1.	LA DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD QUE LA ENTIDAD ESTATAL PRETENDE SATISFACER CON LA CONTRATACIÓN	
1.1	DESCRIPCION Y JUSTIFICACION	Teniendo en cuenta que el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022, que tiene como objeto impulsar la equidad de oportunidades a través de elementos como el incremento en la productividad, liderada por una profunda transformación digital y una apuesta por la agroindustria que vincule a los pequeños y medianos productores; una mejora regulatoria y tributaria que promueva el emprendimiento y la actividad empresarial; una mayor eficiencia del gasto público; una política social moderna centrada en la familia que conecta a la población pobre y vulnerable a los mercados; y el aprovechamiento de las potencialidades territoriales al conectar territorios, gobiernos y poblaciones. Así mismo, teniendo en cuenta que el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR) es una entidad del orden nacional, que hace parte de la rama ejecutiva del poder público, que tiene como misión: formular, coordinar y evaluar las políticas públicas agropecuarias incluyentes que promuevan el desarrollo competitivo, equitativo y sostenible del sector agrícola, pecuario, pesquero y forestal con criterios de eficiencia, transparencia, innovación, descentralización, concertación y legalidad para mejorar las condiciones de vida de la población rural con enfoque diferencial. Que entre sus funciones tiene: 1. Formular las políticas para el desarrollo del Sector Agropecuario, Pesquero y de Desarrollo Rural. 2. Orientar y dirigir la formulación de los planes, programas y proyectos que requiere el desarrollo del sector Agropecuario, Pesquero y de Desarrollo Rural, y en general de las áreas rurales del país. 3. Presentar los planes y programas del sector que deban ser incorporados al Plan Nacional de Desarrollo. 4. Crear, organizar, conformar y asignar responsabilidades a grupos internos de trabajo, mediante resolución, teniendo en cuenta la estructura interna, las necesidades del servicio y los planes y programas trazados por el Ministerio, y designar al funcionario que actuará como coordinador de cada grupo. 5. Crear, conformar y asignar funciones, mediante resolución, a los órganos de asesoría y coordinación que considere necesarios para el desarrollo de sus funciones. 6. Y, las demás previstas en la ley y las que por su naturaleza le correspondan o le sean delegadas por el Presidente de la República. De igual forma, el MADR busca adelantar una política para el sector agropecuario con enfoque territorial, que tiene como objetivo impulsar la reforma agraria, convertir a Colombia en una potencia agroalimentaria; lograr la justicia ambiental, la justicia social y la paz total. Para lo cual se han propuesto 13 líneas que tienen que ver con: 1. El establecimiento de cadenas productivas que vinculen a los grandes, medianos y pequeños productores. 2. Reforma estructural al crédito agropecuario con conectividad digital. 3. Reconocimiento del campesinado como sujeto de derechos de especial protección constitucional. 4. Generación de crédito a cooperativas. 5. Esquema de comercialización. 6. Seguridad alimentaria. 7. Reducir el costo de los insumos del sector agropecuario. 8. Desarrollo de sistemas territoriales de innovación para pequeños productores. 10. Información estratégica para el sector. 11. Fortalecimiento del Catastro Multipropósito. 12. Integración de los objetivos productivos con los ambientales en un marco del desarrollo sostenible. Para lograr el efectivo cumplimiento de sus funciones se hace necesario promover estrategias encaminadas a fomentar la producción de alimentos, el mercado eficiente de los mismos e impulsar el acercamiento entre los productores rurales y los consumidores, a fin de garantizar el normal abastecimiento de productos alimenticios. Es importante resaltar, que para lograr este objetivo se hace necesario incrementar las decicioonres de compra de los consumidores colombianos e productos del sector agropecuario colombiano y con ello apoyar la actividada y el trabajo de los campesinos del país, por lo que resulta necesario contar con mecanismos de divulgación y alianzas con organizaciones de gran representatividad dentro de los consumidores. Además, dar a conocer los diferentes programas y políticas que el MADR adalanta para fortalecer el agro y la ruralidad colombiana Teniendo en cuenta que el ARTICULO 78 de la Constitución Política de Colombia establece la necesidad de regular el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, el cual dice: La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización. Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios. El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios

en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos.

Así mismo, en atención a la Ley 1480 de 2011, que, "tiene como objetivos proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos, en especial, lo referente a: 1. La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad. 2. El acceso de los consumidores a una información adecuada, de acuerdo con los términos de esta ley, que les permita hacer elecciones bien fundadas. 3. La educación del consumidor. 4. La libertad de constituir organizaciones de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que las afecten. 5. La protección especial a los niños, niñas y adolescentes, en su calidad de consumidores, de acuerdo con lo establecido en el Código de la Infancia y la Adolescencia". Asi mismo, de conformidad con la Directiva Presidencial Nº 04 del 24 de octubre de 2006, es necesario garantizar la protección al consumidor y brindar auxilio y cooperación para el cumplimiento de las funciones y la realización de los fines de las Ligas y Asociaciones de Consumidores.

Teniendo en cuenta que EL MINISTERIO no cuenta con la estructura, ni con los recursos técnicos indispensables para difundir y promocionar las políticas, estrategias, indicadores, agenda, programas y planes que desarrolla la Entidad para fomentar un acercamiento entre consumidores y productores rurales; al igual que propiciar la armonización de las condiciones en las que se presentan la oferta y la demanda de los productos agropecuarios y pesqueros, se hace necesario contratar a una persona jurídica que este en capacidad de ejecutar el objeto del presente contrato.

En tal sentido, se debe contratar una Organización idónea, que lidere el sector entre los consumidores, las asociaciones y diferentes entidades que personifiquen a los potenciales compradores de los productos agropecuarios colombianos para generar relaciones armónicas entre agricultores y consumidores, productores agropecuarios y en general de toda la población colombiana, y que además cuente con canales de difusión, especialmente en televisión, para lograr dicho objetivo, entendiendo que este medio de comunicación tiene una gran recordación y penetración en los hogares colombianos.

En tal sentido, la Confederación Colombiana de Consumidores (CCC) 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" , cuya misión consiste en apoyar en 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".

También es de anotar que la Confederación Colombiana de Consumidores (CCC), como lo expresa en la propuesta presentada ha venido auspiciando el fortalecimiento de las Asociaciones y Ligas de Consumidores a través de la difusión, información, promoción, orientación, y capacitación a los consumidores y a la comunidad en general, con el propósito de generar una cultura ciudadana frente a los intereses de los consumidores de bienes o servicios; entre los que se encuentran los de origen rural.

Además, cuenta con el espacio asignado por Comisión de Regulación de Comunicaciones a la Confederación Colombiana de Consumidores (CCC), a través del cual emite el espacio denominado Boletín del Consumidor el cual resulta idóneo para divulgar las estrategias y mecanismos que el Ministerio adelanta en favor de los trabajadores rurales y que también afectan positivamente a los consumidores en el tema de alimentos.

Para ello, la Sesión de Comisión de Contenidos Audiovisuales de la Comisión de Regulación de Comunicaciones, mediante la Resolución número 6564 del 16 de marzo de 2022 asignó a la Confederación Colombiana de Consumidores doscientos cuarenta y siete (247) espacios institucionales especiales de un (1) minuto y treinta (30) segundos diarios para el periodo

		comprendido entre el 31 de marzo del 2022 y el 30 de marzo del 2023. El uso de estos espacios se someterá a las condiciones resolutorias señaladas en la parte considerativa del presente acto. Asi mismo, conforme al certificado de registro No. 461104 se registro la marca "Boletin del Consumidor" al titular ARIEL ARMEL ARENAS, quien concedió autorización a la CCC para la utilización del titulo para la suscripción del contrato con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural para el año 2022. Adicionalmente de acuerdo con el Sistema de Propiedad Industrial de la Superintendencia de Industria y Comercio, por medio de la Resolución 59460 del 28 de octubre de 2011, se le concedió al señor Francisco Hernández el registro de la marca "TAL CUAL", contando así con los derechos de autor de la misma, quien a su vez autorizó a la CCC para la utilización de los mesajes institucionales de la marca "TAL CUAL" en el contrato con Minagricultura para 2022. Teniendo en cuenta que con el presente contrato se pretende divulgar estrategias y planes que estén encaminados al desarrollo del campo; la protección del trabajo rural en temas relacionados con desarrollo rural y de tierras; la política para el sector agropecuario con enfoque territorial, que tiene como objetivo impulsar la reforma agraria; convertir a Colombia en una potencia agroalimentaria; lograr la justicia ambiental; la justicia social y la paz total; así como, apoyar en las actividades relacionadas con el fortalecimiento y fomento del equilibrio entre la demanda y oferta de los productos agropecuarios, con consumidores, ligas y asociaciones; garantizar la cadena de abastecimiento y garantizar la seguridad alimentaria del país. Y que para ello, la televisión es el medio de comunicación idóneo, con mayor recordación y penetración en los hogares colombianos. Así las cosas, el Grupo de Comunicaciones y Prensa del MINISTERIO, encuentra justificada la contratación de prestación de servicios con persona jurídica para el fomento y divulgación de políticas, estrategias, programas y planes, de la normatividad relativa a la defensa de los consumidores y de la interacción entre productores y consumidores de bienes agrícolas.

2.	**LA IDENTIFICACIÓN DEL CONTRATO A CELEBRAR, DESCRIPCIÓN DEL OBJETO A CONTRATAR, ACTIVIDADES ESPECÍFICAS**	
2.1	IDENTIFICACIÓN DEL CONTRATO O CONVENIO	Contrato de Prestación de Servicios con persona Juridica
2.2	OBJETO	Prestar sus servicios profesionales, adelantando acciones de divulgación y promoción de políticas, estrategias, programas y planes en el marco de la normatividad relativa a la defensa de los consumidores y de la interacción entre productores del campo y consumidores de bienes agrícolas.
2.3	ACTIVIDADES ESPECÍFICAS	**OBLIGACIONES ESPECÍFICAS DEL CONTRATISTA:** 1. Entregar cronograma donde se establezcan las Actividades que se van a desarrollar en la ejecución del contrato para el periodo de ejecución, el cual debe ser aprobado por el supervisor. 2. Realizar la emisión de mínimo 770 mensajes institucionales, sin perjuicio que se puedan emitir un mayor número durante el periodo de la ejecución del contrato, de las estrategias, mecanismos y políticas del MINISTERIO a través de los espacios asignados a LA CONFEDERACIÓN, en los canales de televisión (nacionales, regionales y locales) de acuerdo con las especificaciones del supervisor del contrato. 3. Garantizar la emisión y divulgación efectiva de los mensajes institucionales que sean de interés para la comunidad, bien sea producidos por LA CONFEDERACIÓN o entregados por EL MINISTERIO para tal fin, a través de los espacios de televisión asignados Comisión de Contenidos Audiovisuales de la Comisión de Regulación de Comunicaciones como es el caso del denominado "Boletín del Consumidor". 4. Realizar la emisión de mensajes institucionales del MINISTERIO durante el plazo de ejecución del contrato, empleando un mínimo de tres veces al personaje denominado "Tal Cual", de acuerdo con la necesidad institucional. 5. Apoyar en la programación de la emisión de los mensajes institucionales, los cuales deben estar alineados con la estrategia de comunicaciones del MINISTERIO.

6. Apoyar en la estimulación de los programas que buscan el abastecimiento normal de los mercados y la oferta de productos alimenticios oportunamente y en condiciones de buena calidad y precios justos.
7. Efectuar la divulgación de información sobre abastecimiento y precios de productos alimenticios de cosecha, para evitar que los consumidores presionen la demanda de artículos escasos y lograr mejores beneficios para productores y consumidores.
8. Brindar apoyo al "Pacto por Colombia" suscrito entre LA CONFEDERACIÓN, la Asociación de Usuarios Campesinos ANUC y la Confederación Nacional Comunal, para defender los principales intereses de la comunidad, así como propender por la oferta normal de los productos alimenticios más importantes de la canasta familiar.
9. Apoyar en el fortalecimiento de la información sobre los precios oficiales o racionales que imperen en el mercado de los alimentos.
10. Apoyar en el fortalecimiento de la información a los consumidores sobre las normas de idoneidad que deben exigir en relación con los alimentos.
11. Divulgar estrategias y planes que estén encaminadas al desarrollo del campo y la protección del trabajo rural en temas relacionados con desarrollo rural, productividad y de tierras, comercialización, etc.
12. Garantizar el uso adecuado de la imagen institucional del MADR atendiendo los parámetros que le indique el Grupo de Prensa y Comunicaciones del Ministerio.
13. Cumplir con el cronograma de actividades aprobado por el supervisor.
14. Apoyar en las actividades relacionadas con el fortalecimiento y fomento del equilibrio entre la demanda y oferta de los productos agropecuarios, con consumidores, ligas y asociaciones adscritas a LA CONFEDERACIÓN.

OBLIGACIONES GENERALES DEL CONTRATISTA:

1. Cumplir con el pago de los aportes al sistema general de seguridad social integral (salud, pensión y riesgos laborales - ARL) durante la vigencia del presente contrato, presentando los comprobantes de pago y su cotización deberá corresponder a lo legalmente exigido. (Art. 50 Ley 789 de 2002, Ley 1150 de 2007, y demás disposiciones legales vigentes).
2. Informar oportunamente cualquier anomalía o dificultad que advierta en el desarrollo del contrato y proponer alternativas de solución a las mismas.
3. Presentar los informes que le indique el supervisor y especialmente los señalados en el acápite relativo a la forma de pago.
4. Defender en todas sus actuaciones los intereses del MINISTERIO según corresponda y obrar con lealtad y buena fe en todas las etapas contractuales.
5. Conocer y acatar lo dispuesto en el Manual de Contratación y Supervisión del MINISTERIO.
6. Informar oportunamente de cualquier petición, amenaza de quien actuando por fuera de la ley pretenda obligarlo a hacer u omitir algún acto u ocultar hechos que afecten los intereses del MINISTERIO.
7. Cumplir con lo establecido en la propuesta.
8. Desarrollar las actividades y productos materia del contrato bajo los principios, lineamientos y directrices trazadas en el Sistema de Gestión de Calidad del MINISTERIO.
9. Responder por la integridad, autenticidad, veracidad y fidelidad de la información a su cargo, y por la organización, conservación y custodia de los documentos, teniendo en cuenta los principios de procedencia y orden original, el ciclo vital de los documentos y normatividad archivística, sin perjuicio de las responsabilidades señaladas en la Ley 734 de 2002 o la que la sustituya o modifique.
10. Mantener estricta reserva y confidencialidad de toda la información y documentación que le haya sido suministrada por el MINISTERIO en desarrollo de las obligaciones contractuales.
11. Mantener actualizado su domicilio durante el plazo e ejecución del contrato y seis (6) meses más y presentarse al MINISTERIO en el momento en que sea requerido por el mismo para la suscripción de la correspondiente Acta de Liquidación, si procede.
12. Aplicar en todas sus actuaciones la estrategia de comunicaciones del MINISTERIO.
13. Dar cumplimiento al Manual de Identidad Institucional, cuando haya lugar.

		14. Constituir la garantía de que trata los artículos 2.2.1.2.1.4.5 y 2.2.1.2.3.1.12 del Decreto 1082 de 2015 15. Todas las demás inherentes y necesarias para la ejecución del objeto contractual. **Obligaciones del Ministerio** 1. Cancelar a LA CONFEDERACIÓN el valor establecido en el contrato. 2. Exigir la ejecución idónea y oportuna del objeto contractual y velar por el cumplimiento del mismo. 3. Suministrar oportunamente la documentación e información que repose en el MINISTERIO necesarios para el cumplimiento del objeto contractual, cuando a ello hubiere lugar. 4. En caso de incumplimiento adelantar las gestiones necesarias para el reconocimiento y cobro de las sanciones pecuniarias a que hubiere lugar. 5. Ejercer la acción de repetición por las indemnizaciones que deba pagar como consecuencia de la actividad contractual.

3.	MODALIDAD DE SELECCIÓN DEL CONTRATISTA Y FUNDAMENTOS JURÍDICOS QUE SOPORTAN LA SELECCIÓN	
3.1	MODALIDAD DE SELECCIÓN DEL CONTRATISTA Y FUNDAMENTOS JURÍDICOS	La modalidad de selección a tener en cuenta será la de Contratación Directa, con fundamento en lo expuesto en el literal g del numeral 4 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007 y el artículo 2.2.1.2.1.4.8. del Decreto 1082 de 2015, que señala "Contratación directa cuando no exista pluralidad de oferentes", que a la letra reza: "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(...)". Asi las cosas, la Confederación Colombiana de Consumidores - CCC, es una confederación de gran representatividad a nivel nacional de la que hacen parte diversas ligas de consumidores de nuestro país; además, es un órgano consultivo del Gobierno Nacional, para asegurar el desarrollo y el cumplimiento de las normas que tengan por objeto la protección y la defensa de los consumidores de bienes y servicios. Igualmente, LA CONFEDERACIÓN es la única asociación de consumidores que tiene asignado por el Estado, el espacio de televisión a través del cual se transmite el Boletín del Consumidor, el cual es emitido por todos los canales públicos y privados, en el ámbito nacional, regional y local, de lunes a vierne. En tal sentido, la Sesión de Comisión de Contenidos Audiovisuales de la Comisión de Regulación de Comunicaciones, mediante la Resolución número 6564 del 16 de marzo de 2022 asignó a la Confederación Colombiana de Consumidores doscientos cuarenta y siete (247) espacios institucionales especiales de un (1) minuto y treinta (30) segundos diarios para el periodo comprendido entre el 31 de marzo del 2022 y el 30 de marzo del 2023. De igual forma, conforme al certificado de registro No. 461104 se registro la marca "Boletin del Consumidor" al titular ARIEL ARMEL ARENAS, quien concedió autorización a la CCC para la utilización del titulo para la suscripción del contrato con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural para el año 2022. Adicionalmente de acuerdo con el Sistema de Propiedad Industrial de la Superintendencia de Industria y Comercio, por medio de la Resolución 59460 del 28 de octubre de 2011, se le concedió al señor Francisco Hernández el registro de la marca "TAL CUAL", contando así con los derechos de autor de la misma, quien a su vez autorizó a la CCC para la utilización de los mesajes institucionales de la marca "TAL CUAL" en el contrato con Minagricultura para 2022. Por lo anterior se considera como el único canal de difusión idóneo para acercar y mostrar masivamente a los consumidores la importancia de la producción agropecuaria y el apoyo a los trabajadores del campo, por ende el único servicio que puede suplir la necesidad que EL MINISTERIO debe atender. Es importante anotar, que el programa de televisión, el Boletín del Consumidor, que orienta a los consumidores y usuarios en la protección de sus derechos y en cumplimiento de sus deberes inició en 1970 .

		FUNDAMENTOS NORMATIVOS DEL ESPACIO DE TELEVISIÓN ASIGNADO A LA CONFEDERACIÓN: • DECRETO 1441 DE 1982. ARTÍCULO 22. ORGANO 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. • LEY 182 DE 1995: ARTICULO 51. DE LA PROTECCIÓN AL USUARIO Y AL CONSUMIDOR. Los espacios de televisión asignados actualmente en las cadenas 1, A, 3 y en los Canales Regionales a las Asociaciones de Consumidores debidamente reconocidas por la ley, se mantendrán de manera permanente, a fin de que dichas organizaciones presenten programas institucionales de información a la ciudadanía, relacionados con sus derechos y mecanismos de protección. 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 (Negrilla y subrayas fuera del texto original). • RESOLUCIÓN 64 DE 2000 (FEBRERO 7) "POR LA CUAL SE REGLAMENTA LA EMISIÓN DE LOS ESPACIOS INSTITUCIONALES EN EL SERVICIO PÚBLICO DE TELEVISIÓN EN TODOS LOS NIVELES DE CUBRIMIENTO". Articulo. 2º—Del contenido de los espacios institucionales. La Comisión Nacional de Televisión indicará, mediante comunicación escrita dirigida a los concesionarios y operadores de televisión, cuáles son los mensajes que deben presentarse en los espacios institucionales mencionados en el artículo primero de esta resolución. Artículo. 5º—De 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 y a los partidos y movimientos políticos debidamente constituidos, se deberá contar con la previa aprobación expresa del representante legal de la Confederación Colombiana de Consumidores y/o del representante legal del partido y/o movimiento político al cual le corresponde hacer la intervención el día en que se pretende hacer la modificación. Para modificar el horario del mensaje que se presente en el espacio asignado al Minuto de Dios, se deberá contar con la previa aprobación expresa de la Comisión Nacional de Televisión. Articulo. 6º—De los requisitos a los que debe sujetarse la presentación de los espacios institucionales. Con excepción de los espacios de que tratan los artículos tercero y cuarto de la presente resolución, los espacios institucionales se someterán a los siguientes requisitos: a) La presentación de los espacios institucionales deberá realizarse dentro de los cortes de comerciales de los programas que se presentan en los horarios señalados en el artículo primero de la presente resolución. b) La distribución de los mensajes institucionales en los programas que se presenten en los horarios señalados en el artículo primero de esta resolución, será proporcional y equitativa. Es decir, por cada media hora de programa ubicado en los horarios señalados en el artículo primero de esta resolución debe presentarse mínimo un mensaje institucional. c) Todos los mensajes tendrán un símbolo al final que los identifique como campaña institucional, el cual será suministrado por la Comisión Nacional de Televisión. d) Cuando los comerciales que se presenten en un programa sean de superimposición o comprimidos, por cada media hora de programa se deberán presentar mínimo quince segundos (15") de espacios institucionales y así proporcionalmente a la duración total del programa. Los mensajes se emitirán en los cortes de comerciales regulares de estos programas, o bajo la forma superinmpuesta o comprimida si el canal o concesionario de espacios así lo decide y si técnicamente el mensaje lo permite. e) Los mensajes institucionales no harán parte del tiempo de comercialización autorizado dentro de los programas de televisión. f) Los mensajes institucionales podrán ser transmitidos en forma adicional a la señalada en la presente resolución, en el mismo horario indicado en el artículo primero de esta resolución o en horarios distintos, siempre y cuando no se les incluya ninguna modificación en el audio ni en el video. • ACUERDO 002 DE 2011 DE LA CNT HOY ANTV: ARTÍCULO 14. ESPACIOS INSTITUCIONALES ESPECIALES . "Dentro de los espacios institucionales señalados en el artículo anterior, se encuentran los siguientes: 1. 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. 2. Asociaciones de Consumidores: Espacios institucionales asignados a Asociaciones de Consumidores debidamente reconocidas por la ley, a fin de que dichas organizaciones presenten programas institucionales de información a la ciudadanía relacionados con sus derechos y mecanismos de protección. En ningún caso se permitirá realizar proselitismo político, ni destacar la gestión de determinadas personas en dichos espacios. La violación a la presente prohibición dará lugar a la revocación de la autorización para utilizar el espacio. A más tardar el 15 de febrero de cada año, el Director de la Comisión Nacional de Televisión 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 Junta Directiva de la Comisión Nacional de Televisión. 3. Instituto Colombiano de Bienestar Familiar: Espacios institucionales asignados al Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, los cuales tendrán una duración máxima de un (1) minuto y deberán radiodifundirse de lunes a viernes, en el horario comprendido entre las 19:02 y las 22:00 horas" (Negrilla y subrayas fuera del texto original). • LEY 1480 DE 2011: 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. 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. • RESOLUCIÓN N° 0455 DE 2013 DE LA ANTV: ARTÍCULO 3: Modificar el articulo 11 del Acuerdo CNTV 002 de 2011, el cual quedará así: Artículo 11. REQUISITOS PARA LA RADIODIFUSIÓN. Los contenidos que se radiodifunden en los espacios institucionales deberán atender los siguientes requisitos: -No utilizar ninguna forma de comercialización. –No presentar las actuaciones de entidades públicas como obra personal de sus gestores. –Podrá inlcuir los logros de entidades estatales y organismos multilaterales que hayan participado en la generación del proyecto, programa o campaña difundiendo a través del espacio institucional. –No serán objeto de facturación por parte de la Autoridad Nacional de Televisión ni por parte de opearadores públicos ni privados.-Cumplir con los requerimientos técnicos que determine la Autoridad Nacional de Televisión. ARTÍCULO 4: Modificar el artículo 17 del Acuerdo CNTV 002 de 2011, el cual quedará así: Artículo 17. RESPONSABILIDAD POR EL CONTENIDO DE LOS ESPACIOS INSTITUCIONALES: La responsabilidad por el contenido de los espacios institucionales será exclusivamente de la entidad a la cual se le asigna el espacio respectivo, sin perjuicio de las verificaciones que efectué la ANTV tendrá la facultad de autorizar o negar la emisión de los espacios institucionales teniendo en cuenta las disposiciones consagradas en la regulación vigente, así como de determinar la hora de inicio de su radiodifusión dentro de los tiempos diarios reservados previstos en el artículo 13 del Acuerdo CNTV 002 de 2011. • RESOLUCIÓN N° 0295 DE 2019 DE LA ANTV: ARTÍCULO PRIMERO: Asignar doscientos cincuenta y cinco (255) espacios institucionales especiales de un (1) minuto y treinta (30) segundos diarios por el periodo de un año contado a partir del 3 de abril de 2019 a la Confederación Colombiana de Consumidores. En éste punto es importante aclarar que en el caso concreto se pretende la contratación de ESPACIOS DE DIVULGACIÓN, toda vez que se requiere la satisfacción del derecho a la información de los ciudadanos o el ejercicio de sus derechos y brindar una información útil a la

		ciudadanía, tal como la información de orden legal que sea de interés general para la ciudadanía, dando aplicación al siguiente marco normativo: • LEY 1474 DE 2011: "ARTÍCULO 10. PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD. Los recursos que destinen las entidades públicas y las empresas y sociedades con participación mayoritaria del Estado del orden nacional y territorial, en la divulgación de los programas y políticas que realicen, a través de publicidad oficial o de cualquier otro medio o mecanismo similar que implique utilización de dineros del Estado, deben buscar el cumplimiento de la finalidad de la respectiva entidad y garantizar el derecho a la información de los ciudadanos. En esta publicidad oficial se procurará la mayor limitación, entre otros, en cuanto a contenido, extensión, tamaño y medios de comunicación, de manera tal que se logre la mayor austeridad en el gasto y la reducción real de costos. Los contratos que se celebren para la realización de las actividades descritas en el inciso anterior, deben obedecer a criterios preestablecidos de efectividad, transparencia y objetividad. Se prohíbe el uso de publicidad oficial, o de cualquier otro mecanismo de divulgación de programas y políticas oficiales, para la promoción de servidores públicos, partidos políticos o candidatos, o que hagan uso de su voz, imagen, nombre, símbolo, logo o cualquier otro elemento identificable que pudiese inducir a confusión. En ningún caso las entidades objeto de esta reglamentación podrán patrocinar, contratar o realizar directamente publicidad oficial que no esté relacionada en forma directa con las funciones que legalmente debe cumplir, ni contratar o patrocinar la impresión de ediciones de lujo o con policromías. Parágrafo 2. Lo previsto en este artículo no se aplicará a las sociedades de economía mixta ni a las empresas industriales y comerciales del Estado que compitan con el sector público o privado o cuando existan motivos de interés público en salud. Pero en todo caso su ejecución deberá someterse a los postulados de planeación, relación costo beneficio, presupuesto previo y razonabilidad del gasto. Parágrafo 3. Las entidades del orden nacional y territorial a que se refiere esta disposición están obligadas a publicar periódicamente en su página de Internet toda la información relativa al presupuesto, planificación y gastos en las actividades descritas en el inciso primero de este artículo" (Negrilla y subrayas fuera del texto original). • DECRETO 4326 DE 2011: Por el cual se reglamenta parcialmente el artículo 10 de la Ley 1474 de 2011 "Artículo 1. Actividades de divulgación. De acuerdo con lo establecido en el Artículo 10 de la Ley 1474 de 2011, las entidades públicas podrán adelantar directa o indirectamente, actividades de divulgación de sus programas y políticas, para dar cumplimiento a la finalidad de la respectiva entidad en un marco de austeridad en el gasto y reducción real de costos, acorde con los criterios de efectividad, transparencia y objetividad. Artículo 2. Actividades no comprendidas. No se consideran actividades de divulgación de programas y políticas, ni publicidad oficial, aquellas que realicen las entidades públicas con la finalidad de promover o facilitar el cumplimiento de la Ley en relación con los asuntos de su competencia, la satisfacción del derecho a la información de los ciudadanos o el ejercicio de sus derechos, o aquellas que tiendan simplemente a brindar una información útil a la ciudadanía, como pueden ser entre otras: a. Las originadas en actividades o situaciones de riesgo, cuya difusión tiende a prevenir o disminuir la consumación de daños a la ciudadanía; b. Las notificaciones, comunicaciones o publicaciones legalmente dispuestas; c. La comunicación o publicación de los instrumentos y demás documentos que deba realizar, de acuerdo con el ordenamiento jurídico; d. La información de orden legal que sea de interés general para la ciudadanía" (Negrilla y subrayas fuera del texto original). • DECRETO LEY 019 DE 2012: "ARTÍCULO 232. PUBLICIDAD OFICIAL. En ningún caso las entidades objeto de esta reglamentación podrán patrocinar, contratar o realizar directamente publicidad oficial que no esté relacionada con las funciones que legalmente debe cumplir, ni contratar o patrocinar la impresión de ediciones de lujo" (Negrilla y subrayas fuera del texto original).

4.	**ANÁLISIS QUE SOPORTA EL VALOR DEL CONTRATO O CONVENIO , INDICANDO LAS VARIABLES UTILIZADAS PARA CALCULAR EL PRESUPUESTO DEL MISMO Y LOS RUBROS QUE LO COMPONEN**	
4.1	REQUISITOS DE EXPERIENCIA E IDONEIDAD	EL MINISTERIO requiere contratar con una entidad representativa de los consumidores, con experiencia en el fortalecimiento de las Asociaciones y Ligas de Consumidores a través de la difusión e información, la orientación, la educación y la capacitación a los consumidores y comunidad en general, con el propósito de generar una cultura ciudadana frente a los intereses de los consumidores de bienes o servicios; entre los que se encuentran lo de origen rural. Así mismo, que cuente con un espacio de televisión asignado por el estado para acercar y mostrar a los consumidores la importancia de la producción agropecuaria y el apoyo a los trabajadores del campo. Adicionalmente, que tenga experiencia en la divulgación de políticas, estrategias, programas y planes, de la normatividad relativa a la defensa de los consumidores y de la interacción entre productores y consumidores de bienes agrícolas.
4.2	EXPERIENCIA ACREDITADA POR EL CONTRATISTA O EJECUTOR	LA CONFEDERACIÓN tiene dentro de sus funciones 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. Además está integrada por organizaciones sindicales, de pensionados, padres de familia, amas de casa, profesionales cívicas y comunitarias y es la organización más representativa de los consumidores colombianos, así mismo agrupa a personas jurídicas que se hayan creado con tal fin, tal y como se aprecia en el Certificado de Existencia y Representación Legal, que hace parte del presente documento. La CONFEDERACIÓN COLOMBIANA DE CONSUMIDORES - CCC, de acuerdo a la investigación del Ministerio de Justicia y del Derecho (1996) "Protección Legal y Procedimental de los derechos de los consumidores" concluye que es la entidad cúpula de las ligas de consumidores de nuestro país; en tal sentido puede concluirse que es la más representativa desde el punto de vista de las herramientas privadas que existen para proteger los derechos de los consumidores. De acuerdo con la Resolución 5949 del 26 de marzo de la Sesión de Comisión de Contenidos Audiovisuales de la Comisión de Regulación de Comunicaciones: "Por medio de la cual se asignan los espacios institucionales especiales de protección a los consumidores para el periodo comprendido entre el 31 de marzo de 2020 y el 30 de marzo de 2021", se le asignó a la Confederación Colombiana de Consumidores 243 espacios institucionales especiales de 1 minuto y treinta segundos diarios por el periodo de un año. En este marco, la CONFEDERACIÓN tiene el BOLETÍN DEL CONSUMIDOR, el cual es transmitido por todos los canales públicos y privados, en el ámbito nacional, regional y local, de lunes a viernes. Este micro programa de 30 segundos, es emitido antecediendo a los principales noticieros de televisión, en la mayoría de los casos en franjas triple A (alta audiencia). La temática del mismo, está dirigida a orientar tanto a consumidores como a productores. Teniendo en cuenta que día el 3 de diciembre de 1996, se suscribió entre la Confederación Nacional Comunal, la Asociación Nacional de Usuarios Campesinos "ANUC" y la Confederación Colombiana de Consumidores "C.C.C.", el Acta de Integración Institucional conocido como "Pacto por Colombia", cuyo objetivo es aunar esfuerzos para trabajar solidaria y mancomunadamente por el respeto de sus derechos constitucionales y legales a la participación, a la representación, a la protección de los sectores que representan, a la consulta, a la educación, a informar y ser informados verazmente y a ser oídos por los poderes públicos. Mediante este acuerdo, las instituciones participantes se comprometieron a aunar esfuerzos para apoyar toda iniciativa que busque un mejor bienestar para los colombianos, el fortalecimiento de su ingreso, el acceso equitativo a la propiedad, la justa distribución de la riqueza y la lucha contra la inflación.

		Que de acuerdo con la Ley 73 de 1981 y del Decreto 1441 de 1982[1], la Confederación Colombiana de Consumidores es órgano consultivo del Gobierno, para asegurar el desarrollo y el cumplimiento de las normas que tengan por objeto la protección y la defensa de los consumidores de bienes y servicios, por lo cual **LA CONFEDERACIÓN** desarrolla actividades de difusión con entidades del Orden Nacional como el Ministerio de Comercio, el Ministerio del Interior y Justicia, entre otros. Por otra parte es importante aclarar que **EL MINISTERIO** en años anteriores (desde antes de los años 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020 y 2021) ha celebrado contratos con la Confederación Colombiana de Consumidores, CCC, obteniendo resultados satisfactorios, criterio que refuerza la idoneidad de la misma, quien se se encuentra en capacidad de ejecutar el objeto del contrato y cuenta con la experiencia, como quiera que también ha adalentado contrataciones similares con otras instituciones gubernamentales tales como: Ministerio del Trabajo y Ministerio del Interior. En tal sentido, analizada la propuesta, **LA CONFEDERACIÓN**, cumple a cabalidad con la experiencia requerida por **EL MINISTERIO** y se puede afirmar que es idóneo y por ende cuenta con la capacidad de ejecutar el objeto y obligaciones contractuales a pactar.
4.3	VALOR DEL CONTRATO O CONVENIO	Para los efectos legales y fiscales pertinentes, el valor del Contrato asciende a la suma de **SETECIENTOS CUARENTA Y TRES MILLONES SEISCIENTOS NOVENTA Y UN MIL PESOS M/CTE ($743.691.000,00),** incluido IVA y todos los costos directos e indirectos que conlleven la ejecución del contrato.
4.4	VARIABLES QUE SOPORTAN EL VALOR DEL CONTRATO O CONVENIO.	Para la determinación del valor del contrato, el Grupo de Comunicaciones y Prensa del MINISTERIO, tuvo en cuenta las siguientes líneas generales que se pretenden satisfacer con la celebración de un contrato de prestación de servicios con LA CONFEDERACIÓN, a saber: (i) Difusión y socialización de los mecanismos y estrategias para el sector agro entre los consumidores, las asociaciones y diferentes entidades que personifican los potenciales compradores de los productos agropecuarios colombianos. (ii) Mensajes de televisión (mínimo 770) a través del microprograma "El Boletín del Consumidor", el cual fue asignado a LA CONFEDERACIÓN, con el cual llegar a los consumidores directamente, para generar relaciones armónicas entre agricultores y consumidores, productores agropecuarios y en general de toda la población colombiana. (iii) Estructuración del diseño de mensajes institucionales requeridos por el Ministerio. Por otra parte, para la determinación del valor fue relizado el siguiente análisis histórico de los contratos realizados entre el MINISTERIO y la CONFEDERACIÓN:

VALOR COMPROMETIDO Y EJECUTADO EN LA VIGENCIA 2021	
OBJETO	**VALOR TOTAL**
Prestar sus servicios para el fomento y divulgación de políticas, estrategias, programas y planes, de la normativa relativa a la defensa de los consumidores y de la interacción entre productores y consumidores de bienes agrícolas.	**$743.691.000**

VALOR COMPROMETIDO Y EJECUTADO EN LA VIGENCIA 2020	
OBJETO	**VALOR TOTAL**
Prestar sus servicios para el fomento y divulgación de políticas, estrategias, programas y planes, de la normativa relativa a la defensa de los consumidores y de la interacción entre productores y consumidores de bienes agrícolas.	**$720.000.000**

[1]**Decreto 1441 de 1982. Artículo 22. Organo 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.

VALOR COMPROMETIDO Y EJECUTADO EN LA VIGENCIA 2019	
OBJETO	**VALOR TOTAL**
Prestar sus servicios para el fomento y divulgación de políticas, estrategias, programas y planes, de la normativa relativa a la defensa de los consumidores y de la interacción entre productores y consumidores de bienes agrícolas.	**$701.000.000**

VALOR COMPROMETIDO Y EJECUTADO EN LA VIGENCIA 2018	
OBJETO	**VALOR TOTAL**
EL CONTRATISTA se obliga para con EL MINISTERIO a prestar sus servicios, por sus propios medios, con plena autonomía técnica y administrativa, en las actividades de fomento y difusión de políticas, estrategias, programas y planes, de la normatividad relativa a la defensa de los consumidores y de la interacción entre productores rurales y consumidores.	**$701.000.000**

VALOR COMPROMETIDO Y EJECUTADO EN LA VIGENCIA 2017	
OBJETO	**VALOR TOTAL**
EL CONTRATISTA se obliga para con EL MINISTERIO a prestar sus servicios, por sus propios medios, con plena autonomía técnica y administrativa, en las actividades de fomento y difusión de políticas, estrategias, programas y planes, de la normatividad relativa a la defensa de los consumidores y de la interacción entre productores rurales y consumidores.	**$680.000.000**

VALOR COMPROMETIDO Y EJECUTADO EN LA VIGENCIA 2016	
OBJETO	**VALOR TOTAL**
EL CONTRATISTA se obliga para con EL MINISTERIO a prestar sus servicios, por sus propios medios, con plena autonomía técnica y administrativa, en las actividades de fomento y difusión de políticas, estrategias, programas y planes, de la normatividad relativa a la defensa de los consumidores y de la interacción entre productores rurales y consumidores.	**$680.258.000**

VALOR COMPROMETIDO Y EJECUTADO EN LA VIGENCIA 2015	
OBJETO	**VALOR TOTAL**
LA CONFEDERACIÓN se obliga para con **EL MINISTERIO** a prestar por sus propios medios, con plena autonomía técnica y administrativa, en las labores de promoción y difusión de las políticas, estrategias, programas y planes que se desarrollen a favor del setor rural colombiano y difundir las normas constitucionales, legales y reglamentarias, relacionadas con la protección y defensa de los consumidores de bienes y servicios del sector agropecuario, pesquero y de desarrollo rural colombiano fomentando el acercamiento entre productores rurales y consumidores para propiciar condiciones optimas en que se presenta la oferta y demanda de productos agropecuarios; además divulgar las normas constitucionales, legales y reglamentarias relacionadas con la protección y defensa de los consumidores.	**$584.100.000**

		El valor definido en los presentes estudios previos, para el contrato se mantuvo igual con respecto a 2021, en atención a los problemas económicos ocasionados por la pandemia.
4.5	RUBROS QUE COMPONEN EL VALOR	El valor del Contrato se pagará con cargo al presupuesto de: **A-03-06-01-001 FORTALECIMIENTO DE LAS ASOCIACIONES Y LIGAS DE CONSUMIDORES** **Recurso: 10**. CDP 43822 del 2022-09-26
4.6	**FORMA DE PAGO**	EL MINISTERIO pagará a LA CONFEDERACIÓN el valor de **SETECIENTOS CUARENTA Y TRES MILLONES SEISCIENTOS NOVENTA Y UN MIL PESOS ($743.691.000) M/CTE** del presente contrato de la siguiente manera: 1. Un primer pago por valor de **DOSCIENTOS SESENTA MILLONES DOSCIENTOS NOVENTA Y UN MIL OCHOCIENTOS CINCUENTA PESOS ($260.291.850) M/CTE**, equivalente al treinta y cinco por ciento (35%) del valor total del contrato, previo cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento, la emisión de 250 mensajes a través del Boletín del Consumidor y certificación del cumplimiento en el pago de los aportes al sistema general de seguridad social en salud y pensión y ARL al tenor de la normatividad vigente. La CONFEDERACIÓN debe entregar informe que debe ser aprobado por el supervisor. 2. Un segundo pago por valor de **DOSCIENTOS SESENTA MILLONES DOSCIENTOS NOVENTA Y UN MIL OCHOCIENTOS CINCUENTA PESOS ($260.291.850) M/CTE**, equivalente al treinta y cinco por ciento (35%) del valor total del contrato, previo cumplimiento de la emisión de mínimo 300 mensajes a través del Boletín del Consumidor y certificación del cumplimiento en el pago de los aportes al sistema general de seguridad social en salud y pensión y ARL al tenor de la normatividad vigente. Para este pago se debe tener acumulado minimo el 70 % en el avance de ejecucion del contrato. La CONFEDERACIÓN debe entregar informe que debe ser aprobado por el supervisor. 3. Un tercer pago por valor **DOSCIENTOS VEINTITRÉS MILLONES CIENTO SIETE MIL TRESCIENTOS PESOS ($223.107.300) M/CTE**, equivalente al treinta por ciento (30%) del valor total del contrato, previo cumplimiento de la emisión de mínimo 220 mensajes a través del Boletín del Consumidor y certificación del cumplimiento en el pago de los aportes al sistema general de seguridad social en salud y pensión y ARL al tenor de la normatividad vigente. Para este pago se debe tener acumulado minimo el 100% en el avance de ejecucion del contrato. La CONFEDERACIÓN debe entregar informe que debe ser aprobado por el supervisor. NOTA 1: Los pagos antes señalados se realizarán con sujeción al PAC de la Gestión General del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, de tal manera que EL MINISTERIO no asume responsabilidad alguna por la demora que pueda presentarse en dichos pagos, y por lo tanto, LA CONFEDERACIÓN cumplirá con sus obligaciones y no podrá aducir como justificación alguna para su no realización, demora en el pago. NOTA 2: EL MINISTERIO hará las retenciones a que haya lugar sobre el pago, de acuerdo con las disposiciones legales vigentes, en caso de resultar aplicable. NOTA 3: La ejecución del objeto y obligaciones se pagarán hasta concurrencia de los recursos que por este contrato se apropien. NOTA 4: Los pagos serán efectuados por la Dirección de Crédito Público y del Tesoro Nacional del Ministerio de Hacienda y Crédito Público en la Cuenta Corriente No. 21500283960 del BANCO CAJA SOCIAL, designada por LA CONFEDERACIÓN para tal efecto, previo cumplimiento de los requisitos establecidos para tal fin.

5.	**ASPECTOS GENERALES APLICABLES AL CONTRATO O CONVENIO**

5.1.	DURACION DEL CONTRATO O CONVENIO	La duración del contrato será hasta el 31 de diciembre de 2022, a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución del contrato.
5.2	LUGAR DE EJECUCIÓN	Bogotá D.C.
5.3	SUPERVISIÓN	La supervisión del Contrato y el cumplimiento de las obligaciones que asume LA CONFEDERACIÓN serán verificadas por el jefe del Grupo de Comunicaciones Didier Chica Asesor 1020 - Grado 14 EL MINISTERIO, a través de quien designe por escrito el Ordenador del Gasto.
5.4	COMITÉ ADMINISTRATIVO	N/A

6. ANÁLISIS DE RIESGO Y FORMA DE MITIGARLO

No.	Clase	Fuente	Etapa	Tipo	Descripción (Qué puede pasar y, cómo puede ocurrir)	Consecuencia de la ocurrencia del evento	Probabilidad	Impacto	Valoración del riesgo	Categoría	¿A quién se le asigna?	Tratamiento/Controles a ser implementados
1	General	Interno	Planeación	Riesgos Operacionales	Se presenta cuando la definición de la necesidad y el objeto establecido en el estudio previo, no se ajusta a la modalidad de selección aplicable.	Retrasos en la revisión y ajuste del estudio previo por parte del abogado a cargo del tema.	4=Probable	2= Menor			MADR	Revisión y apoyo jurídico a las dependencias que solicitan la contratación, aclarando los requisitos y la aplicabilidad de cada una de las modalidades de selección.
2	General	Externo	Contratación	Riesgos Operacionales	Se presenta cuando el proponente seleccionado no firma el contrato en el plazo establecido.	Retraso en el inicio de la ejecución del contrato y afectación en el logro de los objetivos y satisfacción de la necesidad propuesta.	2=Improbable	2= Menor			CONTRATISTA	Se establecen plazos perentorios para el perfeccionamiento y ejecución del contrato.
3	General	Externo	Ejecución	Riesgos Operacionales	Ocurre cuando se presentan retrasos o incumplimientos en la entrega de los productos a cargo del contratista, con ocasión de la ejecución del contrato.	Afectación de la ejecución del contrato, satisfacción de la necesidad y posible incumplimiento de las obligaciones y actividades pactadas en el contrato.	3=Posible	4= Mayor			CONTRATISTA	Seguimiento y verificación del cumplimiento de las obligaciones pactadas en el contrato.
4	General	Interno	Ejecución	Riesgos Operacionales	Ocurre cuando se presentan demoras por parte de la Entidad en las aprobaciones previas de los productos desarrollados por el Contratista	Afecta el cumplimiento de las obligaciones del contratante a cargo del Supervisor del contrato, relacionadas con la aprobación de productos y/o informes, y genera retraso en el trámite de pago a favor del contratista.	1=Raro	3= Moderado			MADR	Revisión y aprobación oportuna de la documentación inherente a los productos del contrato

6.	ANÁLISIS DE RIESGO Y FORMA DE MITIGARLO										
5	General	Interno	Contratación	Riesgos Financieros	Se presenta cuando la entidad no cuenta con los recursos para pagar el valor del contrato en los plazos establecidos.	Genera mora de la entidad en el pago que puede afectar al contratista, hasta el punto de romper la ecuación económica del contrato.	1=Raro	2= Menor	[redacted]	MADR	Verificación del valor total del contrato y/o sus adiciones en valor, de manera previa a la expedición del registro presupuestal.
6	General	Externo	Ejecución	Riesgos Regulatorios	Se presenta por la expedición de normas que impongan nuevos tributos, impuestos o cargas parafiscales, que pueden afectar el equilibrio económico del contrato.	Genera una carga adicional a las previstas, que puede afectar a cualquiera o a las dos partes del contrato.	2=Improbable	2= Menor		MADR CONTRATISTA	Aplicación inmediata de las disposiciones legales y ajuste de los procesos internos de la entidad.
7	General	Externo	Ejecución	Riesgos Operacionales	Se presenta cuando la empresa editora del espacio televisivo tiene algún problema técnico con la sala de edición, software o equipos que pudieran evitar realizar las notas.	Genera una demora en la programación de las notas en los diferentes canales donde se emite el espacio.	2=Improbable	2= Menor		CONTRATISTA	Buscar alternativas o alianzas en caso de presentarse el hecho
8	General	Externo	Ejecución	Riesgos Operacionales	Se presenta cuando la empresa editora del espacio televisivo tiene algún problema para realizar la emisión de las notas, ococionado por la actual pandemia de Covid-19	Genera una demora en la programación de las notas en los diferentes canales donde se emite el espacio.	2=Improbable	2= Menor		CONTRATISTA	Buscar alternativas o alianzas en caso de presentarse el hecho

No.	Impacto después del tratamiento				¿Afecta la ejecución del contrato?	Responsable por implementar el tratamiento	A partir de cuando se inicia el tratamiento	Cuando se completa el tratamiento	Monitoreo y revisión	
	Probabilidad	Impacto	Valoración del riesgo	Categoría					¿Cómo se realiza el monitoreo?	Periodicidad
1	2=Improbable	1= Insignificante	[redacted]	[redacted]	NO	Area solicitante	Elaboración del plan anual	Estudios previos y proyecto de pliegos	Asesoría a las dependencias, revisión y ajuste del Estudio Previo	Cada vez que lo requiera la dependencia que presenta la solicitud de contratación.
2	1=Raro	1= Insignificante			No	Dependencia solicitante, y Contratista	Adjudicación del proceso	Requisitos para iniciar la ejecución	Verificando el cumplimiento de los plazos establecidos para el perfeccionamiento y ejecución del contrato.	Cada vez que se, elabora un contrato.

3	1=Raro	1= Insignificante	[redacted]	No	Supervisor del contrato	Cumplidos los requisitos para iniciar la ejecución	Vencimiento del plazo o liquidación	A través de la verificación de cumplimiento de las obligaciones del contratista, en los plazos establecidos en el contrato.	Permanente y previo a la expedición del recibo a satisfacción.
4	1=Raro	1= Insignificante		No	Supervisor del contrato	Cumplidos los requisitos para iniciar la ejecución	Vencimiento del plazo o liquidación	Cumplir con lo dispuesto en el Manual de Supervisión, realizado oportunamente el seguimiento y supervisión, previa al recepción de los productos.	Conforme a los plazos contractuales
5	1=Raro	2= Menor		No	Subdirección Financiera – Grupo de Presupuesto	Adjudicación del proceso	Requisitos para iniciar la ejecución	En el momento de expedir el registro presupuestal al contrato y/o sus adiciones en valor, verificar que los valores correspondan a los del registro presupuestal.	Cada vez que se expide registro presupuestal a un contrato y/o adición.
6	1=Raro	1= Insignificante		No	CONTRATISTA MADR	Cumplidos los requisitos para iniciar la ejecución	Vencimiento del plazo o liquidación	Permanente consulta y actualización normativa.	Permanente
7	1=Raro	2= Menor		No	CONTRATISTA	Cumplidos los requisitos para iniciar la ejecución	Vencimiento del plazo o liquidación	A través de la verificación y cumplimiento de sus obligaciones	Cada vez que la Entidad lo considere pertinente
8	1=Raro	2= Menor		No	CONTRATISTA	Cumplidos los requisitos para iniciar la ejecución	Vencimiento del plazo o liquidación	A través de la verificación y cumplimiento de sus obligaciones	Cada vez que la Entidad lo considere pertinente

7. ANÁLISIS QUE SUSTENTA LA EXIGENCIA DE GARANTÍAS

MECANISMOS DE COBERTURA			
AMPAROS	**PORCENTAJE**	**VIGENCIA**	**JUSTIFICACIÓN**
Garantía única de cumplimiento	10%	Plazo de ejecución del contrato y _6_ meses mas	Para garantizar el cumplimiento de las obligaciones a cargo del contratista
Salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones	5%	Plazo de ejecución del contrato y 3 años mas	Para garantizar el pago de salarios e indemnizaciones por parte del contratista

Lo anterior de conformidad con lo dispuesto en los artículos 2.2.1.2.3.1.12 y 2.2.1.2.3.1.13 del decreto 1082 de 2015

8. ANÁLISIS DEL SECTOR

En cumplimiento de lo previsto en el artículo 2.2.1.1.1.6.1. del Decreto 1082 de 2015, el MINISTERIO a través del Grupo de Comunicaciones y Prensa elabora el análisis del sector relativo a la contratación que se pretende desarrollar cuyo objeto es *Prestar sus servicios, en las actividades de fomento y divulgación de políticas, estrategias, programas y planes, de la normatividad relativa a la defensa de los consumidores y de la interacción entre productores y consumidores de bienes agrícolas".*

1. Análisis técnico:

En cumplimiento de sus funciones y atendiendo su misionalidad, el Ministro debe adelantar estrategias para difundir y promocionar las políticas, estrategias, indicadores, agenda, programas y planes que desarrolla la Entidad para fomentar un acercamiento entre consumidores y productores rurales; al igual que propiciar la armonización de las condiciones en las que se presentan la oferta y la demanda de los productos agropecuarios y pesqueros.

En tal sentido, se debe contratar una Organización idónea, que lidere el sector entre los consumidores, las asociaciones y diferentes entidades que personifiquen a los potenciales compradores de los productos agropecuarios colombianos para generar relaciones armónicas entre agricultores y consumidores, productores agropecuarios y en general de toda la población colombiana, y que cuente con medios de difusión para el logro de dicho objetivo.

Asi pues, 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"[2], cuya misión consiste en apoyar en 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".

Ademas, es de anotar que **LA CONFEDERACIÓN**, como lo expresa en la propuesta presentada ha venido auspiciando el fortalecimiento de las Asociaciones y Ligas de Consumidores a través de la difusión e información, la orientación, la educación y la capacitación a los consumidores y comunidad en general, con el propósito de generar una cultura ciudadana frente a los intereses de los consumidores de bienes o servicios; entre los que se encuentran lo de origen rural.

Así pues, la Confederación Colombiana de Consumidores (CCC) 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" , cuya misión consiste en apoyar en 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".

También es de anotar que la Confederación Colombiana de Consumidores (CCC), como lo expresa en la propuesta presentada

[2] http://www.ccconsumidores.org.co/index.php/quienes-somos (Página web consultada el día 03 de mayo de 2021).

ha venido auspiciando el fortalecimiento de las Asociaciones y Ligas de Consumidores a través de la difusión, información, promoción, orientación, y capacitación a los consumidores y a la comunidad en general, con el propósito de generar una cultura ciudadana frente a los intereses de los consumidores de bienes o servicios; entre los que se encuentran los de origen rural.

Además, cuenta con el espacio asignado por Comisión de Regulación de Comunicaciones a la Confederación Colombiana de Consumidores (CCC), a través del cual emite el espacio denominado Boletín del Consumidor el cual resulta idóneo para divulgar las estrategias y mecanismos que el Ministerio adelanta en favor de los trabajadores rurales y que también afectan positivamente a los consumidores en el tema de alimentos.

En tal sentido, la Sesión de Comisión de Contenidos Audiovisuales de la Comisión de Regulación de Comunicaciones, mediante la Resolución número 6209 del 10 de marzo de 2021 asignó doscientos cuarenta y siete (247) espacios institucionales especiales de televisión de un (1) minuto y treinta (30) segundos diarios para el periodo comprendido entre el 31 de marzo del 2021 y el 30 de marzo del 2022.

Asi mismo, conforme al certificado de registro No. 461104 se registro la marca "Boletin del Consumidor" al titular ARIEL ARMEL ARENAS, quien concedió autorización a la CCC para la utilización del titulo para la suscripción del contrato con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural para el año 2021.

En consecuencia, **EL MINISTERIO** requiere contratar el objeto porpuesto para atender la necesidad de información general sobre el sector.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO:

El valor de la propuesta,se ajusta a los valores que se establecen con otras entidades y que realizan similares contrataciones con **LA CONFEDERACIÓN** (Ministerio del Trabajo y Ministerio del Interior).

2.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y LA OFERTA:

Para la determinación del valor del contrato, el Grupo de Comunicaciones y Prensa del **MINISTERIO**, tuvo en cuenta las siguientes líneas generales que se pretenden satisfacer con la celebración de un contrato de prestación de servicios con **LA CONFEDERACIÓN**, a saber:

(i) Difusión y socialización de los mecanismos y estrategias para el sector agro entre los consumidores, las asociaciones y diferentes entidades que personifican los potenciales compradores de los productos agropecuarios colombianos.

(ii) Mensajes de televisión a través del microprograma "El Boletín del Consumidor", el cual fue asignado a **LA CONFEDERACIÓN**, con el cual llegar a los consumidores directamente, para generar relaciones armónicas entre agricultores y consumidores, productores agropecuarios y en general de toda la población colombiana.

2.1.2 ANÁLISIS COMPARATIVO

A continuación se relacionan algunas Entidades del sector público que han celebrado contratos con **LA CONFEDERACIÓN**, cuyo objeto resulta ser similar al pretendido por **EL MINISTERIO:**

N°	ENTIDAD	MODALIDAD DE SELECCIÓN	OBJETO DEL CONVENIO DE ASOCIACION O CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS	VALOR	CONTRATISTA
				$	
2022	MINISTERIO DEL INTERIOR CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS No 1683 DE 2022	Contrafo No 1683 DE 2022	Prestar los 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	$967.000.000	CONFEDERACION COLOMBIANA DE CONSUMIDORES

2021	MINISTERIO DEL INTERIOR CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS N°805 DE 2020	Contratación directa 1134 DE 2021	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 de espacio institucional del "Boletín de Consumidor" la información, orientación, y apoyo institucional que se requiera; de igual manera, divulgar los programas y políticas que se desarrolle el Ministerio del Interior y que sean de interés para los consumidores y la comunidad en general.	$940.300.000	CONFEDERACION COLOMBIANA DE CONSUMIDORES
2021	MINISTERIO DEL TRABAJO Convenio de Asociación 667 de 2021 Conf. Col. de Consumidores	Contratación directa	Aunar esfuerzos técnicos, administrativos, económicos para realizar y desarrollar las acciones necesarias para informar y orientar a los consumidores colombianos sobre temas laborales y procurar el fortalecimiento de las asociaciones y ligas de consumidores.	750.708.000	CONFEDERACION COLOMBIANA DE CONSUMIDORES

De acuerdo al análisis realizado con anterioridad, se puede apreciar que los valores allí descritos se encuentran ajustados al valor presupuestado por parte del **MINISTERIO**, el cual asciende a la suma de **$**743.691.000**.**

3. ANÁLISIS JURÍDICO:

- Art. 269 de la Constitución Política, "*en las entidades públicas, las autoridades correspondientes están obligadas a diseñar y aplicar, según la naturaleza de sus funciones, métodos y procedimientos de control, de conformidad con lo que disponga la ley, la cual podrá establecer excepciones y autorizar la contratación de dichos servicios con empresas privadas colombianas*".
- Artículo 2º del mismo cuerpo normativo señala como fines del Estado: *"servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la nación...".*
- 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."*
- LEY 182 DE 1995 *"Por la cual se reglamenta el servicio de televisión y se formulan políticas para su desarrollo, se democratiza el acceso a éste, se conforma la Comisión Nacional de Televisión, se promueven la industria y actividades de televisión, se establecen normas para contratación de los servicios, se reestreucturan entidades del sector y se dictan otras disposiciones en materia de telecomunicaciones".*
- RESOLUCIÓN 64 DE 2000 *"Por la cual se reglamenta la emisión de los espacios institucionales en el servicio público de televisión en todos los niveles de cubrimiento".*
- ACUERDO 002 DE 2011 "Por medio del cual se reglamenta la radiodifusión de contenidos en el servicio público de televisión abierta".
- LEY 1480 DE 2011 *"Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones".*
- RESOLUCIÓN N° 0455 DE 2013 "Por medio de la cual se hacen modificaciones a la reglamentación de la radiodifusión de contenidos en el servicio público de televisión abierta".
- RESOLUCIÓN N° 0295 DE 2019 *"Por medio de la cual se asignan los espacios institucionales especiales de protección a los consumidores para el periodo comprendido entre el 3 de abril de 2019 y el 30 de marzo de 2020"*

Así mismo, **LA CONFEDERACIÓN**, es la entidad de mayor representatividad entre las ligas de consumidores de nuestro país; además, es órgano consultivo del Gobierno Nacional, para asegurar el desarrollo y el cumplimiento de las normas que tengan por objeto la protección y la defensa de los consumidores de bienes y servicios.

Igualmente, **LA CONFEDERACIÓN** tiene asignado por el Estado, el espacio de televisión denominado el Boletín del Consumidor, el cual es transmitido por todos los canales públicos y privados, en el ámbito nacional, regional y local, de lunes a viernes. Por lo anterior se considera como el único canal de difusión idóneo para acercar y mostrar a los consumidores la

importancia de la producción agropecuraria y por ende el único servicio que puede suplir la necesidad que **EL MINISTERIO** debe atender.

En tal sentido, la Sesión de Comisión de Contenidos Audiovisuales de la Comisión de Regulación de Comunicaciones, mediante la Resolución número 6564 del 16 de marzo de 2022 asignó a la Confederación Colombiana de Consumidores doscientos cuarenta y siete (247) espacios institucionales especiales de un (1) minuto y treinta (30) segundos diarios para el periodo comprendido entre el 31 de marzo del 2022 y el 30 de marzo del 2023. El uso de estos espacios se someterá a las condiciones resolutorias señaladas en la parte considerativa del presente acto.

Asi mismo, conforme al certificado de registro No. 461104 se registro la marca "Boletin del Consumidor" al titular ARIEL ARMEL ARENAS, quien concedió autorización a la CCC para la utilización del titulo para la suscripción del contrato con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural para el año 2022.

Adicionalmente de acuerdo con el Sistema de Propiedad Industrial de la Superintendencia de Industria y Comercio, por medio de la Resolución 59460 del 28 de octubre de 2011, se le concedió al señor Francisco Hernández el registro de la marca "TAL CUAL", contando así con los derechos de autor de la misma, quien a su vez autorizó a la CCC para la utilización de los mesajes institucionales de la marca "TAL CUAL" en el contrato con Minagricultura para 2022.

Finalmente, el Grupo de Comunicaciones y Prensa aclara que el presente estudio previo cumple con los principios consagrados en la Ley 80 de 1.993 y Ley 1150 de 2007, en especial los de transparencia, economía y responsabilidad.

Finalmente el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural manifiesta que el Contrato que se celebrará NO está cobijado por un Acuerdo Internacional o un Tratado de Libre Comercio vigente para el Estado Colombiano en los términos del numeral 8 del artículo 2.2.1.1.2.1.1 del Decreto 1082 de 2015.

Bogotá, 29 septiembre de 2022

DIDIER GERMÁN CHICA MARTÍNEZ
Jefe Grupo de Comunicaciones y Prensa