

Radio Universidad Nacional
del Litoral S.A.

Informe al Consejo Superior

30 de noviembre de 2025
Santa Fe

Indice

- 1. Situación económico-financiera**
- 2. Objetivos y líneas de trabajo**
- 3. Plan de reordenamiento**
 - 3.1. Reorganización institucional y de recursos humanos
 - 3.2. Saneamiento económico
 - 3.3. Perfil Multimedia
 - 3.4. Política comercial
 - 3.5. Gestión de tecnología
- 4. Perspectivas**
- 5. Autoridades y equipo de trabajo**

1. Situación económico-financiera

Radio Universidad Nacional del Litoral S.A. fue creada el 18 de agosto de 1931 y desde 1978 funciona como Sociedad Anónima, siendo la Universidad la accionista mayoritaria y la Municipalidad de Santo Tomé la minoritaria. Su actividad principal es la producción y difusión de contenidos periodísticos y de interés general, la difusión de actividades culturales, educativas y científicas relacionadas con la UNL y otras instituciones de ciencia y tecnología, la gestión de las emisoras de radio en las frecuencias AM y FM así como del sitio web www.lt10.com.ar y sus cuentas en diferentes plataformas digitales, con el objetivo de brindar información de calidad para una amplia comunidad de la región centro-norte de la provincia de Santa Fe.

2024 fue un año crítico para LT10: la actividad estuvo afectada fuertemente por la decisión del gobierno nacional de no enviar la partida presupuestaria asignada a la emisora según lo establecido en el Presupuesto Nacional. Cabe señalar que la nueva administración nacional no aprobó un nuevo Presupuesto para el año 2024 sino que recondujo el presupuesto 2023, en el cual existía una partida específica para Radio LT10 Universidad Nacional del Litoral, de la cual solamente se efectivizó el pago correspondiente al mes de enero de 2024. Durante los meses subsiguientes, se realizaron de manera sistemática reclamos a la autoridad nacional a través del flamante Ministerio de Capital Humano, sin obtención de respuestas.

A partir de esta decisión, la empresa enfrentó una situación de aguda crisis económica, en un contexto general de ajuste y restricción que vivió el país durante el primer semestre de 2024 tras el pico de inflación de los últimos meses de 2023, con la consecuente reducción de la inversión publicitaria por parte de empresas y entidades públicas.

En función de ello, el Directorio resolvió solicitar a la accionista mayoritaria dos aportes irrevocables a cuenta de un futuro aumento de capital, a efectos de afrontar la situación financiera. Como se señaló en esa oportunidad, la caída significativa de las ventas de publicidad y la falta de certezas sobre los desembolsos provenientes de las transferencias previstas en el presupuesto del Estado Nacional, había generado una situación crítica al no disponer de recursos imprescindibles para el pago de sueldos del personal. En los meses de abril y mayo, se firmaron con la Universidad Nacional del Litoral dos Acuerdos de Aporte Irrevocable a Cuenta de Futuro Aumento de Capital, por un monto de \$ 40.000.000 y de \$ 112.627.758 respectivamente, según se indica en el Acta Directorio N° 313 de 2024.

En tanto, en el mes de agosto de 2024, la accionista mayoritaria de la empresa realizó un aporte de Recomposición de Capital, por un monto de \$ 206.811.843,63, en los términos del art. 244 de la Ley de Sociedades 19.550, según consta en el Acta de Directorio N° 315. Dichos fondos fueron utilizados para la adhesión a la Moratoria Tributaria y de la Seguridad Social y el saldo restante fue destinado a la cancelación de deudas con la Obra Social de la UNL, en cumplimiento de lo dispuesto por la Resolución Rectoral de la UNL N° 4292.

En diciembre de 2024, la Asamblea aprobó por unanimidad la Recomposición de Capital efectuada por el accionista mayoritario, según consta en Acta N° 68; en tanto que en junio de 2025 la Municipalidad de Santo Tomé realizó la integración de su aporte de Recomposición de Capital, en cumplimiento a lo estipulado en el acta mencionado up supra.

Finalmente, a partir de la renuncia del Gerente General por el beneficio jubilatorio, se designó un nuevo Gerente, se realizó una auditoría jurídico-contable y se conformó un nuevo equipo de

trabajo que brindó apoyo al Directorio para optimizar recursos y tomar medidas que posibiliten el reordenamiento de la emisora en el nuevo escenario económico y mediático.

Durante 2024 y 2025, se realizaron 15 reuniones de Directorio; en tanto que la Asamblea se reunió en diciembre de 2024 para aprobar la memoria y balance del ejercicio económico 2023 y en septiembre de 2025 para aprobar la memoria y balance del ejercicio 2024; este último arrojó un resultado negativo de \$153.083.827,35 producto del ajuste por inflación realizado en cumplimiento de la normativa contable vigente, dicha pérdida fue absorbida por resultados generados en ejercicios anteriores.

Al inicio de 2025 se confeccionó un flujo de fondos proyectado para todo el año con el fin de optimizar los recursos disponibles y los previstos recibir, como por ejemplo el subsidio otorgado por parte de UNL de \$380.000.000 en mayo del corriente año. Gracias al esfuerzo del personal administrativo de la Radio acompañado por la gestión de la Secretaría de Gestión y Administración Presupuestaria de la UNL, el flujo de fondos pudo cumplirse durante el año incluso se mejoró su performance, ya que las cobranzas aumentaron considerablemente a lo pronosticado, incluso en algunos meses duplicando el valor estimado, mientras que los gastos se mantuvieron en los niveles establecidos.

Gracias a esta situación, el déficit esperado para diciembre de 2025, no será tal y se podrá finalizar el año con un pequeño superávit financiero, lo que quita estrés a la administración permitiendo focalizar la atención en la batería de información a presentar a los organismos nacionales por el cierre de ejercicio.

2. Objetivos y líneas de trabajo

En septiembre de 2024 se puso en marcha una serie de medidas para asegurar el normal desenvolvimiento de las actividades de la Emisora, enfocándose en el objetivo de ordenar el funcionamiento del medio y efectuar un saneamiento económico-financiero que posibilite la continuidad de sus prestaciones. Estas medidas se ordenaron en 5 ejes:

Reorganización institucional y de recursos humanos

Objetivo: contar con una estructura de funcionamiento eficiente y cohesionada, con funciones y responsabilidades claras y relaciones laborales transparentes.

Saneamiento económico

Objetivo: reducir el déficit, regularizar deudas y optimizar la gestión administrativa, a partir de una revisión de gastos y un ajuste de costos de funcionamiento.

Perfil multimedia

Objetivo: potenciar a LT10 como un multimedio, incrementando su presencia en todas las plataformas digitales y la producción de contenidos multimedia, y consolidar la interacción con la Universidad para enriquecer la programación con espacios de divulgación científica, cultural y educativa.

Política comercial

Objetivo: definir una política comercial transparente y adaptada a las necesidades del mercado regional, con un cuadro tarifario actualizado que incorpore productos en todas las plataformas digitales.

Gestión de tecnología

Objetivo: realizar un adecuado mantenimiento de la infraestructura tecnológica y avanzar en su paulatina renovación, de manera de garantizar el funcionamiento de la planta transmisora de AM y FM así como la conectividad del edificio central y la operatividad de los equipos informáticos que sustentan la producción periodística en todas las plataformas.

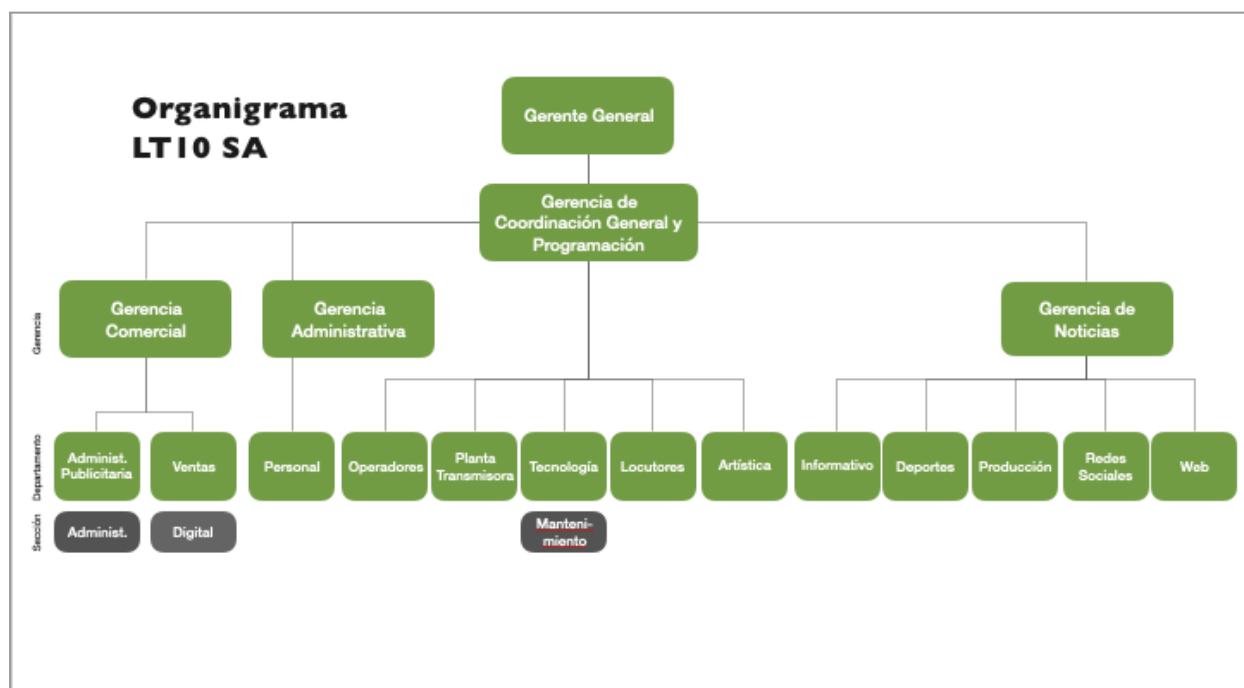
3. Plan de reordenamiento

3.1. Reorganización institucional y de recursos humanos

Estructura organizativa

Se realizó un análisis de la estructura organizativa de la emisora, que cuenta con un organigrama aprobado en 2022 pero que no refleja el funcionamiento real de la empresa. En función de ello, se inició un relevamiento de tareas del personal para definir un nuevo organigrama, con misiones y funciones claramente establecidos para cada cargo, para el año 2025. Al mismo tiempo, se hizo un exhaustivo relevamiento de las diferentes situaciones contractuales con el personal con vistas a regularizar estos casos.

El nuevo organigrama fue puesto a consideración del Directorio en abril y aprobado en noviembre de 2025:



Estructura organizativa y funcional de Radio LT10 SA.
(No todas las áreas cuentan con personal designado)

Además, se resolvió ordenar la estructura de mandos medios de la emisora, designando Jefes de departamento en la mayoría de las áreas, estableciendo las funciones y responsabilidades asociadas a dicho cargo, de manera de ordenar la toma de decisiones y el seguimiento de las tareas del personal de cada área. En particular, se diferenció la tarea de los operadores de la Planta Transmisora y de Estudios Centrales, lo que permitió ordenar horarios y funciones, redundando en un mejor funcionamiento, una detección temprana de incidentes y una resolución más ágil de fallas en los equipos de transmisión, que habían tenido problemas recurrentes.

En el mismo sentido, se sistematizó la información sobre las funciones y mecanismos de contratación del personal de las distintas áreas: administrativos, locutores, periodistas y operadores, de acuerdo a la nueva estructura organizativa; y se regularizaron los turnos asignados para cada cargo, con un sistema de control para su adecuado cumplimiento. También se llevó adelante una revisión de los acuerdos contractuales, estableciéndose reglas claras para el pago de adicionales, coberturas, servicios periodísticos, coberturas y producción de contenidos.

Regularización de licencias y jubilaciones

Se inició un proceso de jubilación del personal en edad para iniciar los trámites y se dispuso que no sea reemplazado, para lo cual se reasignaron tareas y funciones al personal existente. Entre 2024 y 2025, se jubilaron 5 personas de LT10 y 3 personas de la UNL incluidas en convenio. En tanto, se prevé continuar con esta política, en sintonía con las disposiciones ya vigentes en la UNL.

Por otra parte, durante 2025 se hizo un relevamiento junto al área de Personal de la empresa, que permitió actualizar la información sobre el otorgamiento de licencias del personal. Allí se detectó la existencia de 13 casos que no habían gozado las licencias correspondientes de los años 2020, 2021, 2022, 2023 y 2024. Con el asesoramiento jurídico correspondiente, se constató que la normativa aplicable (Ley de Contrato de Trabajo y sus reformas) y la jurisprudencia sobre el tema, tanto a nivel nacional como a nivel provincial, han sido contestes en que las vacaciones no gozadas se pierden para el trabajador que omitió actuar de acuerdo al mecanismo legal previsto para situaciones de incumplimiento patronal, pero que existen casos donde se reconoce un resarcimiento para el trabajador.

En función de ello, se elaboró un Plan de Regularización de Licencias, que permitió negociar un convenio con cada trabajador a través del cual se establece que no se adeuda ningún tipo de concepto de ninguna naturaleza, entre ellos vacaciones y licencias, por un lado, y que, atento a las prestaciones eficientes cumplidas durante el período 2024, se define el pago de un premio como asignación no remunerativa, por única vez. Luego de la rúbrica de estos acuerdos, para otorgar seguridad jurídica, estos documentos fueron ratificados y homologados en la Secretaría de Trabajo de la provincia, con la presencia de los delegados gremiales correspondientes.

Al mismo tiempo, se notificó a todo el personal sobre la obligatoriedad de tomar las licencias anuales en el período indicado por la Ley de Contrato de Trabajo, con vistas a evitar que se repita este tipo de situaciones en el futuro.

Gestión de recursos humanos

Se procuró instalar una cultura de trabajo en equipo, impulsando el trabajo articulado entre los distintos departamentos, a través de la realización de reuniones, la entrega de informes y la puesta en común de propuestas para resolver diferentes situaciones en vistas a mejorar la calidad de la producción y transmisión de los distintos contenidos.

También se generaron espacios para transmitir información sobre la situación de la empresa, más aún luego de la crisis e incertidumbre que se produjo en el primer semestre de 2024 respecto de su futuro. Durante los últimos meses de 2024 se realizaron reuniones con todo el personal, en las que se informó sobre la situación económico-financiera de la radio y las medidas llevadas a cabo para sostener el funcionamiento de la emisora, con vistas a brindar transparencia y fortalecer el sentido de pertenencia. En 2025, se repitieron estas instancias en forma periódica, con la realización de encuentros entre jefes técnicos, jefes por sectores, conductores de programas, personal de Planta, de manera de mantener informado a todos los empleados sobre los avances del plan.

En forma periódica, se emitieron notas informativas internas, relativas a las decisiones del Directorio que afectan específicamente las tareas del personal, la gestión de comisiones y el otorgamiento de licencias.

3.2. Saneamiento económico

Se realizó una auditoría jurídica y contable que identificó la necesidad de regularizar los libros sociales y de sueldos, y optimizar los mecanismos de control interno, y precisó el estado de los juicios y la situación económico-financiera. A partir de esta información, se tomó una serie de medidas para avanzar en la reducción del déficit de la emisora.

- *Reducción del horario de transmisión:* se resolvió reducir el horario de transmisión, teniendo en cuenta que de 0 a 2 AM no se registraban ingresos económicos ni audiencia significativa. Esta decisión se puso en práctica el 1º de diciembre y permitió la reducción de horas de operadores, locutores y de reemplazos, y el reordenamiento de los horarios asignados al personal de Planta Transmisora y de Estudios Centrales. Desde esa fecha, la emisora transmite de lunes a viernes de 5:00 a 24:00 y los sábados y domingos de 6:00 a 24:00.
- *Revisión de acuerdos y deudas comerciales:* se inició un relevamiento de las deudas de distintos clientes, realizando notificaciones para regularizar pagos y disponiendo la firma de convenios específicos a tal fin. Se revisaron los contratos de canjes, pudieron eliminarse aquellos que no eran estrictamente necesarios para la radio y que generaban costos impositivos a cambio de contraprestaciones no imprescindibles, el canje de los seguros de los vehículos por ejemplo se redujo en un 60%, al cambiar el tipo de seguro contratado. También se definieron nuevos modelos para la firma de contratos artísticos y comerciales, los que se implementaron con los dos nuevos programas incluidos en la Programación 2024, y en 2025 se avanzó con la totalidad de los programas que integran la Programación, concretándose un hito de relevancia al formalizar los acuerdos existentes para la producción de los diferentes espacios radiofónicos.
- *Optimización de gastos:* se dio de baja la contratación de algunos servicios externos, como los seguros de vehículos, el sistema de pauta digital, el costo de servicio de internet de respaldo, servicios profesionales; y se implementaron mecanismos de optimización de recursos y mantenimiento de vehículos y equipamiento.

- *Venta de vehículos:* se dispuso la venta de dos vehículos que estaban en desuso, con el consecuente ahorro en los costos asociados de seguro y estacionamiento; y se realizaron los mantenimientos correspondientes para garantizar el buen rendimiento de los disponibles. Además, la UNL cedió para uso de la radio una Citroen Berlingo, que ya no era imprescindible en la Dirección de Obras, para que se pueda contar con una movilidad adicional sin incurrir en el costo de adquirir una nueva; quedando a cargo de la emisora su adecuado mantenimiento.
- *Regularización de deudas con AFIP, OSUNL y SCJP:* se resolvió regularizar la deuda con AFIP en el marco de la Moratoria Tributaria y de Seguridad Social de 2024, así como los aportes a la Obra Social de la UNL. El plan acordado con OSUNL finaliza en diciembre de 2025.
- *Regularización de deudas sindicales y de SADAIC:* se realizó un acuerdo con las entidades gremiales para regularizar los aportes.
- *Actualizaciones salariales:* durante 2024 se realizó un esfuerzo especial para regularizar las actualizaciones de sueldos del personal establecidos en las paritarias acordadas con cada uno de los gremios: SALCO, Prensa, ATRAC y SUTEP, con quienes se mantuvieron reuniones para informarlos sobre la grave situación económico-financiera de la emisora y las medidas de ajuste y reordenamiento puestas en marcha para evitar llegar al Concurso Preventivo de Crisis, de manera de contar con el apoyo en el difícil contexto que se afrontó especialmente en 2024. En tanto, durante 2025, se generó una relación sistemática con todos los gremios para trabajar de manera conjunta en pos de concretar los acuerdos paritarios en un tiempo razonable, lograr las mejores condiciones laborales posibles en el escenario económico que vive el país y generar mejoras en el ambiente laboral de la emisora.
- *Nueva gestión administrativa:* luego de la renuncia del Gerente Administrativo, se realizó una reformulación de la gestión administrativa de la emisora, incorporando el sistema Tango y los parámetros de eficiencia y eficacia que se utilizan en Rectorado. Gracias al nuevo sistema informático utilizado es posible contar con la información de las cuentas corrientes de clientes y productores de forma inmediata y en línea, lo que permite una gestión más ágil de las cobranzas. Además, se lleva de forma centralizada en el mismo sistema de gestión la contabilidad de la empresa, insumo para la confección de la CAIF, confección de la ejecución mensual del presupuesto para elevar al Ministerio de Economía de la Nación y del Balance General de la Sociedad. Con la reestructuración administrativa, se eliminó el uso del efectivo en la recepción de cobranzas y se implementó un sistema de caja chica para la administración y adelanto de fondos para los viajes periodísticos con rendición.
Los gastos se redujeron a los estrictamente necesarios para el funcionamiento de la Emisora y para aquellos gastos que no son de devengamiento mensual se estableció la exigencia de autorización del Directorio para su ejecución.
- *Cobranza y gestión de deudas:* se implementó un sistema de indicadores que permitió hacer un seguimiento sistemático del cobro de las órdenes de publicidad, lo que mejoró significativamente el índice de cobranza. La Auditora Interna destacó el desafío afrontado, que redujo considerablemente los porcentajes de morosos en el primer semestre de 2025, el cual presentó un índice de cobranzas del 96.74% al 30/6/25, sobre la facturación pendiente de cobro al 31/12/2024.

3.3. Perfil Multimedia

La emisora tiene una larga trayectoria y reconocimiento como radio, tanto AM como FM, con un amplio alcance regional y, si bien cuenta con un sitio web y perfiles en redes sociales, la producción de contenidos se encontraba desarticulada, perdiendo oportunidades para potenciar y multiplicar su capacidad informativa en todas las plataformas digitales.

Se decidió fortalecer la Gerencia de Noticias con el objetivo de transformarla en un espacio de producción informativa multimedia, para lo cual fue necesario integrar los equipos de trabajo de las áreas Boletines, Web, Redes Sociales y Producción. En diciembre de 2024 se designó un nuevo Gerente de Noticias integrando todos los departamentos mencionados y se comenzó con la implementación de mejoras en la gestión de plataformas digitales y con la producción de nuevos contenidos.

En 2025 se solicitó a la Dirección de Obras y Servicios Centralizados el diseño de una propuesta de reorganización del piso 4 del edificio Ética, donde funcionan las áreas mencionadas, a los fines de contar con una disposición de “planta libre” que facilite la interacción entre los distintos equipos de trabajo y mejore la comunicación interna. El proyecto se encuentra en etapa inicial de evaluación.

Talleres internos

En 2024, se realizaron dos talleres de trabajo con todo el personal del área, coordinados por docentes especialistas de la UNL: allí se brindó capacitación sobre la situación actual de los medios de comunicación tradicionales en un contexto de convergencia mediática, las variaciones en las formas de consumo de noticias y los avances tecnológicos que impactan en la producción y circulación de información. Durante los encuentros, del que también participaron periodistas de la Dirección de Comunicación Institucional, se identificaron acciones para mejorar la producción informativa y ampliar el alcance de la emisora a múltiples plataformas digitales, se detectaron necesidades de formación y coordinación interna así como de actualización de equipamiento, y se compartieron propuestas de mejora para el área.

En función de ello, se reorganizaron las rutinas laborales y el trabajo interno, lo que permitió diversificar la producción de contenidos para Twitter, Instagram, Facebook y TikTok, incorporar Spotify y comenzar a transmitir por la plataforma Youtube.



En octubre de 2025 se realizó un nuevo taller de capacitación interna, en el que participó el director de un medio digital de la región, para conocer herramientas de inteligencia artificial aplicadas a la producción periodística. En este mismo encuentro, el Gerente de Noticias y la Jefa de Redes Sociales, que participaron de encuentros regionales y nacionales sobre el futuro de los medios y las nuevas tecnologías, compartieron los avances en la materia y brindaron

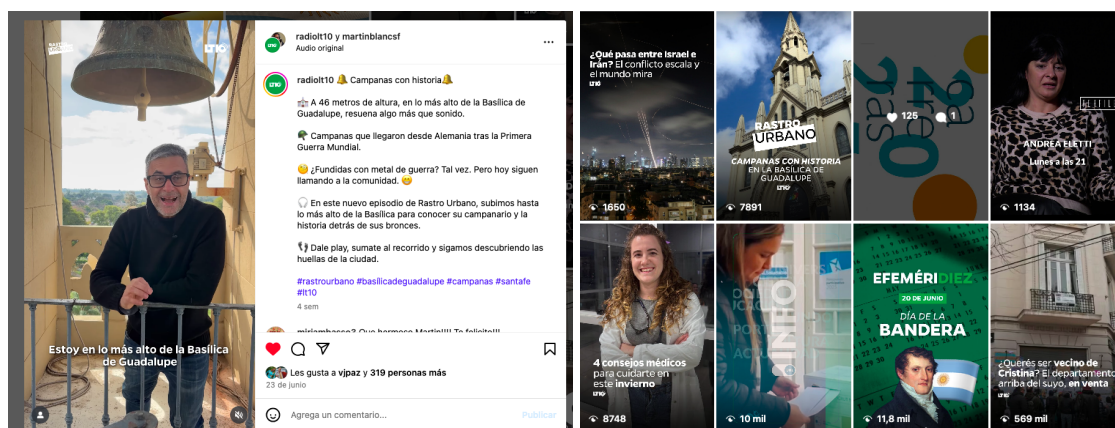
lineamientos básicos y el manejo de aplicaciones para optimizar el trabajo cotidiano del equipo de periodistas y la producción de contenidos digitales.

Redes sociales

En febrero de 2025, LT10 empezó a publicar contenidos en la plataforma Spotify. Se generaron los siguientes podcasts:

- “Recomendados”: un espacio para revivir los hechos clave y mantenerse actualizado con las voces que transitan por LT10.
- “Las noticias de LT10”: las dos ediciones diarias del panorama informativo de la Gerencia de Noticias, que resume las noticias más relevantes del día.
- “Rastro urbano”: una serie de producciones que recuperan historias de los sitios históricos y patrimoniales de la ciudad de Santa Fe.

Un dato para destacar es que el Podcast “Rastro urbano” es la primera producción transmedia que realiza íntegramente la emisora, con contenidos diferenciados en Spotify, Instagram, Facebook, Noticias web y micros en AM.



Durante todo el año, el equipo de redes sociales diversificó formatos y publicaciones, logrando picos de visualizaciones de hasta 2 millones e incrementando la cantidad de seguidores así como la interacción con su audiencia.

En tanto, en agosto de 2025 se recuperó la transmisión a través de la plataforma Youtube, que había sido dada de baja por problemas de gestión entre ambos medios. Se acordó con Litus un protocolo de uso, estando a cargo del personal del canal la conexión y desconexión de la transmisión por Youtube; y del personal de LT10 el seguimiento de respuestas y gestión de la plataforma.

Se realizaron promociones especiales para invitar a los oyentes a seguir la cuenta de LT10 en Youtube y se trabajó con todos los conductores de programas para generar contenidos compartidos. En esta primera etapa, se resolvió sostener el streaming en el horario de 7 a 13; con el objetivo de ajustar contenidos, producciones y la coordinación entre ambos medios.

En septiembre, se iniciaron transmisiones deportivas a través de la plataforma, con buenos resultados en términos de seguidores e interacción.

De esta manera, se observa un crecimiento significativo de la presencia de LT10 en redes sociales y plataformas digitales: 197.000 personas eligen diariamente LT10 para informarse a través de las redes sociales. Al 30/11/25, existen 109.000 seguidores en Facebook, 33.400 en

X/Twitter y 59.300 en Instagram, observándose un crecimiento orgánico significativo en las plataformas Instagram y Facebook.



Sitio web

Se actualizó la referencia a las redes sociales y las cuentas de LT10 en distintas plataformas digitales así como la información institucional. También se definió la Política de Privacidad y se inició un proceso de revisión del sitio para implementar ajustes en la arquitectura de información y la vinculación multiplataforma, por un lado; y a la inclusión de la información pública requerida por las normas de Transparencia, de acuerdo a lo estipulado por la Agencia nacional de Acceso a Información Pública, que se encuentra publicadas en el portal de Gobierno Abierto de UNL.

Por otra parte, se modificó el sistema de gestión de publicidad digital, dando de baja la contratación de un servicio externo (E-planning) al incorporar plataformas de acceso libre para el pautado de banners y distintos formatos publicitarios.

Las estadísticas muestran que 80.000 usuarios ingresan al sitio web mensualmente, que navegan por 1.3 millones de páginas/noticias. Las noticias más consumidas son las locales, luego las deportivas y las vinculadas al entretenimiento. El 50% de las consultas se hacen de manera orgánica eligiendo el sitio web de la radio, lo que da cuenta de un alto índice de fidelidad e instalación de la marca; el resto de las consultas llegan desde las redes sociales o a través de buscadores de información. La procedencia es mayoritariamente de la provincia de Santa Fe y provincias aledañas, en tanto que se observan seguidores de distintos países del mundo, entre los que se destacan Estados Unidos, Alemania y Noruega.

Programación

Para la programación 2025 se han sostenido los programas centrales, incorporando espacios específicos para producciones de la Universidad, realizando la transmisión en dúplex por AM y

FM. De esta manera, se priorizó la combinación de espacios informativos, deportivos y magazine generales con otros destinados a públicos específicos, como los de pesca o regionales, o bien los de folklore, música clásica, latinoamericana y tango.

Hora	LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
5 00	HORA CINCO Mario Cáffaro, Ileana Hoschewer y Daniel Jovellano					sin transmisión	
6 00						MÚSICA 10	PINTANDO ALDEAS
7 00	EL CUARTO PODER Guillermo Tepper Mario Cáffaro, Natasha Tealdo y Daniel Jovellano					DESPIERTA LITORAL	EL BAÚL V. Traverso
8 00							
9 00	DE DIEZ Carlos Cláa Indiana Villanueva, Aquiles Nosedá, Daniel Jovellano y Matías Lorefice					PLUS DE RADIO	HOY Y MAÑANA R. Alaniz
10 00							
11 00							
12 00							
13 00	Panorama Informativo						
13 10	DIEZ EN DEPORTES Fabián Mazzi y equipo					PODCAST UNL	LUZ EN LAS HISTORIAS
14 00	EL QUINTO ELEMENTO Pepe Prestigiovani y equipo					ALMA DE BARRIO	PODCAST UNL
15 00							MÚSICA 10
16 00	AL DERECHO Y AL REVÉS Andrea Scándolo, Martín Blanc y Andrés Marenoni					UNIVERSOS EN ESCENA	
17 00							
18 00	EL GIGANTE DE LA TARDE Lautaro Falcón y Andrés Marenoni					TODO POR RADIO	
19 00						DIEZ EN DEPORTES	
20 00	Panorama Informativo						
20 10	VELOCÍSIMO - Mariela Pallero y equipo						
21 00	NOTICIAS, TANGO, CLUB - Enzo Volken					MÚSICA 10	HORAS SONORAS G. Parajón
22 00	SONAMOS LATINO-AMÉRICA	EL REFUGIO Marín y Cozzi	ARQUITEX-TURAS	TODAS LAS VOCES	ESTA MÚSICA		
23 00			OBSERVATORIO X				

Coordinación con Litus TV

En el horario de 7:00 a 19:00, Litus TV (el canal de la UNL) realiza la transmisión en vivo de la programación de LT10. En este aspecto, se detectó la necesidad de generar instancias de coordinación para mejorar la salida al aire y la calidad de las producciones en ambos medios. Para ello, se tuvo en cuenta que se trata de dos estructuras con distinta conformación, lógicas de trabajo y normas de funcionamiento al ser LT10 una Sociedad Anónima y Litus una dependencia no docente de Rectorado.

En primer lugar, se hizo un relevamiento de las dificultades existentes y luego se trabajó con ambos equipos para optimizar el funcionamiento:

- *Transmisión por Youtube:* se resolvió la creación de una nueva cuenta, debido a que la anterior había sido eliminada por la plataforma ante problemas de gestión de contenidos. También se estableció un protocolo de funcionamiento con el establecimiento claro de roles y responsabilidades de ambos medios.
- *Unidad móvil diaria:* se realizaron cambios en la organización interna de Litus para la grabación de programas (que se realizaba los días miércoles por la mañana), para garantizar que LT10 cuente con un camarógrafo disponible todas las mañanas para la unidad móvil. De esta manera, desde octubre se cuenta con un equipo de periodista y camarógrafo de lunes a viernes de 8 a 13, con flexibilidad para el inicio a las 7 en algunos días específicos, atendiendo la relevancia de contar con buen soporte en la producción periodística central de la mañana.
- *Emisión días feriados y no laborables:* se dispuso un sistema de rotación del personal con mayor jerarquía, de manera de garantizar que los días feriados y no laborables exista siempre un director de cámara disponible en Litus. Esta situación permite la transmisión básica de imagen general y de estudio; pero se espera contar en 2026 también con el camarógrafo para el móvil.
- *Edición de material audiovisual:* se acordó un circuito para sistematizar la edición de material audiovisual producido durante la transmisión del vivo de LT10, para contar con los videos en tiempos acordes a los requerimientos periodísticos y con un adecuado registro para su búsqueda y catalogación.
- *Capacitación interna:* se realizó una capacitación, a cargo de técnicos de Litus, destinada a personal de la radio para optimizar el uso del celular para transmisión de imágenes. También está prevista una capacitación a personal de Litus en el manejo del software OBS para mejorar la edición de imágenes y zócalos en vivo.
- *Producción:* se acordó un esquema de trabajo con reuniones periódicas para la coordinación de la producción de notas y la disponibilidad de materiales audiovisuales acordes con la agenda periodística de la radio.

Nuevo jingle

En 2025 se produjo un nuevo jingle para la emisora, que incorpora la visión estratégica definida y que permite renovar y potenciar el valor de LT10 como “la radio de la gente”, que fue la referencia más instalada en los últimos 40 años. La producción estuvo a cargo de un estudio local y en septiembre comenzó su emisión, como signo de fortalecimiento de la identidad.

Al mismo tiempo, se renovó el estilo de las promociones institucionales, tanto para la difusión de programas y las novedades como para los mensajes y efemérides especiales.

Interacción con UNL

Se fortaleció la interacción entre la radio, Litus y la DIRCOM de la Universidad, a través de un trabajo articulado y una mayor coordinación entre las distintas áreas involucradas. Esto permitió que las noticias universitarias tengan mayor repercusión así como la posibilidad de consultar especialistas para el tratamiento y análisis de temas de agenda pública. Además, se ampliaron los espacios especiales, a saber:

- “En qué anda la UNL”: Se trata de una entrevista en piso semanal en el programa “De Diez” a personas de la comunidad UNL relacionada a una investigación u acción que se haya realizado en la Universidad con un tema de coyuntura.
- “Martes de científicas y científicos”: Se trata de una entrevista en piso semanal en el programa “Primera Tarde” a investigadores y/o becarios que cuentan en qué están trabajando.
- “Padrinos UNL”: entrevista en piso en el programa “De Diez”, lunes en forma semanal, a empresas que están adheridas al programa Padrinos.
- “Deportes UNL”: micro en el programa “10 en deportes” los miércoles en la edición tarde, donde se realiza una entrevista o resumen grabado sobre los deportes universitarios, en coordinación con el área de comunicación de Deportes UNL.
- “Podcasts”: Se creó la línea “La UNL en pódcast”, con el objetivo de centralizar las experiencias de podcasts que se realizan en la UNL. Reúne tanto podcast realizados por diferentes dependencias universitarias, como programas de Litus trasladados al formato sonoro. La emisión diaria que se hacía en FM, se trasladó a un espacio en AM para los podcasts universitarios, los sábados y domingos.
- “Universos en escena”: es un programa radial que sale los sábados de 16 a 18. Es una propuesta radiofónica para conocer a quienes hacen arte y cultura en la UNL, con la conducción y producción de Maxi Marano, la dirección de contenidos de Magdalena Artigues y la colaboración de la red de comunicadores de la UNL.

3.4. Nueva política comercial

Durante los meses de septiembre a diciembre de 2024, se realizó un análisis exhaustivo de la gestión comercial de la emisora, tanto de los circuitos administrativos y el sistema de gestión utilizado como del listado de clientes y el tipo de inversión de cada uno. El objetivo fue rediseñar e implementar una estrategia comercial a corto plazo, optimizando el proceso central de pauta y estableciendo bases para determinar la propuesta de valor futura de la empresa. Para ello, se contó con el asesoramiento de un experto en estrategias comerciales para PYMEs.

Se realizó una revisión de la estructura funcional del área comercial y se trabajó con el personal, con vistas a mejorar el proceso de venta y el registro administrativo de la pauta publicitaria. Se implementó una metodología de *reporting* y herramientas de productividad, a través de un tablero de control de indicadores que posibilitó el seguimiento y alineación de las acciones del área comercial con los objetivos institucionales.

Durante este proceso, se obtuvieron los siguientes resultados:

- *Política comercial*: se detectó la carencia de una visión de mediano y largo plazo para la emisora, por lo cual se planteó la necesidad de definir una política comercial para 2025.

- *Desarrollo de una propuesta de valor clara:* se identificó la necesidad de actualizar la presentación de la emisora en el mercado local.
- *Pauta publicitaria:* en 2024 hubo una reducción de la inversión publicitaria tanto del sector privado como del público, debido al contexto económico del país. Para recuperar inversión, se inició un plan de visitas a grandes clientes, para presentar el plan de reordenamiento de la emisora y generar un vínculo directo con vistas a sostener e incrementar a futuro estas inversiones.
- *Cuadro tarifario:* se observó la coexistencia de distintos cuadros tarifarios, según la fecha de acuerdo con cada cliente, y una serie de descuentos que terminaban distorsionando los valores de los productos emitidos. Además, se detectó que el incremento de las tarifas fue inferior a la inflación durante los años 2023 y 2024. La sistematización de esta información fue clave para definir el nuevo cuadro tarifario de 2025.
- *Renovación de Programación:* se observó que la tarde, el bloque nocturno y algunos horarios de los fines de semana no tenían venta publicitaria, por lo que se resolvió renovar la programación con productos con respaldo comercial. Se incorporaron dos nuevos programas: “El quinto elemento” durante la tarde de lunes a viernes y “Plus de radio” los sábados por la mañana. Ello implicó una reorganización de horarios y sentó las bases para la definición de la Programación 2025, previendo metas de venta para todos los espacios de la emisora.
- *Productos digitales:* la emisora no contaba con estrategias comerciales para potenciar su presencia en las plataformas digitales, siendo que las redes sociales y los sitios web han crecido en cantidad de seguidores.
- *Proceso de venta:* se sistematizó información sobre agencias, vendedores y productores que realizaban venta publicitaria, para unificar criterios para la formalización de los acuerdos comerciales.
- *Sistema de administración publicitaria:* el sistema de gestión utilizado es arcaico y presenta limitaciones para la realización de un seguimiento estadístico de las acciones comerciales así como de la cobranza.

Política Comercial 2025

El multimedio LT10 enfrenta un contexto desafiante debido a restricciones presupuestarias y cambios en las lógicas de consumo de medios de comunicación, frente a los cuales no contaba con procesos comerciales adecuados. Sin embargo, existen oportunidades claras al incorporar productos digitales, redefinir los acuerdos artístico-comerciales y segmentar clientes. En abril de 2025, el Directorio aprobó una nueva política comercial, alineada con la visión de crecimiento de la emisora, que procura optimizar la gestión actual, incrementar los ingresos y procurar la sostenibilidad del medio en el mediano plazo.

Se plantearon los siguientes objetivos:

- Definir una política comercial transparente y adaptada a las necesidades del mercado actual.
- Contar con un cuadro tarifario actualizado, que incorpore nuevos productos integrando todas las plataformas. Se incluye en Anexo.
- Renovar y formalizar los acuerdos comerciales.
- Optimizar los canjes con empresas en función de las necesidades de la empresa.

- Establecer criterios claros y unificados para el otorgamiento de comisiones de venta.
- Mejorar el registro de información en el sistema, para hacer estadística comercial y garantizar el control del proceso de venta.
- Fortalecer la gestión comercial, optimizando circuitos y procesos administrativos e incorporando el monitoreo de las estrategias comerciales.

Para alcanzar los objetivos propuestos, se acordaron las siguientes medidas:

- Se definió un nuevo cuadro tarifario, que incluye productos digitales y paquetes publicitarios con propuestas integradas para segmentos específicos de clientes. Se incluye en Anexo.
- Se resolvió actualizar las tarifas en forma trimestral de acuerdo al IPC, lo que fue comunicado a los clientes.
- Se elaboraron paquetes publicitarios especiales para las transmisiones deportivas y para nichos específicos de clientes.
- Se diseñó un nuevo kit publicitario, incorporando el nuevo relato y la visión de la emisora para reposicionar a la empresa en el mercado regional.
- Se definió una tarifa especial para la difusión de propuestas durante las campañas electorales.
- Se decidió dar de baja, desde el 1 de enero, todos los acuerdos comerciales anteriores, tanto con clientes como con productores, de manera de ajustarlos al nuevo tarifario y eliminar en forma progresiva los descuentos y promociones pre-existentes.
- Se resolvió que los descuentos para clientes se aplican en función del nivel de inversión, eliminándose descuentos por acuerdos trimestrales o semestrales, o de otro orden o tipo.
- Se diseñó un modelo standard de acuerdos comerciales para actualizar todos los convenios de programación con productoras y periodistas por escrito.
- Se unificaron las comisiones por venta y se establecieron incentivos por volumen de venta.
- Se iniciaron visitas a clientes según segmentación por tipo de inversión.
- Se inició un proceso de optimización de tareas y digitalización de la gestión administrativa del área comercial, con vistas a mejorar el registro, seguimiento y control de los datos.

Al mismo tiempo, se establecieron como acciones a desarrollar en 2026: el diseño de estrategias específicas de retención y captación de clientes, según la segmentación establecida, así como la generación de productos para nichos y públicos específicos. Y particularmente, profundizar la estrategias de venta de productos digitales.

Promoción comercial

Se diseñó un nuevo relato de venta para la emisora, con una propuesta de valor atractiva para anunciantes del sector privado u otros sectores (no gubernamentales), con especial énfasis en el formato multiplataforma. Con esta base, se rediseñó el media-kit de promoción comercial.



Sistema de Gestión Publicitaria

Durante 2025 se trabajó en la identificación del proceso administrativo, que cuenta con diferentes etapas: Venta, Acuerdos Comerciales, Gestión Publicitaria, Compaginación de pauta, Facturación, Comisiones y Cobranza, estableciéndose necesidades de mejora en cada una de ellas.

Se retomó el vínculo con el proveedor del sistema SVATON para evaluar la posibilidad de incorporar cambios y luego de varios meses de trabajo se constató las limitaciones tanto del sistema como del proveedor para su optimización. Solamente se pudieron incorporar cambios en la carátula de ingreso de cada Orden de Publicidad, la emisión de informes en formato excel y la visualización de la compaginación del pauta para aire. En septiembre se detectaron serios inconvenientes que se tradujeron en problemas con la facturación. Esta situación aceleró la necesidad de desarrollar un sistema de gestión publicitaria nuevo, que se encuentra en etapa de análisis para su contratación. Se espera contar con un sistema más moderno y flexible, que incorpore automatización de procesos y facilite la gestión de las distintas etapas de la gestión publicitaria, lo que redundará en mejor información para el seguimiento de estadísticas comerciales como por medio.

3.5. Gestión de tecnología

En este eje de gestión, se procedió a actualizar el equipamiento existente con una inversión significativa en todas las dependencias, a partir de un diagnóstico preciso que se planteó

como objetivo garantizar el funcionamiento de equipos que fueron adquiridos hace varias décadas y requieren un mantenimiento sostenido para evitar su colapso. Se resolvió también que los materiales e insumos que se reemplazaron, pasen a formar parte de un stock interno de repuestos. Para ello, se realizó un Inventario de Bienes existentes en todas las dependencias.

Por un lado, se reparó a nuevo una consola DBA para el estudio de AM y la allí existente se puso en condiciones para que cumpla la misma función en la sala de FM, trasladando la instalada en ese lugar fue a la sala de grabación. De esta manera, en esos tres ámbitos existen consolas confiables para operar con la calidad exigible.

También se invirtió en una nueva central telefónica digital de última generación (ver informe aparte) que era solicitado por los conductores de programas debido a las permanentes deficiencias que tenía el sistema analógico existente y que databa de 2016.

Por otra parte, se renovaron todos los cubre-micrófonos de AM, FM, Noticias y transmisiones de exteriores con sus respectivos logos identificatorios. Se renovaron los pies de los mismos y se procedió a intervenir en la sala de productores para elevar la mesa de trabajo que impedía tener un contacto visual directo con los conductores de los distintos programas. También se compraron computadoras nuevas para la sala de operadores de AM y las existentes allí se pasaron a otras dependencias para aprovechar su uso. Lo propio se hizo en la Gerencia de Noticias, web y redes con compra de equipamiento informático y de telefonía de última generación.

Planta Transmisora

En función de un relevamiento técnico del estado de la Planta Transmisora, se realizaron inversiones básicas que permitieron recuperar la potencia de transmisión: se repararon seis módulos de potencia RF del TX continental que presentaban fallas, se compraron insumos y luminarias y se acondicionó el grupo electrógeno; logrando alcanzar la potencia original de 10KV. También se instalaron cámaras de seguridad y se mejoró el entorno, realizando mejoras en las instalaciones de servicios básicos.

En 2025, se realizó un análisis de la situación de la antena de la Planta Transmisora, el comodato vigente con la Provincia y el estado del terreno disponible en Recreo, con vistas a evaluar la factibilidad del posible traslado de la antena, considerando ventajas y desventajas y costos estimados.

Estudio central de AM

Además de la inversión realizada en la reparación a nuevo de la consola DBA S-400 y de la adquisición de dos computadoras para los operadores, se compraron bases regulables de micrófonos y se realizaron ajustes en la mesa de trabajo de Producción que no permitía una buena visualización entre los productores y los conductores. Se instaló un timbre de advertencia para la comunicación de los operadores y los profesionales que están en el estudio. Se repararon todas las trabas de las ventanas del estudio principal para que vuelvan a cerrar en forma hermética. Se limpiaron los filtros de los aires acondicionados y también los equipos externos de cada uno de ellos.

Central telefónica

Se adquirió una central telefónica de última generación marca YEASTAR S50 VOIP PBX para pequeñas empresas con capacidad para 50 usuarios y 25 llamadas simultáneas. Sus características principales incluyen diseño modular con 4 ranuras para tarjetas de expansión (FXS, FXO, BRI, GSM/3G/4G) para personalizar la conectividad, funciones de comunicaciones unificadas como grabación de llamadas y conferencias tripartitas, y puertos Ethernet Gigabit. También ofrece seguridad integrada con funciones de firewall y cifrado, y la posibilidad de integración con la aplicación de cliente y móvil Linkus para colaboración remota. Esta central permite mejorar las comunicaciones entre todos los medios y plataformas universitarias, incluyendo el canal Litus.

Equipamiento informático

En 2024, el área Técnica realizó un Informe de Evaluación del equipamiento informático de la emisora, con los objetivos de identificar el estado actual de sus recursos y sistemas funcionando, y definir acciones para optimizar la operatividad y las prestaciones en función de los requerimientos de las distintas dependencias. Se detectaron 23 equipos que requieren actualización para mejorar la operatividad y reducir fallos.

Se resolvió comenzar un proceso escalonado para evitar que los equipos críticos queden en obsolescencia programada o colapsen; y luego ir adaptando los equipos de la emisora para dar respuestas a las nuevas exigencias tecnológicas, como la edición de videos o transmisiones por streaming. Al mismo tiempo, se inició un vínculo más fluido con la Dirección de Gestión de Tecnologías de la Información y la Comunicación (DIGETIC) del Rectorado, para contar con soporte técnico y asesoramiento en el proceso.

El Plan de Trabajo contempló los siguientes aspectos:

- *Actualización de equipos:* se dieron de baja dos equipos obsoletos y se actualizaron componentes para 12 equipos de las áreas Noticias, Producción, Web, Deportes, Infraestructura informática y Estudio central.
- *Mejora de la conectividad:* se cambió un switch no administrable por uno de 1000 Mbps administrable, se quitaron equipos viejos y se está en proceso de reducir las puertas/servicios para optimizar gastos y reorganizar la infraestructura de red para conectar los pisos con fibra óptica en una segunda etapa.
- *Conectividad de respaldo:* se estableció que los servidores de UNL funcionen como respaldo secundario para la conectividad, con lo cual se ahorró el servicio contratado con Fibertel.
- *Implementación de NAS:* se definió instalar estos dispositivos para el reemplazo de equipos viejos.
- *Streaming:* se dispuso un equipo para el streaming por Youtube, que está instalado en la sala de producción, y se adquirió una miniPC para dotar de estabilidad al servicio.
- *Actualización Dinesat 10 a 12:* se refiere al programa de gestión de notas y pautas publicitarias que deben salir al aire, cuya actualización estaba limitada por compatibilidad con sistemas operativos viejos. La adquisición de nuevos equipos permitirá actualizar este sistema.

Antena FM

En 2025, se realizó un estudio técnico de la situación de la antena de la emisora de Frecuencia Modulada (FM) que se encuentra ubicada en el edificio de Rectorado, con vistas a evaluar la factibilidad de su traslado tanto por una necesidad operativa de lograr mejor alcance como por el hecho de que la antena afecta el conjunto patrimonial de la manzana histórica.

Del estudio surge que es imperioso el traslado de esa estructura lo más pronto posible, ya que está al límite de su sustentabilidad. Entre los déficits que varios profesionales (antenistas) consultados indican que el mástil está con falta de mantenimiento y tendrían que realizarse algunas reparaciones a la brevedad. Las riendas que sostienen la antena están flojas, en estado de oxidación y con los aisladores partidos. Los bulones de unión de los tramos arriba de los 12 metros se encuentran muy oxidados.

Por tal motivo, y ante el riesgo serio que implica el estado de la antena, que por otra parte cada vez tiene menos potencia y ganancia ya que quedó rodeada de edificios de gran altura, se decidió buscar alternativas para mejorar esta realidad. Una de ellas y la más conveniente, es trasladar la misma a la terraza del Edificio Ética más allá de otras inversiones. En el estudio presentado hay 4 (cuatro) presupuestos que detallan las obras a realizar con sus respectivos costos.

4. Perspectivas

En estos meses de trabajo, se avanzó en consolidar la transformación de la radio en un multimedia, sosteniendo los valores que la distinguen y que se resumen en la siguiente premisa:

LT10 lidera la información confiable de la región, con más de 90 años de trayectoria. El crecimiento de la radio la transforma hoy en un multimedia adaptado a las nuevas tendencias de producción y consumo comunicacional, que multiplica su alcance regional a través de todas las plataformas digitales. Un medio que cuenta con el respaldo de la Universidad Nacional del Litoral y se propone instalar temas en la agenda pública y enriquecerla desde una mirada basada en el conocimiento y la educación, la cultura y los valores democráticos.

Las acciones implementadas permiten posicionar a la emisora con mayor solidez y avanzar en los nuevos desafíos que imponen los cambios en el consumo de medios de comunicación: renovar la programación, expandir la oferta de contenidos y ampliar la audiencia, diversificar las fuentes de ingresos y fortalecer la interacción con la comunidad universitaria y regional, con una infraestructura tecnológica acorde para sostener la misión principal de LT10.

Ante el contexto desafiante que imponen las restricciones presupuestarias y los cambios en las lógicas de funcionamiento de los medios, las mejoras en la gestión administrativa, la nueva estructura organizativa y la política comercial alineada con la visión de crecimiento de la empresa, permitirán no sólo optimizar la gestión actual sino también procurar la sostenibilidad del medio en el mediano plazo.

Autoridades

Directorio

Directores Titulares*:

Adrián Bollati, Presidente del Directorio

Javier Aga, Director

Sergio Cosentino, Director

Directores Suplentes*:

Larisa Carrera

Pedro Sanchez Izquierdo

Laura Tarabella

**Todos los cargos son ad honorem*

Síndicos:

María Angélica Vázquez

Alejandro Gabriel Turri

Ángel Enrique Rodríguez

Suplentes: Alejandro Roisentul Wuillams, Sandra Auditore y Hugo Carcavallo

Gerente General: Javier Aga

Gerente de Coordinación General y Programación: Miguel Cello

Gerente de Noticias: Julián Giorgis

Departamento de Ventas: Laura Iturraspe

Departamento de Personal: Mónica Peña

Equipo de trabajo:

Javier Aga, Secretario de Relaciones Institucionales UNL y gerente general de LT10 SA.

Miguel Cello Senn, a cargo de la Gerencia de Coordinación general y Programación de LT10 SA (ex gerente de Noticias).

María Paz Mendoza, Directora de Comunicación Institucional de UNL.

Andrea Valsagna, asesora en Comunicación y Medios.

Adrián Bollati, Presidente del Directorio de LT10 y Secretario General UNL.

Germán Bonino, Secretario de Gestión y Administración Presupuestaria UNL

Yamila Borgna, responsable de Gestión Administrativa

Claudia Amherdt, gestión administrativa