

Convocatoria para asignar espacios  
institucionales especiales de protección  
al consumidor 2024 - 2025

Sesión de Comisión de  
Contenidos Audiovisuales

**Coordinación de  
Contenidos Audiovisuales**

Enero de 2024

# CONTENIDO

## 1 – INFORMACIÓN GENERAL Y MARCO LEGAL

- 1.1. Objeto
- 1.2. Régimen legal de la protección al consumidor en Colombia
- 1.3. Marco legal de los espacios institucionales especiales de las asociaciones de consumidores
- 1.4. Régimen jurídico de las asociaciones y ligas de consumidores
- 1.5. Asignación de Espacios Institucionales Especiales en cabeza de las asociaciones y ligas de consumidores
- 1.6. Derecho de participación de las asociaciones y ligas de consumidores
- 1.7. Derecho de representación de las asociaciones y ligas de consumidores
- 1.8. Asignación de espacios institucionales destinados a informar a los consumidores

## 2 – DESARROLLO DE LA CONVOCATORIA

- 2.1. Quiénes pueden participar
- 2.2. Manifestación de interés
- 2.3. Distribución de espacios
- 2.4. Asignación del derecho de representación
- 2.5. Publicación para comentarios
- 2.6. Asignación de los espacios
- 2.7. Condición resolutoria a que se someterán el acto de asignación de espacios
- 2.8. Procedimiento para la entrega del material audiovisual
- 2.9. Cronograma de la convocatoria

---

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2024 - 2025	Cód. Proyecto: 10000-40-6-1	<b>Página 2 de 21</b>
Coordinación de Contenidos	Actualizado: 10/01/2024	Revisado por: Coordinador de Contenidos
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022		

## 1. INFORMACIÓN GENERAL Y MARCO LEGAL

### 1.1. Objeto

Asignar espacios institucionales especiales 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 2024 - 2025	Cód. Proyecto: 10000-40-6-1	<b>Página 3 de 21</b>
Coordinación de Contenidos	Actualizado: 10/01/2024	Revisado por: Coordinador de Contenidos
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022		

### 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 1º. 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 6º. 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;*

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2024 - 2025	Cód. Proyecto: 10000-40-6-1	<b>Página 4 de 21</b>
Coordinación de Contenidos	Actualizado: 10/01/2024	Revisado por: Coordinador de Contenidos
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022		Revisión No. 2

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

Las anteriores disposiciones se encuentran vigentes, por lo que 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 3º. 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.*

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2024 - 2025	Cód. Proyecto: 10000-40-6-1	<b>Página 5 de 21</b>
Coordinación de Contenidos	Actualizado: 10/01/2024	Revisado por: Coordinador de Contenidos
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022		

1.4. *Derecho a recibir protección contra la publicidad engañosa.*

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 del 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*

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2024 - 2025	Cód. Proyecto: 10000-40-6-1	<b>Página 6 de 21</b>
Coordinación de Contenidos	Actualizado: 10/01/2024	Revisado por: Coordinador de Contenidos
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022		

**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)**

*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 CRC<sup>1</sup> 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 16.4.10.11 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.*

<sup>1</sup> 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 2024 - 2025	Cód. Proyecto: 10000-40-6-1	<b>Página 7 de 21</b>
Coordinación de Contenidos	Actualizado: 10/01/2024	Revisado por: Coordinador de Contenidos
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022		Revisión No. 2

***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 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 que mediante resolución determine la Comisión de Regulación de Comunicaciones. (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.

De igual manera, vale la pena señalar que el proselitismo tal y como lo definió el Consejo de Estado "es la actividad tendiente a ganar adeptos o partidarios para una facción, parcialidad o doctrina."<sup>2</sup> Sobre este particular la Corte Constitucional<sup>3</sup> también señaló que, de acuerdo con el Diccionario de Derecho Usual, por proselitismo se entiende como el "celo, fervor o actividad tendente a ganar adeptos, a hacer partidarios de una causa. Es el objeto de toda propaganda para captar afiliados y de toda campaña electoral para conseguir electores"<sup>4</sup>

En virtud de estas consideraciones, es imperativo que el espacio asignado a las asociaciones de consumidores se enfoque exclusivamente en ofrecer información pertinente sobre los derechos de la ciudadanía y los mecanismos de protección, y de ninguna manera deberá destinarse este espacio institucional a la promoción de actividades asociadas con partidos y movimientos políticos, ni en controversias políticas, así como tampoco para promocionar proyectos o actividades que tengan como fin ganar adeptos a una determinada causa política o que esta sea apoyada. El incumplimiento de esta disposición, en los términos del artículo 51 de la Ley 182 de 1995 y el artículo 16.4.10.11 de la Resolución CRC 5050 de 2016, conllevará a la revocación del permiso para utilizar dicho espacio.

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

<sup>2</sup> Sección Primera del Consejo de Estado, C.P. Manuel Santiago Urueta Ayola, 11 de abril de 2002, Expediente. 11001-03-24-000-2000-6583-01 (6583).

<sup>3</sup> Corte Constitucional, Sentencia C- 1153 de 11 de noviembre de 2005, M.P. Marco Gerardo Monroy Cabra

<sup>4</sup> <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=18212>

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2024 - 2025	Cód. Proyecto: 10000-40-6-1	<b>Página 8 de 21</b>	
Coordinación de Contenidos	Actualizado: 10/01/2024	Revisado por: Coordinador de Contenidos	Revisión No. 2
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

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.

Dado lo anterior, 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 2012<sup>5</sup>, 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 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*

<sup>5</sup> Por la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones.

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2024 - 2025	Cód. Proyecto: 10000-40-6-1	<b>Página 9 de 21</b>
Coordinación de Contenidos	Actualizado: 10/01/2024	Revisado por: Coordinador de Contenidos
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022		

*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;
- Pertenecer según el caso a una asociación municipal, departamental, comisarial, intendencial 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

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2024 - 2025	Cód. Proyecto: 10000-40-6-1	<b>Página 10 de 21</b>
Coordinación de Contenidos	Actualizado: 10/01/2024	Revisado por: Coordinador de Contenidos Revisión No. 2
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022		

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 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, desde 1991, 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 como este derecho se consideró de importancia tal, que el constituyente lo elevó a rango constitucional,

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2024 - 2025	Cód. Proyecto: 10000-40-6-1	<b>Página 11 de 21</b>	
Coordinación de Contenidos	Actualizado: 10/01/2024	Revisado por: Coordinador de Contenidos	Revisión No. 2
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

permitiéndole a las organizaciones de consumidores, sin distinción alguna, disfrutar del ejercicio de este, 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 2014<sup>6</sup> 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 1° de la Constitución Nacional. 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 2009<sup>7</sup>, 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 2000<sup>8</sup>, la Corte Constitucional advirtió sobre las características específicas del derecho de participación, indicando que:

***El derecho del consumidor, cabe advertir, tiene carácter poliédrico. 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).***

*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)*

<sup>6</sup> CORTE CONSTITUCIONAL, Sentencia C-133 del 11 de marzo de 2014. Expediente D-9779. MP. Alberto Rojas Ríos

<sup>7</sup> CORTE CONSTITUCIONAL, Sentencia C-749 del 21 de octubre de 2009. Expediente D-7686. MP. Luis Ernesto Vargas Silva.

<sup>8</sup> 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 2024 - 2025	Cód. Proyecto: 10000-40-6-1	<b>Página 12 de 21</b>
Coordinación de Contenidos	Actualizado: 10/01/2024	Revisado por: Coordinador de Contenidos
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022		

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 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 garantizan la protección de sus derechos como consumidores, siempre y cuando las mismas sean

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2024 - 2025	Cód. Proyecto: 10000-40-6-1	<b>Página 13 de 21</b>
Coordinación de Contenidos	Actualizado: 10/01/2024	Revisado por: Coordinador de Contenidos
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022		Revisión No. 2

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.*

En ese sentido, el artículo 16.4.10.9 de la sección 10, Capítulo 4, Título XVI de la Resolución 5050 de 2016 establece la determinación de los espacios institucionales de la siguiente manera:

**DETERMINACIÓN DE ESPACIOS INSTITUCIONALES.** *Sin perjuicio de lo que disponga el legislador, la Comisión de Regulación de Comunicaciones podrá reservar los siguientes tiempos diarios para la radiodifusión de espacios institucionales en televisión abierta:*

- a) *En la franja familiar: hasta 60 minutos.*
- b) *En la franja adultos: hasta 30 minutos.*

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2024 - 2025	Cód. Proyecto: 10000-40-6-1	<b>Página 14 de 21</b>	
Coordinación de Contenidos	Actualizado: 10/01/2024	Revisado por: Coordinador de Contenidos	Revisión No. 2
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

Por su parte, el artículo 16.4.10.10 de la misma disposición legal, sobre la reserva de los espacios institucionales:

**RESERVA DE LOS ESPACIOS INSTITUCIONALES:** *En desarrollo de lo establecido en el artículo anterior, la Comisión Regulación de Comunicaciones reserva los siguientes tiempos diarios, de lunes a domingo, para la radiodifusión de espacios institucionales en televisión abierta:*

- a) Cinco (5) minutos en el horario comprendido entre las 12:00 a las 18:00 horas, y
- b) Diez (10) minutos en el horario comprendido entre las 19:00 y las 22:00 horas.

En concordancia con lo anterior, el artículo 16.4.10.11 de la disposición en comentario establece unos espacios institucionales especiales, reservando uno de estos para las asociaciones de consumidores de la siguiente forma:

**ESPACIOS INSTITUCIONALES ESPECIALES:**

(...)

**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 que mediante resolución determine la Comisión de Regulación de Comunicaciones. (NSFT)*

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.

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2024 - 2025	Cód. Proyecto: 10000-40-6-1	<b>Página 15 de 21</b>
Coordinación de Contenidos	Actualizado: 10/01/2024	Revisado por: Coordinador de Contenidos Revisión No. 2
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022		

Teniendo en cuenta el análisis realizado con el soporte de la base de datos de las ligas y asociaciones de consumidores proporcionada por la Superintendencia de Industria y Comercio para el año 2023, se establece que actualmente existen quince (15) asociaciones de consumidores constituidas en diferentes departamentos del país:

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
Manizales	Caldas	Asociación de Consumidores de Manizales y Caldas
Cesar	Valledupar	Asociación de consumidores del Cesar
Cesar	La Jagua de Ibirico	Asociación Municipal de Consumidores de la Jagua de Ibirico - ASOMCJA
Cesar	La Paz	Consumpaz
Cundinamarca	Bogotá D.C.	Confederación Colombiana de Consumidores
Cundinamarca	Bogotá D.C.	Asociación Colombiana de Educación al Consumidor - Educarconsumidores
Magdalena	Santa Marta	Asociación de Consumidores de Santa Marta
Quindío	Armenia	Asociación Departamental de Consumidores de Armenia
Santander	Bucaramanga	Asociación Departamental de Santander
Córdoba	Montería	Asociación Departamental de Consumidores de Córdoba
Cauca	Popayán	Asociación – Casa del Vocal
Risaralda	Pereira	Asociación Departamental de Consumidores de Risaralda
Valle del Cauca	Cali	Fundación Fundeconsumo

Cabe anotar que, el artículo 16.4.10.11 de la Resolución 5050 de 2016 señala que los espacios institucionales especiales serán otorgados, entre otros, a las asociaciones de consumidores debidamente reconocidas por la Ley.

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.

## 2. DESARROLLO DE LA CONVOCATORIA

Mediante la presente convocatoria, la CRC les asignará a las asociaciones de consumidores que participen los 246 espacios institucionales especiales de un (1) minuto y treinta (30) segundos diarios, para el periodo del 31 de marzo de 2024 al 30 de marzo de 2025.

### 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 1° 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*"<sup>9</sup>.

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 Consumidor<sup>10</sup>, y la necesidad de garantizarles el derecho a la educación<sup>11</sup> bajo los lineamientos constitucionales y legales previamente expuestos, se requiere que en la Manifestación de Interés presentada se garanticen, al treinta (30) de noviembre de 2024, 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 82 espacios: debe utilizar 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 83 y 164 espacios: debe utilizar al menos dos (2) para difundir información dirigida a la protección especial de los niños, niñas y adolescentes como consumidores.

<sup>9</sup> Corte Constitucional, Sentencia T-260/12. MP. Humberto Antonio Sierra Porto.

<sup>10</sup> **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.

<sup>11</sup> 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 2024 - 2025	Cód. Proyecto: 10000-40-6-1	<b>Página 17 de 21</b>
Coordinación de Contenidos	Actualizado: 10/01/2024	Revisado por: Coordinador de Contenidos
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022		Revisión No. 2

- Si a una asociación se le asigna una cantidad entre 165 y 246 espacios: debe utilizar al menos tres (3) para difundir información dirigida a la protección especial de los niños, niñas y adolescentes como consumidores.

Adicionalmente, a trece (13) de diciembre del 2024, los asignatarios de los espacios deberán remitir a la CRC un informe en el que se indiquen las fechas en las cuales se difundió la 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, el cual deberá acompañarse con el material audiovisual correspondiente y un certificado de emisión del operador público nacional que certifique que las piezas audiovisuales se transmitieron en dichas fechas.

### 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:

$$\text{Asignación de espacios} = (x/\text{NTA}) (246)$$

En donde:

**X**= Número de afiliados por asociación

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

**246**= Número total de espacios a asignar

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

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.

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2024 - 2025	Cód. Proyecto: 10000-40-6-1	<b>Página 18 de 21</b>
Coordinación de Contenidos	Actualizado: 10/01/2024	Revisado por: Coordinador de Contenidos
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022		Revisión No. 2

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.

---

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2024 - 2025	Cód. Proyecto: 10000-40-6-1	<b>Página 19 de 21</b>
Coordinación de Contenidos	Actualizado: 10/01/2024	Revisado por: Coordinador de Contenidos
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022		

## 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. 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 del Código de Procedimiento Administrativo y de los Contencioso Administrativo – CPACA.

Convocatoria para asignar espacios institucionales especiales de protección al consumidor 2024 - 2025	Cód. Proyecto: 10000-40-6-1	<b>Página 20 de 21</b>
Coordinación de Contenidos	Actualizado: 10/01/2024	Revisado por: Coordinador de Contenidos Revisión No. 2
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022		

## 2.8. Procedimiento para la entrega del material audiovisual

De conformidad con el artículo 16.4.10.18 de la sección 10, 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.

## 2.9. Cronograma de la convocatoria

Actividad	Plazo
<b>Inicio de la convocatoria</b>	A partir de la fecha de publicación.
<b>Manifestación de Interés</b>	Dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la publicación de la convocatoria.
<b>Distribución de los espacios</b>	Dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la finalización del término para manifestar interés.
<b>Publicación para comentarios</b>	Por el término de cinco (5) días hábiles siguientes a la publicación de la asignación.
<b>Respuesta a comentarios y expedición del acto administrativo de asignación de espacios</b>	Dentro de los quince (15) días hábiles siguientes al vencimiento del término para la presentación de comentarios.