

PROGRAMA DE FORMACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD - PFC

REQUERIMIENTOS

CONTRATACIÓN AGENCIA DE MEDIOS

PFC ESPECIALISTA EN BIOCOMBUSTIBLES SÓLIDOS EN LAS
REGIONES DEL MAULE, BIOBÍO Y LA ARAUCANÍA

The logo for CORFO, featuring the word "CORFO" in blue capital letters with a horizontal bar below it that is blue on the left and red on the right.

BecasCapital
Humano

AGENCIADO A TRAVÉS DE UN AGENTE OPERADOR INTERMEDIARIO DE CORFO
GEDES LTDA.

Contenido

1.	BASES TÉCNICAS.....	1
1.1.	Antecedentes del Proyecto	1
1.2.	Definiciones	1
1.3.	Contexto y Objetivo del programa a Difundir	1
1.4.	Público Objetivo de la Campaña.....	2
1.5.	Objetivos del Servicio de Agencia de Medios.....	3
1.6.	Ideas fuerzas en la estrategia:	3
1.7.	Mensaje y tono.....	3
1.8.	Alcance y Descripción de los servicios	3
1.9.	Productos esperados	4
1.10.	Consideraciones de la oferta	4
2.	BASES ECONÓMICAS	6
2.1.	Presupuesto Disponible	6
2.2.	Plazos de Ejecución.....	6
2.3.	Fechas de Pagos e Informes	7
3.	BASES ADMINISTRATIVAS	8
3.1.	Calendario del Proceso.....	8
3.2.	Perfil de Postulante	8
3.3.	Antecedentes a Adjuntar.....	8
3.4.	Admisibilidad y Evaluación Propuestas	8
3.5.	Criterios de evaluación de las propuestas.	9
3.6.	Adjudicación y Contrato	9
3.7.	Confidencialidad y Protección de Datos	9
3.8.	Uso de Imagen.....	10
3.9.	Propiedad Intelectual	10
3.10.	Normativa Aplicable	10
3.11.	Sanciones y Término Anticipado del Contrato	11
3.12.	Cesión del Contrato	11
3.13.	Interpretación e información	11
3.14.	Sobre posibilidad de aumentar los servicios contratados	11



1. BASES TÉCNICAS

1.1. Antecedentes del Proyecto

Código del proyecto	26PFC-302565
Nombre del programa	Formación de Especialista en Biocombustibles Sólidos en las regiones del Maule, Biobío y Araucanía
Modalidad de ejecución	E-learning, 100 horas cronológicas
N° de becarios	88 a nivel nacional
Responsable CORFO	Nivel Central
Agente Operador Intermediario	GEDES Ltda.
Tipo de servicio	Asesoría Agencia de Medios
Duración estimada del servicio	2 meses
Monto aprobado	\$4.327.000 (valor bruto)

1.2. Definiciones

Agente Operador Intermediario (AOI): Corresponde a la entidad que administra todas las acciones necesarias para cumplir las actividades y los objetivos del proyecto. El Agente Operador Intermediario es, además, el que establece la relación contractual con la Entidad Capacitadora o la Entidad Experta. Es el AOI quien establece la relación contractual con la institución adjudicataria.

Entidad Experta o Adjudicataria: Corresponde a la institución que, en conformidad con el proyecto y en virtud de un convenio celebrado con el AOI, es la responsable de implementar las actividades de capacitación contempladas en el proyecto, de tal manera de cumplir con los objetivos y resultados propuestos.

1.3. Contexto y Objetivo del programa a Difundir

El programa consiste en la realización de un curso de 100 horas cronológicas para 88 becarios(as) en modalidad e-learning sincrónica, dirigido a profesionales universitarios, técnicos de nivel superior y de nivel medio de educación media técnico-profesional vinculados a áreas de ingeniería, diseño industrial, gestión ambiental, técnicos mecánicos, electrónica, y que preferentemente, se desempeñen en empresas productivas o de servicios, especialmente en los sectores de agroindustria, silvicultura y otras industrias, y que tengan a su cargo o influyeran la definición, diseño o mejora de productos y procesos productivos. La iniciativa aportará en la formación de especialista en el desarrollo de biocombustibles sólidos de derivados de madera, incorporando competencias en



estandarización de procesos productivos, modelos de secado de materia prima, análisis de impactos de emisiones asociadas a la calidad de los biocombustibles, estandarización de calidad a través de normativas regulatorias, mejorando la calidad y eficiencia en el uso reduciendo las emisiones atmosféricas.

Se espera que las Instituciones Formativas que dictarán el Programa de Especialidades Becas Capital Humano lo hagan bajo un alto estándar de calidad, con especial énfasis en un modelo de aprendizaje activo para el desarrollo de habilidades del siglo XXI y consecución de los objetivos del plan formativo.

El aseguramiento de la calidad del programa es un elemento crítico que impactará en todos los indicadores de éxito, por lo cual debe ser concebido como una iniciativa estratégica, acompañado de etapas tales como: preparación y ajustes del programa, capacitación, evaluación, seguimiento y evaluación permanente a lo largo de la ejecución del programa.

Los objetivos del programa a Difundir son:

- ✓ Implementar un sistema de aseguramiento de calidad de la ejecución formativa del PFC, mediante la contratación de profesional/es, enfocado en el cumplimiento de los estándares pedagógicos, metodológicos y de satisfacción comprometidos, generando información oportuna, trazable y verificable para la toma de decisiones del AOI y del ejecutivo técnico de Corfo.
- ✓ Desarrollar y Fortalecer competencias técnicas en producción, calidad y trazabilidad de biocombustibles sólidos.
- ✓ Fortalecer capacidades en operación y mantención de maquinaria industrial asociada a producción biocombustibles sólidos.
- ✓ Impulsar la adopción normativa y tecnológica en pymes regionales del sector de biocombustibles sólidos.

1.4. Público Objetivo de la Campaña

- ✓ El público objetivo de la campaña estará conformado por chilenos o extranjeros con residencia definitiva en el país.
- ✓ Deben ser profesionales que posean un título o certificado de licenciatura de una carrera profesional universitaria o título técnico de nivel superior en áreas del sector energético, industrial o productivo vinculado a la biomasa o en áreas afines debidamente justificadas y que acrediten experiencia en al menos 1 iniciativa relacionada con servicios de asesoría, transferencia, producción, comercialización de biocombustibles sólidos y/o desarrollo, instalación o mantención de sistemas térmicos de uso de biomasa.



1.5. Objetivos del Servicio de Agencia de Medios

- ✓ Diseñar y producir todos los materiales gráficos y creativos de la campaña de difusión del programa 26PFC-302565, bajo los lineamientos gráficos y norma de marca de CORFO.
- ✓ Ejecutar un plan de medios pagados en plataformas digitales y redes sociales, con foco en el público objetivo del programa.
- ✓ Contribuir al logro de al menos 400 postulaciones al programa, con distribución regional y de género conforme a lo establecido en el PFC.

1.6. Ideas fuerzas en la estrategia:

“Corfo impulsa el desarrollo económico, que se traducirá en la formación de capital humano, impactando fuertemente en mejores empleos, aumentando la productividad y fortaleciendo el crecimiento económico.”

“El beneficiario sólo deberá pagar su matrícula.”

El mensaje y tono debe ser directo, motivacional y empático, acorde al público objetivo de los Programas de Formación de Competitividad (PFC).

1.7. Mensaje y tono.

El principal mensaje que la campaña debe transmitir es que Corfo desea impulsar la formación de capital humano en el país, a través de la entrega de 88 becas de cofinanciamiento cuyo objetivo es Formar especialistas técnicos en producción, gestión y control de calidad de biocombustibles sólidos derivados de la madera, fortaleciendo la competitividad, formalización y sostenibilidad del sector biomasa térmica en las Regiones de Maule, Biobío y Araucanía. El beneficiario podrá desarrollar y fortalecer competencias técnicas en producción, calidad y trazabilidad de biocombustibles sólidos, fortalecer capacidades en operación y mantención de maquinaria industrial asociada a producción de biocombustibles sólidos e impulsar la adopción normativa y tecnológica en pymes regionales del sector de biocombustibles sólidos.

1.8. Alcance y Descripción de los servicios

La Empresa deberá definir y proponer a Gedes un plan de medios pagados de carácter nacional para la promoción y difusión de la convocatoria en prensa online y/o radios, o bien, a través de sus cuentas de Redes Sociales (RRSS). El cual contemple al menos:

- ✓ Diseño de piezas gráficas para redes sociales (posts, stories, banners), publicidad digital (pop-ups, anuncios en sitios web y aplicaciones) y otros formatos que se requieran, respetando la norma gráfica de CORFO.



- ✓ Elaboración de grilla semanal de contenidos durante el proceso de convocatoria (aproximadamente 3 semanas).
- ✓ Gestión de inversión en medios pagados (Facebook, Instagram, Google u otros) con acceso a las cuentas institucionales de CORFO.
- ✓ Propuesta y gestión de un Community Manager (CM) para apoyar respuestas en publicaciones patrocinadas.
- ✓ Coordinación con GEDES y CORFO para alineación de contenidos, mensajes clave y estrategia creativa.
- ✓ Medición de resultados en tiempo real y ajuste de estrategia según desempeño de la campaña.
- ✓ Entregar informe final con resultados y recomendaciones

1.9. Productos esperados

El oferente debe incorporar en su propuesta técnica una Carta Gantt o cuadro descriptivo de las actividades que permitan dar cumplimiento a los objetivos del servicio, así como también proponer acciones de valor agregado.

Para la ejecución de la campaña los entregables serán los siguientes:

- ✓ Planificación de grilla semanal durante el proceso de convocatoria (duración 3 semanas aprox.), junto con el desarrollo de una carta gantt comunicacional detallada de todas las actividades a desarrollar, sus tiempos y responsables, que involucre a todos los organismos respecto a su implementación.
- ✓ Diseño de los productos solicitados por el cliente que deben ceñirse a los elementos gráficos entregados por Corfo.
- ✓ Inversión en redes sociales, con foco en el público objetivo. Se dará acceso a cuenta Corfo para lo que se deberá considerar los elementos gráficos de la Corporación.
- ✓ Diseño de piezas para redes sociales y stories acorde al estilo gráfico de Corfo.
- ✓ Diseño de piezas para la publicidad en Medios Digitales tales como banners, pop-ups, anuncios y cualquier forma de publicidad en sitios web y/o aplicaciones, acorde al estilo gráfico de Corfo
- ✓ Deberá hacer entrega de un informe final detallado de las métricas obtenidas en la campaña de los distintos medios digitales utilizados.
- ✓ Elementos mandatorios que deben estar presentes en la comunicación: logos, cierre Gobierno de Chile en videos, links o url dirigidos a landing o inscripciones para webinar, etc.

1.10. Consideraciones de la oferta

- a) El avisaje y las publicaciones en medios de comunicación social deberán efectuarse, al menos en un 40% en medios de comunicación con clara identificación local, distribuidos territorialmente de manera equitativa, y que se relacionen directamente al público



objetivo que persigue el PFC. Este porcentaje (salvo casos excepcionales y fundados) no podrá destinarse a medios que sean parte de conglomerados, holdings o cadenas de medios de comunicación, con los que se relacionen en los términos de los artículos 99 y 100 de la ley N° 18.045, que tengan sedes o sucursales en más de una región. Se preferirá, el trato con los medios de comunicación que efectuarán por sí mismo el avisaje y las publicaciones, evitando en lo posible la contratación de intermediarios o agencia.

- b) La distribución del presupuesto de medios puede variar según las necesidades de la contraparte técnica y deben ser destinados a inversión digital y/o publicidad pagada.
- c) El oferente al que se le adjudique la compra será responsable de la distribución, costos e implementación de todos los materiales a los distintos soportes que se establezcan en el plan de medios.
- d) Para los servicios de Facebook e Instagram, se deberá utilizar las redes sociales de Corfo, en cuyo caso se dará acceso para monitorear el comportamiento de la campaña. Los oferentes podrán proponer un CM que apoye la gestión y respuestas de las publicaciones patrocinadas.
- e) La realización de material audiovisual y la subcontratación de terceros deberán ser chequeados y aprobados por la contraparte técnica indicada en el contrato; todos los costos de subcontrataciones son responsabilidad del proveedor contratado.
- f) La propuesta debe incluir el Cuadro de Costos, identificando claramente:
 - ✓ Costo total de las campañas publicitarias, tanto para redes sociales como para los medios digitales.
 - ✓ Detalle costos por ítem
 - ✓ Sub Total Inversión Regional.
 - ✓ Costo Total de Producción.
 - ✓ Monto Comisión Agencia.
- g) Si el cuadro inicial de costos requiere modificación, deberá ser informado a la contraparte del contrato. Este último, se reservará el derecho de solicitar órdenes de compra, boletas y facturas de las subcontrataciones para corroborar la información.
- h) Los costos de administración de cuentas de redes sociales y la publicidad pagada en medios digitales, deben ser contemplados en la comisión de agencia. No se aceptarán costos extras.
- i) Una vez terminada la campaña se debe enviar una presentación con la verificación digital e impresa de todos los medios en los cuales se exhibió la campaña, la cual debe venir acompañada con el último plan de medios aprobado. La verificación digital también



deberá incluir:

- ✓ Contratos de derechos (a servicios de terceros).
- ✓ Todo material realizado en alta calidad
- ✓ Fotografías compradas (si hubiera).

- j) Se debe considerar derechos de modelos y personajes al menos hasta el 31 de diciembre de 2026. Todo el material realizado, que no incluya personas, será de uso exclusivo del contratante y por el tiempo que estime conveniente
- k) Cabe mencionar que no necesariamente se ejecutarán todos los productos y/o servicios requeridos, pudiendo redistribuir los recursos para potenciar algún otro en particular. Se tomará la decisión desde el punto de vista estratégico con el fin de generar el mayor impacto posible.

2. BASES ECONÓMICAS

2.1. Presupuesto Disponible

El contrato será adjudicado bajo la modalidad de suma alzada por un monto máximo de \$4.327.000 (cuatro millones trescientos veintisiete mil pesos) impuestos incluidos, pagadero contra la entrega y aprobación de los informes establecidos en el punto 2.3 de las presentes Bases.

El oferente deberá detallar en su propuesta, a suma alzada, el valor total ofertado. En complemento deberá detallar la valorización de cada una de las actividades y acciones que proponga para el cumplimiento del servicio y de los objetivos del servicio.

Todos los costos, gastos, impuestos y demás eventuales cargos asociados a la contratación deben estar incluidos en la respectiva Oferta Económica

2.2. Plazos de Ejecución

La Empresa será contratada por el Agente Operador GEDES para desarrollar las actividades contempladas en las presentes Bases Técnicas, durante un período estimado de 2 meses, correspondiente principalmente a las etapas de convocatoria y postulación de alumnos del programa de formación.

Durante la vigencia del contrato, la empresa desarrollará sus funciones bajo la coordinación del equipo de GEDES Ltda., en su calidad de Agente Operador Intermediario de CORFO.



2.3. Fechas de Pagos e Informes

La empresa deberá presentar al AOI los siguientes informes, cuya aprobación da lugar al pago de la cuota correspondiente:

N°	Detalle informe	Productos entregables	Monto pagado	Fecha de entrega
01	Plan de medios y Carta Gantt comunicacional	• Estrategia de pauta y calendarización de actividades con responsables	\$ 860.000	10 días hábiles posteriores a la firma de contrato
01	Set de piezas gráficas	• Posts, stories, banners y material digital bajo norma CORFO		
01	Grilla semanal de contenidos	• Planificación de publicaciones durante la convocatoria	\$2.500.000	Día 40 posterior a la firma de contrato
01	Informes de métricas semanales	• Resultados de pauta durante la campaña (alcance, clics, conversiones)		
01	Reuniones de Coordinación semanal CORFO y GEDES	• Asistir a reuniones de coordinación semanal para evaluar impacto de la estrategia		
01	Informe final con verificación	• Métricas finales, verificación de pauta en todos los medios utilizados, contratos de derechos, fotografías y material en alta calidad	\$ 967.000	10 días posteriores al cierre de contrato
TOTAL			\$4.327.000	

NOTA: Las fechas y calendarización final, se confirmarán de acuerdo con los lineamientos de Corfo, en coordinación con el oferente, luego de adjudicado el servicio.



3. BASES ADMINISTRATIVAS

3.1. Calendario del Proceso

Envío de Requerimientos	08 de Septiembre de 2026
Cierre de postulaciones	Hasta el 16 de septiembre de 2026 a las 15:00 hrs.
Evaluación	17 al 24 de septiembre de 2026
Comunicación de resultados	25 de septiembre de 2026

3.2. Perfil de Postulante

Podrán participar y presentar su cotización aquellas personas jurídicas con experiencia en las tareas a ejecutar, entre las que se encuentran, periodistas, agencias de publicidad, agencias de medios, agencias de marketing, entre otras instituciones similares.

3.3. Antecedentes a Adjuntar

Los postulantes deberán entregar los documentos que se indican a continuación:

- **Copia RUT Empresa y rep Legal**
- **Vigencia Empresa**
- **Currículum Vitae de la empresa y Profesionales:** Que destaque experiencia relevante, proyectos y consultorías previas en temáticas energéticas o gestión de ecosistemas productivos, relacionados al programa
- **Propuesta técnica y/o Cotización:** Documento breve donde el postulante explique cómo abordaría el rol, qué experiencia específica aporta y cómo cumplirá los objetivos de la consultoría. Explicación de cómo organizará su trabajo, gestión del tiempo y planificación para cumplir con los productos solicitados.

3.4. Admisibilidad y Evaluación Propuestas

Se realizará la evaluación de las propuestas presentadas y que cumplan con los requisitos estipulados en el punto 3.3., señalados como obligatorios como criterio de admisibilidad. Los proponentes que no presenten algunos de los documentos indicados, quedarán automáticamente fuera del proceso licitatorio.

El proceso de evaluación estará a cargo de manera exclusiva del agente operador intermediario, a través de sus colaboradores, integrado por:

- Karenn Neira Parra – Coordinadora de Proyecto
- Veronica Inostroza G – Jefe de Proyecto
- Sebastián Ponce - Ejecutivo Técnico



3.5. Criterios de evaluación de las propuestas.

Las propuestas se evaluarán según la siguiente matriz multicriterio:

Criterio	Descripción	Ponderación
Experiencia en campañas digitales y producción gráfica	Trayectoria demostrable en diseño de piezas gráficas, gestión de pauta pagada en plataformas digitales (Facebook, Instagram, Google u otras) y ejecución de campañas de convocatoria o difusión masiva. Se valorará experiencia con campañas para organismos públicos o programas de formación.	30%
Propuesta creativa y estrategia de medios	Calidad y pertinencia de la propuesta creativa: concepto gráfico, mensajes clave, selección de plataformas y estrategia de segmentación del público objetivo. Se evaluará la coherencia entre la propuesta y el perfil del beneficiario del programa (sector energético, industrial o productivo vinculado a la biomasa).	40%
Capacidad técnica y equipo de trabajo	Composición del equipo propuesto (diseñador/a, ejecutivo/a de cuentas, community manager u otros roles relevantes) y herramientas disponibles para gestión de pauta, medición de métricas y reportería. Se valorará la experiencia específica del equipo en campañas similares.	20%
Cuadro de costos y transparencia de la inversión	Claridad en la desagregación de costos: inversión en pauta, producción, comisión de agencia y otros ítems. Se valorará la eficiencia entre el presupuesto destinado a inversión real en medios versus costos de producción y administración.	10%

3.6. Adjudicación y Contrato

GEDES Ltda. invitara a suscribir el contrato al postulante que haya obtenido el mayor puntaje en la evaluación. A falta de acuerdo con el primero, se llamará al siguiente en orden de puntuación.

GEDES Ltda. se reserva el derecho de declarar desierto el proceso si ninguno de los postulantes cumple con los estándares mínimos requeridos. En tal caso, ningún postulante tendrá derecho a indemnización por los gastos incurridos en la preparación de su propuesta.

Los profesionales que figuren en la nómina definitiva no podrán ser sustituidos, salvo casos debidamente justificados y calificados como tales por GEDES Ltda. El profesional reemplazante deberá tener competencias iguales o superiores al sustituido y deberá ser aprobado por el AOI.

El contrato se entenderá iniciado el primer día hábil siguiente a la fecha en que se comunique al consultor, vía correo electrónico, la resolución aprobatoria del contrato.

3.7. Confidencialidad y Protección de Datos

Toda información relativa a CORFO, GEDES Ltda. o terceros a la que la empresa tenga acceso con motivo de la presente contratación tendrá carácter de confidencial. En consecuencia, dicha información deberá mantenerse en carácter de reservada.



respondiendo La empresa de todos los perjuicios que se deriven del incumplimiento de esta obligación.

La empresa no podrá utilizar los datos personales de los becarios para fines distintos al desarrollo del proyecto, conforme a lo dispuesto en la Ley N°19.628 sobre protección de la vida privada y sus normas complementarias.

3.8. Uso de Imagen

Durante la ejecución del Proyecto el oferente adjudicado se obligará a apoyar y participar activamente en los eventos que realice Corfo para promocionar los resultados parciales y finales del proyecto. Asimismo, en toda actividad pública que se efectúe para difundir el proyecto, ya sea a su término o durante su ejecución deberá señalar expresamente que el proyecto es financiado por Corfo.

3.9. Propiedad Intelectual

El producto del trabajo desarrollado por el oferente adjudicado o sus dependientes, tales como informes, tutoriales, base de datos, registros audiovisuales, resultados del proyecto u otros, serán de propiedad de Corfo, quien se reserva el derecho de disponer de ellos libremente, sin limitaciones de ninguna especie, no pudiendo por tanto el Oferente adjudicado realizar ningún acto respecto de ellos ajeno al contrato a adjudicar, sin autorización previa y expresa de Corfo. Sin perjuicio de ello, se deberán respetar los derechos de autor y de propiedad intelectual existentes, respecto de aquellos materiales que el oferente haya elaborado de forma previa a la ejecución del proyecto. Por otra parte, los materiales audiovisuales, impresos, descargables u otros materiales deberán respetar los derechos de autor, de propiedad intelectual u otros. Corfo o el Agente Operador Intermediario en ningún caso serán responsables por infracciones de los oferentes a las leyes que protegen la propiedad intelectual y los derechos de autor, siendo el Oferente adjudicado el único responsable por dichas infracciones.

3.10. Normativa Aplicable

La implementación del servicio deberá ajustarse a las Bases del instrumento Programa de Formación para la Competitividad (PFC) de CORFO y a las normas que las complementen o modifiquen. Las presentes Bases son obligatorias para quienes participen de la convocatoria, lo que se entenderá aceptado por el solo hecho de presentar una propuesta.

Formaran parte integrante del contrato: las presentes Bases, las ofertas técnica y económica del adjudicado, las consultas formuladas y sus respuestas, y las aclaraciones emitidas por el AOI.



3.11. Sanciones y Término Anticipado del Contrato

El contrato podrá modificarse o terminarse anticipadamente por alguna de las siguientes causales:

- Resciliación o mutuo acuerdo entre las partes.
- Incumplimiento grave de las obligaciones contraídas, calificado por el AOI en conjunto con CORFO.
- Presentación de informes falsos o que no respondan a los estándares técnicos exigidos.
- No ajustarse a las instrucciones técnicas impartidas por el AOI.
- Atraso injustificado reiterado en la prestación de los servicios.
- Violación de la obligación de confidencialidad.

3.12. Cesión del Contrato

El adjudicatario no podrá ceder ni transferir, total ni parcialmente, los derechos y obligaciones derivados del presente proceso de licitación o del contrato suscrito, salvo que una norma legal especial lo permita expresamente.

3.13. Interpretación e información

El presente documento y el contrato respectivo se interpretarán en forma armónica, de manera que exista entre todos ellos la debida correspondencia. Todos los documentos relativos a la convocatoria se interpretarán siempre en el sentido de la más perfecta elaboración y ejecución de la propuesta, de acuerdo con las reglas de la ciencia y la técnica aplicables según sea el caso particular de que se trate.

Cualquier falta, descuido u omisión de los oferentes o adjudicatarios en la obtención de información y estudio de los documentos relativos al proceso de convocatoria, no los exime de la responsabilidad de apreciar adecuadamente los costos necesarios para la elaboración y desarrollo de su propuesta o prestación del servicio. Por lo tanto, serán de su cargo todos los costos en que incurran para corregir faltas, errores, descuidos u omisiones resultantes de su análisis e interpretación de la información disponible o que se obtenga.

3.14. Sobre posibilidad de aumentar los servicios contratados

Para asegurar la prestación íntegra y oportuna de los servicios que se entregan, y previo acuerdo de las voluntades con el adjudicatario, se podrán aumentar los elementos requeridos de la propuesta, de manera de continuar proveyendo adecuadamente los servicios contratados. En este sentido, en el evento de sobrevenir un cambio de condiciones



en los Programas que requiera la necesidad de contar con servicios no considerados en el presente documento, se podrán incorporar y aumentar el precio de la contratación, en cuyo caso el adjudicatario deberá mantener el mecanismo de cálculo utilizado en su oferta inicial, resguardando con ello los principios elementales de las compras públicas. En cualquier caso, el costo total del contrato no podrá aumentar

