

REFERENCIA: Aprueba contrato y ordena pago a **Sociedad GFK Adimark Chile S. A.**

RESOLUCION EXENTA N° 169

SANTIAGO, 26 ABR 2017

VISTOS:

Lo dispuesto por el inciso sexto del numeral 12 del artículo 19 de la Constitución Política de la República, que crea el Consejo Nacional de Televisión, los artículos 14 bis, 41 y demás pertinentes de la Ley N°18.838 de 1989, Orgánica del Consejo Nacional de Televisión y sus modificaciones posteriores; la Ley 20.981, que aprobó el Presupuesto del Sector Público para el año 2017; la Resolución 1600 de 30 de octubre de 2008, de la Contraloría General de la República; y,

CONSIDERANDO:

- a) Que, se firmó un Contrato de prestación de servicios entre **Sociedad GFK Adimark Chile S. A.** y el Consejo Nacional de Televisión, con fecha 31 de marzo de 2017.
- b) Que, el CNTV cuenta con las disponibilidades presupuestarias para el propósito indicado en el considerando a).

RESUELVO:

1º Apruébese Contrato de fecha 31 de marzo de 2017, entre **Sociedad GFK Adimark Chile S. A.** y el Consejo Nacional de Televisión, que considera la realización del Servicio para la realización de la IX Encuesta Nacional de Televisión-ENTV del Consejo Nacional de Televisión-CNTV y otras encuestas.

2º Páguese a **Sociedad GFK Adimark Chile S. A.**, Rut: 83.625.300-0.- la suma única y total de **\$76.475.000.-** impuestos incluidos. El pago será por parcialidades según se indicará, y se realizará al final de cada etapa del Proyecto, previa aprobación conforme de cumplimiento de entrega de cada uno de los productos que se indicarán, por parte de la Directora del Departamento de Estudios y Relaciones Internacionales del CNTV, y de la respectiva factura que se envíe por parte de la organización adjudicada.

3º Impútese el gasto que irroga este pago al Subtítulo 22, Ítem 11, Asignación 001, del Presupuesto del Consejo Nacional de Televisión.

ANOTESE Y ARCHIVASE CON SUS ANTECEDENTES



Oscar Reyes Peña
Presidente
Consejo Nacional de Televisión


PY/JC/ma



CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS

ENTRE EL CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN

Y

SOCIEDAD GFK ADIMARK CHILE S.A.

“PARA EFECTOS DE LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PARA LA REALIZACIÓN DE LA IX ENCUESTA NACIONAL DE TELEVISIÓN – ENTV DEL CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN – CNTV Y OTRAS ENCUESTAS”

En Santiago, a 31 de marzo de 2017, entre el **CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN**, en adelante “el CNTV”, Rol Único Tributario N°60.909.000-6, institución autónoma de rango constitucional creado por el inciso sexto del numeral 12, del Artículo 19, de la Constitución Política de la República, representado por su Presidente, don **OSCAR REYES PEÑA**, cédula nacional de identidad N°7.266.223-7, ambos domiciliados en calle Mar del Plata N°2147, comuna de Providencia, Santiago, en adelante “el CNTV” y/o “el Consejo”; y por la otra don **MAX PABLO PURCELL GOUDIE**, Rut. N°7.033.299 - K, en su calidad de Gerente General y representante legal, de la Sociedad “**GFK ADIMARK CHILE S.A.**”, Rut de la empresa N°83.625.300 - 0, ambos domiciliados en calle Avenida Américo Vespucio Sur N°100, piso N°7, comuna de Las Condes, Santiago, en adelante “la Empresa” y/o “la Sociedad”, se ha convenido celebrar el siguiente Contrato de Prestación de Servicios:

PRIMERO: Mediante Resolución Exenta N°115, de 14 de marzo de 2017, “el CNTV” se adjudicó “LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PARA LA REALIZACIÓN DE LA IX ENCUESTA NACIONAL DE TELEVISIÓN–ENTV DEL CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN–CNTV Y OTRAS ENCUESTAS”, a la sociedad “GFK ADIMARK CHILE S.A.”, Rut: N°83.625.300-0 y asimismo, mediante Resolución Exenta N°33, de fecha 26 de enero 2017, se aprobaron las Bases administrativas para “LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PARA LA REALIZACIÓN DE LA IX ENCUESTA NACIONAL DE TELEVISIÓN– ENTV DEL CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN – CNTV Y OTRAS ENCUESTAS”.

SEGUNDO: Por el presente acto, “el CNTV” contrata los servicios de la sociedad “GFK ADIMARK CHILE S.A.”, PARA LA REALIZACIÓN DE LA IX ENCUESTA NACIONAL DE TELEVISIÓN–ENTV DEL CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN–CNTV Y OTRAS ENCUESTAS”.

Por su parte, “la Sociedad”, “GFK ADIMARK CHILE S.A.” se obliga a la adecuada realización, ejecución y conclusión del trabajo encomendado, en conformidad a la Resolución Exenta N°33 de fecha 26 de enero de 2017, la cual establece las Bases Administrativas y Técnicas “PARA LA

REALIZACIÓN DE LA IX ENCUESTA NACIONAL DE TELEVISIÓN-ENTV DEL CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN- CNTV Y OTRAS ENCUESTAS”. Los servicios contratados tendrán por objeto fundamental, lo señalado en las bases citadas en éste Contrato.

Las Bases Administrativas y Técnicas “PARA LA REALIZACIÓN DE LA IX ENCUESTA NACIONAL DE TELEVISIÓN-ENTV DEL CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN-CNTV Y OTRAS ENCUESTAS”, tienen variados requerimientos, que se detallarán a continuación en éste Contrato, además de las bases mismas antes señaladas.

ANTECEDENTES GENERALES DEL CONTRATO

A. PRODUCTO N° 1: MINI ENCUESTAS PERIÓDICAS.
“El CNTV” requiere, de manera complementaria a la realización de la IX ENTV, el levantamiento de encuestas breves en modalidad periódica, que permitan obtener información sobre los mismos temas con regularidad.

1. Objetivo
Este instrumento deberá monitorear de forma sistemática la opinión pública y recopilar información sobre temas contingentes y en corto plazo, como complemento a la IX ENTV.
2. Requerimientos
La realización de estas encuestas secuenciales o periódicas, en modalidad ómnibus, panel web o similar, debe considerar la aplicación de un total de 20 preguntas aproximadamente, con distinta frecuencia y flexibilidad según requerimientos del CNTV y según la oferta técnica, a través de teléfono y/u otras modalidades disponibles para este tipo de estudios.

Las encuestas periódicas o secuenciales deberán realizarse mensualmente, durante la cantidad de meses que corresponda, dependiendo de la cantidad total de preguntas disponibles que la empresa adjudicataria ofrezca.

Estas encuestas abordarán diversos temas para obtener información de la opinión pública con regularidad, sistematicidad y rapidez, sirviendo de base estratégica para la toma de decisiones en el corto y mediano plazo, y para la comunicación con los *stakeholders* y ciudadanos.

La utilización del sistema de las Mini Encuestas periódicas debe permitir realizar un seguimiento regular a dimensiones relevantes en materia de televisión, ya que una misma pregunta se podría formular en distintos momentos de tiempo. Por otra parte, también debe presentar la suficiente flexibilidad como para recoger información sobre temas contingentes en el corto plazo.

En concreto, se trata de la realización de 20 preguntas, distribuidas de manera mensual o semanal (según oferta técnica), durante los meses previos a la entrega de resultados de la IX ENTV.

Instrumento de recolección de datos: la pauta de preguntas de cada versión de mini encuesta será entregada en versión preliminar por el Departamento de Estudios del CNTV y la versión final será concordada con el oferente de la encuesta.

3. Productos entregables.
Cada Mini- Encuesta complementaria tendrá dos productos finales: la base de datos en SPSS y una presentación Power Point con resultados principales.
4. Plazo para la realización de los estudios
El adjudicatario debe realizar el trabajo en el plazo estipulado en su propuesta, previa firma de Contrato y Resolución Administrativa que lo apruebe.

B. PRODUCTO N° 2: IX ENTV (NOVENA ENCUESTA NACIONAL DE TELEVISIÓN)

1. Objetivo
El principal objetivo del estudio es contar con información que dé cuenta del acceso y estado de la opinión pública sobre la televisión abierta y pagada en Chile.

El diseño de la investigación considerará algunos indicadores ya utilizados en estudios anteriores, con lo cual, se espera conocer aspectos de la evolución que ha experimentado la opinión pública respecto a la televisión y otros medios.

Los objetivos específicos del estudio son los siguientes:

- a) Recoger información sobre equipamiento televisivo y de otras tecnologías de comunicación e información en los hogares.
- b) Obtener información detallada sobre hábitos de consumo televisivo de las personas, tales como: cuánto ve, qué ve, a qué hora, dónde, con quién, uso de internet para ver programación televisiva, entre otros.
- c) Obtener información sobre el impacto tanto de los cambios tecnológicos como de contenidos y formato de los programas televisivos, en los hábitos de consumo, actitudes y valoraciones respecto a la televisión.
- d) Conocer la evaluación que hace el público de la programación televisiva (abierta y pagada).
- e) Conocer las percepciones, valoraciones y demandas del público frente al tema de la regulación en televisión.
- f) Conocer los hábitos de consumo televisivo de los menores de 13 años, desde la información que entreguen los padres o tutores en el hogar.

2. Requerimientos

- 2.1 Universo, muestra y error.
Se indican a continuación los aspectos metodológicos que la propuesta debe tener en cuenta. Estos aspectos metodológicos se consideran como un mínimo deseable, sobre el cual los oferentes pueden elaborar sus respectivas propuestas.

a) Universo
Hombres y mujeres de entre 16 y 80 años, de los niveles socioeconómicos ABC1, C2, C3, D y E, residentes en hogares particulares de todas las regiones de Chile.

b) Diseño de la muestra
Se debe proponer un diseño muestral que asegure la selección aleatoria, en todas sus etapas, de una muestra representativa del universo descrito, de tamaño suficiente para hacer análisis estadísticamente válidos para subconjuntos poblacionales.

La muestra debe tener incorporados, al menos, los siguientes centros urbanos: Arica, Iquique/Alto Hospicio, Antofagasta, Copiapó, La Serena/Coquimbo, Valparaíso/Viña del Mar, Gran Santiago, Rancagua, Talca, Concepción/Talcahuano, Temuco/Padre las Casas, Valdivia, Puerto Montt, Coyhaique y Punta Arenas¹.

Tal como en la última versión de la encuesta, la muestra debe incluir también a habitantes de ciudades más pequeñas, con menos de 50.000 habitantes, de las zonas norte, centro y sur del país.

El proponente debe indicar el marco muestral que utilizará para la selección de la muestra. En caso que se proponga una muestra aporportional, se deben indicar las variables de ponderación y los universos a utilizar en la estimación de totales.

c) Segmentación de la muestra
Hay dos variables de segmentación que son de interés para el Consejo:

- Hogares con presencia de niños menores de 13 años.
- Hogares suscritos a televisión pagada (TV Cable, satelital, por Internet, etc.).

Se espera que, tratándose de un muestreo probabilístico, la muestra final arroje de forma natural estos segmentos. No se pide que se fije ningún tipo de cuotas en ese sentido, sino que se tengan en cuenta para el análisis.

Interesa también analizar los resultados en función de los estratos socioeconómicos con las siguientes agrupaciones: ABC1, C2, C3, D y E. Para estos efectos, se solicita la metodología de clasificación de grupo socioeconómico que se utilizará.

¹ En el caso de las capitales regionales se deben considerar sus conurbaciones, cuando las haya.

Para la muestra referida a ciudades de menos de 50 mil habitantes se pretende contar con una segmentación en función de si se trata de un centro urbano de tamaño mediano o si es un centro urbano de tamaño pequeño. En el primer caso, nos referimos a ciudades que cuentan con entre 50.000 y 20.000 habitantes y en el segundo caso, a aquellas que presentan menos de 20.000 habitantes.

d) Tamaño de la muestra y error muestral

El tamaño de la muestra debe considerar, como ya se señaló, los niveles aceptables de representatividad y aleatoriedad para los subconjuntos muestrales: presencia de niños en el hogar, tenencia de televisión pagada en cada uno de los grupos socioeconómicos y ciudades del país consideradas en el estudio.

Junto con lo anterior, tanto para los centros urbanos como para las ciudades con menos de 50.000 habitantes se debe considerar un margen de error convencionalmente aceptado y un nivel de confianza superior al 95% esperado.

La propuesta de trabajo deberá señalar el error muestral esperado, tanto para los resultados a nivel nacional, como para cada uno de los segmentos del estudio.

A modo de referencia, la propuesta ganadora de la versión 2014 de la encuesta, propuso una muestra aleatoria de un total de 5.479 casos, con un margen de error nacional de $\pm 1,32\%$. El margen de error para cada región no sobrepasó el $\pm 6,2\%$ y para la RM fue de $\pm 2,47\%$. Para inferencias a nivel de capitales regionales (y sus conurbaciones) el margen de error fue de $\pm 1,38\%$, mientras que para ciudades medianas y pequeñas fue de $\pm 4,79\%$

e) Selección de la muestra

Se espera que la institución especifique, en detalle, las etapas en el proceso de selección de la muestra y los criterios que seguiría en la selección final del sujeto a entrevistar en el hogar. No se debe olvidar que debe usarse un diseño probabilístico de la muestra, en todas sus etapas.

Se espera usar como filtro para la selección de casos el que se trate de hogares que dispongan de un aparato para ver televisión funcionando.

f) Tratamiento de pérdidas y rechazos

Importa conocer en detalle los procedimientos a utilizar para disminuir los casos muestrales que puedan negarse a ser encuestados o que resulten imposibles de contactar; así como la metodología que se usaría para su eventual reemplazo.

2.2 Cuestionario

El cuestionario ha sido elaborado por el equipo de profesionales del Consejo Nacional de Televisión, el que es en gran medida tributario de las versiones anteriores de la encuesta. No obstante, se requerirá asesoramiento y retroalimentación por parte de la empresa u organización adjudicataria en cuanto al planteamiento de las preguntas.

Asimismo, se espera que la propuesta de trabajo incorpore una etapa de pretest del instrumento, a fin de detectar posibles fallas y sugerir correcciones. Para el pre-test debe considerarse una cantidad de personas suficientes y, además, distribuidas de acuerdo a la segmentación de la muestra propuesta.

Las áreas temáticas que el cuestionario deberá cubrir son las siguientes:

- a) Equipamiento y hábitos de consumo de televisión y otros medios audiovisuales domésticos
- b) Equipamiento y consumo de otras tecnologías de comunicación e información
- c) Valoraciones y actitudes generales respecto a la televisión
- d) Percepciones y valoraciones respecto a la regulación en televisión

Se requerirá que el cuestionario sea diagramado e impreso por la organización adjudicataria.

El cuestionario final a aplicar deberá ser validado en conjunto con los profesionales del Consejo Nacional de Televisión.

2.3 Trabajo de campo

La empresa deberá proporcionar en su propuesta información sobre los siguientes aspectos del trabajo de campo:

- a) Composición numérica y profesional de los equipos considerados para el desarrollo del estudio y detalles de su capacitación.
- b) Descripción detallada de los procedimientos del trabajo de campo, lo que incluye indicar con qué soportes técnicos se trabajará (tablets, cuestionarios en papel, tarjetas de apoyo, planos, datos poblacionales, etcétera).
- c) Procedimientos de supervisión y control de calidad, incluyendo la posible participación del Consejo en esta etapa.
- d) Procedimientos de procesamiento de datos (digitación, validación, supervisión, etc.)

2.4 Análisis de datos

El oferente entregará un plan de análisis detallando estadígrafos a utilizar, posibles cruces y las herramientas de visualización de los datos (gráficos, tablas, infografías y/u otros).

2.5 Productos entregables

La empresa deberá entregar:

- a) La base de datos en formato SPSS para Windows, la cual deberá contener el detalle de los códigos utilizados. Además, se deberá entregar un documento que describa el esquema de registro del archivo (orden de las variables, descripción de los atributos).
- b) Un juego de tabulaciones cruzadas para el total de la muestra, las sub-muestras y estratos, según corresponda; incluyendo tests de análisis de significancia estadística para cada pregunta según variables socio- demográficas.
- c) Una presentación en formato PowerPoint, que contenga gráficos y tablas con los principales resultados, que deberá presentar ante el Consejo detallando la metodología de muestreo, trabajo de terreno, procesamiento de datos y principales resultados
- d) Es importante considerar que, por necesidades de análisis posteriores, se debe consultar con el Consejo cualquier modificación permanente en la base de datos.
- e) “La Empresa” deberá entregar al CNTV, 1.000 copias impresas de un libro de la IX ENTV. Para esto, “el CNTV” proveerá el diseño, quedando en manos de la empresa la elección de la imprenta. La impresión podrá seguir las siguientes opciones:

OPCIÓN 1

- Formato cerrado 21.5 x 28 cms., extendido 43 x 28 cms.
- Tapa: en couché opaco 250 grs., a 4/4 colores + polimate y laca UV
- Con reserva por tiro + barniz acuoso opaco por retiro.
- Interior: 124 páginas, en couché opaco 130 grs., a 4/4 colores + barniz opaco T/R.
- Encuadernación: costura hilo y hot melt.

OPCIÓN 2

- Formato cerrado 21.5 x 28 cms., extendido 43 x 28 cms.
- Tapa: en cartulina sólida blanca 240 grs., a 4/4 colores + folia transparente de 20 x 20 cms por tiro.
- Interior: 124 páginas, en bond 106 grs., a 4/4 colores.
- Encuadernación: costura hilo y hot melt.

TERCERO: La vigencia del Contrato que celebre “el CNTV” con la sociedad “GFK ADIMARK CHILE S.A.”, se iniciará en la fecha en que esté totalmente tramitada la Resolución del CNTV que lo aprueba y ordena pago. El Contrato terminará una vez entregados todos los productos solicitados y que éstos se ajusten completamente a los requerimientos estipulados en las Bases Administrativas y Técnicas, anteriormente citadas. El plazo máximo de ejecución de todos los trabajos encomendados en el presente Contrato, no podrá exceder el día 15 de septiembre de 2017, como se señala en el punto 2.6 de las respectivas Bases Técnicas que rigen el presente Contrato, comenzando su vigencia éste instrumento a contar de la total tramitación de la Resolución del CNTV que aprueba el Contrato con la sociedad “GFK ADIMARK CHILE S.A.”

La empresa realizará el trabajo en los plazos señalados en las las Bases Administrativas y Técnicas de los "PARA LA REALIZACIÓN DE LA IX ENCUESTA NACIONAL DE TELEVISIÓN- ENTV DEL CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN- CNTV Y OTRAS ENCUESTAS", señalados en conformidad a la Resolución Exenta N°33 de fecha 26 de enero de 2017, que son parte integrante del presente Contrato.

CUARTO: Por la realización completa y oportuna del servicio encomendado, "el CNTV" pagará a la sociedad "GFK ADIMARK CHILE S.A.", la suma única y total de \$76.475.000.- (setenta y seis millones cuatrocientos setenta y cinco mil pesos), impuesto incluido.

La sociedad "GFK ADIMARK CHILE S.A.", se obliga a cumplir todo lo comprometido en la oferta económica "PARA LA REALIZACIÓN DE LA IX ENCUESTA NACIONAL DE TELEVISIÓN- ENTV DEL CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN- CNTV Y OTRAS ENCUESTAS", la cual se adjunta y es parte integrante del presente Contrato.

El pago será por parcialidades según se indicará, y se realizará al final de cada etapa del Proyecto, previa aprobación conforme de cumplimiento de entrega de cada uno de los productos que se indicarán, por parte de la Directora del Departamento de Estudios y Relaciones Internacionales del CNTV, y de la respectiva factura que se envíe por parte de la organización adjudicada.

El pago del presupuesto aprobado se hará de acuerdo al siguiente calendario:

- 10% que se pagará una vez aprobado y testeado el instrumento de la IX ENTV y aprobado el Plan de Trabajo de las Mini encuestas periódicas.
- 10% al término de la ejecución de las mini encuestas periódicas, entregando: bases de datos e Informe Final de todas las mini encuestas periódicas realizadas.
- 30% al término del trabajo de campo de la IX ENTV, que se pagará una vez entregado y aprobado un informe de terreno.
- 20% a la entrega de la Base de Datos, Tabulaciones e Informe Final preliminar de la IX ENTV.
- 20% luego de la aprobación, por parte del Consejo, de la Base de Datos y del Informe Final de la IX ENTV.
- 10% restante, a la entrega de los 1.000 ejemplares impresos del libro de la IX ENTV.

La aprobación de cada pago no podrá tomar un tiempo superior a los 15 días calendario, después de recibir cada uno de los entregables.

La vigencia del Contrato que se celebre con la sociedad "GFK ADIMARK CHILE S.A.", se iniciará en la fecha en que esté totalmente tramitada la Resolución del CNTV que lo aprueba y ordena pago. El Contrato terminará una vez entregados todos los productos solicitados y que estos se ajusten completamente a los requerimientos estipulados en las bases.

QUINTO: Constituirán causales de terminación anticipada de este Contrato, las siguientes:

- a) Resciliación o mutuo acuerdo entre los contratantes.
- b) Incumplimiento grave de las obligaciones contraídas por la entidad contratada.

- c) Estado de notoria insolvencia de la contratada, a menos que se mejoren las cauciones entregadas.
- d) Constatación de algún hecho o actitud dañosa que, siendo imputable a la entidad contratada, vaya en desmedro del patrimonio o del prestigio del CNTV.
- e) Difusión o promoción del estudio en proceso, por parte de la empresa ejecutante, sin el consentimiento del CNTV.

Si operare alguna de las causales contempladas en las letras b), c) y d), la terminación anticipada se efectuará mediante la remisión, por parte del CNTV al contratado, de un aviso por carta certificada. Además, de las causales a que se refieren los párrafos precedentes, "el CNTV" podrá poner término anticipado al Contrato a su arbitrio, mediante un aviso dado por carta certificada enviada a la otra parte a través de un notario, con una anticipación mínima de quince días a la fecha deseada para la terminación.

SEXTO: En el caso que la empresa adjudicataria no cumpla con los plazos y/o oportunidad para la ejecución del servicio establecido en las presentes bases, "el CNTV" podrá descontar del precio del Contrato a la empresa 1 UF por cada día de retardo hasta el cumplimiento efectivo de la obligación.

SÉPTIMO: En Garantía del Fiel y Oportuno Cumplimiento de este Contrato, la sociedad "GFK ADIMARK CHILE S.A.", entrega en este acto al CNTV una Boleta de Garantía con pagare a favor de organismos públicos, N° de instrumento 54, del Banco Santander Chile, de fecha 21 de marzo de 2017, por la cantidad de \$15.295.000-. (quince millones doscientos noventa y cinco mil pesos) que corresponde al 20% del valor del Contrato, con vencimiento el 14 de noviembre de 2017.

La garantía que la sociedad "GFK ADIMARK CHILE S.A." entregó al CNTV para asegurar el fiel y oportuno cumplimiento del Contrato, será devuelta por "el CNTV" a la empresa contratada una vez realizados todos los servicios requeridos según se establece en las Bases Administrativas "PARA LA REALIZACIÓN DE LA IX ENCUESTA NACIONAL DE TELEVISIÓN-ENTV DEL CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN- CNTV Y OTRAS ENCUESTAS". En el evento, que "el CNTV" ponga Término Anticipado al Contrato, devolverá la parte de la garantía que corresponda al estado de avance de los trabajos.

OCTAVO: Las partes declaran que forman parte integrante del presente Contrato, la Resolución Exenta N°33 de fecha 26 de enero de 2017, donde se establecen las Bases Administrativas y Técnicas de "PARA LA REALIZACIÓN DE LA IX ENCUESTA NACIONAL DE TELEVISIÓN-ENTV DEL CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN-CNTV Y OTRAS ENCUESTAS", la Resolución Exenta N°115, de fecha 14 de marzo de 2017, que adjudica propuesta para la realización del "PARA LA REALIZACIÓN DE LA IX ENCUESTA NACIONAL DE TELEVISIÓN-ENTV DEL CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN-CNTV Y OTRAS ENCUESTAS".


Los antecedentes facilitados en estas Bases, los anexos y proceso de Consultas y respuestas no podrán ser utilizados ni divulgados sin la autorización escrita del Presidente del CNTV.

NOVENO: La contraparte técnica, estará formada por profesionales designados por el Consejo Nacional de Televisión, y la supervisión del presente Contrato será realizada por la Directora del Departamento de Estudios y Relaciones Internacionales del CNTV. Las contrapartes serán informadas al inicio de la relación contractual.

DÉCIMO: Para todos los efectos legales las partes fijan su domicilio en la comuna y ciudad de Santiago y se someten a la jurisdicción y competencia de sus Tribunales Ordinarios de Justicia.

DÉCIMO PRIMERO: El presente Contrato se extiende en 4 ejemplares de igual tenor y fecha, quedando dos en poder del CNTV y dos en poder de la sociedad "GFK ADIMARK CHILE S.A."

DECIMO SEGUNDO: La personería de don **OSCAR REYES PEÑA** para comparecer en representación del CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION, emana del Decreto Supremo N°85, del Ministerio Secretaría General de Gobierno, de fecha 08 de septiembre de 2014; y la de don **MAX PABLO PURCELL GOUDIE** para representar a la sociedad "GFK ADIMARK CHILE S.A.", consta en escritura de pública de fecha 26 de diciembre de 2014, otorgada ante el Notario Público Juan Francisco Alamos Ovejero, abogado, domiciliada en Huérfanos número novecientos setenta y nueve, séptimo piso, Notario Suplente de don René Benavente Cash, titular de la Cuadragésima Quinta Notaría de Santiago, documentos que no se insertan por ser conocidos de las partes.



MAX PABLO PURCELL GOUDIE
GERENTE GENERAL Y
REPRESENTANTE LEGAL
GFK ADIMARK CHILE S.A.




OSCAR REYES PEÑA
PRESIDENTE
CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION



