

PRESUPUESTO 2022
SERVICIOS DE RADIO Y TELEVISIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL
DE CÓRDOBA SOCIEDAD ANÓNIMA

PLAN DE ACCIÓN
OBJETIVOS

Descripción del entorno operacional y situación actual:

Servicios de Radio y Televisión (SRT), es una sociedad anónima cuyo paquete accionario mayoritario pertenece a la Universidad Nacional de Córdoba, noventa y nueve coma cinco por ciento (99,5%) y cero coma cinco por ciento (0,5%) a la Municipalidad de Bell Ville.

Explota la señal de televisión LV 80 TV Canal 10 y sus veinte (20) repetidoras, dos (2) radios, Universidad AM 580 y FM 102.3, un (1) portal informativo - www.cba24n.com.ar - y una (1) señal digital, Canal U, con producción propia de carácter extensionista universitaria y periodística.

Tiene una larga tradición en la provincia de Córdoba y desarrolla sus actividades en un marco altamente competitivo como lo es el de los medios de comunicación, pero con un elemento diferenciador por cuanto su fin es propender al desarrollo cultural de la comunidad, fomentar los valores de la democracia, los derechos humanos, el pluralismo político, la perspectiva de género, la diversidad cultural y el cuidado del ambiente, objetivos acordes a su pertenencia universitaria.

Rentabilidad y Resultados:

Las transferencias para gastos corrientes del sector público se aplicarán en su totalidad para el pago de remuneraciones del personal.

Debe tenerse presente que el importe que se ve reflejado como Resultado Económico (Ahorro) del Cuadro Corriente de la Cuenta Ahorro-Inversión-Financiamiento de catorce millones novecientos mil pesos (\$ 14.900.000) está compuesto de dieciséis millones ochocientos mil pesos (\$ 16.800.000) correspondiente al importe neto del canje previsto en el decreto 852 de fecha 05 de junio de 2014, el decreto 2379 de fecha 10 de noviembre de 2015 y el decreto 345 de fecha 12 de febrero de 2016; menos las depreciaciones y amortizaciones de un millón novecientos mil pesos (\$ 1.900.000).

Producción:

Se prevé continuar con procesos de producción que contemplen una activa participación ciudadana y una continua interacción con distintos actores representativos de la sociedad, en razón de que dicha interacción con la realidad social, cultural y deportiva de la ciudad de Córdoba y localidades de la región, continuará favoreciendo la empatía del multimedio con la sociedad cordobesa, espectadores, oyentes, diferentes niveles de gobierno, empresas y otras instituciones públicas y privadas.

Asimismo, se prevé profundizar el desarrollo de contenidos multiplataforma y multiformato en un marco de mayor productividad de los recursos humanos de manera que se pueda impulsar, con un uso más eficiente de dichos recursos, alianzas de coproducción con distintos agentes de producción audiovisual y la realización de ciclos en el marco de distintos programas que puedan ser impulsados por organismos provinciales o nacionales con competencia en la materia.

Los medios universitarios sostendrán la premisa de tener una política editorial amplia en la representación de los diferentes sectores y sostener una pluralidad de voces que se asienten en una trayectoria de respeto a la libre expresión, la defensa de los derechos humanos, la inclusión social y el equilibrio de género.

<p>Continúa como objetivo de producción consolidar a Canal U como el medio televisivo difusor de todos los contenidos de la Universidad Nacional de Córdoba, en un trabajo mancomunado junto a las diferentes facultades que la componen. En ese sentido dicho canal debe ser el ámbito donde resulten comunicadas mediante un tratamiento periodístico relevante todas las actividades académicas, de investigación, institucionales, artísticas y de extensión, permitiendo una vía de multiplicación de las informaciones para la comunidad universitaria y para la sociedad cordobesa en su conjunto. Asimismo, el plan de acción prevé la posibilidad de establecerlo como nodo federal de difusión de contenidos provenientes de los centros de producción audiovisual de otras universidades.</p> <p>Por otra parte, se prevé la producción de más horas diarias de noticias en vivo, la generación de boletines informativos en radio y flashes de noticias en televisión para que estén disponibles para medios del interior de la provincia, y de la mayor producción televisiva propia y local en los dos canales, además del desarrollo de procesos integrales en relación con las plataformas digitales.</p>
<p>Estrategia comercial y posicionamiento en el mercado:</p> <p>La empresa viene sosteniendo denodados esfuerzos para dar respuesta a los desafíos que se presentan en la actualidad a todos los medios masivos de comunicación.</p> <p>A pesar del impacto en todas las variables de la economía que sigue produciendo la pandemia de COVID-19 en la República Argentina y el mundo, se está trabajando arduamente para morigerar las consecuencias, dando un fuerte impulso a distintas modalidades de ventas de espacios publicitarios.</p> <p>Se ha previsto para el ejercicio 2022 un incremento de ventas brutas de alrededor del treinta por ciento (30%) sobre la ejecución proyectada 2021, lo que lleva las mismas a un total de doscientos dieciséis millones novecientos dieciocho mil pesos (\$ 216.918.000).</p> <p>Cabe destacar que por aplicación del decreto 852 de fecha 05 de junio de 2014, decreto 2379 de fecha 10 de noviembre de 2015 y el decreto 345 de fecha 12 de febrero de 2016, se continuará en el ejercicio 2022, como en anteriores ejercicios, cancelando deudas fiscales y previsionales correspondientes a obligaciones vencidas mediante la dación en pago de espacios publicitarios.</p>
<p>Inversión:</p> <p>En el plan de inversiones se encuentran como sus objetivos consolidar la generación, producción y transmisión en “<i>High Definition</i>” con la adquisición de componentes complementarios que aún faltan, la adquisición de nuevos transmisores para radio, afrontar el sostenimiento de las estaciones repetidoras hasta el apagón analógico para mantener la cobertura en el interior provincial y mejorar la recepción, reemplazo de equipamiento técnico por obsolescencia y realizar las reformas edilicias necesarias y obligatorias que hay que encarar, de acuerdo a la normativa en la materia, para lograr las habilitaciones correspondientes aún pendientes desde larga data.</p>
<p>Endeudamiento:</p> <p>No se prevé endeudamiento para el ejercicio 2022.</p>
<p>Recursos Humanos:</p> <p>Para el correcto desarrollo de los planes de producción indicados, el número de personal en planta permanente, eventuales, contratos a plazo fijo, locaciones de servicios profesionales, pasantías y contrataciones artísticas para el ejercicio 2022 se ha estimado en un promedio de doscientas noventa y cuatro (294) personas. El promedio se establece en razón de que hay una cantidad fluctuante que obedece a contrataciones de carácter artístico no permanente, temporales y vinculadas a programas de radio y televisión. No se prevén modificaciones en el total de planta permanente que en la actualidad es</p>

de doscientos diecisiete (217) empleados.

Cabe destacar que además continúa abierto un marco de negociación para rescisiones de mutuo acuerdo del vínculo laboral previsto en la Ley de Contrato de Trabajo para promover ahorros e incremento de la productividad en materia de Remuneraciones. Desde que se abrió el marco de negociación se han logrado diez (10) acuerdos de rescisión, cuyas cuotas mensuales se están abonando.

Forma: E.P.I.1



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional
Las Malvinas son argentinas

Hoja Adicional de Firmas
Anexo

Número:

Referencia: EX-2022-43821377-APN-DGDA#MEC - ANEXO I - Plan de Acción y Presupuesto 2022 de Servicios de Radio y Televisión de la Universidad Nacional de Córdoba Sociedad Anónima

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 3 pagina/s.