

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS QUE CELEBRAN, POR UNA PARTE, LA **UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA**, REPRESENTADA POR SU DIRECTOR ADMINISTRATIVO Y APODERADO LEGAL, EL **M.C. FRANCISCO MÁRQUEZ SALCIDO**, A LA QUE EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARÁ “**LA UNIVERSIDAD**”, Y POR LA OTRA PARTE LA **C. MARTHA IVETT MUELA MEDINA**, A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARÁ “**LA PRESTADORA DEL SERVICIO**”, AL TENOR DE LOS ANTECEDENTES, DECLARACIONES Y CLÁUSULAS SIGUIENTES:

ANTECEDENTES

1.- El Departamento de Radio Universidad y el Centro Estratégico de Investigación de la Facultad de Filosofía y Letras de “**LA UNIVERSIDAD**”, concretaron un Proyecto Específico de Colaboración Académica con el objetivo de medir y determinar el rating e impacto de “Radio Universidad” en la ciudad de Chihuahua, a través de la aplicación de encuestas. Dicho proyecto de colaboración se agrega al presente convenio identificado como **ANEXO ÚNICO**, el cual una vez firmado por las partes, formará parte integrante del mismo.

DECLARACIONES

I.- DECLARA “**LA UNIVERSIDAD**”:

I.1 Que es un organismo público descentralizado del Estado, dotado de personalidad propia y plena capacidad jurídica, de conformidad con el Artículo 1º de la Ley Orgánica de la Universidad Autónoma de Chihuahua, aprobada por la Sexagésima Primera Honorable Legislatura Constitucional del Estado Libre y Soberano de Chihuahua, en su Decreto 953/07 II P.O., publicado el 27 de junio del 2007 en el Periódico Oficial del Estado.

I.2 Que tiene por objeto, entre otros: impartir educación superior para formar profesionistas, investigadores y técnicos que contribuyan al desarrollo social, económico y cultural del Estado y de la Nación; proporcionando a sus miembros una sólida formación integral orientada por los valores más elevados del hombre; la justicia y la solidaridad social, el respeto a la pluralidad de las ideas, el sentido de servicio, el conocimiento científico y filosófico y la superación permanente; fomentando y realizando labores de investigación científica y humanística; promoviendo el desarrollo y la transformación social mediante servicios prestados a la colectividad; coadyuvando con organismos públicos, sociales y privados en actividades dirigidas a la satisfacción de necesidades sociales, especialmente las de carácter educativo.

I.3 Que solicita la contratación de los servicios materia del presente instrumento, para llevar a cabo la aplicación de encuestas enfocadas a medir el rating de Radio Universidad.

I.4 Que comparece en este acto a través de su Director Administrativo y Apoderado Legal, el **M.C. FRANCISCO MÁRQUEZ SALCIDO**, quien cuenta con amplias facultades para suscribir el presente instrumento, acreditando su personalidad con Poder General para Pleitos y Cobranzas, General para Actos de Administración y Pleitos y Cobranzas en Material Laboral, General para Actos de Administración, y Especial Cambiario, el cual consta en Acta No. 2,375 de fecha 9 de noviembre del año 2017, registrada en el Libro 3 de Actos Fuera de Protocolo, pasada ante la de del Adscrito a la Notaría Pública No. 10, el Lic. Luis Arturo Calderón Trueba, en ejercicio para el Distrito Judicial Morelos, y que las facultades que le fueron conferidas no le han sido revocadas, modificadas ni limitadas en forma alguna.

I.7 Que para efectos del presente contrato, señala como domicilio legal el ubicado en la calle Escorza No. 900, Col. Centro, C.P. 31000, de esta ciudad de Chihuahua, Chihuahua.

II.- DECLARA "LA PRESTADORA DEL SERVICIO":

II.1 Que es una persona física con capacidad para celebrar el presente contrato, y se identifica con Credencial para Votar expedida por el entonces Instituto Federal Electoral, hoy Instituto Nacional Electoral, número 0825024390390.

II.2 Que cuenta con la experiencia y herramientas necesarias para prestar servicios consistentes en aplicación de encuestas.

II.3 Que se encuentra inscrita en el Registro Federal de Contribuyentes con clave MUMM650516S98.

II.4 Que para efectos del presente contrato señala como su domicilio legal el ubicado en calle Vermont, número 2024, Fraccionamiento Las Águilas, Código Postal 31214, de esta ciudad de Chihuahua, Chihuahua; mismo que podrá ser utilizado para efectos judiciales y extrajudiciales.

III.- DECLARAN AMBAS PARTES:

ÚNICA.- Que leídas las anteriores declaraciones, se reconocen mutuamente la personalidad con la que se ostentan y manifiestan estar de acuerdo en obligarse, conviniendo en celebrar el presente contrato al tenor de las siguientes:

CLÁUSULAS

PRIMERA.- El objeto del presente convenio consiste en establecer los términos y condiciones por medio de los cuales "LA PRESTADORA DEL SERVICIO" se obliga a prestar a "LA UNIVERSIDAD" el servicio consistente en la aplicación de 612 encuestas para medir el rating de Radio Universidad, con la finalidad de cumplir los siguientes objetivos:

- Determinar el porcentaje de población que escucha la radio.
- Determinar el porcentaje de los radioescuchas que oyen Radio Universidad.
- Segmentar y presentar los resultados tomando en cuenta la clase social, edad, ocupación y escolaridad.
- Identificar las estaciones de radio más escuchadas.
- Identificar el noticiero más escuchado.
- Identificar el género más escuchado.

SEGUNDA.- "LA PRESTADORA DEL SERVICIO" se obliga a guardar reserva debida de todos los documentos, datos e información a los que tenga acceso y conocimiento, cumpliendo con el secreto profesional; por lo que será responsable de los daños y perjuicios que pudiera ocasionar con la violación de esta obligación, la cual se hace extensiva a todos y cada uno de sus empleados y socios, lo anterior con independencia de la responsabilidad penal que pudiera generarse.

TERCERA.- "LA PRESTADORA DEL SERVICIO" recibirá por concepto de honorarios la cantidad de \$10.00 (diez pesos 00/100 M.N.) por encuesta aplicada y \$10.00 (diez pesos 00/100 M.N) por encuesta capturada en el sistema de captura seleccionado para el proyecto, para un total de \$12,220.00 (doce mil doscientos veinte pesos 00/100 M.N.).

El pago se desglosará de la siguiente manera:

Pago	\$12,220.00
IVA	\$1955.20
Subtotal	\$14,175.20
Retención de ISR	\$1,222.00
Total	\$12953.20

Dicho pago se realizará contra entrega del recibo de honorarios correspondiente ante el Departamento de Tesorería de la Universidad Autónoma de Chihuahua, en la inteligencia de que el mencionado recibo deberá reunir los requisitos fiscales que marca la ley, siendo dicho pago el único pago que reciba "LA PRESTADORA DEL SERVICIO" y sin que ninguno de los miembros o socios de "LA PRESTADORA DEL SERVICIO" tengan derecho a reclamar o cobrar honorarios por su cuenta.

CUARTA.- "LA PRESTADORA DEL SERVICIO" adquirirá el carácter de patrón del personal que ella misma ocupe con motivo de los servicios que preste a "LA UNIVERSIDAD", siendo la única responsable de las obligaciones derivadas de las disposiciones y demás ordenamientos en materia de trabajo y de seguridad social. "LA PRESTADORA DEL SERVICIO" acepta por lo mismo, responder a todas las reclamaciones que sus trabajadores presenten en su contra o en contra de "LA UNIVERSIDAD", en relación con los servicios prestados a la misma por virtud de este contrato.

QUINTA.- "LA PRESTADORA DEL SERVICIO" se obliga a entregar a "LA UNIVERSIDAD" reportes y/o informes parciales de forma semanal en los que se detallen los avances realizados a la aplicación de las encuestas objeto del presente contrato.

La prestación total y satisfactoria del servicio objeto del presente instrumento a "LA UNIVERSIDAD" por parte de "LA PRESTADORA DEL SERVICIO" será decretada por "LA UNIVERSIDAD" una vez que "LA PRESTADORA DEL SERVICIO" presente un informe final con los resultados obtenidos.

SEXTA.- Las partes convienen en que este contrato podrá ser rescindido en caso de incumplimiento y al respecto aceptan que cuando "LA UNIVERSIDAD" sea quien determine rescindirlo, dicha rescisión operará de pleno derecho y sin necesidad de declaración judicial previa; en tanto si "LA PRESTADORA DEL SERVICIO" es quien decide rescindirlo, será necesario que acuda ante la autoridad judicial y obtenga la declaratoria correspondiente.

SÉPTIMA.- "LA PRESTADORA DEL SERVICIO" será responsable frente a "LA UNIVERSIDAD" por dolo, negligencia e impericia, incluyendo la de cualquiera de sus empleados, socios o ayudantes que intervengan en la prestación del servicio, perdiendo en el caso el derecho a cobrar los honorarios pactados, independientemente de los daños y perjuicios que llegare a ocasionar.

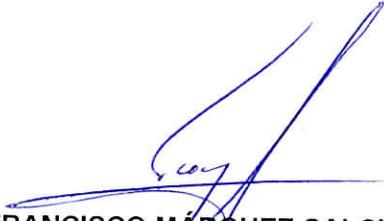
OCTAVA.- El presente contrato terminará su vigencia una vez que "LA PRESTADORA DEL SERVICIO" haya entregado el informe general del servicio materia de este contrato, a plena satisfacción de "LA UNIVERSIDAD".

NOVENA.- Para la interpretación y cumplimiento del presente contrato, las partes se someten a la jurisdicción y competencia de los Tribunales de la ciudad de Chihuahua, Chihuahua; así como a las disposiciones contenidas en el Código Civil vigente para el

Estado de Chihuahua, renunciando expresamente al fuero que pudiera corresponderles por razón de sus domicilios presentes o futuros.

LEÍDO que fue el presente contrato, constante de cinco hojas escritas solo al anverso y enteradas las partes de su contenido y alcance de todas y cada una de las cláusulas que en el mismo se precisan, lo firman por triplicado el día 22 de marzo de 2019.

POR "LA UNIVERSIDAD"



M.C. FRANCISCO MÁRQUEZ SALCIDO
DIRECTOR ADMINISTRATIVO Y
APODERADO LEGAL

POR "LA PRESTADORA DEL
SERVICIO"



C. MARTHA IVETT MUELA MEDINA

TESTIGOS



DR. ARMANDO VILLANUEVA
LEDEZMA
DIRECTOR DE LA FACULTAD DE
FILOSOFÍA Y LETRAS



DR. FIDEL QUIÑONES GONZÁLEZ
RESPONSABLE DEL PROYECTO

LAS PRESENTES FIRMAS CORRESPONDEN AL CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS CELEBRADO ENTRE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA Y LA C. MARTHA IVETT MUELA MEDINA, EN FECHA 22 DE MARZO DE 2019. CONSTE.....

ANEXO ÚNICO

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
CENTRO ESTRATÉGICO DE INVESTIGACIÓN
LABORATORIO DE AUDITORÍAS DE OPINIÓN**

Proyecto Específico de Colaboración Académica.

PRIMERO. ANTECEDENTES. La Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Autónoma de Chihuahua a través del Centro Estratégico de Investigación, concreta un proyecto con Radio Universidad de la Universidad Autónoma de Chihuahua con el objetivo de medir y determinar el rating e impacto de la estación de Radio "Radio Universidad" en la Ciudad de Chihuahua, a través de encuestas.

SEGUNDO. OBJETIVOS. Medir el rating de Radio Universidad en la Ciudad de Chihuahua y cumplir con los siguientes objetivos específicos:

- Determinar el porcentaje de la población que escucha el radio.
- Determinar el porcentaje de los radioescuchas que escuchan Radio Universidad.
- Segmentar y presentar los resultados tomando en cuenta la clase social, edad, ocupación y escolaridad.
- Identificar las estaciones de radio más escuchadas
- Identificar el noticiero más escuchado
- Identificar el género más escuchado

TERCERO. ACTIVIDADES.

I. FECHAS DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS:

Actividad	Fechas	Observaciones
Planeación	Del 18 al 28 de febrero	Trabajo de gabinete, incluye estratificación y elaboración de cuestionario.
Capacitación a encuestadores	Del 1 al 21 de marzo	Incluye prueba piloto de cuestionario
Aplicación de encuestas	Del 22 de marzo al 13 de abril	Según muestra probabilística estratificada a 600 personas.
Codificación, edición, y captura.		Trabajo de gabinete.
Análisis de resultados	30 abril al 4 de mayo	Se realizará en programa SPSS
Presentación de resultados	6 mayo	

- II. **Cantidad de encuestas por colonia:** Para la óptima realización del proyecto de investigación se realizarán en total 600 encuestas que serán aplicadas en diferentes puntos estratégicos de la ciudad, las cuales se detallan a continuación:

NIVEL	NOMENCLATURA	COLONIAS	CANT
A/B	<p>Alto</p> <p>6.8% de los hogares mexicanos están en este nivel.</p> <p>El jefe de familia tiene un nivel de estudios de licenciatura o posgrado.</p> <p>Son familias emprendedoras y materialistas.</p> <p>Sus compras las deciden por factores aspiracionales y de status.</p> <p>Viven en casas estéticas y con arquitectura definida.</p> <p>Cuentan con dos o tres baños.</p> <p>otros ingresos además de un sueldo, rentan propiedades, tienen inversiones, jubilaciones o pensiones.</p> <p>El 98% de esos hogares cuenta con Internet fijo en la vivienda.</p> <p>Es el nivel que más invierte en educación (13% de su gasto) y el que menor proporción gasta en alimentos (25%)</p>	<p>Bosques San Francisco</p> <p>Campestre</p> <p>Puerta de Hierro</p> <p>Haciendas Santa Fé</p>	41
C+	<p>Medio Alto</p> <p>Los mexicanos de este nivel tienen recursos y servicios que les permiten tener una buena calidad de vida y gozan de ligeros excedentes que les hacen posible tener ciertos lujos.</p> <p>14.2% de los hogares mexicanos están en este nivel.</p> <p>El jefe de familia tiene un nivel de estudios de licenciatura completa o incompleta.</p> <p>Son familias emprendedoras e idealistas.</p> <p>Sus compras están enfocadas a beneficios psicológicos.</p> <p>La mayoría viven en casas sobre terrenos de más de 300 metros cuadrados, con construcciones superiores a los 200 metros cuadrados.</p> <p>Cuatro de cada cinco hogares de nivel Medio Alto tiene uno o dos coches.</p> <p>En este nivel se encuentran la mayoría de profesionistas o trabajadores independientes.</p>	<p>San Felipe 43</p> <p>Panamericana 42</p>	85
C	<p>Medio Típico</p> <p>Las familias que tienen este nivel cuentan con recursos y servicios que permiten tener una vida práctica y una calidad de vida "adecuada" pero sin lujos ni excedentes.</p> <p>17% de los hogares mexicanos están en este nivel.</p> <p>El jefe de familia tiene un nivel de estudios de preparatoria o universidad.</p>	<p>Las Granjas 22</p> <p>Campesina 20</p>	102

	<p>Este segmento es el que tiene más roomies de todos los niveles socioeconómicos. Sus compras están enfocadas a la relación costo-beneficio. Una de cada seis familias de este nivel vive en una casa o departamento rentado. En la gran mayoría de los casos tienen un solo baño para toda la familia. Su primera fuente de ingreso es un trabajo asalariado, pero en este nivel ya existen otros miembros de la familia que contribuyen al ingreso.</p>	<p>Guadalupe 20 Rosario 40</p>	
<p>C-</p>	<p>Medio Emergente Las familias de este nivel tienen recursos mínimos para cubrir sus necesidades más básicas y aspiran a tener un nivel de vida con mejor calidad. 17.1% de los hogares mexicanos están en este nivel. El jefe de familia tiene un nivel de estudios promedio de secundaria o preparatoria. En este segmento hay familias reconstruidas o papás solteros. Para sus compras pesa mucho el factor costo beneficio y el precio. Uno de cuatro hogares en los que viven son del Infonavit, Fovissste o Fonhapo. En 30% de los hogares de este nivel el jefe de familia es Mujer. Uno de cada tres hogares de este nivel tiene coche propio. El principal ingreso viene del trabajo asalariado y del comercio formal o informal.</p>	<p>Infonavit Nacional 21 Chihuahua 2000 42 Ponce de León 42</p>	<p>103</p>
<p>D+</p>	<p>Bajo Típico Las familias de este nivel tienen mala calidad de vida. Pasan por problemas para contar con lo básico para vivir, y regularmente pasan por condiciones sanitarias mínimas. <input type="checkbox"/> 18.51% de los hogares mexicanos están en este nivel. <input type="checkbox"/> El jefe de familia tiene un nivel de estudios promedio de secundaria. <input type="checkbox"/> En este segmento hay más familias con niños y madres solteras. Se trata de familias tradicionales autoritarias y también hay familias sin reglas de convivencia. <input type="checkbox"/> Sus compras están enfocadas al precio. <input type="checkbox"/> Una quinta parte de las viviendas comparte terreno o la construcción con otra familia. <input type="checkbox"/> Tienen baños muy pequeños en comparación con niveles altos y uno de cada cinco no está conectado al drenaje.</p>	<p>Rancho de "en medio" 30 Labor te Terrazas 40 Tarahumara 42</p>	<p>111</p>

	<input type="checkbox"/> El principal ingreso viene del trabajo en empresa o fábrica. <input type="checkbox"/> Sus principales gastos son: alimentos, transportación, pago de servicios y cuidado personal.		
D	<p>Bajo Extremo</p> <p>Las familias de este nivel tienen problemas para sobrevivir, incluso dejan de comer algunas veces.</p> <input type="checkbox"/> 21.4% de los hogares mexicanos están en este nivel. <input type="checkbox"/> El jefe de familia tiene un nivel de estudios promedio de secundaria o primaria. <input type="checkbox"/> Aquí existen más familias de tipo "nido vacío", unipersonales y parejas jóvenes sin hijos. <input type="checkbox"/> Son familias materialistas e individualistas que luchan por la sobrevivencia. <input type="checkbox"/> El poco espacio de sus viviendas está enfocado a cumplir con las necesidades básicas de una casa: dormir y comer. <input type="checkbox"/> La mitad de las familias de este nivel comparten el baño con otras familias. <p>La fuente de ingresos es un trabajo asalariado, ayudas del gobierno o remuneraciones en especie.</p>	Punta Oriente 99 Vistas Cerro Grande 30	128
E	<p>Muy Bajo Extremo</p> <p>Las familias de este nivel tienen escasez de todos los servicios y bienes. Construyen sus hogares con materiales de desecho y tienen problemas permanentes y graves para subsistir.</p> <input type="checkbox"/> 5% de los hogares mexicanos están en este nivel. <input type="checkbox"/> El jefe de familia tiene un nivel de estudios promedio menor a primaria. <input type="checkbox"/> En este segmento es donde hay más familias de tipo "nido vacío" y unipersonales. También son familias con valores individualistas y de subsistencia. <input type="checkbox"/> Compran únicamente alimentos básicos y necesarios. <input type="checkbox"/> No tienen aparatos que les faciliten las labores del hogar.	Calle Diana Laura y 62 1/2 Secretaría de Marina 30	30
TOTAL			600

- III. **Pago a encuestadora:** A la encuestadora que participe en este proyecto de investigación académico en la aplicación y captura de encuestas se le otorgará un pago de \$10.00 (Diez pesos 00/100 M.N.) por encuesta aplicada y \$10.00 (Diez pesos 00/100 M.N.) por encuesta capturada en el sistema de captura seleccionado para dicho proyecto. Una vez terminada la etapa de aplicación y captura se presentará un reporte de trabajo a la Facultad de Filosofía y Letras en donde se determine el número de encuestas aplicadas y capturadas de para determinar el pago específico. La encuestadora recibirá el pago únicamente por los conceptos anteriormente descritos y una vez

agotadas las 600 encuestas del proyecto se dará por terminada la entrega del pago a la encuestadora.

CUARTA. RELACIONES LABORALES.

La encuestadora en este proyecto de investigación académica no guardará en ningún momento relación laboral con la Universidad Autónoma de Chihuahua, las diferentes Unidades Académicas o con el Centro Estratégico de Investigación, por lo cual en ningún momento tendrá status de empleada o trabajadora de la Universidad, sino únicamente como prestadora de servicio en el proyecto determinado.

QUINTA. VIGENCIA

El proyecto específico de colaboración terminará cuando este se dé por terminado y una vez cubiertas todas las etapas de aplicación y captura de las 600 encuestas se entregue el reporte de resultados a Radio Universidad.

**POR LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE
CHIHUAHUA**


**M.C. FRANCISCO MÁRQUEZ SALCIDO
DIRECTOR ADMINISTRATIVO Y
APODERADO LEGAL**

**POR "LA PRESTADORA DEL
SERVICIO"**


C. MARTHA IVETT MUELA MEDINA

LAS PRESENTES FIRMAS CORRESPONDEN AL ANEXO ÚNICO AL CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS CELEBRADO ENTRE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA Y LA C. MARTHA IVETT MUELA MEDINA, EN FECHA 22 DE MARZO DE 2019, EN LA CIUDAD DE CHIHUAHUA, CHIH. CONSTE.....