



PROVINCIA DE TIERRA DEL FUEGO,
ANTÁRTIDA E ISLAS DEL ATLÁNTICO SUR
• REPÚBLICA ARGENTINA •



Instituto Fuegoño
de Turismo

USHUAIA, 16 de marzo de 2026.

VISTO el expediente IFT-E-190-2026 del registro del Instituto Fuegoño de Turismo; y

CONSIDERANDO:

Que mediante el mismo tramita la contratación de una agencia de comunicación y/o marketing para acciones publicitarias, con la finalidad de llevar a cabo las acciones publicitarias de promoción y difusión del destino en el marco de la Campaña de Comunicación Digital en Redes Sociales "Otoño del Fuego"; de acuerdo a las características detalladas en el Anexo I que forman parte integrante de la presente.

Que dicha contratación se fundamenta en el Plan de Marketing de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur (PMK-TDF) cuyos objetivos son: fortalecer el posicionamiento y conocimiento de la oferta integral del destino turístico Tierra del Fuego, lograr el posicionamiento de la marca Fin del Mundo-Tierra del Fuego en la mente de los potenciales turistas nacionales e internacionales (B2C) y lograr el fortalecimiento comercial del destino, integrando a todos los actores directos e indirectos de la cadena de comercialización (B2B). Dentro de los objetivos específicos la campaña se centra en incrementar el turismo interno e internacional todo el año, promocionar el destino en temporada de otoño con ofertas de otras experiencias y fortalecer la cadena de comercialización para la promoción turística del destino.

Conjuntamente, la campaña de comunicación se enmarca en el Proyecto 2.2.5 "Comunicación Estratégica para la difusión del destino" del Plan Estratégico de Turismo Sustentable de Tierra del Fuego 2025, el cual tiene como objetivo el desarrollo de campañas de promoción turística del destino en diferentes medios y plataformas.

Que la presente contratación cuenta con un financiamiento del CFI según Convenio suscripto el 4/02/2026 entre la Provincia y CFI, registrado el 10/02/2026 bajo el N° 27225, y tramitado bajo el expediente IFT-E-135-2026.

Que a orden 4 consta el presupuesto testigo, el cual fue tomado como valor de referencia para la contratación mencionada en el primer considerando.

Que a orden 5, quien suscribe, autorizó el gasto para la presente contratación, a partir del cual se confeccionó el volante de imputación preventiva.

Que el mencionado presupuesto testigo no supera el máximo establecido para el procedimiento de selección de contratación directa por compulsa abreviada.

Que la presente contratación encuadra legalmente dentro de lo establecido en las Leyes Provinciales N° 1015, artículo 18°, inc. I) y N° 1580; Decretos Provinciales N° 32/2026, N° 35/2026 y N° 188/2023, Resolución M.E. N° 1120/2024; Resoluciones In.Fue.Tur N° 32/2026 y N° 52/2026; Resolución O.P.C. N° 17/2021 y el Convenio Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur y el Concejo Federal de Inversiones, Regostado mediante el N° 27225.

Que quien suscribe se encuentra facultado para el dictado de la presente norma en virtud de lo establecido en la Ley Provincial N° 65, sus modificaciones, Decreto Provincial N° 283/2024 y Resolución In.Fue.Tur. N° 150/2023.

Por ello,

**EL SECRETARIO DE COORDINACIÓN ESTRATÉGICA
DEL INSTITUTO FUEGUINO DE TURISMO
DISPONE:**

"Las Islas Malvinas, Georgias del Sur, Sándwich del Sur y los espacios marítimos e insulares correspondientes son argentinos"



PROVINCIA DE TIERRA DEL FUEGO,
ANTÁRTIDA E ISLAS DEL ATLÁNTICO SUR
• REPÚBLICA ARGENTINA •



Instituto Fueguino
de Turismo

ARTICULO 1º.- Autorizar el llamado a cotización, mediante contratación directa por compulsa abreviada, para la contratación de una agencia de comunicación y/o marketing para acciones publicitarias, con la finalidad de llevar a cabo las acciones publicitarias de promoción y difusión del destino en el marco de la Campaña de Comunicación Digital en Redes Sociales "Otoño del Fuego"; de acuerdo a las características detalladas en el Anexo I que forman parte integrante de la presente. Ello, según los motivos expuestos en el considerando.

ARTICULO 2º.- Imputar el gasto al UGC 2100, UGG 2100 y a la subpartida 361 del ejercicio económico y financiero en vigencia.

ARTICULO 3º.- Registrar, comunicar y archivar.

DISPOSICIÓN S.C.E. IN.FUE.TUR N° 81/2026.



ANEXO I – DISPOSICIÓN S.C.E. IN.FUE.TUR Nº 81/2026.

Renglón	Descripción a cotizar
1	Contratación de una agencia de comunicación y/o marketing para acciones publicitarias con antecedentes en campañas digitales comprobables de más de cinco (5) años en el rubro, para brindar soporte digital, según el siguiente detalle: 1) Publicidad en la red social Instagram, por el periodo de un (1) mes desde el momento de la contratación, para la difusión de: dos (2) publicaciones (un reel y un carrusel de fotos) y seis (6) flyers para visualizarse diariamente en la sección historias. 2) Publicidad en la red social Facebook, por el periodo de un (1) mes desde el momento de la contratación, para la difusión de: una (1) publicación (carrusel de fotos) y seis (6) flyers para visualizarse diariamente en la sección explorar, feed e historias. 3) Publicidad en Youtube por el periodo de un (1) mes desde el momento de la contratación en Youtube Shorts de 1 (un) video MP4 vertical (visualización en dispositivos móviles). 4) Publicidad en Google Search por el periodo de un (1) mes desde el momento de la contratación a través de anuncios en motores de búsqueda. 5) Publicidad en Google Display por el periodo de un (1) mes desde el momento de la contratación a través de anuncios en sitios web y aplicaciones. DETALLES: La inversión en pauta publicitaria total es de \$10.500.000 (diez millones quinientos mil pesos). Contemplando la siguiente distribución: Instagram: \$ 4.000.000 (cuatro millones de pesos). Facebook: \$ 1.500.000 (un millón quinientos mil pesos). Youtube: \$ 2.000.000 (dos millones de pesos). Google Search: \$1.500.000 (un millón quinientos mil pesos). Google Display: \$1.500.000 (un millón quinientos mil pesos). - En su presupuesto debe: a) Contemplar el monto de inversión en pauta publicitaria. b) Indicar feed de agencia total. c) Incluir gastos de impuestos y/o otros gastos de manera detallada. - En todos los casos, las piezas gráficas/audiovisuales, cronogramas de publicidad, links de publicaciones, segmentación y redirección de tráfico se brindarán previamente desde la Dirección de Comunicación y Prensa, de este Instituto Fueguino de Turismo. - La agencia de comunicación, y/o marketing deberá enviar los antecedentes comprobables de más de cinco (5) años en el rubro. - La agencia de comunicación, y/o marketing deberá enviar un reporte con valoraciones y estadísticas de cada anuncio al finalizar la campaña. Contacto: Dirección de Prensa y comunicación – Lic. Ana Montiel. Ana.montiel@infuetur.gob.ar