1. INTRODUCCIÓN

La actividad de comprar implica, para quienes adquieren productos o servicios, la responsabilidad de identificar necesidad claras y proveedores adecuados; en relación directa a la función de compra que se encuentra en cabeza del ministerio y de conformidad con los lineamientos de Colombia Compra Eficiente, es indispensable que la entidad identifique su necesidad, los potenciales proveedores para satisfacer dichas necesidades y como los anteriores se mueven en el mercado del producto a adquirir.

De conformidad con el Artículo 2.2.1.1.1.6.1. Del Decreto 1082 de 2015, se presenta este estudio de sector para desarrollar los lineamientos legales, comerciales, financieros, organizacionales, técnicos y de análisis de riesgos. Con el propósito de generar buenas prácticas que propendan por la promoción de la competencia en materia de contratación pública.

2. OBJETO CONTRACTUAL

Prestar sus servicios técnicos y administrativos al Ministerio del Interior para el fortalecimiento de las Ligas y Asociaciones de Consumidores del país, brindándoles por conducto del espacio institucional del "Boletín del Consumidor" la información, orientación, y apoyo institucional que se requiera.

PARÁGRAFO: De acuerdo al objeto del presente Contrato, la clasificación de bienes y servicios del sistema de codificación de las Naciones Unidas para estandarizar productos, en concordancia con el sistema electrónico de contratación pública es:

GRUPO	SEGMENTO	FAMILIA	CLASE	PRODUCTO
F	82	8211	821119	82111902

3. ASPECTOS GENERALES

El Ministerio del Interior debe analizar los aspectos generales que orientan la movilidad y el desarrollo del mercado de servicios que son esenciales en el proceso de contratación, y en relación directa con el objeto contractual. De ello que identifica los siguientes aspectos:

a. Marco Económico

Para la Dirección para la Democracia, la Participación Ciudadana y Acción Comunal, es fundamental el fortalecimiento de las ligas y asociaciones de consumidores, por eso que desde hace más de veinte años se ha venido desarrollando con la Confederación Colombiana de Consumidores una alianza estratégica para el beneficio del Estado, la Comunidad y los consumidores en general.

Esta alianza ha permitido llevar mensajes institucionales a través del espacio del boletín del consumidor, apoyar asociaciones de consumidores a nivel regional, atender peticiones quejas y reclamos a través de la infraestructura de la confederación, así como la realización de varios conversatorios.

De igual manera con la realización de este contrato el Ministerio del Interior podrá poner en conocimiento de la ciudadanía los alcances de la gestión de la entidad, apoyándose en la misión que tiene la televisión en Colombia de ser un medio que proporciona información, educación, entretenimiento y diversión a la población, ve la necesidad de apoyarse en un espacio institucional como lo es el boletín del consumidor, como medio para exponer el trabajo que desarrolla el Ministerio del Interior.

Teniendo en cuenta que es un contrato con un proveedor exclusivo, para el fortalecimiento de las asociaciones y ligas de consumidores, el valor estimado del contrato se determina con la propuesta técnica y económica presentada por la Confederación Colombiana de Consumidores para la vigencia 2021, la cual requiere de toda la apropiación disponible del rubro presupuestal A-03-06-01-001 FORTALECIMIENTO DE LAS ASOCIACIONES Y LIGAS DE CONSUMIDORES (Ley 73 de 1981 y decreto 1320 de 1982), determinada en la Ley 2063 de 2020 "Por la cual se decreta el presupuesto de rentas y recursos de capital y ley de apropiaciones para la vigencia fiscal del 1° de enero al 31 de diciembre de 2021" y el Decreto 1805 del 31 de diciembre de 2020 de Liquidación del Presupuesto Vigencia Fiscal 2021 de Liquidación del Presupuesto Vigencia Fiscal 2021 en la sección 3701 - MINISTERIO DEL INTERIOR – PRESUPUESTO DE FUNCIONAMIENTO -TRANSFERENCIAS CORRIENTES, por la suma de**:** $940,300,000.

No obstante, es importante dentro del marco económico tener en cuenta los siguientes aspectos:

- **Productos incluidos dentro del sector, que se relacionan directamente con el objeto contractual.**

  Se identifican unos productos dentro del sector que son los mensajes cívicos y los espacios institucionales que buscan informar a la ciudadanía sobre asuntos de interés público. La autoridad competente encargada de clasificar y regular las condiciones de operación y explotación del servicio público de televisión en materia de contenidos de la programación es la Comisión de Regulación de Comunicaciones.

  Los mismos se encuentran definidos en el “ACUERDO 2 DE 2011 (junio 30)” de la “COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN” y Por medio del cual se reglamenta la radiodifusión de contenidos en el servicio público de televisión abierta.

  ARTÍCULO 5o. MENSAJES CÍVICOS. <Artículo modificado por el artículo 1 de la Resolución ANTV 455 de 2013. El nuevo texto es el siguiente:> Son aquellos a través de los cuales entidades estatales o entidades sin ánimo de lucro, divulgan campañas sociales de interés público para beneficio de la comunidad.

  Estos mensajes no podrán incluir publicidad, ni presentar funcionarios públicos, ni las actuaciones de entidades públicas como obra personal de sus gestores, ni realizar proselitismo político o religioso.

  ARTÍCULO 9o. DEFINICIÓN. Espacios institucionales son aquellos reservados en todos los canales de televisión abierta por la Comisión Nacional de Televisión 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.

- **Agentes que componen el sector y desarrollar la actividad requerida para la satisfacción de la necesidad.**

  Los agentes que hacen parte del sector de los espacios institucionales y mensajes cívicos son:

  - **Comisión de Regulación de Comunicaciones:** La Ley 1978 de 2019, “Por la cual se moderniza el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), se distribuyen competencias, se crea un regulador único y se dictan otras disposiciones”, asignó a la Comisión de Regulación de Comunicaciones, en

adelante la CRC, nuevas competencias, entre otras, la de clasificar y regular las condiciones de operación y explotación del servicio público de televisión en materia de contenidos de la programación, por lo cual la autoridad competente para dar trámite a las solicitudes, tanto de mensajes cívicos, como de espacios institucionales que buscan informar a la ciudadanía de asuntos de interés público, y la programación y emisión de los mismos conforme a la normatividad vigente es la CRC. Fuente: https://www.crcom.gov.co/es/pagina/espacios-institucionales-mensajes-civicos

- **"Entidades estatales o entidades sin ánimo de Lucro:** divulgan campañas sociales de interés público para beneficio de la comunidad mediante los mensajes Cívicos.
- **Partidos Políticos:** Espacios institucionales asignados a los partidos y movimientos políticos, los cuales deberán radiodifundirse de lunes a viernes, en el horario comprendido entre las 19:00 horas y las 19:02 horas. Lo anterior sin prejuicio de la radiodifusión de la propaganda electoral y de la divulgación política a que haya lugar, de conformidad con lo dispuesto por el Consejo Nacional Electoral y la Comisión Nacional de Televisión, durante el período electoral, según la Ley 130 de 1994 o las normas que la deroguen o modifiquen, así como las normas que la reglamenten.
- **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"[1].
- **"Centro de Emisión de Radio Televisión Nacional de Colombia -RTVC- y el Consorcio de Canales Nacionales Privados -CCNP**: adelantar el trámite de codificación del material audiovisual.
- **Operadores de televisión abierta, de canales privados nacionales, canales públicos nacionales, regionales y locales**: de acuerdo con la autorización emitida por la CRC serán los medios de emisión de los espacios institucionales"[2].

- **Gremios y asociaciones que se encuentran dentro del sector en estudio.**

- **Entidades sin ánimo de Lucro:** Aquellas que puedan certificar que la Entidad no cuenta dentro de su presupuesto con recursos para pautar o hacer publicidad en televisión.

- **Confederación Colombiana de Consumidores:** la Confederación Colombina de Consumidores aglutina y representa a la mayoría de las asociaciones y ligas de consumidores del país que en la actualidad suman 346 ligas y asociaciones de consumidores afiliadas, según certificación aportada por la Confederación.

[1] ACUERDO 2 DE 2011 de la "COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN". Por medio del cual se reglamenta la radiodifusión de contenidos en el servicio público de televisión abierta. https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/acuerdo_cntv_0002_2011.htm. Junio 30 de 2011.

[2] **Comisión de Regulación de Comunicaciones.** (2020). Preguntas Frecuentes. https://crcom.gov.co/uploads/images/files/ACTUALIZACI%C3%93N%20PREGUNTAS%20FRECUENTES%20%20(1).pdf

- Cifras consolidadas y totales de ventas, en relación al bien, producto o servicio requerido,

  Según el Informe de Gestión 2020 de la Comisión de Regulación de Comunicaciones se identifican los siguientes resultados en lo relacionado a Atención a Consultas y Solicitudes, dentro de los cuales se identifica que en la vigencia 2020 se tramitaron 184 espacios institucionales y 46 mensajes cívicos.[3]

Tabla 6. Tiempo Medio de respuesta mensual – año 2020

TIPO DE SOLICITUD	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		TOTAL GESTIÓN	
	total	TMR	total	TMR	total	TMR	total	TMR	total	TMR	total	TMR	total	TMR	total	TMR	total	TMR	total	TMR	total	TMR	total	TMR	total	TMR
PQR´S 1	1.072	2,26	1.138	1,20	1.021	2,70	1.072	2,10	933	1,64	961	1,48	1.131	1,65	997	2,18	934	1,69	997	2,26	776	1,43	1.040	2,81	**12.072**	**1,95**
PQR´S 2	250	4,83	200	4,03	190	4,03	257	5,38	208	2,93	239	3,73	261	5,65	213	4,52	238	4,80	184	5,24	136	5,21	150	5,01	**2.526**	**4,61**
Trámite de Homologación	1.376	2,01	1.365	2,06	1.402	2,13	674	1,66	492	1,38	706	1,20	758	1,44	706	1,38	828	1,37	1.089	1,38	1.168	1,30	1.070	1,34	**11.634**	**1,55**
Trámite de Numeración	7	10,00	11	4,81	2	4,00	7	5,20	11	4,90	2	5,71	6	3,50	6	5,83	8	8,75	7	3,28			5	5,60	**72**	**5,60**
Trámite de Códigos Cortos	9	2,22	6	4,66	2	5,00	5	2,80	2	5,00	4	3,50	18	4,22	12	4,00	11	4,18	11	3,36	5	6,00			**85**	**4,09**
Trámite de puntos de señalización													6	6,00	1	5,00					3	6,00	2	5,00	**12**	**5,50**
Trámite de Espacios Institucionales	9	3,00	17	2,24	16	1,31	20	0,60	12	0,50	13	1,31	12	1,67	14	0,36	12	0,83	16	0,94	20	1,50	23	0,76	**184**	**1,25**
Trámite de Mensajes Cívicos	6	1,50	5	5,40	1	1,00	2	1,50	1	1,00	2	1,50	2	2,00	6	1,83	3	0,67	13	2,38	3	2,67	2	1,00	**46**	**1,87**
TOTAL POR MES	2.729	3,69	2.742	3,49	2.634	2,88	2.037	2,75	1.659	2,48	1.927	2,63	2.194	3,27	1.955	3,14	2.034	3,18	2.317	2,69	2.111	3,44	2.292	3,07	**26.631**	**3,06**

Fuente: Elaboración propia CRC

- La cadena de producción y distribución del objeto contractual.

  La producción de los códigos cívicos y los mensajes institucionales deben tener en cuenta las siguientes pautas:

"¿Cuáles son los requisitos para solicitar un espacio institucional?

a) Solicitud suscrita por el Representante Legal de la entidad y dirigida a la Dirección Ejecutiva de la CRC, indicando el objeto de la misma, la referencia del video, la vigencia, el tiempo de duración y el correo electrónico de la persona responsable. b) Aval de presidencia, únicamente para el caso de entidades de la Rama Ejecutiva del poder público. c) Certificar que la Entidad no cuenta dentro de su presupuesto con recursos para pautar o hacer publicidad en televisión. d) Certificar que en el mensaje no aparecen funcionarios públicos ni en audio, ni en video. e) Incluir algún sistema que garantice a la población con discapacidad auditiva, el acceso al contenido del Espacio Institucional

[3] **Comisión de Regulación de Comunicaciones.** (Febrero de 2021). Informe de Gestión 2020 https://www.crcom.gov.co/uploads/images/files/2021/Informe%20de%20gesti%C3%B3n%202020%20Contralor%C3%ADa%20Final.pdf

(Closed Captioning, Subtitulación o Lengua de Señas Colombiana). f) Material audiovisual en formato .wmv. El tiempo de duración del material audiovisual, en segundos, debe estar determinado en múltiplos de cinco (5), por ejemplo: 20, 25, 30 o 60 segundos máximos, incluida la colilla de la CRC de tres (3) segundos. La "colilla" de la CRC se insertará al final de las piezas audiovisuales de las entidades solicitantes sin excepción. g) No utilizar ninguna forma de comercialización h) No presentar las actuaciones de entidades públicas como obra personal de sus gestores. i) Sólo podrá incluir logos diferentes al de la entidad, si se trata de logos de entidades estatales o de organismos multilaterales que hayan participado en la generación del proyecto, programa o campaña difundida a través del espacio institucional.

¿Cuáles son los requisitos para solicitar un mensaje cívico?

a) Solicitud suscrita por el Representante Legal de la entidad y dirigida a la Dirección Ejecutiva de la CRC, indicando el objeto de la misma, la referencia del video, la vigencia, el tiempo de duración y el correo electrónico de la persona responsable. b) Aval de presidencia, únicamente para el caso de entidades de la Rama Ejecutiva del poder público. c) Certificar que la Entidad no cuenta dentro de su presupuesto con recursos para pautar o hacer publicidad en televisión. d) Certificar que en el mensaje no aparecen funcionarios públicos ni en audio, ni en video. e) Incluir algún sistema que garantice a la población con discapacidad auditiva, el acceso al contenido del Espacio Institucional (Closed Captioning, Subtitulación o Lengua de Señas Colombiana). f) No incluir publicidad. g) No presentar las actuaciones de entidades públicas como obra personal de sus gestores. h) No realizar proselitismo político o religioso. Para el caso de los mensajes cívicos, los videos no deben llevar la "colilla" de la CRC.

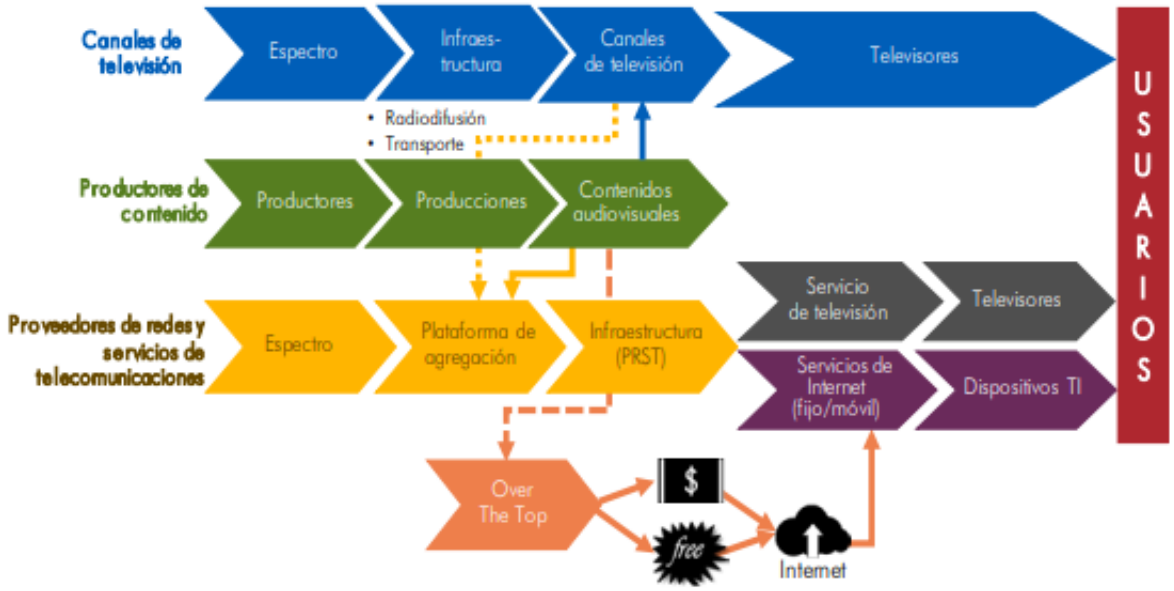
¿Una vez aprobado el espacio institucional se emite el contenido en canales de televisión?

Además de solicitar la autorización del espacio institucional la Entidad solicitante debe adelantar el trámite de codificación del material audiovisual ante el Centro de Emisión de Radio Televisión Nacional de Colombia -RTVC- y el Consorcio de Canales Nacionales Privados -CCNP, allegando una copia del video con la carta de aprobación y los respectivos formatos, remitidos con la autorización por parte de la CRC. Una vez codificado el material, RTVC y el CCNP entregaran vía correo electrónico a la CRC los códigos para que puedan ser incluidos en el respectivo Plan de Emisión. Para que dichos códigos sean incluidos en los planes de emisión de la siguiente semana, estos deben ser entregados a la CRC a más tardar los días jueves al mediodía (12:00 p.m.). Una vez se hayan aprobados los Espacios Institucionales, la entidad solicitante deberá subir al FTP de la CRC, de acuerdo a las indicaciones dadas en el correo el que se remite la autorización, el material para ser enviado a los canales regionales, locales y nacionales públicos. Finalmente, la CRC se encarga, con los códigos enviados por RTVC y el CNNP antes del jueves al mediodía (12:00 p.m.), de elaborar los Planes de Emisión y remitirlos a los canales indicando las rutas FTP para la descarga del material por parte de los canales regionales, locales y nacionales públicos".[4]

[4] **Comisión de Regulación de Comunicaciones.** (2020). Preguntas Frecuentes. https://crcom.gov.co/uploads/images/files/ACTUALIZACI%C3%93N%20PREGUNTAS%20FRECUENTES%20%20(1).pdf

De otra parte, es importante entender la cadena de valor del sector audiovisual "en el marco de la convergencia tecnológica, es importante establecer un marco de estudio que refleje la situación actual del sector y en el cual se establezcan los actores que en él intervienen, así como los nuevos y los futuros modelos de negocios de provisión de contenidos por Internet (véase el esquema 2-1). En el esquema 2-1 se muestran los 3 grandes segmentos que intervienen en la provisión de contenidos. Primero, se encuentran los canales de televisión, en los cuales se hace uso de espectro radioeléctrico, el cual permite llevar a cabo un despliegue de infraestructura para la radiodifusión de la señal o el transporte entre las estaciones radiodifusoras y el centro de distribución. Una vez desplegada esta infraestructura, y con la disponibilidad de contenidos se cuenta con los insumos necesarios para ofrecer un canal de televisión que, finalmente, puede ser consumido por los usuarios haciendo uso de televisores"

Esquema 2–1. Cadena de valor y actores



El segundo segmento es el de la creación de contenidos, en el cual existen unos productores —independientes, asociados a una canal, grupos de aliados para proyectos específicos, etc.— que se encargan de realizar producciones para poner a disposición de los usuarios los contenidos audiovisuales.[5]

b. Marco Técnico

Las especificaciones técnicas propias del contrato son las siguientes:

[5] Departamento Nacional de Planeación. (2016). El futuro del sector audiovisual en Colombia: Necesidad de política pública y reformas normativas en el marco de la convergencia tecnológica y las tendencias del mercado Informe final. https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Publicaciones/Informe%20convergencia%20dyd%20rev_STEL%2018-01-2017CEVC.pdf

No	Actividad/Subactividad	Unidad	Cantidad
1	**Boletín del Consumidor incluye los siguientes servicios:** 1. La investigación. 2. Creación. 3. Guiones-libretos. 4. Preproducción. 5. Locaciones. 6. Grabación en video. 7. Edición digital. 8. Animación gráficos dibujos animados. 9. Intervenciones personaje animado Tal Cual y Otros personajes. 10. Post producción 11. Efectos digitales. 12. Locuciones voces. 13. Diseño sonoro con sonorización y efectos. 14. Camarógrafos y asistentes. 15. Materiales (casetes de video y memorias SD). 16. Transporte, viáticos y alimentación personal de producción. 17. Gastos Administrativos. Nota: El Boletín del Consumidor se divulga por los siguientes canales nacionales, regionales y locales de la televisión colombiana: 1. CANAL UNO 2. SEÑAL INSTITUCIONAL 3. CARACOL 4. RCN 5. CITY TV 6. SEÑAL COLOMBIA 7. TV ANDINA 8. TELECARIBE 9. TELEANTIOQUIA 10. TELECAFÉ 11. TELEVISIÓN REGIONAL DEL ORIENTE 12. TELE PACIFICO 13. CANAL CAPITAL 14. CANAL UNIVERSITARIO 15. TELE MEDELLIN	Meses	5

Obligaciones Específicas:

1. Elaborar el plan operativo y el Cronograma de actividades del contrato, para revisión y aprobación por parte del supervisor (a).
2. Producir durante el plazo de ejecución del presente contrato el programa “El Boletín del Consumidor” con mensajes que se divulgarán a través de los canales nacionales, regionales y locales de la televisión colombiana, para ser emitido en el espacio institucional especial según la asignación hecha por la Comisión de Regulación de Comunicaciones a la Confederación Colombiana de Consumidores.
3. La Confederación Colombiana de Consumidores, presentará informes mensuales de actividades y financieros durante la ejecución del presente contrato, con los soportes correspondientes.

4. La Confederación Colombiana de Consumidores dará acceso al espacio institucional del Boletín del Consumidor al Ministerio del Interior y sus dependencias para la difusión de sus temáticas y contenidos de interés público.
5. Las demás que se sean asignadas por la supervisión del contrato e inherentes a la naturaleza y objeto del contrato.

c. Marco Regulatorio o legal

El contrato que se pretende celebrar es: **CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS** mediante la modalidad de contratación directa con proveedor exclusivo, el cual aplica cuando no existe pluralidad de oferentes en el mercado, que para este caso en particular se realizará con la **CONFEDERACIÓN COLOMBIANA DE CONSUMIDORES**, quien actualmente es la única entidad que puede brindar espacios al Ministerio del Interior a través del "Boletín del Consumidor" para dar a conocer los programas y políticas que interesan a los consumidores y comunidad en general.

La normatividad aplicable a la modalidad de selección corresponde a la Contratación Directa considerando que no existe pluralidad de oferentes conforme al artículo 2.2.1.2.1.4.8 del decreto 1082 del 26 de mayo de 2015, que establece: " *Se considera que no existe pluralidad de oferentes cuando existe solamente una persona que puede proveer el bien o el servicio por ser titular de los derechos de propiedad industrial o de los derechos de autor, o por ser proveedor exclusivo en el territorio nacional*" artículo 24, literal d) de la Ley 80 de 1993, que establece "*del principio de Transparencia -d) Para la prestación de servicios profesionales o para la ejecución de trabajos artísticos que sólo puedan encomendarse a determinadas personas naturales o jurídicas, o para el desarrollo directo de actividades científicas o tecnológicas".*

Con el presente contrato se podrán atender las disposiciones de la **Ley 73 de 1981,** en especial de sus Decretos reglamentarios 1320 de 1982 y 1441 de 1982:

Decreto 1320 de 1982:

"**Artículo 4º.** Las autoridades competentes que determine la ley prestarán a las ligas y a las asociaciones de que trata el presente Decreto todo el auxilio y cooperación que sean necesarios para el cumplimiento de sus funciones y la realización de sus fines".

"**Artículo 5º.** A efecto del desarrollo y cumplimiento de la Ley 73 de 1981 y demás normas que tengan por objeto la protección y defensa de los consumidores de bienes y servicios, la Confederación Colombiana de Consumidores tendrá el carácter de órgano consultivo del Gobierno".

Decreto 1441 de 1982:

"***ARTÍCULO 11. AUXILIO Y COOPERACIÓN ESTATAL****. Las autoridades competentes que determine la ley prestarán a las ligas y a las asociaciones de que trata el presente decreto todo el auxilio y cooperación que sean indispensables para el cumplimiento de sus funciones y la realización de sus fines, so pena de las sanciones que prevea la ley"*.

"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 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".*

"ARTÍCULO 22. ÓRGANO CONSULTIVO*. A efecto del desarrollo y cumplimiento de la ley 73 de 1981 y demás normas que tengan por objeto la protección y defensa de los consumidores de bienes y servicios, la Confederación Colombiana de Consumidores tendrá el carácter de órgano consultivo del Gobierno*".

Adicionalmente, en la circular conjunta 009 de 2011, emitida por el procurador general de la nación y el superintendente de industria y comercio señala que *"La CONFEDERACIÓN es una asociación sin ánimo de lucro cuya finalidad es la de agrupar los consumidores para la defensa de sus intereses, para luchar contra el incremento del costo de vida y para fomentar la productividad en general. (…)*

La Ley número 182 DE 1995 dispone:

"ART. 51. *—De la protección al usuario y al consumidor. Los espacios de televisión asignados actualmente (…) 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.*

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."

Al respecto En la circular conjunta 009 de 2011, emitida por el procurador general de la nación y el superintendente de industria y comercio señala que "*La CONFEDERACIÓN es una asociación sin ánimo de lucro cuya finalidad es la de agrupar los consumidores para la defensa de sus intereses, para luchar contra el incremento del costo de vida y para fomentar la productividad en general. (…)*

El artículo 9 del Acuerdo CNTV 002 de 2011, vigente, define los Espacios institucionales así:

"(…) aquellos reservados en todos los canales de televisión abierta por la Comisión Nacional de Televisión para la radiodifusión de contenidos realizados por entidades del Estado, o cuya producción haya sido contratada por éstas 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."

El concepto 112 del de diciembre de 2010 de la CNTV, sobre la posibilidad de modificar los horarios de radiodifusión de los espacios institucionales que tienen un horario fijo establece. "*La CNTV reglamentó la figura de los espacios*

institucionales, con la expedición del Acuerdo 03 de 2010. En dicho acto de contenido general y normativo, y de obligatorio cumplimiento, la Junta Directiva de la CNTV definió los espacios institucionales como "aquellos reservados en todos los canales de televisión abierta por la Comisión Nacional de Televisión para la radiodifusión de contenidos realizados por entidades del Estado, o cuya producción haya sido contratada por éstas 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."

5. En el artículo 11 ibídem, se establecieron como espacios institucionales especiales los siguientes:
(...)
2. Asociaciones de Consumidores: Espacios institucionales asignados a Asociaciones de Consumidores debidamente reconocidas por la ley, los cuales deberán radiodifundirse de lunes a viernes, en los horarios y duración que mediante Resolución determine la Junta Directiva de la Comisión Nacional de Televisión.
(...)".

Así mismo el ACUERDO 2 DE 2011 de la Comisión Nacional de televisión, da relevancia a las asociaciones de consumidores estableciendo:

***"ARTICULO 14 ESPACIOS INSTITUCIONALES ESPECIALES** (…).*

***Numeral 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".*

*De igual manera la **LEY 1480 DE 2011** determina en su Artículo 81. 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*".

La RESOLUCIÓN 64 DE 2000 de la Comisión Nacional de Televisión en su ARTÍCULO 5, se refiere a la modificación de los horarios asignados a algunos espacios institucionales. **"***Para modificar los horarios de los programas que se presenten en los espacios institucionales asignados a la Confederación Colombiana de Consumidores (…) debidamente constituidos, se deberá contar con la previa aprobación expresa del representante legal de la Confederación Colombiana de Consumidores (…)*".

Finalmente, mediante la resolución 6209 del 10 de marzo de 2021, "Por medio de la cual se asignan los espacios institucionales especiales de protección del consumidor para el periodo comprendido entre el 31 de marzo de 2021 y el 30 de marzo de 2022", la Comisión de Regulación de Comunicaciones asignó a la Confederación Colombiana de Consumidores 247 espacios institucionales especiales de un minuto y treinta segundos diarios

Así las cosas, teniendo en cuenta que la Ley ha asignado un espacio institucional a las asociaciones de consumidores, este espacio esta administrado y dirigido por la Confederación Colombiana de Consumidores conforme a la Resolución 6209 del 10 de marzo de 2021 de la Comisión de Regulación de Comunicaciones.

4. ESTUDIO DE OFERTA

4.1 Vendedor

La Confederación Colombiana de Consumidores es la primera y única entidad sin ánimo de lucro con representación nacional, que representa, agrupa y apoya a las asociaciones y ligas de consumidores de todo el país, además de fomentar su creación y fortalecimiento, y teniendo en cuenta la normatividad existente al respecto, se recomienda la celebración de un contrato de prestación de servicios mediante la modalidad de selección de contratación directa con proveedor exclusivo cuando no exista pluralidad de oferentes en el mercado; previa presentación de una propuesta, de tal manera que se pueda garantizar el respeto de los derechos de los consumidores en lo concerniente a la representación, a la protección, a la educación, a informar y ser informados, a la defensa de sus intereses como tales, a la lucha contra el incremento del costo de vida y para fomentar la productividad en general.

En este sentido se hace referencia al objetivo, visión y misión de la Confederación:

"Objetivo: La Confederación Colombiana de Consumidores es una Entidad sin ánimo de lucro, cuya finalidad es la de agrupar a los consumidores para la defensa de sus intereses como tales, para luchar contra el incremento del costo de vida y para fomentar la productividad en general.

Visión: Garantizar que las relaciones entre consumidores y proveedores mantengan un equilibrio armonioso dentro del marco del respeto mutuo, que permita el crecimiento del mercado y beneficie con su actividad y desarrollo a la comunidad.

Misión: Apoyar la creación y el fortalecimiento de sus asociaciones y ligas, garantizar el respeto de los derechos de los consumidores a la representación, a la protección, a la educación, a informar y ser informados, en cumplimiento de la directriz aprobada por la ONU y suscrita por Colombia (Resolución 39/248 de la Asamblea General del 9 de abril de 1985), a la indemnización, a la libre elección de bienes y servicios y a ser oídos por los poderes públicos. Para ello, se harán los esfuerzos necesarios para preservar los espacios consagrados en la Constitución y la Ley en defensa de los consumidores y usuarios de bienes y servicios".

A su vez el Artículo 5 de los estatutos de la Confederación Colombiana de Consumidores determina su objeto: ***"****La Confederación Colombiana de Consumidores es una entidad sin ánimo de lucro, cuya finalidad es proteger los derechos de todos los consumidores, trabajar por el fortalecimiento de las ligas y asociaciones de consumidores que existen en el país sin distingos de ninguna clase; apoyar la tarea que realizan las organizaciones sociales y comunitarias, buscar la armonía entre productores, distribuidores y consumidores y, en general, luchar contra los incrementos del costo de la vida. Dicha entidad trabajará por agrupar a todos los consumidores en su condición de personas naturales y a las personas jurídicas creadas con tal fin" (…).*

4.2. Dinámica de producción, distribución y entrega N/A.

5. ANÁLISIS FINANCIERO

(Para la selección del contratista, a través de la modalidad de contratación directa, abstenerse de utilizar los numerales 5.1. a 5.2).

6. ESTUDIO DE DEMANDA

(Para la selección del contratista, a través de la modalidad de contratación directa, abstenerse de utilizar los numerales 6.1.3 a 6.1.12).

6.1. ADQUISICIONES ANTERIORES DEL OBJETO POR PARTE DE LA INSTITUCIÓN

Numero	Vigencia	Valor del convenio	Modalidad de selección	Objeto

805	**2020**	**$885.900.000**	**Contratación Directa**	**Prestar sus servicios técnicos y administrativos al Ministerio del Interior para el fortalecimiento de las Ligas y Asociaciones de Consumidores del país, brindándoles por conducto del espacio institucional del "Boletín del Consumidor" la información, orientación, y apoyo institucional que se requiera; de igual manera, divulgar los programas y políticas que desarrolle el Ministerio del Interior y que sean de interés para los consumidores y la comunidad en general.**
1009	**2019**	**$886.300.000**	Contratación Directa	**Prestar sus servicios técnicos y administrativos al Ministerio del Interior para el fortalecimiento de las Ligas y Asociaciones de Consumidores del país, brindándoles por conducto del espacio institucional del "Boletín del Consumidor" la información, orientación, y apoyo institucional que se requiera; de igual manera, divulgar los programas y políticas que desarrolle el Ministerio del Interior y que sean de interés para los consumidores y la comunidad en general**
M-1129	**2018**	$886.338.137	Contratación Directa	Prestar sus servicios técnicos y administrativos al Ministerio del Interior para garantizar el Fortalecimiento de las Ligas y Asociaciones de Consumidores del país, brindándoles información, orientación, capacitación y apoyo institucional; de igual manera, divulgar los programas y políticas que desarrolle el Ministerio del Interior y que sean de interés para los consumidores en particular y la comunidad en general.
M-1195	**2017**	$860.522.463	Contratación Directa	"Aunar esfuerzos técnicos, económicos y administrativos para trabajar por el fortalecimiento de las Ligas y Asociaciones de Consumidores mediante la información, educación y capacitación que realice la Confederación Colombiana de Consumidores en los espacios de televisión de que dispone e instar a los funcionarios y entidades correspondientes para que coadyuven en la defensa de los consumidores. De igual manera apoyar el fortalecimiento de su capacidad de gestión institucional y divulgar los programas y políticas que desarrolle el Ministerio del Interior e interesen a los consumidores y comunidad en general".

M-808	2016	$1.427.439.985	Contratación Directa	Aunar esfuerzos técnicos, económicos y administrativos, para trabajar por el Fortalecimiento de las Ligas y Asociaciones de Consumidores mediante la información, educación y capacitación que realice la Confederación Colombiana de Consumidores en los espacios de televisión de que dispone e instar a los funcionarios y entidades correspondientes para que coadyuven en la defensa de los consumidores. De igual manera apoyar el fortalecimiento de su capacidad de gestión institucional y divulgar los programas y políticas que desarrolle el Ministerio del Interior e interesen a los consumidores y comunidad en general.
M-679	2015	$1.372.538.447	Contratación Directa	Aunar esfuerzos técnicos, económicos y administrativos para trabajar por el Fortalecimiento de las Ligas y Asociaciones de Consumidores mediante la información, educación y capacitación que realice la Confederación Colombiana de Consumidores en los espacios de televisión de que dispone e instar a los funcionarios y entidades correspondientes para que coadyuven en la defensa de los consumidores. De igual manera apoyar el fortalecimiento de su capacidad de gestión institucional y divulgar los programas y políticas que desarrolle el Ministerio del Interior e interesen a los consumidores y comunidad en general.
M-039	2014	$1.647.498.862	Contratación Directa	Trabajar por el Fortalecimiento de las Ligas y Asociaciones de Consumidores mediante la información, educación y capacitación que realice la Confederación Colombiana de Consumidores en los espacios de televisión de que dispone e instar a los funcionarios y entidades correspondientes para que coadyuven en la defensa de los consumidores. De igual manera apoyar el fortalecimiento de su capacidad de gestión institucional y divulgar los programas y políticas que desarrolle el Ministerio del Interior e interesen a los consumidores y comunidad en general.

6.1.1 MODALIDAD DE SELECCIÓN DEL CONTRATISTA.

N/A

6.1.2 OBJETO DEL CONTRATO

Prestar sus servicios técnicos y administrativos al Ministerio del Interior para el fortalecimiento de las Ligas y Asociaciones de Consumidores del país, brindándoles por conducto del espacio institucional del "Boletín del Consumidor" la información, orientación, y apoyo institucional que se requiera.

PARÁGRAFO: De acuerdo con el objeto del Contrato, la clasificación de bienes y servicios del sistema de codificación de las Naciones Unidas para estandarizar productos, en concordancia con el sistema electrónico de contratación pública es:

GRUPO	SEGMENTO	FAMILIA	CLASE	PRODUCTO
F	82	8211	821119	82111902

6.1.3 CANTIDAD DEL BIEN, OBRA O SERVICIO.

N/A

6.1.4 AUTORIZACIONES, PERMISOS Y LICENCIAS REQUERIDAS PARA SU EJECUCIÓN, Y CUANDO EL CONTRATO INCLUYE DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN, LOS DOCUMENTOS TÉCNICOS PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO.

N/A

6.1.5 VALOR DE LOS CONTRATOS Y FORMA DE PAGO.

N/A

6.1.6 NÚMERO DE CONTRATOS SUSCRITOS PARA EL EFECTO Y VIGENCIAS DE LOS MISMOS.

N/A

6.1.7 PRESUPUESTO CON CARGO AL CUAL HAN SIDO EJECUTADOS LOS CONTRATOS (INVERSIÓN O FUNCIONAMIENTO) Y SI HA HABIDO LUGAR A VIGENCIAS FUTURAS.

N/A

6.1.8 OFERENTES QUE HAN PARTICIPADO EN LOS PROCESOS DE SELECCIÓN Y CONTRATISTAS.

N/A

6.1.9 COMPORTAMIENTO DE LOS CONTRATISTAS E IMPOSICIÓN DE SANCIONES.

N/A

6.1.10 CONDICIONES DE PAGO ESTABLECIDAS EN LOS CONTRATOS.

N/A

6.1.11 CRONOGRAMAS.

N/A

6.1.12 TIEMPOS Y LUGARES DE ENTREGA ACORDADOS.

HILDA GUTIERREZ
DIRECTORA PARA LA DEMOCRACIA, LAPARTICIPACION CIUDADANA Y LA ACCION COMUNAL

Elaboro: Alexander Pantoja
Reviso y Aprobó: Hilda Gutiérrez