



COMISIÓN
DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2026 – 2027

Sesión de Comisión de
Contenidos Audiovisuales

**Coordinación de Gestión Audiovisual y
Pedagogía Regulatoria**

Enero de 2026

CONTENIDO

1. INFORMACIÓN GENERAL Y MARCO LEGAL	3
1.1. Objeto	3
1.2. Régimen legal de la protección al consumidor en Colombia	3
1.3. Espacios institucionales especiales de las Asociaciones de Consumidores	4
1.4. Régimen jurídico de las asociaciones y ligas de consumidores	4
1.5. Asignación de Espacios Institucionales Especiales en cabeza de las asociaciones de consumidores.	5
1.6. Derecho de representación de las asociaciones y ligas de consumidores	8
1.7. Derecho de participación de las asociaciones y ligas de consumidores	11
1.8. Democratización del espacio institucional asignado a las asociaciones de consumidores	13
1.8.1. Asociaciones de Consumidores debidamente reconocidas por la Ley	15
2. DESARROLLO DE LA CONVOCATORIA	18
2.1. ¿Quiénes pueden participar?	18
2.2. Manifestación de interés	18
2.3. Distribución de espacios	19
2.4. Asignación del derecho de representación	20
2.5. Publicación para comentarios	20
2.6. Asignación de espacios	20
2.7. Planeación y contenido de los espacios institucionales especiales del consumidor emitidos	20
2.8. Lengua de Señas Colombiana (LSC) en los espacios Institucionales Especiales del Consumidor.	23
2.9. Condición resolutoria a las que se someterá el acto de asignación de los espacios	24
2.10. Procedimiento para la entrega del material audiovisual	24
2.11. Supervisión, vigilancia y control de la ejecución de los Espacios Institucionales Especiales del Consumidor asignados.	25
2.12. Cronograma de la convocatoria	25

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2026 - 2027	Código: 10000-40-60-1	Página 2 de 25
Coordinación de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Revisado por: Coordinador de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Fecha de revisión: 20/01/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

1. INFORMACIÓN GENERAL Y MARCO LEGAL

1.1. Objeto

Asignar espacios institucionales especiales en televisión abierta a las Asociaciones de Consumidores debidamente reconocidas por la Ley, con el fin de presentar programas institucionales de información a la ciudadanía relacionados directa, única y exclusivamente con sus derechos como consumidores y con los mecanismos de protección a que tienen derecho por esa específica calidad.

1.2. Régimen legal de la protección al consumidor en Colombia

Mediante la expedición de la Ley 73 de 1981 —Ley del Consumo—, “*Por la cual el Estado interviene en la distribución de bienes y servicios para la defensa del consumidor, y se conceden unas facultades extraordinarias*”, se dispuso por primera vez la intervención del Estado en la distribución de bienes y servicios para la defensa del consumidor. En consecuencia, se invistió al Presidente de la República de facultades extraordinarias para que, en un plazo de doce (12) meses, dictase las normas pertinentes que regularán la materia y en las que se establecieran mecanismos que aseguren al consumidor el cumplimiento de sus derechos.

En cumplimiento de lo anterior, se profirió el Decreto 1441 de 1982 “*Por el cual se regula la organización, el reconocimiento y el régimen de control y vigilancia de las ligas y asociaciones de consumidores y se dictan otras disposiciones*”, en el que se establecen las definiciones de ligas y asociaciones de consumidores, así como su objeto, funciones y requisitos para su constitución y reconocimiento de personería jurídica.

La Constitución de 1991, en su artículo 78, consagra, entre otras cosas, el deber del Estado de garantizar “*la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen*”, dejando explícitamente consignado que para ser titular de este derecho “*las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos*”, es decir, deben representar los intereses de los consumidores.

Lo anterior fue profundizado en los numerales 1.8., 1.9. y 1.10 del artículo 3 de la Ley 1480 de 2011, el Estatuto del Consumidor, en los que se consagra el derecho de participación y representación de los consumidores y el derecho que les asiste a estos y a sus organizaciones y de informar a través de los medios de comunicación masiva.

Igualmente, debe quedar claro que, por consumidor, de conformidad con el numeral 3 del artículo 5 ibidem se entiende “*[t]oda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica. Se entenderá incluido en este concepto de consumidor el de usuario*”.

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2026 - 2027	Código: 10000-40-60-1	Página 3 de 25
Coordinación de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Revisado por: Coordinador de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Fecha de revisión: 20/01/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

1.3. Espacios institucionales especiales de las Asociaciones de Consumidores

El Estatuto del Consumidor señala en su artículo 81 el deber que tiene el Estado de garantizar los derechos de los consumidores a través de la preservación de los espacios consagrados en la Constitución y las leyes. En ese sentido establece:

"En concordancia con el artículo 78 de la Constitución Política, el Gobierno Nacional garantizará la participación de las ligas y asociaciones de consumidores en la reglamentación de la presente ley.

Para promover el desarrollo económico y social se apoyará, con recursos técnicos y financieros, la creación de las asociaciones y ligas de consumidores, el fortalecimiento del Consejo Nacional de Protección al Consumidor y la creación de los consejos departamentales y municipales de protección al consumidor; se garantizarán los derechos a la representación, a la protección, a la educación, a informar en sus medios de comunicación y ser informados, a la indemnización, a la libre elección de bienes y servicios, y a ser oídos por los poderes públicos, preservando los espacios consagrados en la Constitución y las leyes en defensa de los consumidores. De igual forma, las entidades del Estado propenderán por la aplicación de la Ley 1086 de 2006.

PARÁGRAFO. *Los espacios de mensajes institucionales destinados para la difusión de los derechos de los consumidores deberán tener un trato preferencial por las autoridades de regulación, otorgando espacios especiales de alta audiencia dentro de la parrilla de programación. En ningún caso podrán ser tratados con menores condiciones de favorabilidad que los demás mensajes institucionales creados por la Ley 182 de 1995". (NSFT)*

1.4. Régimen jurídico de las asociaciones y ligas de consumidores

El Decreto 1441 de 1982 define a las ligas y asociaciones de consumidores de la siguiente manera:

"ARTÍCULO 1°. Liga de consumidores. *Entiéndase por liga de consumidores toda organización constituida mediante la asociación de personas naturales, con sujeción a las normas previstas en el presente Decreto, cuyo objeto sea garantizar la protección, la información, la educación, la representación y el respeto de los derechos de los consumidores de bienes y servicios, así como velar por el pago de las indemnizaciones a que se hagan acreedores, según la ley, por la violación de sus derechos.*

(...)

ARTÍCULO 6°. Asociaciones de consumidores. *Podrán constituirse asociaciones de consumidores a nivel municipal, comisarial, intendencial, departamental o nacional mediante la agrupación de ligas o de asociaciones de consumidores entre sí, según el caso, o con:*

- a) Sindicatos de trabajadores;*
- b) Cooperativas de trabajadores o de consumo;*
- c) Asociaciones de padres de familia;*

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2026 - 2027	Código: 10000-40-60-1	Página 4 de 25
Coordinación de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Revisado por: Coordinador de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Fecha de revisión: 20/01/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

- d) *Asociaciones de pensionados, o*
e) *Juntas de Acción Comunal.*"

De acuerdo con las disposiciones transcritas, las ligas y asociaciones de consumidores deben constituirse como tal bajo los lineamientos del citado decreto y así acceder a los beneficios y espacios que la legislación dispone para el cumplimiento de sus fines en pro de la defensa de los consumidores y usuarios de bienes y servicios en el territorio nacional.

Por otra parte, el artículo 12 del Decreto 1441 de 1982 dispone el derecho de representación que ostentan las ligas y asociaciones de consumidores al momento de velar por sus intereses ante las autoridades, y señala que *"la determinación de la organización que debe llevar la representación será definida por la autoridad competente respectiva, según sea el caso, teniendo en cuenta la naturaleza del organismo e entidad oficial, y el volumen de afiliados que agrupe cada organización, de suerte que la representación se otorgará a la organización de consumidores que guarde más afinidad con la naturaleza del organismo o entidad, y que reúna el mayor número de afiliados. En igualdad de circunstancias, la representación se otorgará a la organización más antigua"*.

1.5. Asignación de Espacios Institucionales Especiales en cabeza de las asociaciones de consumidores.

De cara a la asignación de los espacios institucionales del consumidor ha de precisarse qué se entiende por derechos de los consumidores a la luz de lo que establece la Ley 1480, Estatuto del Consumidor. Al respecto el Artículo 3 de dicho Estatuto señala:

"Artículo 3°. Derechos y deberes de los consumidores y usuarios. *Se tendrán como derechos y deberes generales de los consumidores y usuarios, sin perjuicio de los que les reconozcan leyes especiales, los siguientes:*

1. Derechos:

1.1. Derecho a recibir productos de calidad: Recibir el producto de conformidad con las condiciones que establece la garantía legal, las que se ofrezcan y las habituales del mercado.

1.2. Derecho a la seguridad e indemnidad: Derecho a que los productos no causen daño en condiciones normales de uso y a la protección contra las consecuencias nocivas para la salud, la vida o la integridad de los consumidores.

1.3. Derecho a recibir información: Obtener información completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea respecto de los productos que se ofrezcan o se pongan en circulación, así como sobre los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización, los mecanismos de protección de sus derechos y las formas de ejercerlos.

1.4. Derecho a recibir protección contra la publicidad engañosa.

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2026 - 2027	Código: 10000-40-60-1	Página 5 de 25
Coordinación de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Revisado por: Coordinador de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Fecha de revisión: 20/01/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

1.5. Derecho a la reclamación: Reclamar directamente ante el productor, proveedor o prestador y obtener reparación integral, oportuna y adecuada de todos los daños sufridos, así como tener acceso a las autoridades judiciales o administrativas para el mismo propósito, en los términos de la presente ley. Las reclamaciones podrán efectuarse personalmente o mediante representante o apoderado.

1.6. Protección contractual: Ser protegido de las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión, en los términos de la presente ley.

1.7. Derecho de elección: Elegir libremente los bienes y servicios que requieran los consumidores.

1.8. Derecho a la participación: Organizarse y asociarse para proteger sus derechos e intereses, elegir a sus representantes, participar y ser oídos por quienes cumplan funciones públicas en el estudio de las decisiones legales y administrativas que les conciernen, así como a obtener respuesta a sus peticiones.

1.9. Derecho de representación: Los consumidores tienen derecho a hacerse representar, para la solución de las reclamaciones sobre consumo de bienes y servicios, y las contravenciones a la presente ley, por sus organizaciones, o los voceros autorizados por ellas.

1.10. Derecho a informar: Los consumidores, sus organizaciones y las autoridades públicas tendrán acceso a los medios masivos de comunicación, para informar, divulgar y educar sobre el ejercicio de los derechos de los consumidores.

1.11. Derecho a la educación: Los ciudadanos tienen derecho a recibir educación sobre los derechos de los consumidores, formas de hacer efectivos sus derechos y demás materias relacionadas.

1.12. Derecho a la igualdad: Ser tratados equitativamente y de manera no discriminatoria.

2. Deberes.

2.1. Informarse respecto de la calidad de los productos, así como de las instrucciones que suministre el productor o proveedor en relación con su adecuado uso o consumo, conservación e instalación.

2.2. Obrar de buena fe frente a los productores y proveedores y frente a las autoridades públicas.

2.3. Cumplir con las normas sobre reciclaje y disposición de desechos de bienes consumidos."

Dicho eso, la Ley 182 de 1995 en su artículo 51 contempla la protección al usuario y al consumidor mediante el servicio público de televisión de la siguiente manera:

*"(...) Los espacios de televisión asignados actualmente en las cadenas 1, A, 3 y en los Canales Regionales a las Asociaciones de Consumidores debidamente reconocidas por la ley, se mantendrán de manera permanente, **a fin de que dichas organizaciones presenten programas institucionales de información a la ciudadanía, relacionados con sus derechos y mecanismos de protección. (NSFT)***

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2026 - 2027	Código: 10000-40-60-1	Página 6 de 25
Coordinación de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Revisado por: Coordinador de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Fecha de revisión: 20/01/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

En ningún caso se permitirá realizar proselitismo político, ni destacar la gestión de determinadas personas en dichos espacios. La violación a la presente prohibición dará lugar a la revocación de la autorización para utilizar el espacio. En casos de pluralidad de solicitudes para la emisión de programas institucionales, la Comisión Nacional de Televisión determinará el reparto de espacios entre ellas teniendo en cuenta el volumen de afiliados que agrupe cada organización, de suerte que la representación se otorgará a la organización de consumidores que reúna el mayor número de afiliados". (SFT)

Es decir, se reserva un espacio institucional especial para que las asociaciones de consumidores reconocidas por la Ley en los términos del Decreto 1441 de 1982 puedan presentar programas institucionales de información a la ciudadanía relacionados directa, única y exclusivamente **con los derechos de los consumidores y con los mecanismos de protección a que tienen derecho por esa específica calidad**, establecidos en la Ley 1480 de 2011, Estatuto del Consumidor, y en otras normas especiales sobre la materia.

Ahora bien, en caso de pluralidad de solicitudes para la emisión de programas institucionales, la CRC¹ determinará el reparto de espacios entre estas organizaciones teniendo en cuenta el volumen de afiliados que agrupe cada una, y otorgará la representación de la que habla el artículo 12 del decreto en mención, a la organización que reúna el mayor número de afiliados.

En concordancia con lo anterior, el artículo 16.4.9.8 de la sección 10, Capítulo 4, Título XVI de la Resolución 5050 de 2016, señala:

"Dentro de los espacios institucionales señalados en el artículo anterior, se encuentran los siguientes:

(...)

2. Asociaciones de consumidores: *Espacios institucionales asignados a Asociaciones de Consumidores debidamente reconocidas por la ley, a fin de que dichas organizaciones presenten programas institucionales de información a la ciudadanía relacionados con sus derechos y mecanismos de protección.*

En ningún caso se permitirá realizar proselitismo político, ni destacar la gestión de determinadas personas en dichos espacios. La violación a la presente prohibición dará lugar a la revocación de la autorización para utilizar el espacio.

A más tardar el 15 de febrero de cada año, la Comisión de Regulación de Comunicaciones realizará una convocatoria dirigida a las Asociaciones de Consumidores con el fin de determinar el reparto de espacios entre ellas. En caso de pluralidad de solicitudes para la emisión de programas institucionales, se tendrá en cuenta

¹ En virtud de la competencia establecida en el numeral 28 del artículo 19 de la Ley 1341 de 2009, modificada en el artículo 22 de la Ley 1978 de 2019.

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2026 - 2027	Código: 10000-40-60-1	Página 7 de 25
Coordinación de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Revisado por: Coordinador de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Fecha de revisión: 20/01/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

el volumen de afiliados que agrupe cada organización, de suerte que la representación se otorgará a la reína mayor número de afiliados.

Estos espacios deberán radiodifundirse de lunes a viernes, en los horarios y duración de los cuales trata el artículo 16.4.9.11 de la presente resolución". (NFT)

De lo anterior se concluye que la norma en mención prevé la realización de una convocatoria anual que tendrá como finalidad el reparto de los espacios institucionales especiales destinados a la protección del consumidor, los cuales podrán asignarse únicamente a las asociaciones de consumidores legalmente constituidas.

Por otro lado, la norma hace mención a la asignación del derecho de representación de las asociaciones de consumidores, el cual, en concordancia con el artículo 51 de la Ley 182 de 1995 y el artículo 12 del Decreto Ley 1441 de 1982, deberá designarse a la organización que cuente con un mayor número de afiliados, con la salvedad de que el otorgamiento de dicha representación no podrá entenderse en perjuicio del derecho de participación que el ordenamiento jurídico dispone en favor de las asociaciones de consumidores.

Es así como uno de los objetivos de la presente convocatoria es realizar la distribución del espacio institucional especial reconocido en favor de las asociaciones de consumidores y así conseguir la materialización del derecho de participación de cada una. A su vez, se otorgará la representación a la asociación que más afiliados agrupe, con el fin de lograr una mayor eficiencia en el cumplimiento de los fines de dicho espacio institucional, sin perjuicio del derecho de participación de las demás asociaciones.

En ese sentido, es necesario abordar los antecedentes normativos que consagran los derechos de representación y participación de las ligas y asociaciones de consumidores, buscando determinar la metodología que garantice estos derechos mediante la asignación y distribución de los espacios institucionales destinados a la protección del consumidor.

1.6. Derecho de representación de las asociaciones y ligas de consumidores

El artículo 12 del Decreto Ley 1441 de 1982 estableció el derecho de representación a favor de las ligas y asociaciones de consumidores debidamente constituidas según lo dispuesto en los artículos 1 al 10 de dicha disposición legal. De esta manera, se determinó que las mismas representarían ante las autoridades competentes a los consumidores asociados para los efectos previstos en el respectivo objeto social, los relativos a la Ley 73 de 1981, por la cual se estableció la Ley General del Consumo, hoy derogada por la Ley 1480 de 2012², y todos los demás que signifiquen la defensa de sus derechos.

"ARTÍCULO 12. DERECHO DE REPRESENTACIÓN. *Las ligas y asociaciones de consumidores representan ante las autoridades competentes a los consumidores asociados*

² Por la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones.

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2026 - 2027	Código: 10000-40-60-1	Página 8 de 25
Coordinación de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Revisado por: Coordinador de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Fecha de revisión: 20/01/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

para los efectos previstos en el respectivo objeto social, los relativos a la ley 73 de 1981 y todos los demás que signifiquen la defensa de sus derechos.

En todo caso de participación ordenada por la ley de las ligas y asociaciones de consumidores en organismos o entidades oficiales ya creados o que se llegaren a crear en desarrollo de la ley 73 de 1981, ya sea su carácter nacional, departamental, distrital, metropolitano o municipal, la determinación de la organización que debe llevar la representación será definida por la autoridad competente respectiva, según sea el caso, teniendo en cuenta la naturaleza del organismo o entidad oficial, y el volumen de afiliados que agrupe cada organización, de suerte que la representación se otorgará a la organización de consumidores que guarde más afinidad con la naturaleza del organismo o entidad y que reúna el mayor número de afiliados. En igualdad de circunstancias, la representación se otorgará a la organización más antigua.

PARÁGRAFO. *Para que una liga o asociación de consumidores pueda ejercer la representación de que trata el presente artículo, deberá pertenecer, según el caso, a una asociación municipal, departamental, intendencial, comisarial o nacional de consumidores legalmente reconocida. A su turno, las asociaciones nacionales podrán ejercer dicha representación siempre que hayan sido previamente reconocidas como tales”.*

El artículo señala que, para el caso de las ligas y asociaciones de consumidores ya creados o que se llegaran a crear en razón de la Ley General del Consumo anteriormente mencionada, la organización que debe llevar la representación será definida por la autoridad competente según el caso, en consideración de la naturaleza del organismo o entidad oficial cuando se tratara de dicho tipo de entidades, de acuerdo con el número de afiliados que agrupe cada organización, teniendo en cuenta que la representación será otorgada a la organización de consumidores que guarde más afinidad con la naturaleza del organismo o entidad y que reúna el mayor número de afiliados. En los casos de igualdad de situaciones, dicha disposición estableció que la representación será otorgada a la organización más antigua.

Asimismo, el Decreto Ley indicó que las ligas y asociaciones de consumidores que puedan ejercer la representación mencionada, debe pertenecer, según el caso, a una asociación municipal, departamental, comisarial, intendencial o nacional de consumidores legalmente reconocida. En el caso de las asociaciones nacionales, estableció que estas podrán ejercer dicha representación, siempre y cuando de manera previa hubieran sido reconocidas como tales.

De lo anteriormente expuesto se percibe que, según los aspectos previstos en el Decreto Ley en mención, son cuatro (4) las condiciones *sine qua non* para determinar cuándo a una liga o asociación de consumidores se le puede otorgar el derecho de representación:

- Estar debidamente constituidas;
- Guardar mayor afinidad con la naturaleza del organismo o entidad oficial que representa;
- Reunir el mayor número de afiliados. En caso de encontrarse en igualdad de condiciones con otras ligas o asociaciones, la representación se otorgaría a la más antigua;

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2026 - 2027	Código: 10000-40-60-1	Página 9 de 25
Coordinación de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Revisado por: Coordinador de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Fecha de revisión: 20/01/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

- Pertenecer según el caso a una asociación municipal, departamental o nacional de consumidores legalmente reconocida. En el caso de las asociaciones nacionales, estas deben haber sido previamente reconocidas como tales.

Cabe advertir que la representación que por mandato legal ha sido atribuida a las ligas y asociaciones de consumidores adquiere una relevancia especial con la que no cuenta cualquier organización en general, sino particularmente aquellas que, de acuerdo con los parámetros señalados anteriormente, cumplan las condiciones idóneas y necesarias para representar a este nicho de gran importancia: los consumidores.

En ese sentido, dicho derecho es otorgado a aquellas organizaciones que habiéndose constituido como ligas o asociaciones de consumidores según lo dispuesto en el Decreto 1441 de 1982, cumplan con las características mencionadas en el artículo 12 de la misma disposición legal. Sin embargo, dicha circunstancia no limita en ninguna medida el derecho de participación con el que estas cuentan, el cual permite que las organizaciones y consumidores en igualdad de condiciones puedan asociarse para proteger sus derechos e intereses, elegir quién los represente e intervenir en las decisiones que los afecten.

Es importante mencionar que el derecho de representación también ha sido definido desde la perspectiva particular del consumidor a través del numeral 1.9. del artículo 3° del actual Estatuto de Protección al Consumidor previsto en la Ley 1480 de 2011, el cual dispone que:

"ARTÍCULO 3°. DERECHOS Y DEBERES DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS: *Se tendrán como derechos y deberes generales de los consumidores y usuarios, sin perjuicio de los que les reconozcan leyes especiales, los siguientes:*

(...)

1.9. Derecho de representación: los consumidores tienen derecho a hacerse representar, para la solución de las reclamaciones sobre consumo de bienes y servicios, y las contravenciones a la presente ley, por sus organizaciones, o los voceros autorizados por ellas". (SFT)

Por lo anterior, es posible concluir que el derecho de representación, bajo la normativa anteriormente citada, es un derecho de especial relevancia, que para su ejercicio requiere la conformación de organizaciones definidas bajo parámetros legalmente establecidos y que reúnan las facultades necesarias para defender y representar los derechos e intereses de tales representados. En esto se diferencia del derecho de participación, en el que su ejercicio no se condiciona a requisitos particulares que deban cumplir las organizaciones o consumidores.

Por último, cabe agregar que, si bien el derecho de representación fue concebido por el Estatuto del Consumidor y por la normativa aplicable como un mecanismo mediante el cual los consumidores podrán hacer valer sus derechos y dar solución a sus reclamaciones, la presente convocatoria de asignación de

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2026 - 2027	Código: 10000-40-60-1	Página 10 de 25
Coordinación de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Revisado por: Coordinador de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Fecha de revisión: 20/01/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

espacios otorgará la representación a aquella asociación que cuente con el mayor número de afiliados, en aras de salvaguardar la eficiencia en la programación y administración de estos espacios institucionales especiales, lo que conllevará la materialización del derecho de los consumidores a informar y acceder a los medios masivos de comunicación.

1.7. Derecho de participación de las asociaciones y ligas de consumidores

Teniendo en cuenta lo expuesto en el numeral 1.5, cabe destacar que el derecho de participación fue definido como un derecho con rango constitucional mediante el artículo 78 de la Constitución Política. Dicho artículo otorgó protección especial a las organizaciones de consumidores y usuarios, y determinó como una carga para el Estado el garantizar la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Nótese cómo este derecho se consideró de importancia tal, que el constituyente lo elevó a rango constitucional, permitiéndole a las organizaciones de consumidores, sin distinción alguna, disfrutar del ejercicio del mismo, bajo el supuesto de que dichas organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos.

Sobre este derecho de participación previsto en el artículo en mención, la Corte Constitucional, mediante Sentencia C-133 de 2014³, señaló que es un derecho de los consumidores y usuarios enmarcado dentro de los derechos colectivos, cuya interpretación la determina el principio del Estado Social consagrado en el artículo 1º de la Constitución Política. En ese sentido, el contenido del derecho de participación contempla la protección sustancial de los ciudadanos que entran en relaciones con proveedores de bienes y servicios, que en un Estado Social es diferenciable de la concepción liberal en la que existe una relación en igualdad de condiciones entre el consumidor y el productor de bienes o prestador de servicios, la cual, a criterio de la Corte, es una situación ficta o simulada en la mayoría de los casos en los que la misma se presenta.

Bajo ese mismo criterio, dicha Corporación, mediante la Sentencia C-749 de 2009⁴, señaló que el derecho de participación, consagrado en el artículo 78 citado, surge de las grandes desigualdades presentadas en el mercado y en el ámbito de los consumidores, de donde nace la necesidad de definir herramientas claras destinadas a proteger a los consumidores del desequilibrio descrito anteriormente. Incluso, desde el año 2000, mediante la Sentencia C-1141 de 2000⁵, la Corte Constitucional advirtió sobre las características específicas del derecho de participación, indicando que:

"El derecho del consumidor, cabe advertir, tiene carácter polidrico. Su objeto, en efecto, incorpora pretensiones, intereses y situaciones de orden sustancial (calidad de bienes y servicios; información); de orden procesal (exigibilidad judicial de garantías; indemnización de perjuicios por productos defectuosos; acciones de clase etc.); de orden participativo (frente a la administración pública y a los órganos reguladores)."

³ CORTE CONSTITUCIONAL, Sentencia C-133 del 11 de marzo de 2014. Expediente D-9779. MP. Alberto Rojas Ríos

⁴ CORTE CONSTITUCIONAL, Sentencia C-749 del 21 de octubre de 2009. Expediente D-7686. MP. Luis Ernesto Vargas Silva.

⁵ CORTE CONSTITUCIONAL, Sentencia C-1141 del 30 de agosto de 2000. Expediente D-2830. MP. Eduardo Cifuentes Muñoz.

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2026 - 2027	Código: 10000-40-60-1	Página 11 de 25
Coordinación de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Revisado por: Coordinador de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Fecha de revisión: 20/01/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Los poderes públicos, en las instancias de producción y aplicación del derecho, en la permanente búsqueda del consenso que es característica del Estado social y misión de sus órganos, deben materializar como elemento del interés público que ha de prevalecer, el de la adecuada defensa del consumidor, para lo cual deben habilitarse procedimientos y mecanismos de participación y de impugnación con el fin de que sus intereses sean debidamente tutelados. La apertura y profundización de canales de expresión y de intervención de los consumidores, en los procesos de decisión de carácter público y comunitario, pertenecen a la esencia del derecho del consumidor, puesto que sin ellos los intereses difusos de este colectivo, que tienen carácter legítimo, dejan de proyectarse en las políticas públicas y en las actuaciones administrativas, con grave perjuicio para el interés general y la legitimidad de la función pública, llamada no solamente a aplicar el derecho preexistente sino a generar en torno de sus determinaciones el mayor consenso posible."
(SNFT)

Adicionalmente, sobre el contenido del principio de participación reconocido por el mismo artículo 78, en relación con el derecho de los consumidores y usuarios, la Corte Constitucional destacó en la misma Sentencia C-749 de 2009 que:

Como se indicó, una de las facetas en la que se expresa el ejercicio de los derechos colectivos de los consumidores es el aseguramiento del goce efectivo de su derecho a constituir organizaciones que, sometidas a condiciones de representatividad y democracia en sus procedimientos internos, participen en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Ese ámbito de protección a favor de los consumidores se deriva del lugar central que tiene la participación en la democracia constitucional. En efecto, desde el Preámbulo y el artículo 1º, que establece las características definitorias del Estado colombiano, existe un énfasis decidido en que los ciudadanos encuentren espacios suficientes y adecuados para incidir en la formulación de las políticas públicas. Ello en tanto esas políticas establecen medidas que los afectan en el ejercicio de sus derechos.

Por su parte, el artículo 3º del Estatuto del Consumidor previsto en la Ley 1480 de 2011 estableció, entre otros derechos de los consumidores y usuarios, el siguiente:

"1.8. Derecho a la participación: Organizarse y asociarse para proteger sus derechos e intereses, elegir a sus representantes, participar y ser oídos por quienes cumplan funciones públicas en el estudio de las decisiones legales y administrativas que les conciernen, así como a obtener respuesta a sus peticiones".

El artículo 81 ibidem preceptúa:

"ARTÍCULO 81. En concordancia con el artículo 78 de la Constitución Política, el Gobierno Nacional garantizará la participación de las ligas y asociaciones de consumidores en la reglamentación de la presente ley.

Para promover el desarrollo económico y social se apoyará, con recursos técnicos y financieros, la creación de las asociaciones y ligas de consumidores, el fortalecimiento del

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2026 - 2027	Código: 10000-40-60-1	Página 12 de 25
Coordinación de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Revisado por: Coordinador de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Fecha de revisión: 20/01/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Consejo Nacional de Protección al Consumidor y la creación de los consejos departamentales y municipales de protección al consumidor; se garantizarán los derechos a la representación, a la protección, a la educación, a informar en sus medios de comunicación y ser informados, a la indemnización, a la libre elección de bienes y servicios, y a ser oídos por los poderes públicos, preservando los espacios consagrados en la Constitución y las leyes en defensa de los consumidores. De igual forma, las entidades del Estado propenderán por la aplicación de la Ley 1086 de 2006”.

De lo anterior se concluye que, si bien no todas las organizaciones cuentan con el derecho de representación, tienen a su favor el derecho de participación que de una u otra manera las involucra en los espacios creados por el legislador para incidir en la formulación de políticas públicas y elementos que garanticen la protección de sus derechos como consumidores, siempre y cuando las mismas sean representativas y en sus procedimientos internos reflejen el ejercicio democrático de dicha participación. En consecuencia, las organizaciones que carecen del derecho de representación al no reunir los requisitos legalmente establecidos, no se encuentran vetadas para participar en las decisiones que afecten sus derechos como consumidores, pues dicho derecho cuenta con una garantía de carácter constitucional.

Adicionalmente, el derecho de representación y el derecho de participación son prerrogativas claramente diferenciables, la primera de rango legal y la segunda de rango constitucional. El derecho de representación requiere de unas condiciones especiales que demuestran la capacidad de representar mayoritariamente una comunidad de intereses. Por su parte, el derecho de participación es un derecho de carácter general que abarca todas las organizaciones de consumidores, y a estos últimos para que sean escuchados a través de aquella organización que, cumpliendo con unas condiciones particulares, vele por sus derechos y represente sus intereses.

1.8. Democratización del espacio institucional asignado a las asociaciones de consumidores

El artículo 1 de la Resolución 6383 de 2021, compilado en el Título I de la Resolución 5050 de 2016, define los espacios institucionales como aquellos espacios reservados por la Comisión Nacional de Televisión —hoy por competencia en la CRC— en todos los canales de televisión abierta para la radiodifusión de contenidos realizados por las entidades del Estado o contratados por estas, con el objeto de informar a la ciudadanía sobre sus funciones y promover la educación, los derechos humanos, la cultura, entre otros aspectos.

Expresamente, el artículo en mención establece lo siguiente:

"ESPACIOS INSTITUCIONALES: son aquellos reservados en todos los canales de televisión abierta por la Comisión de Regulación de Comunicaciones para la radiodifusión de contenidos realizados por entidades del Estado, o cuya producción haya sido contratada por estas con terceros, con el fin de informar a la ciudadanía acerca del ejercicio propio de sus funciones, y destinados a la promoción de la unidad familiar, el civismo, la educación, los derechos humanos, la cultura y, en general, orientados a la divulgación de los fines y principios del Estado”.

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2026 - 2027	Código: 10000-40-60-1	Página 13 de 25
Coordinación de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Revisado por: Coordinador de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Fecha de revisión: 20/01/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

En ese sentido, el artículo 16.4.9.7 de la misma disposición legal, sobre la reserva de los espacios institucionales, determina:

"ARTÍCULO 16.4.9.7 RESERVA DE LOS ESPACIOS INSTITUCIONALES. La Comisión de Regulación de Comunicaciones reserva tiempo diario, de lunes a domingo, para la emisión de quince (15) espacios institucionales en televisión abierta, según la siguiente distribución:

a) Diez (10) mensajes institucionales en el horario entre las 7:00 y las 18:59, y

b) Cinco (5) mensajes institucionales en el horario entre las 19:00 y las 22:00.

PARÁGRAFO. No se contabilizarán dentro de los quince (15) espacios institucionales de los que trata el presente artículo aquellos espacios institucionales especiales destinados a partidos y movimientos políticos de los que trata el numeral a) del artículo 16.4.9.8."

En concordancia con lo anterior, el artículo 16.4.9.8 de la disposición en comento establece unos espacios institucionales especiales, reservando uno de estos para las asociaciones de consumidores de la siguiente forma:

"ARTÍCULO 16.4.9.8 ESPACIOS INSTITUCIONALES ESPECIALES. *Dentro de los espacios institucionales señalados en el artículo anterior, se encuentran los siguientes:*

(...)

2. Asociaciones de consumidores: *Espacios institucionales asignados a Asociaciones de Consumidores debidamente reconocidas por la ley, a fin de que dichas organizaciones presenten programas institucionales de información a la ciudadanía relacionados con sus derechos y mecanismos de protección.*

(...)

A más tardar el 15 de febrero de cada año, la Comisión de Regulación de Comunicaciones realizará una convocatoria dirigida a las Asociaciones de Consumidores con el fin de determinar el reparto de espacios entre ellas. En caso de pluralidad de solicitudes para la emisión de programas institucionales, se tendrá en cuenta el volumen de afiliados que agrupe cada organización, de suerte que la representación se otorgará a la reúna mayor número de afiliados.

Estos espacios deberán radiodifundirse de lunes a viernes, en los horarios y duración de los cuales trata el artículo 16.4.9.11 de la presente resolución". (NSFT)

ARTÍCULO 16.4.9.11 HORARIOS PARA LA TRANSMISIÓN DE LOS ESPACIOS INSTITUCIONALES DE ORIGEN LEGAL.

(..)

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2026 - 2027	Código: 10000-40-60-1	Página 14 de 25
Coordinación de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Revisado por: Coordinador de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Fecha de revisión: 20/01/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Los espacios de televisión asignados para las Asociaciones de Consumidores debidamente reconocidas por la ley se emitirán de lunes a viernes, por parte de los operadores del servicio de televisión abierta y el concesionario de espacios de televisión en el canal nacional de operación pública, así:

De las 12:28':30" a las 12:30':00" horas. De las 22:05':00" a las 22:06':30" horas. (...)"

Por otra parte, es importante mencionar que de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 12 del Decreto 1441 de 1982, el derecho de representación debe ser otorgado a la organización de consumidores que reúna el mayor número de afiliados cuando se trate de organismos o entidades oficiales. En ese sentido, resulta evidente que tanto las disposiciones anteriormente citadas, como la aquí mencionada, guardan estrecha relación al señalar que la representación en cabeza de una asociación de consumidores debe ser otorgada a aquella que reúna el mayor número de afiliados.

Adicionalmente, esta disposición establece que, en caso de igualdad de circunstancias, la representación será otorgada a la organización más antigua.

1.8.1. Asociaciones de Consumidores debidamente reconocidas por la Ley

El artículo 16.4.9.8 de la Resolución 5050 de 2016 señala que los espacios institucionales especiales del consumidor serán otorgados a las asociaciones de consumidores debidamente reconocidas por la Ley, a fin de que dichas organizaciones presenten programas institucionales de información a la ciudadanía relacionados con sus derechos y mecanismos de protección.

Por lo anterior, los espacios mencionados no están a disposición de las ligas de consumidores, pues estas deberán formar parte de una asociación para tener participación sobre el contenido transmitido a través de dichos espacios.

En este sentido, tal como se mencionó en los numerales 1.2 y 1.4 de este documento, las asociaciones de consumidores debidamente reconocidas por la Ley son aquellas que cumplen con lo dispuesto en el Decreto 1441 de 1982.

ARTÍCULO 6°. Asociaciones de consumidores. *Podrán constituirse asociaciones de consumidores a nivel municipal, comisarial, intendencial, departamental o nacional mediante la agrupación de ligas o de asociaciones de consumidores entre sí, según el caso, o con:*

- a) Sindicatos de trabajadores;*
 - b) Cooperativas de trabajadores o de consumo;*
 - c) Asociaciones de padres de familia;*
 - d) Asociaciones de pensionados, o*
 - e) Juntas de Acción Comunal.*
- (...)"*

ARTÍCULO 7° Reconocimiento de las asociaciones de consumidores. *El reconocimiento de las asociaciones de consumidores como personas jurídicas, corresponderá*

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2026 - 2027	Código: 10000-40-60-1	Página 15 de 25
Coordinación de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Revisado por: Coordinador de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Fecha de revisión: 20/01/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

a la autoridad nacional competente que organice la ley. La constitución de dichas asociaciones se hará también por documento privado, pero a la solicitud del reconocimiento se acompañarán igualmente las certificaciones sobre la existencia y representación legal de las ligas o de las asociaciones afiliadas, según el caso, así como las de las entidades a que se refieren las letras a), b), c), d) y e) del artículo 6º con las cuales se asocien unas y otras.
(...)

ARTÍCULO 14. Control y vigilancia. *El control y vigilancia de las actividades desarrolladas por las ligas y asociaciones de consumidores estará a cargo de las autoridades que señale la ley."*

En relación con el reconocimiento de las asociaciones de consumidores y el control y vigilancia a las mismas, a los que se refieren los artículos 7 y 14 del Decreto 1441 de 1982, tales aspectos se regularon de manera específica en el Decreto Ley No. 3467 de 1982 "Por el cual se dictan normas relativas a las ligas y asociaciones de consumidores", en el que se establece:

"Artículo segundo. Reconocimiento de las asociaciones de consumidores. *El reconocimiento de las asociaciones de consumidores que se constituyan de conformidad con el artículo 6º del Decreto extraordinario 1441 de 1982, como personas jurídicas, corresponderá al respectivo Gobernador, Intendente, Comisario o Alcalde, según que se constituyan a nivel departamental, intendencial, comisarial, municipal o distrital. El reconocimiento de las que se constituyan a nivel nacional corresponderá al Ministerio de Gobierno o al funcionario en quien éste delegue tal atribución.*

Artículo tercero. Control y vigilancia de las ligas y asociaciones de consumidores. *El control y vigilancia de las actividades desarrolladas por las ligas y por las asociaciones de consumidores serán de competencia de la superintendencia de Industria y Comercio.*

Para los efectos de lo dispuesto en el presente artículo la autoridad o funcionario que haga el reconocimiento de la personería jurídica de una liga o asociación de consumidores, deberá enviar a la Superintendencia de Industria y Comercio, copia auténtica de la providencia respectiva. Del mismo modo, deberá enviarle el nombre y el número del documento de identidad de las personas que reconozca como agentes de policía cívica, así como de quienes hayan dejado de serlo, con indicación de la liga o asociación de consumidores que los haya candidatizado para adquirir dicho carácter y, en su caso, de la razón por la cual lo hayan perdido. (...)"(SFT)

Tales disposiciones se encuentran vigentes, por lo cual el reconocimiento de las asociaciones de consumidores como personas jurídicas corresponde en las entidades territoriales a los gobernadores y alcaldes, y en el nivel nacional al Ministerio de Gobierno (actualmente Ministerio del Interior).

A su vez corresponde a la Superintendencia de Industria y Comercio la vigilancia y control sobre las asociaciones de consumidores, para lo cual la autoridad que reconozca una asociación deberá remitir a la SIC copia de la providencia respectiva.

En concordancia con lo anterior, el Artículo 1º del Decreto 4886 de 2011 "Por medio del cual se modifica la estructura de la Superintendencia de Industria y Comercio, se determinan las funciones de sus

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2026 - 2027	Código: 10000-40-60-1	Página 16 de 25
Coordinación de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Revisado por: Coordinador de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Fecha de revisión: 20/01/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

dependencias y se dictan otras disposiciones”, modificado por el Artículo 1º del Decreto 92 de 2022, establece:

*"ARTÍCULO 1º. FUNCIONES GENERALES. La Superintendencia de Industria y Comercio ejercerá las funciones establecidas en la Ley 155 de 1959, el Decreto 3307 de 1963, el Decreto 1302 de 1964, los Decretos 3466 y **3467 de 1982**, el Decreto 2876 de 1984, el Decreto 2153 de 1992, el Decreto 2269 de 1993, la Ley 256 de 1996, la Ley 446 de 1998, la Ley 527 de 1999, el Decreto 1130 de 1999, el Decreto 1747 de 2000, la Ley 643 de 2001, el Decreto 3081 de 2005, el Decreto 3144 de 2008, la Ley 1266 de 2008, las Leyes 1335, 1340 y 1341 de 2009, la Ley 1369 de 2009, el Decreto 4130 de 2011, y el Decreto 4176 de 2011, y aquellas que modifiquen o adicionen las anteriores, las demás que le señalen las normas vigentes y las que le delegue el Presidente de República.*

*La Superintendencia de Industria y Comercio ejercerá las siguientes funciones:
(..)*

23. Ejercer el control y vigilancia de las actividades desarrolladas por las ligas y asociaciones de consumidores.”(NSFT)

Establecida la mencionada competencia de vigilancia y control sobre las ligas de asociaciones de consumidores, la CRC solicitó a la SIC la base de datos de ligas y asociaciones de consumidores vigente. En respuesta con Rad # 25-620194-2 de fecha 29-12-2025, la SIC informó que, para diciembre de 2025, existen quince (15) asociaciones de consumidores constituidas en diferentes departamentos del país, a saber:

Departamento / Distrito	Ciudad o Municipio	Nombre Asociación
Antioquia	Medellín	Asociación de Consumidores de Medellín AMVA
Antioquia	Medellín	Asociación de Consumidores de Medellín y Área Metropolitana del Valle del Aburrá y Centro de Conciliación
Atlántico	Barranquilla	Asociación Distrital de Consumidores de Barranquilla
Bogotá D.C.	Bogotá D.C.	Confederación Colombiana de Consumidores
Bogotá D.C.	Bogotá D.C.	Asociación Colombiana de Educación al Consumidor - EDUCARCONSUMIDORES
Caldas	Manizales	Asociación de Consumidores de Manizales y Caldas
Cauca	Popayán	Asociación – Casa del Vocal
Cesar	Valledupar	Asociación de Consumidores del Cesar
Cesar	La Jagua de Ibirico	Asociación Municipal de Consumidores de la Jagua de Ibirico - ASOMCJA
Córdoba	Montería	Asociación Departamental de Consumidores de Córdoba
Magdalena	Santa Marta	Asociación de Consumidores de Santa Marta

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2026 - 2027	Código: 10000-40-60-1	Página 17 de 25
Coordinación de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Revisado por: Coordinador de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Fecha de revisión: 20/01/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Quindío	Armenia	Asociación Departamental de Consumidores de Armenia
Risaralda	Pereira	Asociación Departamental de Consumidores de Risaralda
Santander	Bucaramanga	Asociación Departamental de Santander
Valle del Cauca	Cali	Fundación Fundeconsumo

Fuente: Superintendencia de Industria y Comercio. Dirección de Investigaciones de Protección al Consumidor. Diciembre 2025

Así las cosas, además de la publicación de esta convocatoria en la página web de la CRC, se enviará invitación individual a presentar manifestación de interés a cada una de las asociaciones incluidas en la Base de Datos oficial suministrada por la SIC, como autoridad oficial responsable de la vigilancia y control.

2. DESARROLLO DE LA CONVOCATORIA

Mediante la presente convocatoria, la CRC les asignará a las asociaciones de consumidores que participen los 242 espacios institucionales especiales de un (1) minuto y treinta (30) segundos diarios, para el periodo del 31 de marzo de 2026 al 31 de marzo de 2027.

2.1. ¿Quiénes pueden participar?

Podrán participar en la presente convocatoria las asociaciones de consumidores debidamente constituidas conforme a las disposiciones del Decreto 1441 de 1982; para tal efecto deberán aportar el acto administrativo de reconocimiento expedido por la autoridad competente según corresponda.

2.2. Manifestación de interés

Las asociaciones de consumidores interesadas en participar en la presente convocatoria deberán presentar —en los plazos previstos en el cronograma— una Manifestación de Interés, a la cual deberán anexar el acto administrativo o certificación que acredite su condición de asociación, expedido por la autoridad competente, y un certificado en el que se indique el número de afiliados, expedido por el representante legal.

En este punto debe tenerse en cuenta que los espacios institucionales, según lo establecido en el artículo 1º de la Resolución CRC 6383 de 2021, compilado en el Título I de la Resolución 5050 de 2016, se encuentran “*orientados a la divulgación de los fines y principios del Estado*”, entre los que resalta la prevalencia de los derechos de los niños, niñas y adolescentes consignada en el artículo 44 de la Constitución Política, que conlleva una protección especial y reforzada dada “*la situación de indefensión, vulnerabilidad y debilidad de esta población y la necesidad de garantizar un desarrollo armónico e integral de la misma*”⁶.

⁶ Corte Constitucional, Sentencia T-260/12. MP. Humberto Antonio Sierra Porto.

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2026 - 2027	Código: 10000-40-60-1	Página 18 de 25
Coordinación de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Revisado por: Coordinador de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Fecha de revisión: 20/01/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

En concordancia con lo anterior, ha de resaltarse que dentro de los fines y principios del servicio público de televisión se encuentra la protección de la juventud y la infancia como lo establece en el artículo 2 de la Ley 182 de 1995. Por lo tanto, teniendo en cuenta el papel que los niños, niñas y adolescentes desempeñan en los términos del Estatuto del Consumidor⁷, y la necesidad de garantizarles el derecho a la educación⁸ bajo los lineamientos constitucionales y legales previamente expuestos, se requiere que en la Manifestación de Interés presentada se garanticen bimestralmente los siguientes espacios para difundir información dirigida a la protección especial de los niños, las niñas y los adolescentes COMO CONSUMIDORES, de acuerdo con el número que le sea asignado a cada Asociación, así:

- Si a una asociación se le asigna una cantidad igual o menor a 81 espacios: debe utilizar bimestralmente al menos uno (1) para difundir información dirigida a la protección especial de los niños, niñas y adolescentes como consumidores.
- Si a una asociación se le asigna una cantidad entre 82 y 162 espacios: debe utilizar bimestralmente al menos dos (2) para difundir información dirigida a la protección especial de los niños, niñas y adolescentes como consumidores.
- Si a una asociación se le asigna una cantidad entre 163 y 242 espacios: debe utilizar bimestralmente al menos tres (3) para difundir información dirigida a la protección especial de los niños, niñas y adolescentes como consumidores.

2.3. Distribución de espacios

Entre las asociaciones que hayan manifestado interés se realizará la asignación de espacios, la cual se hará de manera proporcional conforme al número de afiliados que cada una de ellas acredite, de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$\text{Asignación de espacios} = (x/\text{NTA}) (242)$$

En donde:

X= Número de afiliados por asociación

NTA= Sumatoria del número de afiliados de la totalidad de las asociaciones interesadas

242= Número total de espacios a asignar

Si el resultado de la aplicación de la fórmula anterior contiene decimales, se aproximará al número entero inferior.

⁷ **ARTÍCULO 5o. DEFINICIONES.** Para los efectos de la presente ley, se entiende por:

(...) 3. Consumidor o usuario. Toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica. Se entenderá incluido en el concepto de consumidor el de usuario.

⁸ Establecido en el numeral 1.11 ibídem "Derecho a la educación: Los ciudadanos tienen derecho a recibir educación sobre los derechos de los consumidores, formas de hacer efectivos sus derechos y demás materias relacionadas."

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2026 - 2027	Código: 10000-40-60-1	Página 19 de 25
Coordinación de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Revisado por: Coordinador de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Fecha de revisión: 20/01/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

En caso de que de la aplicación de la fórmula resulten espacios sin asignar, estos serán otorgados en orden partiendo por las asociaciones que hayan recibido el menor número de espacios hasta agotarlos, cuidando de no otorgar más de un espacio adicional por asociación.

2.4. Asignación del derecho de representación

El derecho de representación será asignado a la asociación que acredite el mayor número de asociados dentro de la presente convocatoria, sin perjuicio del número de espacios que le sean asignados. Este derecho de representación le otorga a la asociación seleccionada la facultad para coordinar con las demás asociaciones el que tengan acceso a los espacios institucionales de acuerdo con la distribución que se haga en la presente convocatoria.

Además, la asociación seleccionada podrá concertar con las demás los contenidos que serán radiodifundidos en los espacios institucionales que les sean asignados como resultado de la presente convocatoria, y tendrá el deber de hacer la correspondiente entrega del material audiovisual ante los canales públicos y privados.

En caso de que una organización no haga entrega del material audiovisual, la asociación seleccionada para ejercer la representación podrá hacer uso de dicho espacio, sin perjuicio del uso de los espacios que mediante la presente convocatoria le sean asignados.

La Comisión de Regulación de Comunicaciones y sus funcionarios NO son responsables directos o indirectos por la integridad, veracidad, exactitud, oportunidad, contenido y/o conveniencia que se dé a la información, ni por los daños y perjuicios que pudieran ocasionarse mediante o como consecuencia del uso de los espacios asignados.

2.5. Publicación para comentarios

Los resultados de la asignación y distribución de los espacios y de la organización seleccionada para ejercer la representación serán publicados por un término de cinco (5) días hábiles para comentarios de los interesados.

2.6. Asignación de espacios

La Comisión de Regulación de Comunicaciones dará respuesta a las observaciones recibidas y mediante acto administrativo asignará y distribuirá los espacios institucionales para las asociaciones de consumidores de acuerdo con los términos establecidos en la presente convocatoria.

2.7. Planeación y contenido de los espacios institucionales especiales del consumidor emitidos

Los asignatarios de los espacios institucionales especiales del consumidor tienen autonomía editorial, sin embargo, los contenidos de información a la ciudadanía emitidos en tales espacios deber versar

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2026 - 2027	Código: 10000-40-60-1	Página 20 de 25
Coordinación de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Revisado por: Coordinador de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Fecha de revisión: 20/01/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

exclusivamente sobre temas relacionados directa, única y exclusivamente con los derechos de los consumidores y con los mecanismos de protección a que tienen derecho por esa específica calidad.

Los costos de producción de los contenidos serán asumidos en su totalidad por los asignatarios de los mencionados espacios.

En este sentido, los contenidos en los espacios asignados obedecen al cumplimiento del derecho de los consumidores a la información y el acceso a una información adecuada, establecido en el estatuto del consumidor (Ley 1480 de 2011).

Asimismo, pueden tomarse en consideración, como referencia para la producción de los contenidos, los temas que legalmente son competencia de las Ligas y Asociaciones de Consumidores, en particular aquellos a que hace alusión el Artículo 10 del Decreto 1441 de 1982:

"ARTÍCULO 10°. Funciones de las ligas y asociaciones de consumidores. De conformidad con los términos señalados por las prescripciones legales, las ligas y asociaciones de consumidores velarán por:

- a) La eficacia de los organismos y entidades que establezca la ley para la defensa del consumidor, así como por la eficacia de los funcionarios de dichos organismos y entidades;*
- b) La observancia de las normas sobre precios dictados por las autoridades gubernamentales y la racionalidad de los establecidos por los proveedores;*
- c) La observancia de las normas sobre tarifas de servicios públicos;*
- d) La idoneidad de las calidades de los bienes y servicios que se ofrecen al público y su ajuste a las normas técnicas expedidas por el Gobierno;*
- e) La exactitud de las pesas, medidas y volúmenes de los productos y mercancías;*
- f) La protección a los arrendatarios de bienes muebles e inmuebles y la observancia de las normas relativas al contrato de arrendamiento;*
- g) La incontaminación de los alimentos, del aire y del agua, así como por la imposición y efectividad de las sanciones que, según las normas aplicables, cupieren a quienes los contaminen;*
- h) La conservación y utilización racional del agua, la fauna, la flora y demás recursos naturales;*
- i) La responsabilidad de los productores y proveedores respecto de la publicidad de las mercancías, las marcas y leyendas que exhiban los productos, y en general, respecto de la divulgación de su contenido y características;*

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2026 - 2027	Código: 10000-40-60-1	Página 21 de 25
Coordinación de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Revisado por: Coordinador de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Fecha de revisión: 20/01/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

- j) La equidad en las condiciones de los sistemas de financiación que se exijan en las operaciones de compra-venta o de utilización de bienes y servicios;*
- k) La responsabilidad de quien suministra un servicio que supone el depósito de bienes de propiedad del usuario del servicio;*
- l) El cumplimiento de las garantías ofrecidas por el productor o proveedor;*
- m) La promoción de la organización de cooperativas de consumo y de sistemas que hagan más eficiente el mercado de los productos;*
- n) El impulso a la afiliación de los consumidores a las ligas ya organizadas y a la organización de nuevas ligas;*
- o) La prestación en condiciones de equidad y eficiencia de los servicios de mercadeo, salud, educación, transporte y demás que interesen al consumidor;*
- p) La denuncia pública y ante las autoridades competentes de todos los hechos constitutivos de infracción penal o policiva que atenten contra los intereses y derechos del consumidor;*
- q) El abastecimiento suficiente de los mercados y el mantenimiento de una oferta normal de bienes y servicios;*
- r) La prevención y castigo de las prácticas indebidas de los productores o proveedores y la intervención oportuna de las autoridades competentes en caso de infracciones penales o policivas;*
- s) La divulgación de los precios oficiales o racionales que rijan en determinado momento;*
- t) La difusión amplia de los derechos del consumidor y de las instituciones y mecanismos existentes para su defensa: y*
- u) La atención eficaz y oportuna de las quejas, reclamos o solicitudes que ante ellas formulen los consumidores en relación con la protección, la información, la educación, la representación, el respeto de sus derechos y la efectividad de sus indemnizaciones*

En todo caso, los asignatarios de los espacios deberán realizar una revisión y curaduría estricta en relación con la priorización de los temas a presentar, verificando que la selección de los temas cumpla integralmente con el marco legal aplicable a los espacios institucionales especiales del consumidor. Al respecto, además de la revisión y observación permanente de tales criterios, en la priorización de temas se deberá propender por un equilibrio y distribución equitativa de los temas seleccionados, buscando abordar con criterios de igualdad los diferentes sectores de la economía o de la administración pública y la oferta de proyectos, productos o servicios de las entidades sectoriales que puedan resultar de interés para los consumidores.

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2026 - 2027	Código: 10000-40-60-1	Página 22 de 25
Coordinación de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Revisado por: Coordinador de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Fecha de revisión: 20/01/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

En el mismo sentido, se considera importante realizar una planeación de los temas a abordar en cada bimestre, buscando con antelación un equilibrio y equidad entre los temas y sectores de la economía o de la Administración Pública presentados en los Espacios Institucionales Especiales del Consumidor.

Esta equidad también puede verse concretada en la representación regional, los grupos poblacionales visibilizados, los sectores económicos o las entidades públicas y privadas sectoriales de interés de los consumidores, presentados en los diferentes episodios del espacio institucional especial asignado.

Adicionalmente, en desarrollo de lo establecido en el Artículo 78 de la Constitución Política de Colombia, que indica que para ejercer su derecho de participación las organizaciones de consumidores deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos, los asignatarios de los espacios institucionales especiales del consumidor deberán demostrar el cumplimiento de tales principios.

Para tal fin, las Asociaciones de Consumidores a las que se asignen los espacios objeto de esta convocatoria, deberán aportar evidencias de la manera como garantizan la representatividad de sus afiliados en la ejecución de los espacios asignados. Tales evidencias deberán ser incluidas como anexo al primer informe bimestral presentado, demostrando con actas o soportes documentales escritos la participación o incidencia de los afiliados a la Asociación de Consumidores en la toma de decisiones para la priorización de los temas a abordar en los episodios a emitir durante el período de ejecución de los espacios institucionales especiales del consumidor asignados y los mecanismos adoptados para lograr equidad en la representación y visibilidad de tales afiliados, así como los procedimientos establecidos para recibir peticiones de abordaje o tratamiento de temas específicos por parte de tales afiliados, al igual que para mantenerlos informados periódicamente del uso que se le ha dado a los espacios asignados.

De igual manera, bimestralmente, los asignatarios de los espacios remitirán de manera informativa a la CRC los planes de emisión con la priorización preliminar de temas a abordar en el bimestre siguiente.

2.8. Lengua de Señas Colombiana (LSC) en los espacios Institucionales Especiales del Consumidor.

El Artículo 15.2.3.9. de la Resolución 5050 de 2016, modificado por el Artículo 5 de la Resolución 7276 de 2023, *"Por la cual se adoptan y se modifican algunas disposiciones relativas a los sistemas de acceso de las personas con discapacidad auditiva a los contenidos transmitidos a través del servicio público de televisión de la Resolución CRC 5050 de 2016 y se dictan otras disposiciones"*, establece en su Parágrafo:

"Artículo 15.2.3.9. IMPLEMENTACIÓN DE LOS SISTEMAS DE ACCESO.

(..)

PARÁGRAFO. Las alocuciones presidenciales y mensajes institucionales deberán tener interpretación de Lengua de Señas Colombiana (LSC) en las condiciones establecidas en la presente resolución."

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2026 - 2027	Código: 10000-40-60-1	Página 23 de 25
Coordinación de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Revisado por: Coordinador de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Fecha de revisión: 20/01/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Los asignatarios de los espacios especiales del consumidor deberán incluir en los episodios emitidos la interpretación en Lengua de Señas Colombiana (LSC).

2.9. Condición resolutoria a las que se someterá el acto de asignación de los espacios

El acto administrativo de asignación de los espacios de carácter particular que expida la Comisión de Regulación de Comunicaciones en desarrollo de esta convocatoria estará sometido a las condiciones resolutorias que se establezcan en el mismo de conformidad con lo establecido en el artículo 91 de la Ley 1437 de 2011.

Se entenderá como condición resolutoria del acto de asignación **cualquier uso de los espacios asignados para fines diferentes a la presentación de programas institucionales de información a la ciudadanía relacionados directa, única y exclusivamente con sus derechos como consumidores y con los mecanismos de protección a que tienen derecho por esa específica calidad, o cualquier uso que tenga fines distintos a lo estrictamente consagrado en la ley y la regulación.**

Además de lo anterior, se entenderá como condición resolutoria cualquier transgresión a la prohibición legal y regulatoria de realizar proselitismo político o destacar la gestión de determinadas personas en los espacios asignados, lo que incluirá la aparición de funcionarios en actividades o para referir temas distintos a los relacionados directa, única y exclusivamente con los derechos de los consumidores y con los mecanismos de protección a que tienen derecho por esa específica calidad.

Igualmente, se entenderá como condición resolutoria cualquier afectación a los fines y principios del servicio de televisión, o cualquier violación a los términos en que se otorgue la autorización para el uso de los espacios.

La ocurrencia o configuración de una condición resolutoria necesaria para proceder con la revocatoria de la asignación de los espacios se determinará en el marco de una actuación administrativa que se llevará a cabo de conformidad con el procedimiento administrativo general establecido en la Ley 1437 de 2011, Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo (CPACA).

2.10. Procedimiento para la entrega del material audiovisual

De conformidad con el artículo 16.4.9.17 de la sección 9, Capítulo 4, Título XVI de la Resolución 5050 de 2016, la entrega a cada operador de televisión abierta del material audiovisual a radiodifundir en los espacios asignados a las Asociaciones de Consumidores deberá hacerla cada una de estas entidades con por lo menos doce (12) horas de antelación al respectivo horario de radiodifusión.

En todo caso, la entrega del material deberá hacerse en el formato que utilice para la emisión cada uno de los operadores.

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2026 - 2027	Código: 10000-40-60-1	Página 24 de 25
Coordinación de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Revisado por: Coordinador de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Fecha de revisión: 20/01/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

2.11. Supervisión, vigilancia y control de la ejecución de los Espacios Institucionales Especiales del Consumidor asignados.

Para efectos de la vigilancia y control del cumplimiento de las condiciones establecidas en esta convocatoria, en especial las señaladas en el artículo 51 de la Ley 182 de 1995 y de los fines y principios del servicio de televisión, los asignatarios de los espacios institucionales especiales del consumidor se obligan a remitir bimestralmente a la Sesión de Comisión de Contenidos Audiovisuales de la CRC un informe sobre el uso de los espacios institucionales especiales del consumidor asignados, sin perjuicio de que la Comisión pueda solicitar informes adicionales o datos relevantes que permitan medir la información y participación de la ciudadanía, en caso de que lo considere necesario.

El informe bimestral deberá presentarse dentro de los ocho (8) días hábiles siguientes a la finalización del período respectivo, en el formato establecido para tal fin, incluyendo la relación de los espacios emitidos durante dicho lapso, indicando como mínimo: fecha de cada emisión, tema o temas abordados en cada espacio, enlace para acceder al material de video y la identificación de los episodios con información dirigida a la protección especial de los niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores, el papel de la sociedad frente a ellos como consumidores y sus derechos en relación con este tema. Adicionalmente, en caso de la participación de un funcionario público, se deberá indicar nombre y cargo de este, así como el objetivo de su participación en el espacio, en relación con la protección al consumidor.

2.12. Cronograma de la convocatoria

Actividad	Plazo
Inicio de la convocatoria	A partir de la fecha de publicación.
Recepción de Manifestaciones de Interés	Dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la publicación de la convocatoria.
Evaluación de las manifestaciones de interés y publicación del Informe de distribución de los espacios	Dentro de los ocho (8) días hábiles siguientes a la finalización del término para manifestar interés.
Recepción de comentarios al Informe de evaluación y distribución de los espacios	Por el término de cinco (5) días hábiles siguientes a la publicación del informe de evaluación y distribución de los espacios.
Respuesta a comentarios y expedición del acto administrativo de asignación de espacios	Dentro de los quince (15) días hábiles siguientes al vencimiento del término para la presentación de comentarios.

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2026 - 2027	Código: 10000-40-60-1	Página 25 de 25
Coordinación de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Revisado por: Coordinador de Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	Fecha de revisión: 20/01/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025