

# **MEMORIA ANUAL**

**SERVICIOS DE RADIO Y TELEVISIÓN  
DE LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA S.A.**

**AÑO 2024**

## ÍNDICE

### CONTENIDOS

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| a) Composición Accionaria                | 3  |
| b) Autoridades                           | 3  |
| c) Gerencia de Administración y Finanzas | 4  |
| d) Gerencia de Contenidos                | 7  |
| e) Gerencia de televisión                | 8  |
| f) Web CBA 24N                           | 10 |
| g) Gerencia Técnica                      | 12 |

## **ACCIONISTAS–CAPITAL ACCIONARIO**

Universidad Nacional de Córdoba      99,3%

Municipalidad de Bell Ville      0,7%

## **AUTORIDADES**

Presidente: Dr. Daniel Eugenio Barraco Díaz.

Vicepresidente: Ab. Andrés Biga

Director Titular: Sr. Rubén Di Liddo \*

Directores Suplentes:    Ing. Carlos Guillermo Liendo (Renuncia 26/07/2024)  
                                     Sr. Bernardo José Gonzalez Kriegel

Comisión Fiscalizadora:

Síndicos Titulares:        Dra. María Angélica Vázquez  
                                     Cra. Mirta Teresa Albamonte  
                                     Cr. Angel Enrique Rodríguez

Síndicos Suplentes:       Cr. Daniel Alejandro Spinosa  
                                     Cr. Alejandro Mario Roisentul  
                                     Cra. Claudia Villavicencio

\*En Representación del Personal

Gerencias:

Gerente de Producción de Televisión: Esteban Bono.

Gerente Técnico: Ing. Rubén Panici.

Gerente de Administración y Finanzas: Cr. Marcelo Becerra.

Gerente de Radio: Marcelo Sanchez.

Gerente de Contenidos Digitales: Constanza Orlando

Gerencia de Contenidos: Miguel Planells

Staff Directorio:

Asesoría Legal: Est. Jurídico Manzanares & Gener

Auditor Interno: Vacante

## GERENCIA DE ADMINISTRACION Y FINANZAS

### 1. MEMORIA DEL EJERCICIO ECONÓMICO FINALIZADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2024

De conformidad con las disposiciones vigentes, se presenta la memoria correspondiente al ejercicio económico finalizado el 31 de diciembre de 2024, la cual tiene por objeto complementar la información contenida en los estados contables, mediante la exposición de los principales hechos económicos, financieros e institucionales que afectaron el desenvolvimiento de la entidad durante el período, así como también brindar una perspectiva del curso futuro de las operaciones.

### 2. Hechos Relevantes del Ejercicio

#### 2.1. Reducción del Aporte del Estado Nacional

Durante el ejercicio 2024, se registró una reducción significativa —casi total— de la ejecución del importe presupuestado por el Estado Nacional. Esta circunstancia impactó de manera directa en el flujo operativo y en la planificación financiera, lo que demandó la implementación de medidas de ajuste y control del gasto.

En este marco, la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), en su condición de accionista mayoritario, mantuvo una participación activa destinada a mitigar el efecto de la reducción de los fondos provenientes del Estado Nacional.

| <i><b>Aportes UNC</b></i>      |                                |                                |
|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| <b>Reestructuración</b>        | <b>Gastos Corrientes</b>       | <b>Total</b>                   |
| <b><u>2.737.284.159,00</u></b> | <b><u>2.575.317.491,07</u></b> | <b><u>5.312.601.650,07</u></b> |

Es importante destacar que la empresa se encuentra en una situación financiera vulnerable, lo cual requiere la intervención del Sector Público a través de asistencia económica para garantizar su continuidad operativa. Esto se debe a que los ingresos generados por la actividad operativa resultan insuficientes para cubrir el déficit estructural.

- Presupuesto 2024 – Reconducción Presupuesto 2023:

Decreto 88/2023

DECTO-2023-88-APN-PTE - Prórroga

A partir del 1° de enero de 2024 rigen, en virtud de lo establecido por el artículo 27 de la Ley de Administración Financiera y de los Sistemas de Control del Sector

Público Nacional N° 24.156 y sus modificatorias, las disposiciones de la Ley N° 27.701 de Presupuesto General de la Administración Nacional para el Ejercicio 2023, sus normas modificatorias y complementarias

**Presupuesto: \$ 506.000.000,00 (Corriente: \$ 496.000.000,00 y Capital: \$ 10.000.000,00)**

**Ejecutado: \$ 19.000.000,00 (Corriente)**

**Saldo no ejecutado: \$ 487.000.000,00**

El saldo no ejecutado corresponde a las cuotas de los meses de febrero; marzo; abril; mayo; junio; julio; agosto; septiembre; octubre; noviembre y diciembre 2024.

## **2.2. Reducción de Personal mediante Retiros Voluntarios**

En virtud de la resolución del Honorable Consejo Superior de la Universidad Nacional de Córdoba –accionista mayoritario de la sociedad–, se llevó adelante un programa de retiros voluntarios. Esta decisión respondió a la necesidad de adecuar la estructura de costos laborales a la nueva situación económico-financiera.

| <i>Personal - Período 2024</i> |                   |                |           |          |          |       |
|--------------------------------|-------------------|----------------|-----------|----------|----------|-------|
| Período                        | Planta Permanente | Dir. Ejecutiva | Pasantías | Director | Eventual | Total |
| ene-24                         | 208               | 1              | 13        | 1        | 19       | 242   |
| dic-24                         | 124               |                | 16        | 1        | 17       | 158   |

\* Fuente: Liquidaciones extraídas del "Módulo Sueldo"

## **2.3. Proceso Preventivo de Crisis**

En cumplimiento de la normativa vigente y como medida adicional de sostenibilidad institucional, se inició un **Proceso Preventivo de Crisis**, que también formó parte de la resolución del Honorable Consejo Superior de la Universidad Nacional de Córdoba. Este proceso concluyó con la firma de acuerdos con tres de los cuatro gremios con representación en la empresa, permitiendo atenuar el impacto social y laboral de la crisis a través del consenso.

## **2.4. Caída de Ingresos por Crisis del Sector de Medios**

La contracción estructural del mercado de medios tradicionales afectó de forma directa la performance comercial de la empresa. La baja en ventas se tradujo en

una disminución significativa de los ingresos corrientes. En respuesta, se reforzaron políticas de eficiencia en el gasto y revisión estratégica de productos, medios y contenidos.

### 3. Evaluación de la Situación Económica-Financiera

La entidad enfrentó un contexto de fuerte restricción presupuestaria y caída de ingresos propios, lo cual impactó de manera directa al funcionamiento operativo. No obstante, se implementaron medidas de control interno y reorganización orientadas a garantizar la continuidad operativa.

### 4. Perspectivas para el Próximo Ejercicio

En función del complejo escenario atravesado durante el ejercicio y de las medidas implementadas para su abordaje, la empresa encara el próximo período con una estrategia centrada en la sostenibilidad económica, la eficiencia operativa y la transformación institucional.

Las principales líneas de acción previstas incluyen:

- **Reestructuración organizacional continua:** se prevé una revisión y reordenamiento de las estructuras funcionales, con el fin de consolidar un esquema de trabajo más flexible, eficiente y adaptado a los recursos disponibles.
- **Diversificación de ingresos:** se impulsarán nuevos servicios, con especial atención a lo digital, los servicios institucionales y las producciones audiovisuales por encargo, buscando reducir el impacto de la reducción de los aportes estatales y estabilizar los ingresos corrientes.
- **Fortalecimiento de alianzas institucionales:** se buscará ampliar y consolidar convenios con organismos públicos, unidades académicas, organizaciones de la sociedad civil y otras empresas, que permitan el desarrollo de proyectos conjuntos, el intercambio de capacidades y la generación de nuevas oportunidades de financiamiento.
- **Gestión transparente y participación:** se continuará con una política de comunicación interna y externa basada en la transparencia, la rendición de cuentas y la participación de los distintos actores que forman parte del ecosistema institucional de la empresa.

Con espíritu resiliente y visión estratégica, la empresa reafirma su voluntad de seguir desempeñando un rol activo y significativo en el ámbito de la comunicación pública, apostando a la innovación, a la integración institucional y a la construcción colectiva de un proyecto sustentable en el tiempo.

## **5. Conclusión**

A pesar del entorno adverso, la empresa mantuvo su compromiso con la misión institucional, actuando con responsabilidad y transparencia. Se logró preservar el equilibrio funcional y avanzar en la reconversión necesaria para enfrentar los desafíos futuros con herramientas adecuadas y criterios de sostenibilidad económica y social.

A pesar de este escenario desfavorable, la entidad logró:

- sostener su actividad con responsabilidad institucional y compromiso social,
- llevar adelante procesos complejos de forma ordenada.
- iniciar un camino de reconversión que sienta las bases para su continuidad y proyección futura.

El contexto macroeconómico nacional, así como la evolución del sector de medios y contenidos, seguirán representando un factor de riesgo y un desafío para la gestión. No obstante, se considera que el camino iniciado permitirá posicionar a la empresa en una trayectoria de recuperación y crecimiento sostenible

## **GERENCIA DE CONTENIDOS**

### **Acciones centrales y relevantes llevadas a cabo en el año 2024**

La gestión en la Gerencia de Contenidos se inició en octubre de 2024. Durante dicho mes, las tareas estuvieron orientadas a la reorganización de las áreas y funciones del personal, a partir de los cambios estructurales derivados del proceso de retiros voluntarios implementado en la empresa.

En ese mismo período, se avanzó en la unificación de las programaciones de Radio Universidad y FM 102.3, inicialmente de lunes a viernes. Esta integración contempla su extensión a toda la semana a partir de febrero de 2025, con el objetivo de consolidar una propuesta programática coherente y transversal en ambas señales.

Desde octubre de 2024, se implementó la estrategia de distribución multiplataforma (radio, televisión y streaming), con el lanzamiento del programa “Mirá quién habla”, marcando el inicio de una etapa de convergencia de contenidos audiovisuales.

De manera paralela, se desarrollaron las bases del área de redes sociales y contenidos digitales, con el propósito de fortalecer la presencia institucional en entornos digitales y optimizar la producción de contenidos adaptados a los nuevos hábitos de consumo.

## **Perspectivas para el Próximo Ejercicio 2025**

- Iniciar un proceso de rebranding institucional en conjunto con la agencia de publicidad Hellobrand. Como resultado de este trabajo, se prevé la consolidación de una nueva identidad de marca bajo el concepto SRT MEDIA, que comprendería a Canal 10, Radio Universidad FM 102.3, CBA24N y Canal U.
- El lanzamiento de una nueva programación para todos los medios del multimedia (radio, televisión y plataformas digitales), en línea con los objetivos estratégicos de actualización y convergencia de contenidos.
- En cuanto a coberturas especiales, se proyecta la producción y transmisión de los festivales de Jesús María, Cosquín y La Calera durante enero y febrero de 2025, y de los festivales de Villa María y San Francisco en el mes de febrero.
- Coberturas en vivo de los partidos de Primera División del fútbol femenino del Club Atlético Talleres y del Club Atlético Belgrano, como parte del compromiso de los SRT con la equidad de género en el deporte.
- Sumar a la programación de Canal 10 la transmisión de las pruebas de Turismo Carretera, ampliando la oferta de contenidos deportivos.
- El lanzamiento del programa “Córdoba en foco”, un espacio de análisis y periodismo político destinado a fortalecer la agenda informativa regional.
- Planificación de una campaña integral de instalación de marca SRT Media, que incluirá acciones en vía pública y en entornos digitales, con el objetivo de afianzar la nueva identidad del multimedia y posicionarla estratégicamente en el ecosistema mediático provincial y regional.

## **GERENCIA DE DE TELEVISIÓN**

### **Acciones centrales y relevantes llevadas a cabo en el año 2024**

Durante el año 2024, los Servicios de Radio y Televisión (SRT) llevaron a cabo una serie de acciones estratégicas y de gran impacto, consolidando su presencia en el ámbito cultural, deportivo y comunicacional.

### **Cobertura Deportiva**

En el ámbito deportivo, retransmitimos las Olimpiadas París 2024, acercando a la audiencia los momentos más destacados de este evento global. Asimismo, consolidamos alianzas estratégicas-comerciales con los clubes Belgrano y Talleres para la generación y transmisión del torneo femenino de primera división, promoviendo el deporte inclusivo y la visibilidad del fútbol femenino.

## **Participación Institucional y Desarrollo de Nuevos Formatos**

Desde la Gerencia de TV, continuamos participando activamente en el Consejo Federal de Televisión Pública y en la Asociación Civil Argentina de Presentadores Públicos de Servicios de Comunicación Audiovisual, fortaleciendo el trabajo colaborativo a nivel nacional.

Además, innovamos en la generación de contenidos mediante un nuevo formato denominado “streaming”, que integra televisión y radio en una única señal, optimizando recursos y ampliando el alcance de nuestra programación. Para ello, se crearon dos nuevos puestos de producción para este formato.

## **Formación y Vinculación con la Comunidad Académica**

1. Incorporamos pasantes y practicantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y de la Facultad de Artes, logrando un enriquecedor intercambio que benefició tanto a los trabajadores como a los estudiantes, promoviendo la formación profesional y el desarrollo de talento local.

## **Renovación de Imagen Institucional**

Participamos en la actualización de la imagen institucional de los SRT, implementando reformulaciones estéticas y nuevas escenografías que modernizan nuestra presencia visual y mejoran la experiencia del público.

## **Hechos relevantes posteriores al cierre del ejercicio 2024**

### **- Producción y Coproducción de Festivales**

En coproducción, participamos activamente en destacados festivales de verano como Jesús María y Cosquín. Además, brindamos servicios de producción para el Festival del Lomito en La Calera y realizamos las transmisiones de los festivales de Villa María y San Francisco, eventos de gran relevancia para los SRT que fortalecen nuestro vínculo con la comunidad y la cultura regional.

### **- Compromiso con la Universidad y el Debate Público**

Manteniendo la tradición de más de 63 años de los SRT, organizamos y emitimos siete debates dirigidos a decanos de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), transmitidos por Canal 10 y Canal U, reafirmando nuestro compromiso con el diálogo académico y la difusión de contenidos de interés público.

## **Principales objetivos para el año 2025**

2. Potenciar la interacción entre los canales de TV y las plataformas digitales, perfeccionando la estrategia de difusión para maximizar el alcance y la diversidad de contenidos en todas las plataformas de los SRT.
3. Continuar con las coproducciones de los Festivales de Verano y ampliar la red de cobertura para incluir nuevos eventos culturales y artísticos.
4. Fortalecer la programación de Canal 10, incrementando la presencia de contenidos universitarios y culturales a lo largo de toda la grilla.
5. Consolidar y ampliar las alianzas con clubes deportivos para la generación y transmisión del fútbol femenino, promoviendo la equidad y la visibilidad deportiva.
6. Establecer nuevas alianzas con canales nacionales para enriquecer la oferta televisiva y brindar alternativas innovadoras a los televidentes.
7. Reconfigurar las áreas y las tareas internas para adaptarlas a los nuevos formatos y tecnologías, optimizando la producción y distribución de contenidos.

## **WEB CBA24N**

### **Análisis del desempeño y desafíos enfrentados**

A partir de la crisis producto del déficit presupuestario que atravesaron los SRT durante el año 2024, enfrentamos importantes desafíos que impactaron en cantidad de contenidos producidos y publicados.

Se retiraron seis redactores, incluyendo un fotógrafo, lo que redujo significativamente la cobertura propia que habíamos logrado consolidar en 2023.

A pesar del contexto antes mencionado el sitio Web CBA24N continuó siendo el cuarto más visitado en toda la provincia de Córdoba.

En el difícil contexto que atraviesan hoy los medios de comunicación —sumado al desafío que representan otras plataformas, como las redes sociales—, nuestra web nunca dejó de publicar diariamente información y noticias centradas en la provincia de Córdoba. Es, además, el único medio de los SRT que mantiene una producción propia de lunes a lunes, con un importante despliegue también durante los fines de semana, gracias a la dedicación y profesionalismo de sus redactores.

A partir del próximo año, CBA24N estrenará una versión renovada de su sitio web, que no solo seguirá ofreciendo información actualizada, sino que se convertirá en una plataforma integral para acceder a los contenidos periodísticos de los distintos programas radiales, televisivos y de streaming.

## Evolución de las métricas de usuarios únicos

Como consecuencia de estos factores, las métricas reflejaron una caída sostenida en el tráfico, atravesando por primera vez en años la barrera del millón de usuarios únicos mensuales. A continuación, el detalle mensual de usuarios únicos en 2024:

| Mes        | Usuarios Únicos |
|------------|-----------------|
| Enero      | 1,7 M           |
| Febrero    | 1,1 M           |
| Marzo      | 1,3 M           |
| Abril      | 1,3 M           |
| Mayo       | 1,4 M           |
| Junio      | 980 K           |
| Julio      | 970 K           |
| Agosto     | 1,5 M           |
| Septiembre | 933 K           |
| Octubre    | 1,1 M           |
| Noviembre  | 888 K           |
| Diciembre  | 823 K           |

## Objetivos y estrategias para 2025

Con el rebranding y la campaña publicitaria de relanzamiento de las marcas de SRT Media, proyectamos un aumento significativo en el flujo de lectores, lo que permitirá crecer tanto en audiencia como en pauta publicitaria, atrayendo inversiones de empresas interesadas.

Para alcanzar estos objetivos, se plantean las siguientes acciones prioritarias:

**Incorporación de redactores fijos con turnos completos (6 horas diarias):** Esto fortalecerá la dinámica periodística, permitirá mantener un flujo constante de contenidos y consolidará la calidad editorial, generando mayor interacción con otros medios y productos de la empresa.

**Fortalecimiento y expansión de micrositos y secciones temáticas:** Continuar alimentando espacios ya establecidos y desarrollar nuevas secciones en colaboración con el área Comercial, como 'Foodie' (gastronomía) y 'Córdoba Motor' (automovilismo), que han demostrado gran potencial para atraer audiencias y superar métricas estándar.

**Planificación de coberturas especiales:** Preparar esquemas para eventos relevantes, como las Elecciones Legislativas 2025, para ofrecer contenido exclusivo y de alto valor informativo.

**Capacitación en herramientas gráficas:** Promover talleres en plataformas como Infogram, Prezi y Canva para recuperar el valor agregado que aportaba la editora audiovisual, mejorando la calidad visual de los contenidos.

**Evaluación de la incorporación de Inteligencia Artificial:** Analizar la implementación de IA para optimizar la producción de contenidos específicos, aumentando la eficiencia y la innovación.

**Retorno a la modalidad remota durante fines de semana y feriados:** Esta medida busca mejorar la flexibilidad laboral y mantener la continuidad operativa en períodos críticos.

#### Métricas preliminares 2025

| Mes     | Usuarios Únicos |
|---------|-----------------|
| Enero   | 912 K           |
| Febrero | 729 K           |
| Marzo   | 851 K           |
| Abril   | 820 K           |
| Mayo    | 765 K           |

## GERENCIA TECNICA

Durante el ejercicio 2024, se dio continuidad a los trabajos de mantenimiento preventivo y correctivo sobre los equipos e instalaciones destinados a las distintas actividades operativas tanto de Radio como de Televisión. Las acciones se orientaron a sostener los niveles mínimos de operatividad requeridos, a pesar de las restricciones presupuestarias imperantes. A continuación, se detallan las principales intervenciones técnicas realizadas:

### Televisión:

#### 1. Transmisión

- Si bien el 31 de marzo de 2023 se procedió al apagado del transmisor analógico de Canal 10, en cumplimiento con la normativa vigente en la

ciudad de Córdoba, durante 2024 se llevaron a cabo tareas de mantenimiento sobre dicho transmisor con el objetivo de reactivarlo con miras a las transmisiones especiales de festivales previstas para 2025, considerando que otros canales de aire como Canal 8 y Canal 12 continuaron emitiendo en forma regular.

- Se prorrogó nuevamente para el ejercicio 2025, por razones presupuestarias, la adquisición del panel de control destinado al switcher master de Canal U.
- Se efectuó el reemplazo de discos duros en el servidor de emisión Squid y se actualizaron sus controladores.
- Se procedió al recambio de un monitor en el switcher master.

## **2. Producción**

- Se reparó el cable de la cámara 1 del Estudio 1, con resultados satisfactorios tanto por la calidad de la tarea realizada como por la respuesta del proveedor.
- Se reemplazó el disco duro del servidor Squid de Producción TV.
- Se realizó la actualización anual de los softwares de edición y monitoreo en todos los puestos de trabajo.

*Se destaca que, a la fecha de elaboración del presente informe, los equipos de edición presentan una antigüedad de ocho años, lo cual genera una significativa obsolescencia tecnológica que compromete la compatibilidad operativa con los softwares actuales. Se recomienda evaluar su renovación a la mayor brevedad posible.*

- Se reemplazó la controladora de discos del equipo loop recorder ante fallas aleatorias detectadas en su funcionamiento.
- Se pospuso nuevamente para el ejercicio 2025 la sustitución de las consolas de audio analógicas por digitales en los estudios de TV, debido a limitaciones presupuestarias.

## **3. Noticias**

- Se avanzó en la implementación del proyecto de Periodismo Móvil, mediante la asignación de nuevos equipos celulares y accesorios de captura audiovisual, con el objetivo de incrementar el contenido generado para el sistema multiplataforma de noticias.
- Se actualizaron versiones de software de edición y monitoreo en los puestos del Servicio de Noticias.
- Se realizaron tareas de mantenimiento en los puestos de edición de noticias.
- Se efectuó la reposición de baterías en cámaras, micrófonos y cables, así como la reparación de trípodes, micrófonos y accesorios de cámaras.
- Se llevaron a cabo trabajos de mantenimiento correctivo sobre el vehículo Ducato asignado al área de móviles de noticias.

#### **4. Radios**

- Se postergó para el ejercicio 2025 la incorporación de un transmisor de emergencia para AM, previsto en el plan de inversiones en Bienes de Capital.
- También se difirió la renovación tecnológica de las consolas de audio analógicas por digitales en los controles de AM, FM y Grabaciones. Esta decisión obedece tanto a restricciones presupuestarias como al avanzado deterioro de los equipos actuales y a la necesidad operativa de contar con tecnología que permita una mayor flexibilidad funcional.
- Se procedió a la reparación de fuentes de alimentación en las consolas de AM y Grabaciones, ante la presencia de ruidos indeseados.
- Se repararon los módulos de potencia del equipo Adema de AM, dañados por descargas atmosféricas.

#### **5. Repetidoras**

- Se realizaron tareas de mantenimiento en las estaciones repetidoras de televisión que continuaron operativas luego del apagón analógico.
- A raíz de múltiples interferencias que afectaban la señal, y ante la imposibilidad presupuestaria de adquirir un repetidor de mayor potencia para la localidad de Calamuchita, se procedió al apagado de dicha señal. Asimismo, se resolvió la desvinculación contractual con el proveedor de espacio (Cabañas Puerto Luna) hasta que se defina el futuro de los Servicios de Radio y Televisión (SRT).
- Se efectuaron trabajos de mantenimiento sobre el móvil Nissan.
- Permanece pendiente el desmonte del mástil en desuso de la localidad de Villa Nueva. A la fecha, la responsabilidad sobre eventuales consecuencias sigue recayendo sobre los SRT.
- Se iniciaron gestiones con la intendencia de Oliva para la restitución del predio que había sido cedido en usufructo con fines de reforzadora de señal de TV. La intendencia asumirá la responsabilidad del desmonte del mástil allí instalado.
- Se discontinuó el proyecto de renovación tecnológica de estaciones repetidoras presentado a empresas del sector tecnológico de Córdoba y al Gobierno Provincial, ante la falta de interés y apoyo económico por parte de los actores involucrados.

#### **6. Planta Transmisora**

- Se llevaron a cabo trabajos de mantenimiento en el grupo generador, incluyendo controles de funcionamiento y reposición de combustible.
- Por motivos financieros y limitaciones en el recurso humano, no fue posible avanzar en el desarrollo del proyecto de generación de energía solar para autoconsumo. Este proyecto apuntaba a reducir el consumo eléctrico y, consecuentemente, los costos vinculados al suministro de energía de EPEC.