



SuperTransporte



Información Mínima

Guía para informar a los usuarios del sector transporte

1. Introducción
2. Ámbito profesional
3. Demarcación de la información
4. ¿Qué es información?
5. ¿En qué surge la obligación de informar?
6. ¿Cómo debe ser la información?
7. ¿Qué información debe ser informada?
8. ¿Qué información debe ser informada en cada caso?
9. Identificación del transportador
10. Descripción del transporte
11. Precio del servicio
12. Condiciones para el transporte
13. Condiciones para el transporte de mercancías
14. Condiciones de los productos y Conclusiones



Información Mínima

Guía para informar a los usuarios del sector transporte

Esta es una herramienta orientadora que contiene algunos aspectos relevantes sobre la regulación del transporte y sus políticas, la cual, está desprovista de carácter legal o reglamentario.

Pg.	
3	I. Introducción
4	II. Aspectos preliminares
5	III. Generalidades de la información
5	1. ¿Qué es información?
5	2. ¿En quién recae la obligación de informar los aspectos del servicio?
6	3. ¿Cómo debo informar a los usuarios?
7	4. Difusión de información en comercios electrónicos.
7	IV. ¿Qué información transmitir a los usuarios?
8	1. Identificación del transportador.
8	2. Condiciones y características del servicio.
9	3. Precio del servicio
10	4. Políticas para el transporte de equipaje
12	5. Políticas para el transporte de animales.
13	6. Políticas para el transporte de menores de edad.
14	7. Condiciones de las promociones y ofertas.
16	V. Conclusiones.
16	Glosario.
18	Bibliografía.



Introducción

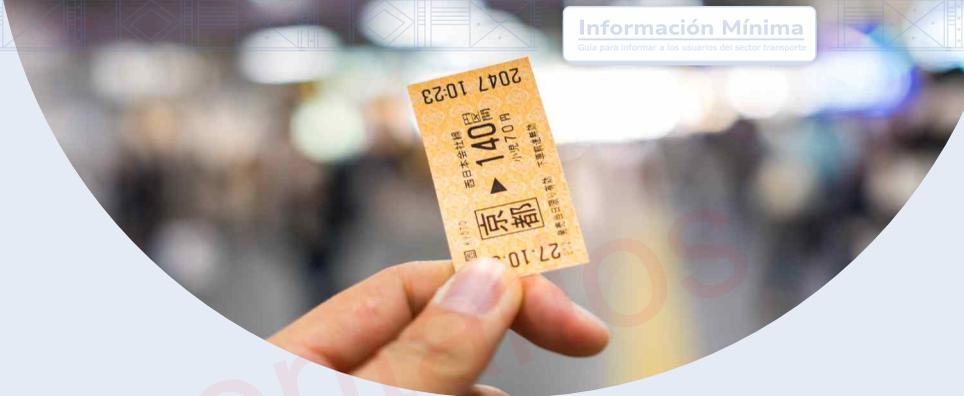
El suministro de información acerca de los servicios de transporte ofrecidos es clave para garantizar a los usuarios la toma de decisiones de consumo fundadas que atiendan sus intereses y necesidades.

La Delegatura para la Protección de Usuarios, en cumplimiento de sus funciones de acompañamiento preventivo y de promoción de las disposiciones de protección a usuario, diseñó la Guía de Información Mínima, una herramienta práctica dirigida a los empresarios de todos los modos de transporte público de pasajeros.

Su objetivo es proporcionar una visión detallada de la obligación de información, para que a

partir de su comprensión las empresas puedan definir acciones y estrategia comunicativas que generen relaciones de transporte armoniosas, equitativas y de calidad.

En esta guía encontrará una recopilación de los aspectos legales en materia de información y recomendaciones sobre los aspectos mínimos que debe difundir en relación con los servicios ofrecidos.





II. Aspectos preliminares

En la presente guía encontrará aspectos concernientes a la información mínima sobre derechos, deberes, políticas, condiciones, etc., que se debe otorgar a los usuarios en el marco de la relación de consumo del servicio público de transporte de pasajeros. Para su correcta comprensión, por favor tenga en cuenta:

- El documento fue elaborado a partir de los criterios legales existentes en la materia. Por tal motivo, ni su contenido ni las recomendaciones realizadas tienen carácter regulatorio o reglamentario, pues fue diseñada en cumplimiento de las funciones de divulgación y promoción de las disposiciones de protección a usuarios del sector transporte, así como en las de acompañamiento en su cumplimiento.
- A través de la guía se busca acompañar a las empresas de transporte público de pasajeros, brindándoles orientación y herramientas que le permitan adoptar planes de acción y/o mejoras en sus procesos y procedimientos relativos a la difusión de información, en aras de cumplir adecuadamente dicha obligación y así garantizar los derechos de los usuarios.

- Su contenido abarca la obligación de difusión de información consagrada en las normas de protección a usuarios del servicio público de transporte. Sin embargo, no supe ni agota las obligaciones de ninguna naturaleza en cabeza de los prestadores de servicio, por lo que su cumplimiento adecuado implica deberes y acciones propias de su parte, en atención a la regulación especial existente en cada modo de transporte.
- La Guía va dirigida a los proveedores del servicio de transporte público de pasajeros de los modos terrestre, aéreo y acuático. Para los efectos, se entiende como tal a quien de manera habitual, directa o indirectamente, ofrezca, suministre, distribuya o comercialice servicios de transporte de pasajeros, con o sin ánimo de lucro.





III. Generalidades de la información



1. ¿Qué es información?

Todo contenido y forma de dar a conocer las características y referencias relevantes de los servicios que se ofrezcan.



2. ¿En quién recae la obligación de informar los aspectos del servicio?

Los prestadores de servicios tienen la obligación de suministrar a los usuarios información sobre los servicios de transporte ofrecidos, sus características, condiciones, requisitos, instrucciones relacionadas y demás aspectos del servicio, como precio, horarios, itinerarios, rutas, condiciones para el transporte de menores de edad, de mascotas, de equipaje, información de compra, etc.

Recuerde...

Los usuarios tienen el deber de informarse respecto de las características y condiciones del servicio, así como de las instrucciones para su uso. Por ello es importante suministrarles información adecuada, para así exigirles el cumplimiento y respeto de las políticas y condiciones del servicio.



3. ¿Cómo debo informar a los usuarios?

Sin importar la forma en que se transmita (gráfica, verbal o escrita), la información sobre los servicios de transporte debe cumplir con las características establecidas por la ley, para asegurar que el mensaje llegue correctamente. En ese sentido, debe otorgar información:

- **·Clara:** que no sea ambigua y que no deje margen de duda sobre lo que se ofrece.
- **·Oportuna:** debe otorgarse antes de la compra del servicio o en cualquier momento de la relación, cuando sea solicitada por el usuario, ya sea durante o después de la prestación del servicio.
- **·Precisa:** debe estar relacionada con el servicio al cual se hace referencia, sin inducir a errores o equivocaciones.

- **·Comprensible:** debe ser transmitida en términos que puedan ser entendidos por cualquier persona o usuario. Toda información debe ser transmitida en español.
- **·Idónea:** útil y apropiada para conocer de manera adecuada las características del servicio.
- **·Veraz:** debe ser real y conforme a las características y condiciones verdaderas del servicio, sin ninguna manipulación, exageración o ficción.
- **·Verificable:** que pueda demostrarse o comprobarse.
- **·Suficiente:** se debe otorgar información necesaria al usuario para que pueda tomar una decisión de consumo adecuada.





4. Difusión de información en comercios electrónicos.

Sin perjuicio de las obligaciones en materia de información abordadas en esta guía, los prestadores, expendedores y/o proveedores que ofrezcan y comercialicen sus servicios utilizando medios electrónicos, deben cumplir las obligaciones en la materia dispuestas en la normatividad aplicable, incluyendo las establecidas en el artículo 50 de la Ley 1480 de 2011.

¡Conozca la Guía de Comercio Electrónico Transparente!

La SuperTransporte cuenta con una Guía de Comercio Electrónico Transparente, en la que encontrará información relacionada con sus obligaciones y responsabilidades a la hora de ofrecer sus servicios a través de medios electrónicos.

Enlace:



IV. ¿Qué información debo transmitir a los usuarios?





1. Identidad del transportador:

- Razón social, nombre comercial y demás datos que permitan la plena individualización del prestador del servicio.
- Número de Identificación tributaria (NIT)
- Dirección física y electrónica, número de teléfono, canales de atención al público y cualquier otra información adicional para que pueda ser contactado.



2. Condiciones y características del servicio

Las empresas de transporte deben otorgar información a los usuarios acerca de las características y especificaciones de los servicios de transporte ofrecidos al público.



- Dentro de la información que debe otorgar, se encuentra la relacionada con los siguientes aspectos:
 - ·Horarios de salida y de llegada al destino.
 - ·Terminal de origen y de destino.
 - ·Tiempo de presentación en la terminal de origen y en la sala o punto de embarque, así como las consecuencias de la no presentación o la presentación extemporánea.



- ·**Ruta o trayecto:** indicando si es directa o si es con paradas o escalas. Tratándose de estas últimas, deberá informar al usuario los puntos o terminales en donde se harán las paradas, así como la duración de estas.
- ·**Tipo o categoría** del servicio y de la aeronave, vehículo o embarcación en el que se prestará el servicio, así como sus características.
- ·**Desistimiento:** informe el término, la forma y demás requisitos fijados por la empresa para el ejercicio del desistimiento de la compra del tiquete, así como las condiciones en que se realizará el reembolso del valor correspondiente, incluyendo, el monto, el medio de devolución y el plazo para ello.
- ·**Las condiciones generales del contrato de transporte**, sus efectos y alcances, de manera suficiente, anticipada y expresa. }



Recuerde... al ofrecer o informar a los usuarios o al público en general las características o aspectos del servicio, se obliga a su cumplimiento.

Consulte nuestra Guía para Empresarios: Protección Contractual de los Usuarios del Servicio Público de Transporte

Conozca recomendaciones para establecer acciones y estrategias en la definición del contenido de sus contratos de transporte en el marco de la normatividad aplicable:

https://www.supertransporte.gov.co/documentos/2022/Mayo/DelegaturaPU_31/GUIA-PARA-EMPRESARIOS_.pdf



3. Precio del servicio

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 26 de la Ley 1480 de 2011, los transportadores y/o proveedores de servicios tienen la obligación de informar a los usuarios el precio de venta de los servicios ofrecidos.

¿Cómo se debe informar el precio de venta al público?

La información de precios debe cumplir con criterios y requisitos especiales legalmente determinados para atender adecuadamente la obligación de indicación de precios, entre ellos:



3.1. Información visual: La información de precio debe difundirse mediante mecanismos idóneos y visibles que les permitan a los usuarios conocerla de manera visual y directa, sin intermediaciones.

¡Ojo! El usuario solo está obligado a pagar el precio anunciado visualmente.

Las empresas de transporte tienen la libertad de determinar las diferentes formas que suministren la información visual, así como sus características, como:

Tipo de aviso: pendón, tablero, monitor, cinta informativa, hoja, cartelera, etc.

Diseño y características: tamaño, color, estilo, fuente, etc.



Tenga en cuenta...

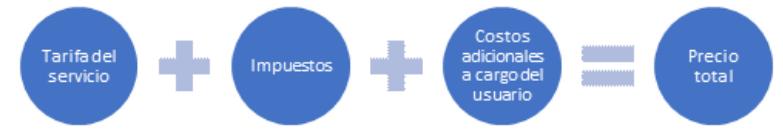
Instale los medios informativos en un lugar o posición de acceso público del punto de venta, para garantizar que cualquier usuario pueda consultarlos con facilidad al momento de la compra del servicio. Evite que su exposición y/o consulta sea obstaculizada o bloqueada por otros elementos.



3.2. Tipo de moneda: el precio de los servicios debe informarse en pesos colombianos (COP\$), puesto que es la moneda de curso legal en el país.



3.3. Precio total del servicio. El precio anunciado debe incluir la tarifa del servicio de transporte, los impuestos y demás costos o erogaciones adicionales a cargo del usuario al adquirir el servicio.



3.4. Informar el precio real: El precio de un servicio anunciado públicamente debe corresponder al precio efectivamente cobrado a los usuarios por el correspondiente servicio. ¡Esto no impide que ofrezca a los usuarios un precio menor al anunciado en virtud de descuentos realizados!

Solo deberá anunciar un precio para un mismo servicio, de lo contrario los usuarios tendrán derecho a pagar el precio más bajo de los que aparezcan indicados.

¡No olvide! En caso de existir variaciones en los precios, es su obligación actualizar la información dispuesta al público, para mantener a los usuarios informados acerca de las tarifas y/o precios a cobrar por sus servicios.

3.5. Información clara: El precio debe informarse mediante caracteres perfectamente legibles, los cuales, además, no deben tener tachaduras o enmendaduras, para proporcionar a los usuarios información clara y así evitar duplicidad de precios y/o confusiones.

No lo olvide... En el evento en que existan tachaduras o enmendaduras, el consumidor sólo estará obligado al pago del precio más bajo de los que aparezcan indicados, sin perjuicio de las actuaciones administrativas a que haya lugar por su incumplimiento.



4. Políticas para el transporte de equipaje

Como prestador del servicio tiene la obligación de informar a los pasajeros y/o usuarios las condiciones y los términos del transporte de equipaje.

Las empresas tienen autonomía para fijar sus políticas y condiciones de transporte de equipaje, incluyendo el peso, tamaño y cantidad permitida, entre otros, en atención al tipo de servicio ofrecido, al precio pagado por los usuarios y a la capacidad de los medios de transporte disponibles. Siempre atendiendo las disposiciones aplicables a la prestación del servicio y a la protección de usuarios.

¿Qué aspectos del equipaje debo informar?

4.1. Tipo de equipaje permitido: aclare la clase de equipaje que puede ser transportado por los usuarios (equipaje de mano, de bodega o ambos) de acuerdo con el servicio ofrecido y el precio pagado.

Recomendación. Recuerde a los usuarios su deber de vigilar el equipaje de mano llevado **bajo su custodia en las cabinas del vehículo, nave o aeronave.**



4.2. Características del equipaje: frente a cada tipo de equipaje aceptado, ya sea de mano, de bodega o elementos especiales, debe informar por separado su:

- **Tamaño:** indicando las dimensiones en centímetros (cm).
- **Peso:** el peso debe ser expresado en kilogramos (kg)
- **Cantidad:** informar el número de piezas o unidades de equipaje permitidas por pasajero.



Si cuenta con tipos de equipaje que varían según la tipología o clase de sus vehículos, embarcaciones o aeronaves, informe individualmente las características del equipaje aceptado en cada una de ellas.

Recomendación... Para facilitar la comprensión de la información y el cumplimiento de las condiciones de equipaje, apóyese en ayudas gráficas o visuales en donde se dispongan de manera innovadora las características del equipaje.



4.3. Transporte de elementos especiales: Si la empresa tiene limitaciones, restricciones, requisitos y/o condiciones para el transporte de elementos especiales como alimentos, equipos audiovisuales, deportivos, musicales, de gran tamaño, etc., infórmelos de manera clara y anticipada para que el usuario tome las medidas necesarias para su cumplimiento.

Comunique a los usuarios cuáles son los elementos prohibidos o peligrosos que no se pueden movilizar como equipaje, para evitar inconvenientes con las autoridades.

No olvide... Informar durante la recepción del equipaje y antes del viaje las condiciones y/o restricciones para el transporte de objetos de alto valor económico o sentimental. Indique de manera clara si deben llevarse en el equipaje de mano, bajo la custodia del pasajero, o si se acepta su transportarte en bodega.



4.4. Costos del transporte de equipaje: En caso de que existan, informe los costos adicionales asociados al transporte de equipaje como:

- Valor del transporte de equipaje, cuando no esté incluido en la tarifa del servicio.
- Cargos por exceso de equipaje, sobre peso o sobredimensión.
- Costos del transporte de equipaje con características especiales.
- Costos por pérdida de ficha, talón o comprobante de equipaje.



4.5. Requisitos para el recibo y entrega de equipaje: si en su política se establecen requisitos, condiciones o procedimientos para la admisión, el registro, transporte y entrega del equipaje, como diligenciamiento de formularios, presentación de documentos, declaración del valor del equipaje, proceso de verificación del estado de los elementos, de embalaje o cualquier otro, infórmelo con anticipación para evitar inconvenientes como el retraso en los itinerarios o la inadmisión de pasajeros.

Si dentro de su procedimiento contempla la entrega de un ficho, comprobante o talón de equipaje de bodega, informe al pasajero la necesidad de conservarlo y de exhibirlo al momento de retirar el equipaje en el destino. En caso de que esta se extravíe informe el procedimiento a seguir.





5. Políticas para el transporte de animales

De acuerdo con la normatividad y jurisprudencia en la materia, las personas que hagan uso del servicio de transporte público pueden viajar acompañadas de mascotas y/o animales de asistencia.

Las empresas deberán informar a los usuarios y al público todas las condiciones y restricciones para el transporte de mascotas y/ animales de asistencia.

¡Ojo! Informe de manera clara que la ley prohíbe el transporte de animales bravíos o salvajes o de fauna silvestre.

5.1. Transporte de mascotas

En caso de ofrecer el servicio de transporte de mascotas, informe a los usuarios sus políticas, haciendo especial énfasis en las condiciones en que se realizará viable el traslado, esto es:

- **Las rutas, los horarios, los medios de transporte** para este servicio y la ubicación disponible (cabina o bodega).
- **El precio o los costos** del servicio de transporte de mascotas o del espacio que llegaren a ocupar dentro de los vehículos, naves o aeronaves habilitados. Si la empresa exige el depósito de dinero para cubrir los eventuales inconvenientes sufridos durante su transporte, infórmelos.

Por otro lado, informe detalladamente los requisitos exigidos para garantizar las condiciones de:



5.1.1. Seguridad. Informe inequívocamente los elementos de seguridad exigidos para el transporte del animal, como guacales, contenedores, traíllas o correas, bozales, así como las recomendaciones para evitar que se presenten riesgos para la mascota misma y para las personas durante los tiempos de espera y durante el viaje.

¡Importante! Si la empresa establece requerimientos o restricciones frente a los guacales o contenedores destinados a la movilización del animal, como peso, tamaño, dimensiones, material, rigidez, número de respiraderos, etc., dé a conocerlos ampliamente y con antelación a los viajes.

5.1.2. Salubridad: Especifique los requisitos de higiene y salubridad que debe cumplir el usuario respecto del animal para transportarlo, como:

- Carné o certificado de vacunación en donde conste la regularidad y actualidad de las vacunas.
- Medidas de salubridad fijadas por la empresa, como uso de pañales, paños, tapetes o elementos que garanticen la protección de las mascotas.



5.1.3. Comodidad: si la empresa ha fijado condiciones para asegurar que el transporte se realice en condiciones de tranquilidad y comodidad tanto para los pasajeros, como para la mascota, infórmelas. Por ejemplo, aquellas condiciones o requisitos relacionados con:

- Las tallas y características de los diferentes animales.
- Las condiciones propias del animal y/o de estrés por las circunstancias del viaje que puedan representar un riesgo para su salud.



5.2. Transporte de animales de asistencia

Informe las condiciones y requisitos legales para el transporte de animales de asistencia y/o de soporte emocional, entre ellos:

- Carné de adiestramiento.
- Uso de arnés y de chaleco distintivo por parte del animal.
- Carné o certificado de vacunas actualizado y al día.
- El certificado médico, psiquiátrico o psicológico del dueño expedido por un profesional, cuando la condición no sea evidente.



6. Políticas para el transporte de menores de edad

En cumplimiento de su obligación de suministrar información sobre los servicios ofrecidos, debe dar a conocer a los usuarios las políticas para el transporte de niños, niñas y/o adolescentes.

Dentro de los aspectos importantes que debe informar a los usuarios que viajan con menores de edad, se encuentran:



6.1. Tarifa para el transporte de menores de edad. La empresa tiene la libertad de definir la tarifa para el transporte de menores de edad, en cumplimiento de los parámetros fijados en materia de tarifas.

Recuerde que... a los menores de hasta 2 años, considerados niños de brazos, no se les cobrará la tarifa, siempre y cuando sean llevados sin ocupar asiento, ya sea en los brazos, regazo o piernas del adulto acompañante. En caso de que un menor de dos años ocupe un asiento, deberá pagar la tarifa establecida.

6.2. Documentos necesarios para el viaje de menores de edad: informe a los adultos autorizados y responsables que deseen viajar con menores, los documentos que deben presentar para su movilización, entre ellos:

- Documento de identidad del adulto y del menor
- Registro civil de nacimiento del menor
- Autorizaciones o permisos, en caso de que el menor no viaje con ambos padres o cuando viaje con una persona diferente a ellos.



6.3. Transporte de menores de edad sin acompañante: indique si la empresa permite o no el transporte de menores de edad sin la compañía de sus padres, representantes legales o un adulto responsable autorizado.

En caso de que la empresa presta el servicio de transporte de menores recomendados, informe de manera clara y detallada a los padres o representantes del menor, los términos, condiciones y requisitos que deben cumplir, como:

- Precio del servicio de transporte de menor recomendado.
- Los horarios y rutas en los que se presta este servicio.
- Documentos, autorizaciones o formatos requeridos.
- Información mínima que requiera la empresa para el transporte del menor, como ciudad y terminal de destino del menor, datos de la persona que lo recibirá, canales de contacto, recomendaciones especiales, entre otras.



Recuerde que... los prestadores del servicio tienen la libertad de fijar las políticas que considere necesarias para el transporte de menores de edad sin acompañante.

¡Consulte el ABC y el decálogo sobre el transporte de menores de edad!

Conozca los requisitos, recomendaciones y 10 de las acciones más importantes a tener en cuenta en el transporte de menores de edad.

Visite nuestro portal Supereducativo para acceder a este y más documentos:

<https://www.supertransporte.gov.co/index.php/material-didactico/#tab-88b40dcdf74326b491>



7. Condiciones de las promociones y ofertas

Los prestadores de servicios de transporte deben informar las condiciones y requisitos que se requieran para acceder a la promoción, así como las restricciones para hacerla efectiva. Igualmente, debe informar de manera clara, precisa y comprensible, las condiciones de:

- **Tiempo:** entendido como (i) la cantidad de cupos disponibles dentro de la promoción o (ii) los extremos temporales de la vigencia de la promoción y oferta, es decir, su fecha y hora de iniciación y de finalización.

¡Ojo! Cuando la vigencia de la promoción y oferta se supedita a la disponibilidad de unidades o cupos, deberá informar la cantidad o número de unidades, servicios.

- **Modo:** son todas las condiciones o requisitos que deberán cumplirse o acreditarse para hacer efectiva la oferta o promoción.
- **Lugar:** hace referencia a los lugares en donde tiene vigencia la oferta, ya sea lugares de adquisición del servicio, lugar de salida, de origen, llegada, ubicación, etc.

¿Qué se entiende por promoción u oferta?

Es toda clase de ofrecimiento temporal de servicios en condiciones especiales favorables o de manera gratuita como incentivo para el consumidor, tales como:

- Ofrecimiento de servicios con contenido adicional al habitual, ya sea un obsequio, extra-servicio, etc.
- Un servicio gratuito o a precio reducido.
- Ofrecimientos, ya sea de dinero, en especie o con acumulación de puntos, hechos por sistemas de incentivos como rifas, sorteos, concursos y otros similares.

Recuerde... Cuando la empresa recurra a una publicidad para dar a conocer sus promociones y ofertas, con la finalidad influir en las decisiones de compra, todas las condiciones, restricciones y requisitos de las promociones y ofertas deben informarse en el anuncio publicitario.

Importante: Al comunicar un servicio habitual u ordinario, o una promoción y oferta a través de publicidad, usted se obliga al cumplimiento de las condiciones objetivas y específicas anunciadas, en los términos de dicha publicidad.





V. Conclusión

En las relaciones sociales la comunicación es el principal vehículo para construir lazos de cooperación sólidos y claros.

En las relaciones de consumo, el suministro de información promueve la seguridad, transparencia y claridad en los términos de las transacciones, lo cual se refleja en relaciones de consumo armónicas, reduciendo así los índices de reclamación y los conflictos entre empresarios y usuarios, lo cual se refleja en la disminución de costos asociados de tipo administrativo, económico y reputacional.

De cara a la empresa, la difusión de información sobre los servicios ofrecidos facilita el conocimiento, la recordación y el posicionamiento de la imagen corporativa en el mercado, así como la construcción de un buen nombre.

La Guía de Información Mínima fomentará la adopción de buenas prácticas empresariales a la hora de elaborar políticas de prestación de servicios de transporte, estructurar sus protocolos de información y de consecución de altos estándares de calidad y satisfacción de los usuarios.

Glosario

- **Calidad:** estado en que un producto cumple con todas las características atribuidas o informadas sobre este.

Numeral 1 del artículo 5 de la Ley 1480 de 2011.

- **Canales de venta o comercialización:** cualquier medio que se dispone para ofrecer un bien o servicio.
- **Comercio electrónico:** transacción u operación de compra y venta de productos y/o servicios que se realizan por medio de canales electrónicos.

Artículo 49 de la Ley 1480 de 2011.

- **Consumidor o Usuario:** persona natural o jurídica que adquiere un bien o servicio para la satisfacción de sus necesidades.

Numeral 3 del artículo 5 de la Ley 1480 de 2011.

- **Contrato:** acuerdo entre dos o más personas que le impone obligaciones a una o a todas las partes.

Artículo 1495 del Código Civil Colombiano.

- **Contrato de transporte:** acuerdo en el que una de las partes asume el compromiso de conducir a la otra de un punto de partida determinado hasta un punto de llegada acordado, a cambio de una remuneración económica.

Artículo 981 del Código de Comercio Colombiano.

- **Información:** conjunto de datos que brinda las características detalladas o información relevante de un bien o servicio.

Numeral 7 del artículo 5 de la Ley 1480 de 2011.

- **Métodos a distancia:** canales de información o venta en donde el usuario no tienen contacto directo con el producto y/o el proveedor, tales como, redes sociales, correo electrónico y páginas web.

Numeral 16 del artículo 5 de la Ley 1480 de 2011.

- **Prestador del servicio:** persona natural o jurídica que en su actividad económica normalmente proporciona servicios, como el de transporte.
- **Producto:** todo bien o servicio.

Numeral 8 del artículo 5 de la Ley 1480 de 2011.

- **Productor:** sujeto que interviene de manera directa o indirecta en los procesos de diseño o producción de un bien o servicio.

Numeral 8 del artículo 5 de la Ley 1480 de 2011.

- **Proveedor o intermediario:** sujeto que interviene de manera directa o indirecta en la distribución o comercialización de los productos.

Numeral 11 del artículo 5 de la Ley 1480 de 2011.

- **Relación de consumo:** vínculo entre proveedor y consumidor con la finalidad de adquirir y prestar un bien o servicio.
- **Tarifa:** valor fijado por el prestador del servicio público a los usuarios de este.
- **Transportador:** quien estando habilitado presta de manera habitual servicios públicos de transporte de pasajeros o cosas.
- **Términos y Condiciones:** lineamientos específicos establecidos por productores o proveedores para la adquisición y uso de un bien o servicio.

Bibliografía

- **Decreto 410 de 1971 de la Presidencia de la República**, por el cual se expide el Código de Comercio.
- **Ley 1242 de 2008**, por la cual se establece el Código Nacional de Navegación y Actividades Portuarias Fluviales y se dictan otras disposiciones.
- **Ley 1480 de 2011**, por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor.
- **Decreto 1499 de 2014**, Por el cual se reglamentan las ventas que utilizan métodos no tradicionales y las ventas a distancia.
- **Decreto 1079 de 2015 del Ministerio de Transporte**, por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Transporte.
- **Decreto 2409 de 2018**, por el cual se modifica y renueva la estructura de la Superintendencia de Transporte y se dictan otras disposiciones.
- **Reglamentos Aeronáuticos de Colombia, Secciones 1, 3 y 5.**
- **Guía para la Protección al Consumidor en el Comercio Electrónico**, Delegatura de Protección al Consumidor, Superintendencia de Industria y Comercio.

Información Mínina

Guía para informar a los usuarios del sector transporte

María Constanza García Alicastro
Ministra de Transporte

Ayda Lucy Ospina Arias
Superintendente de Transporte

Nancy Cristina Mesa Arango
Superintendente Delegada para la Protección de Usuarios del Sector Transporte

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

Apoyo de:

Ángela Patricia Genes Sánchez
Profesional Especializado

Diseñado por:

David Leonardo Mayorga Henao
Diseñador Gráfico

También los invitamos a seguirnos en nuestras redes sociales, donde estarán siempre al día con información relevante del sector y podrán seguir de cerca la gestión de la Delegatura para la Protección de Usuarios del Sector Transporte.

-  Supertransporte
-  Supertransporte
-  @supertransporte
-  supertransporte_oficial
-  supertransporte
-  @supertransporte



SuperTransporte