Tapiales, 21 de octubre de 2026

VISTO:

La Actuación CMC N° 44/2026, la Resolución CMC N° 170/2026, el Informe de Intervención Previa UAI N° 13/2026, la respuesta de la Gerencia de Proyectos y Desarrollo, el análisis final producido por la Unidad de Auditoría Interna, la Resolución SIGEN N° 162/2014, el Estatuto y el Convenio de Creación de la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires, la Ley de Mercados de Interés Nacional N° 19.227/1971 (B.O. 22.09.1971), y la sesión de Directorio de fecha 21 de octubre de 2026, según Acta N° 2244 del libro respectivo, y

CONSIDERANDO:

Que en virtud de lo dispuesto por la Resolución CMC N° 170/2026 se aprobó el ***REGLAMENTO PARA LA CONCESIÓN DE ESPACIOS DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA;***

Que, sobre ese Registro y en el marco de la intervención requerida por el artículo 101 del Anexo al Decreto N° 1344/2007 y de la Resolución SIGEN N° 162/2014, la Unidad de Auditoría Interna formuló una serie de observaciones, recomendando su subsanación en forma previa al dictado del acto aprobatorio, ello a través del Informe UAI N° 13/2026;

Que la Gerencia de Proyectos y Desarrollo dio respuesta a las indicaciones del citado Informe UAI 13/2026;

Que la Unidad de Auditoría Interna concluyó que: las observaciones e) - segregación de funciones- y f) - plazo de conservación de los registros de emisiones- se tenían por atendidas; que la observación d) - referencias normativas- subsistían y requerían subsanación inmediata; y que las observaciones a), b) y c) -modalidad de acceso, bases y grilla de evaluación, y componente dinerario mínimo del canon- se mantenían y revestían riesgo alto;

Que, según el criterio manifestado por la propia Unidad, ninguna de las observaciones subsistentes exige una modificación del Reglamento, sino que, sería suficiente con que la Administración aprobara y pusiera en conocimiento de los interesados, los instrumentos complementarios de acceso, evaluación y determinación del canon, en forma previa a la primera convocatoria y al primer otorgamiento de espacios;

Que, asimismo, la Unidad señaló como oportunidad crítica el momento anterior a la primera convocatoria, por cuanto una adjudicación efectuada sin reglas de acceso conocidas, sin grilla de evaluación previa y sin metodología de canon aprobada consolidaría, por un plazo prolongado, riesgos sobre la igualdad de los postulantes, la comparabilidad de las ofertas, el nivel de ingresos de la Corporación y la posibilidad de control posterior;

Que el artículo 5° de la Resolución CMC N° 170/2026 aprobó el valor del Registro Único de Adjudicación de Espacios Publicitarios, rubro que no fue materia de reglamentación en el Anexo dispuesto, circunstancia que torna procedente emitir esa reglamentación como vía idónea para definir la modalidad de acceso;

Que, además, corresponde establecer, como condición de validez de cada convocatoria, la aprobación y publicación previa de las bases técnicas y de la grilla de evaluación;

Que, en atención a que el Artículo 13° del Estatuto del organismo prevé que los cánones forman parte de los recursos de la Corporación, corresponde aprobar la

metodología de determinación de estos, estableciendo un componente dinerario base, independiente y adicional a toda cesión de espacios o minutos de publicidad para uso institucional;
Que corresponde identificar expresamente la normativa de alcance general a la que remiten los Artículos 3° y 17° del Reglamento, criterio ya aprobado por la Resolución CMC N° 170/2026, que adoptó idéntico temperamento en su Artículo 6° al citar la Resolución CMC N° 197/2021;
Que del cotejo del texto aprobado surgen, asimismo, cuestiones formales que deviene oportuno subsanar, sin afectar la operatividad del régimen;
Que en virtud del artículo 6° del Estatuto del organismo, el Directorio tiene el deber-facultad de administrar los espacios que conforman el Mercado Central de Buenos Aires, facultad que resulta refrendada por lo previsto en el Artículo 34° de la Ley de Mercados de Interés Nacional N° 19.227/1971 (B.O. 22.09.1971);
Que, el Directorio posee la facultad de decidir sobre todos y cada uno de los puntos que hacen al objeto de la Corporación, de conformidad con el ya citado Artículo 6° del Estatuto;
Que la Gerencia de Proyectos y Desarrollo propicia el acto;
Que la Unidad Legal y Técnica ha tenido la intervención que le es inherente;
Que la Gerencia de Asuntos Jurídicos tomó la participación de su competencia;
Que la Unidad General Jurídico Administrativa eleva para su consideración;

Por ello,

y en ejercicio de las atribuciones que le son propias
EL DIRECTORIO DE LA CORPORACION DEL MERCADO CENTRAL DE BUENOS AIRES
R E S U E L V E:

Artículo1°: *Aprobar la reglamentación del REGISTRO ÚNICO DE ADJUDICACIÓN DE ESPACIOS PUBLICITARIOS, creado por el artículo 5° de la Resolución CMC N° 170/2026, que se adjunta a la presente como Anexo I.*

Artículo2°: *Establecer el valor del arancel de inscripción en el Registro Único en el importe de* ***PESOS CIEN MIL ($100.000.-)****, que fuera aprobado por el artículo 5° de la Resolución CMC N° 170/2026, conforme el hecho generador, la oportunidad de pago y el mecanismo de actualización previstos en el Anexo I.*

Artículo3°: *Disponer que, con carácter previo a cada convocatoria y como requisito esencial de su validez, la Administración aprobará y publicará las Bases y Condiciones Técnicas y la grilla de evaluación, con el contenido mínimo establecido en el Anexo II de la presente. El área técnica emitirá un informe o un acta de evaluación con aplicación expresa de la grilla, que se elevará al Directorio junto con la propuesta de adjudicación y se archivará en el expediente.*

Artículo4°: *Aprobar la Metodología de Determinación del Canon, que como Anexo III forma parte integrante de la presente, la que establece que la contraprestación comprenderá en todos los casos un componente dinerario base, determinado conforme parámetros objetivos de ubicación, superficie o formato, impacto y plazo, independiente y adicional a toda cesión de espacios o minutos de publicidad que la Corporación requiera para uso institucional, y que constituye el parámetro medible y comparable de las ofertas.*

Artículo5°: *Diferir el primer otorgamiento de espacios hasta tanto se encuentren aprobados y publicados los instrumentos de los*

FOLIO 55

Artículos 1°, 3° y 4°. De resultar necesario avanzar con mayor premura, la primera convocatoria se instrumentará a través de un llamado público, con fechas ciertas de apertura y cierre, difundido en la página web institucional conforme el artículo 7° de la Resolución CMC N° 170/2026.

Artículo6°: *Identificar la normativa de alcance general a la que remite el Reglamento, dejando expresado que el régimen general aludido en su artículo 3° corresponde al Estatuto de la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires, y que la normativa que rige la garantía contractual y el arancel de adjudicación de su artículo 17° se encuentra prevista en la Resolución CMC N° 197/2021.*

Artículo7°: *Subsanar las siguientes cuestiones formales del Anexo aprobado por la Resolución CMC N° 170/2026:*

a) la denominación del instrumento, que se unifica como ***"REGLAMENTO PARA LA CONCESIÓN DE ESPACIOS DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA";***

b) la remisión del artículo 7°, que debe entenderse referida al artículo 16° (Seguros) y no al 15°;

c) la omisión del artículo 21°, corrigiéndose el salto de numeración;

d) el alcance del objeto del artículo 1°, que se circunscribe a la cartelería y pantallas digitales;

e) los criterios de determinación del plazo del artículo 5° y los límites de su prórroga; y

f) la reposición de la prohibición expresa de publicidad de tabaco en el artículo 12°.

Artículo8°: *Instruir al área incumbente a publicar la presente y sus Anexos en la página web institucional, y a incorporar en el formulario de inscripción y en el contrato tipo las referencias normativas del artículo 6°.*

Artículo9°: *Dese al Registro de Resoluciones, comuníquese y pase a sus efectos a las Areas incumbentes. Cumplido, archívese.*

Resolución CMC N° 228/2026

Certifico que la presente es copia auténtica de la Resolución original que bajo el N° ____ queda archivada en la Secretaría de Directorio. 21 OCT 2026 anales.

C. FABIAN MIGUELEZ
Presidente
Corporación Mercado Central de Buenos Aires

Sra. VIVIANA TIPITTO
SECRETARIA DE DIRECTORIO
Corporación Mercado Central de Bs.As.

FOLIO
35

ANEXO I A LA RESOLUCION CMC Nº 228/2026

PANTALLAS DIGITALES

REGLAMENTO DEL REGISTRO ÚNICO DE ADJUDICACIÓN DE ESPACIOS PUBLICITARIOS

1. ***Carácter.*** *El Registro Único es de carácter permanente y de apertura continua, sin perjuicio de las convocatorias específicas que la Administración disponga sobre espacios determinados.*

2. ***Objeto e inscripción.*** *La inscripción acredita la condición de interesado habilitado a participar en los otorgamientos regidos por el Reglamento. La inscripción no genera, por sí, derecho a la adjudicación de espacio alguno.*

3. ***Requisitos y documentación.*** *El interesado deberá acreditar los requisitos previstos en la Resolución CMC N° 197/2021, la experiencia mínima de dos (2) años del artículo 3° del Reglamento, la propuesta técnica de los dispositivos, y la documentación que se detalle en el formulario de inscripción.*

4. ***Órgano a cargo.*** *La Gerencia de Proyectos y Desarrollo será la encargada de efectuar las tramitaciones relativas al Registro, y será loa responsable de su actualización y de la difusión de las convocatorias.*

5. ***Vigencia, renovación y baja.*** *La inscripción tendrá una vigencia de 20 años, que será renovable. La falsedad de la documentación presentada, la pérdida de requisitos y la quiebra serán causales para ser dado de baja del Registro.*

6. ***Arancel.*** *La inscripción devengará el arancel de PESOS CIEN MIL ($100.000) aprobado por el artículo 5° de la Resolución CMC N° 170/2026, pagadero al momento de la inscripción y actualizable conforme IPC.*

7. ***Difusión de convocatorias.*** *Las convocatorias se difundirán en la página web institucional (Resolución CMC N° 170/2026 artículo 7°), con indicación de fechas ciertas de apertura y cierre y de las bases aplicables.*

ANEXO II A LA RESOLUCION CMC Nº 228/2026

PANTALLAS DIGITALES

CONTENIDO MÍNIMO DE LAS BASES Y GRILLA DE EVALUACIÓN

Con carácter previo a cada convocatoria, la Administración aprobará y publicará las bases, que contendrán como mínimo: los factores de evaluación; el método de asignación de puntaje; la definición operativa del criterio de "conveniencia institucional"; el tratamiento de propuestas incompletas; y las causales de desestimación. La evaluación se documentará en un informe o un acta del área técnica, con aplicación expresa de la grilla, que se elevará al Directorio y se archivará en el expediente.

FOLIO
58

ANEXO III A LA RESOLUCION CMC Nº 228/2026

PANTALLAS DIGITALES

METODOLOGÍA DE DETERMINACIÓN DEL CANON

1. Composición del canon. *El canon se integrará con dos componentes, ambos exigibles: (a) un componente dinerario, independiente y adicional; y (b) un componente en especie, consistente en minutos de publicidad reservados a la Corporación. El componente dinerario constituye la base medible y comparable de las ofertas.*

2. Componente en especie. Minutos institucionales. *La Corporación podrá disponer, respecto de cada soporte, una cantidad mínima y máxima de minutos por día reservados a su uso institucional, cuyo valor económico se computará como parte del canon.*

3. Valorización del tiempo de emisión. *A los fines de la determinación del canon y de la comparación de las ofertas, se computará el tiempo de emisión tomando como referencia la tabla tarifaria por clase de anuncios publicitarios de la Administración Gubernamental de Ingresos Públicos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (AGIP) -"valor de cartel" según clase-. Bajo ese mismo sistema se cotizará la diferencia entre los minutos totales de emisión por día y los minutos reservados a la Corporación, que constituye el tiempo de explotación comercial del concesionario. Toda cesión en especie se valorizará económicamente en el contrato, a los fines de su registración, comparación entre ofertas y control posterior.*

4. Componente dinerario. *El concesionario abonará un canon dinerario consistente en un porcentaje que se determinará en función de la inversión comprometida, conforme parámetros objetivos de ubicación, superficie o formato, impacto y plazo. Dicho porcentaje se incrementará progresivamente hasta la amortización total de la inversión, y se procederá a su registración contable de conformidad con el artículo 20° del Reglamento.*

5. Fijación y actualización. *Los mínimos y máximos de minutos diarios, el porcentaje aplicable y su escala de incremento, así como el régimen de actualización del canon y, en su caso, las fases de pago, se fijarán en el acto de convocatoria y/o en el respectivo contrato conforme la presente metodología, evitando que su determinación quede diferida sin pauta.*