



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



Instituto Fueguino
de Turismo

USHUAIA, 30 de marzo de 2026.

VISTO el expediente IFT-E-190-2026 del registro del Instituto Fueguino 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 a orden 10 obra Disposición S.C.E. In.Fue.Tur. Nº 81/2026, por la cual se autorizó el llamado a cotización para la contratación expresada en el párrafo precedente.

Que vista y analizada las ofertas recibidas según Planilla de Preadjudicación compra directa Nº 13/2026, obrante a orden 34, resulta procedente adjudicar la totalidad de los renglones a la firma ENVISION ACTION MARKETING S.A. CUIT 30-71463614-2, por la suma total de PESOS TRECE MILLONES NOVECIENTOS SETENTA Y CINCO MIL QUINIENTOS CON 00/100 (\$13.975.500,00); por ajustarse a lo requerido y de acuerdo a lo informado en orden 33 por la Directora de Comunicación y Prensa de este Instituto.

Que la presente contratación cuenta con financiamiento del CFI según Convenio suscripto el 4/02/2026 entre la Provincia y CFI, registrado el 10/02/2026 bajo el Nº 27225, y tramitado bajo el expediente IFT-E-135-2026.

Que se cuenta con partida presupuestaria para afrontar el gasto.

Que la presente contratación encuadra legalmente dentro de lo establecido en las Leyes Provinciales Nº 1015, artículo 18º, inc. I) y Nº 1580; Decretos Provinciales Nº 32/2026, Nº 35/2026 y Nº 188/2023, Resolución M.E. Nº 1120/2024; Resoluciones In.Fue.Tur Nº 32/2026 y Nº 52/2026; Resolución O.P.C. Nº 17/2021.

Que quien suscribe se encuentra facultado para el dictado de la presente norma en virtud de lo establecido en la Ley Provincial Nº 65, sus modificatorias; Decreto Provincial Nº 3135/2023 y la Resolución In.Fue.Tur. Nº 150/2023.

Por ello,

**EL PRESIDENTE
DEL INSTITUTO FUEGUINO DE TURISMO
RESUELVE:**

ARTICULO 1º.- Aprobar el procedimiento y adjudicar la compra directa Nº 13/2026, por 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, a la firma ENVISION ACTION MARKETING S.A. CUIT 30-71463614-2, por la suma total de PESOS TRECE MILLONES NOVECIENTOS SETENTA Y CINCO MIL QUINIENTOS CON 00/100 (\$13.975.500,00). Ello, en virtud de lo expuesto en el exordio.

ARTICULO 2º.- Autorizar a la Dirección de Finanzas a emitir la correspondiente Orden de Compra.

ARTICULO 3º.- Imputar el gasto a la UGG 2100, UGC 2100 y a la subpartida 361 del ejercicio económico y financiero en vigencia.

ARTICULO 4º.- Registrar, comunicar, enviar al Boletín Oficial de la Provincia y archivar.

RESOLUCIÓN IN.FUE.TUR. Nº 257/2026.

“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

ANEXO I – RESOLUCIÓN IN.FUE.TUR N° 257/2026.

Proveedor	Renglón	Descripción	Importe total
ENVISION ACTION MARKETING S.A. CUIT 30-71463614-2	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 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: a) Contempla el monto de inversión en pauta publicitaria. b) Indica feed de agencia total. c) Incluye 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 envió los antecedentes comprobables de más de cinco (5) años en el rubro.	\$13.975.500,00

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



PROVINCIA DE TIERRA DEL FUEGO,
ANTARTIDA E ISLAS DEL ATLANTICO SUR
• REPUBLICA ARGENTINA •



Instituto Fueguino
de Turismo

		- 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

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