Género y Transporte, disponible en nuestra página web [www.supertransporte.gov.co](http://www.supertransporte.gov.co)