ANEXO I

PRESUPUESTO 2026
RADIO Y TELEVISIÓN ARGENTINA SOCIEDAD ANÓNIMA UNIPERSONAL

PLAN DE ACCIÓN
OBJETIVOS

Descripción del entorno operacional y situación actual:

Por el artículo 119 de la ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, se creó Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado, actualmente Radio y Televisión Argentina Sociedad Anónima Unipersonal en el ámbito de la Secretaría de Comunicación y Prensa dependiente de la Jefatura de Gabinete de Ministros, e inició sus funciones el 10 de diciembre de 2009. Su estatuto fue aprobado por el decreto 1526 del 21 de octubre de 2009 y modificado por el decreto 1269 del 23 de agosto de 2011.

Producción:

La Gerencia Artística de la Televisión Pública Argentina, dependiente de Radio y Televisión Argentina SAU trabaja en el desarrollo y ejecución de estrategias que sean sinérgicas entre la programación, los presupuestos y el impacto en la cultura a través de la misión social del canal.
Sobre la premisa de lograr una grilla diversa, competitiva, atractiva y sólida se gestiona la selección de talentos y contenidos que aseguren la calidad artística de las producciones y promocionen el arte y la cultura para la comunidad mensurando el impacto y abrazando las nuevas tecnologías, medios y lenguajes al comunicar.
La estrategia de base para 2026, es consolidar una oferta diseñada para captar una amplia audiencia con formatos innovadores cuyos contenidos sean funcionales a intereses locales y globales.
La sociedad, busca promover acuerdos de distribución y comercialización con plataformas de "*streamin*g", cableoperadores y otras ventanas de exhibición para expandir el alcance de los contenidos y maximizar su rendimiento comercial.
Se fomenta la búsqueda de socios estratégicos a nivel nacional e internacional para coproducir contenidos originales que permitan potenciar la calidad y variedad de la programación a la vez que brinda oportunidad a las productoras de lograr un alcance que escala a nivel nacional.
Se prioriza la innovación y tendencias tecnológicas con apuesta al desarrollo de formatos interactivos, experiencias transmedia y adaptaciones a las nuevas tecnologías con el fin de estar a la vanguardia del consumo audiovisual.
Con esta estrategia, se busca posicionar al canal como un referente de calidad y creatividad, asegurando su crecimiento y competitividad en el mercado audiovisual actual.
La fórmula: + Producción - Costo = Más Rentabilidad
El modelo de producción, basado en asociaciones estratégicas y la venta de publicidad, ha demostrado ser efectivo y sostenible.
Se ha creado el concepto "*Podcam*", una nueva forma de producción ágil enfocada en la baja de costos operativos y empujada por la ocupación plena de los estudios.
Este formato se basa en "*sets"* más compactos y escenografías modulares de calidad, que permiten reducir costos y tiempos de montaje.
En resumen, el aspecto central de la gestión es el sostenimiento de tres (3) ejes estratégicos: la producción de contenidos de bajo costo, de alta calidad y competitivos, optimizando los recursos disponibles sin comprometer los estándares artísticos. En esta línea, se avanza en la consolidación de alianzas con casas productoras, a fin de sostener el esquema de coproducción y la cesión de programas en distintos géneros, lo que permite diversificar la oferta y ampliar el alcance de la

programación.
Asimismo, la Gerencia Artística articula su labor con las demás áreas de Radio y Televisión Argentina SAU y con las plataformas digitales del multimedio. De este modo, los contenidos producidos encuentran continuidad en redes sociales y entornos virtuales, garantizando una presencia activa en el ecosistema comunicacional y ampliando su llegada a públicos diversos, en particular a las audiencias más jóvenes.
En este marco, los objetivos principales se orientan al fortalecimiento y la ampliación de la presencia digital de los contenidos artísticos, consolidando la competitividad de la Televisión Pública y profundizando los acuerdos de cooperación con organismos culturales, educativos y artísticos. Todo ello con el propósito de sostener una programación federal y de calidad, que reafirme el rol de la Televisión Pública como servicio esencial para las audiencias.

Estrategia comercial y posicionamiento en el mercado:

Para el año 2026 y siguientes, se prevé posicionar a Radio y Televisión Argentina SAU como el multimedio con la mayor cobertura de la República Argentina, ello dado por el alcance a nivel federal de los diferentes medios que la componen.

- Consolidación del liderazgo federal:
  - Radio y Televisión Argentina SAU se posiciona como el multimedio con mayor cobertura nacional, alcanzando todos los rincones del país.
  - Este diferencial estratégico asegura una ventaja competitiva como oferta de un sistema de medios para anunciantes que buscan presencia efectiva y homogénea en todo el territorio argentino.
- Modelo de venta multiplataforma trescientos sesenta grados (360°):
  - Sinergia entre Televisión Pública, Radio Nacional, medios digitales, redes sociales y "*streaming*".
  - Propuestas comerciales que integran todas las plataformas, optimizando la inversión y maximizando resultados de alcance y segmentación.
- Intensificación en la venta de productos diferenciales:
  - Servicios tecnológicos: utilización del equipamiento de "*mocap*" (sistema de captura en movimiento), un recurso innovador y de alto valor para producciones publicitarias y de contenido.
  - Señales de contenido: impulsar la comercialización de "DeporTV", "Paka Paka" y "Encuentro", propuestas de alta segmentación.
  - Archivo histórico: monetización de un activo único en el mercado, con potencial para anunciantes, productoras y plataformas de contenidos.
- Recomposición tarifaria sostenida:
  - Ajuste progresivo de las tarifas, alineado al valor real de la cobertura y al concepto trescientos sesenta grados (360°) que ofrece la multiplataforma de la sociedad.
  - Garantizar competitividad y mejora en la rentabilidad, sustentada en propuestas "*ad hoc*" para las marcas.
- Reposicionamiento comercial de la empresa:
  - Comunicación cien por ciento (100%) federal, adaptada a las necesidades de cada anunciante.
  - Fidelización a través de propuestas disruptivas, creativas y diferenciadas por el valor agregado de los activos de Radio y Televisión Argentina SAU.

Inversión:

No se prevé planificar para el corto plazo grandes inversiones en materia de actualización tecnológica y remodelación de infraestructura edilicia.

No obstante, los límites financieros asignados para aportes del Tesoro Nacional con destino a gastos de capital, permitirán asegurar la continuidad de los servicios ofrecidos a partir de la reposición de bienes de carácter crítico, como así también soluciones de infraestructura impostergables para el normal funcionamiento de las instalaciones.
Endeudamiento: No se prevé ningún endeudamiento extraordinario por el desenvolvimiento del negocio. Existen procesos judiciales por reclamos laborales que pueden constituirse en deudas a pagar.
Recursos humanos: En materia de recursos humanos, Radio y Televisión Argentina SAU prevé la adecuación de su estructura organizativa, en cada unidad de negocio, en pos de una mejora en los procesos productivos propios, y con el fin de concretar mejoras sustantivas en los productos y servicios que ofrece la empresa, así como la redefinición de funciones de su dotación.

República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional
Año de la Grandeza Argentina

Hoja Adicional de Firmas
Anexo

Número: IF-2026-34028567-APN-SSP#MEC

OLIVOS, BUENOS AIRES
Lunes 6 de Abril de 2026

Referencia: EX-2026-05790665- -APN-DGDA#MEC - ANEXO I - Plan de Acción y Presupuesto - Radio y Televisión Argentina SAU - Ejercicio 2026.

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

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE
Date: 2026.04.06 12:39:57 -03:00

Rodrigo German CABADO
Subsecretario
Subsecretaría de Presupuesto
Ministerio de Economía

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE
Date: 2026.04.06 12:39:58 -03:00