



Preferencias Televisivas en la ciudad de Tarija 2021



Rector Universidad Autónoma Juan Misael Saracho
Msc. Ing. Gonzalo Gandarillas Martínez

Gerente TVU Televisión Universitaria
Msc. Lic. Nils Puerta Carranza

Decano Facultad Ciencias Económicas y Financieras
Msc. Lic. Anselmo Rodríguez Ortega

Vice

Decano Facultad Ciencias Económicas y Financieras
Msc. Lic. Víctor Vargas Rivera



Trabajo realizado por:

CIEPLANE (Centro de Información Empresarial y Planificación Estratégica)
cieplane@uajms.edu.bo Campus universitario – Tarija Tel.: 6633913 int: 143 Fax:
6633913 int: 143 <http://cieplane.uajms.edu.bo/>
Tarija - Bolivia

Equipo de trabajo del CIEPLANE:

PhD. Roxana Alemán Castillo (Directora)
Ing. Patricia Flores Cabero (Sistema de Información Geográfica y Cartografía)
Ing. Fabiola Montenegro Ordoñez (Gestión Informática y Banco de Datos)
Lic. Freddy Riera Ayllón (Publicación y Difusión de la Información)
Lic. Víctor Hugo Romero (Docente investigador)

Docentes colaboradores:

Lic. Francisco Berciano
Lic. Javier Bladés
Lic. Agueda Burgos
Lic. Reynaldo Cari
Lic. Arminda Casso
Lic. Verónica Chamón
Lic. Bertha Delgado
Lic. Carmelo Nina Guerrero
Lic. Olga Nina Jurado
Lic. Carlos Salinas
Lic. Hugo Solano

PRESENTACION

La Universidad Autónoma “Juan Misael Saracho”, una de las instituciones más representativas del departamento de Tarija, como parte de su Misión, debe contribuir al desarrollo humano sostenible de la región mediante la investigación científico – tecnológica y extensión, vinculada a las demandas y expectativas regionales y aportar al progreso del país, coadyuvando efectivamente al mejoramiento de la calidad de vida de nuestra población.

En este contexto y bajo los criterios rectores de educación señalados, el Centro de Información Empresarial y Planificación Estratégica (CIEPLANE), dependientes de la Facultad de Ciencias Económicas y Financieras de la UAJMS, pone a disposición de la población en general, el documento: “Preferencias televisivas en la ciudad de Tarija”.

Con satisfacción y certeza, se puede decir que se ha cumplido con el objetivo de la presente investigación, desde un punto de vista técnico científico. Se espera que los resultados plasmados en el presente documento, sean de utilidad para el análisis, la toma de decisiones y el debate entre los actores involucrados.

Se expresa el agradecimiento a todas las personas, que participaron en la elaboración del presente documento, brindando información valiosa y que ha hecho posible la publicación de presente documento.

Lic. Anselmo Rodríguez

DECANO F.C. E y F.

RESUMEN 1

1.INTRODUCCION 3

2.OBJETIVOS 4

2.1. OBJETIVO GENERAL4

2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS4

3.METODOLOGIA 4

3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN4

3.2. MUESTRA.....4

3.3. ANÁLISIS DE DATOS5

3.4. TIPOS DEL PROGRAMA5

4. RESULTADOS DEL ESTUDIO..... 6

4.1. ANÁLISIS GENERAL6

4.2. ANÁLISIS CANAL UNIVERSITARIO13

BIBLIOGRAFÍA 23

RESUMEN

Este trabajo presenta la situación de los medios televisivos en la ciudad de Tarija-Bolivia, describiendo las características del ciudadano televidente.

Se analiza el grado de preferencia y posicionamiento de los diferentes canales, programas de mayor preferencia, razones de preferencia de programas tomando en cuenta además los distritos de la ciudad de Tarija.

Es un estudio descriptivo que utiliza encuestas a través de formularios electrónicos, además de la georreferenciación como técnica de posicionamiento espacial de los entrevistados.

Los resultados muestran que el principal motivo por el que la población tarijeña ve televisión es por información en primer lugar y luego por distracción o entretenimiento; el canal más visto es Unitel; el horario de la noche es el más frecuente y le interesa al televidente en general la programación local, nacional e internacional.

Esta tendencia se presenta en las dos investigaciones realizadas por el CIEPLANE en 2018 y 2021.

INTRODUCCIÓN

1. INTRODUCCION

El desarrollo del presente trabajo se realiza el mes de abril del 2021 cuando el mundo atraviesa una crisis sanitaria por la pandemia del COVID-19 que afecta a la humanidad en general y en particular a la población Tarijeña; a solicitud del Canal Universitario “9” dependiente la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho. El primer Canal Universitario en Bolivia fue el Canal 8 TVU de la ciudad de Tarija, actualmente denominado con Canal Universitario “9”.

La idea de crear Televisión Universitaria Canal 8 surge en 1975, cuando las autoridades de la Universidad Juan Misael Saracho mantenían conversaciones con los responsables de Acción Cultural LOYOLA (ACLO) para impulsar la instalación y puesta en marcha de una radioemisora universitaria, de donde surgió la alternativa de instalar una estación televisiva universitaria en vez de la radio. Es así que se instaló el Canal Universitario de Televisión, primeramente, sobre la base de circuito abierto, gracias a la cooperación prestada por ACLO, en virtud de un convenio suscrito con esa entidad.

Actualmente en canal universitario cuenta con transmisiones a través de las redes sociales, además una radiodifusora y durante la pandemia que se inició en el mes de marzo del año 2020 ha tenido un rol importante en la difusión de información sobre los casos COVID-19 y medidas de prevención.

La pandemia obligó a adaptar la producción de los programas desde el enfoque técnico hacia el emocional, acelerándose una hibridación formal con los contenidos de la Red. Creció la dependencia del software y se alteraron los procesos de newsmaking hacia el ‘periodismo remoto’. Se dibujan cambios que pueden mantenerse en el futuro (Túñez-López, Vaz-Álvarez & Fieiras-Ceide, 2020).

Podemos mencionar como antecedente que en el año 2018 se realizó una investigación similar con la finalidad de conocer las debilidades y potencialidades del canal; en esta oportunidad presentamos un análisis comparativo con la situación en condiciones de pandemia en el presente año.

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar la preferencia y audiencia de la programación que ofertan las diferentes cadenas y canales de televisión.

2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar comparativamente la preferencia y el posicionamiento del Canal TVU y de la radio, en relación a los canales locales, estableciendo cómo se comportan los distintos niveles de audiencia.
- Determinar comparativamente los tipos de programa que generan mayor audiencia en los diferentes horarios de los principales canales de televisión abierta.
- Determinar cómo influye la programación ofertada por los canales de TV en la audiencia de la población.

3. METODOLOGIA

3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para la presente investigación se recopila datos primarios, mediante un cuestionario aplicando Google Drive, además se utiliza la georreferenciación como técnica de posicionamiento espacial de los entrevistados en los trece Distritos Urbanos de la ciudad de Tarija, por lo tanto, se consideró como unidad de análisis a cada estrato estudiado.

El alcance temporal fue el periodo de estudio comprendido en el mes de abril del 2021.

Los canales elegidos son ATB, UNITEL, TVA, RTE, Red Uno, Canal 7 BTV, Canal 9 TVU, Canal 57, PLUS TLT, Canal 15, Chapaca TV, Canal 33, Canal Tropical, Tarija Tv, Guadalquivir.

3.2. MUESTRA

Para el cálculo de la muestra se toma en cuenta lo siguiente:

Universo:

Población de la ciudad de Tarija mayor a 18 años.

Tamaño de la muestra:

Realizada: 562 personas

Puntos de muestreo:

Barrios de la ciudad de Tarija

Procedimiento de muestreo:

- Estratificado y aleatorio.
- Selección de las unidades en forma aleatoria.
- Los estratos se han formado por Distritos de la ciudad.
- Los cuestionarios se han aplicado mediante formularios de Google Drive

Error muestral:

Para un nivel de confianza del 95% (dos sigmas) y $P = Q$, el error es de 4% para el conjunto de la muestra y en el supuesto de muestreo aleatorio simple

3.3. ANÁLISIS DE DATOS

A partir de los datos recopilados, se construyó una base de datos que contiene las variables dependientes e independientes

a) Variables Dependientes

Preferencia, audiencia, actualidad en programación, calidad de recepción. Separadas por sexo, edad, profesión y distritos.

b) Variables Independientes

Las variables consideradas para el estudio son: Tipo de programación, horarios y el canal que están relacionadas con la emisión.

3.4. TIPOS DEL PROGRAMA

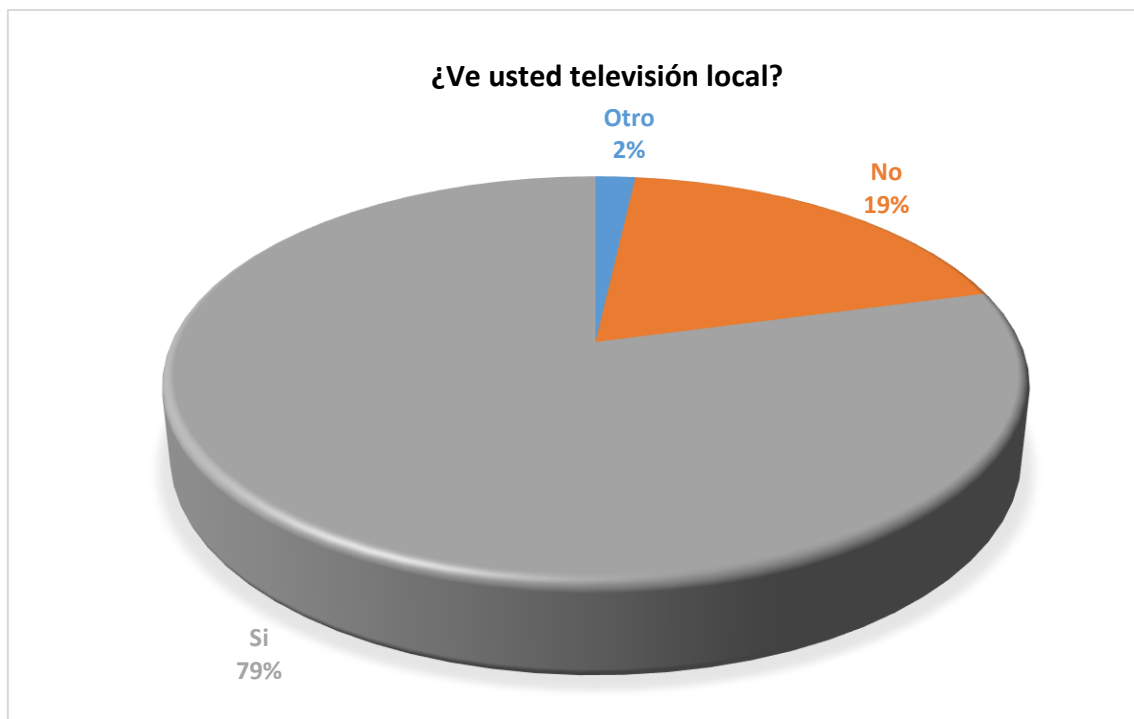
Se clasificaron según los distintos tipos de programación, las cuales son:

- | | |
|----------------|------------------------------|
| 1. Culturales | 5. Informativos y Reportajes |
| 2. Recreativos | 6. Series y Telenovelas |
| 3. Películas | 7. Educativos |
| 4. Deportivos | 8. Variados, etc... |

4. RESULTADOS DEL ESTUDIO

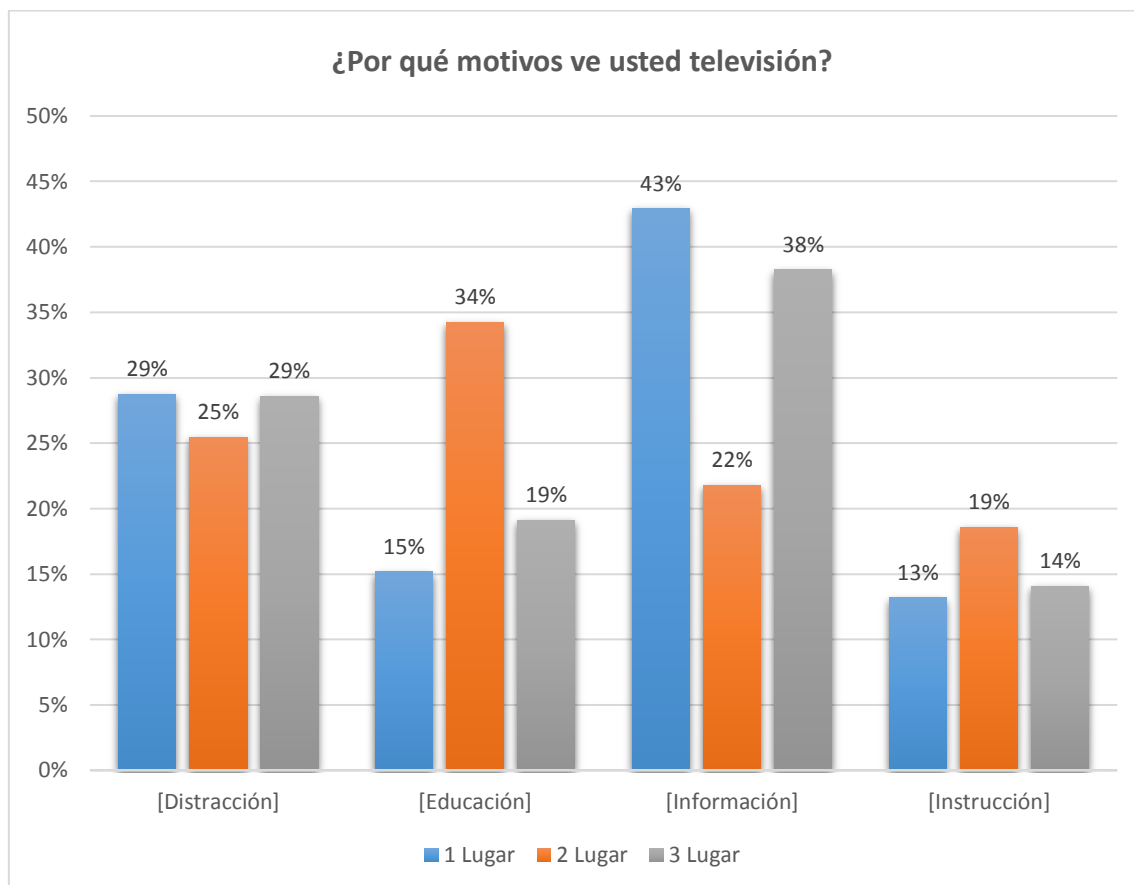
4.1. ANÁLISIS GENERAL

Figura No.1 Población que ve televisión local en Tarija.



Nota. El 79 % de los encuestados ve la televisión local y el 19 % no. En comparación con el año 2018 la población que ve televisión local ha disminuido y los que no ven, han aumentado.
Fuente:CIEPLANE

Figura No.2 Por qué motivos ve usted televisión



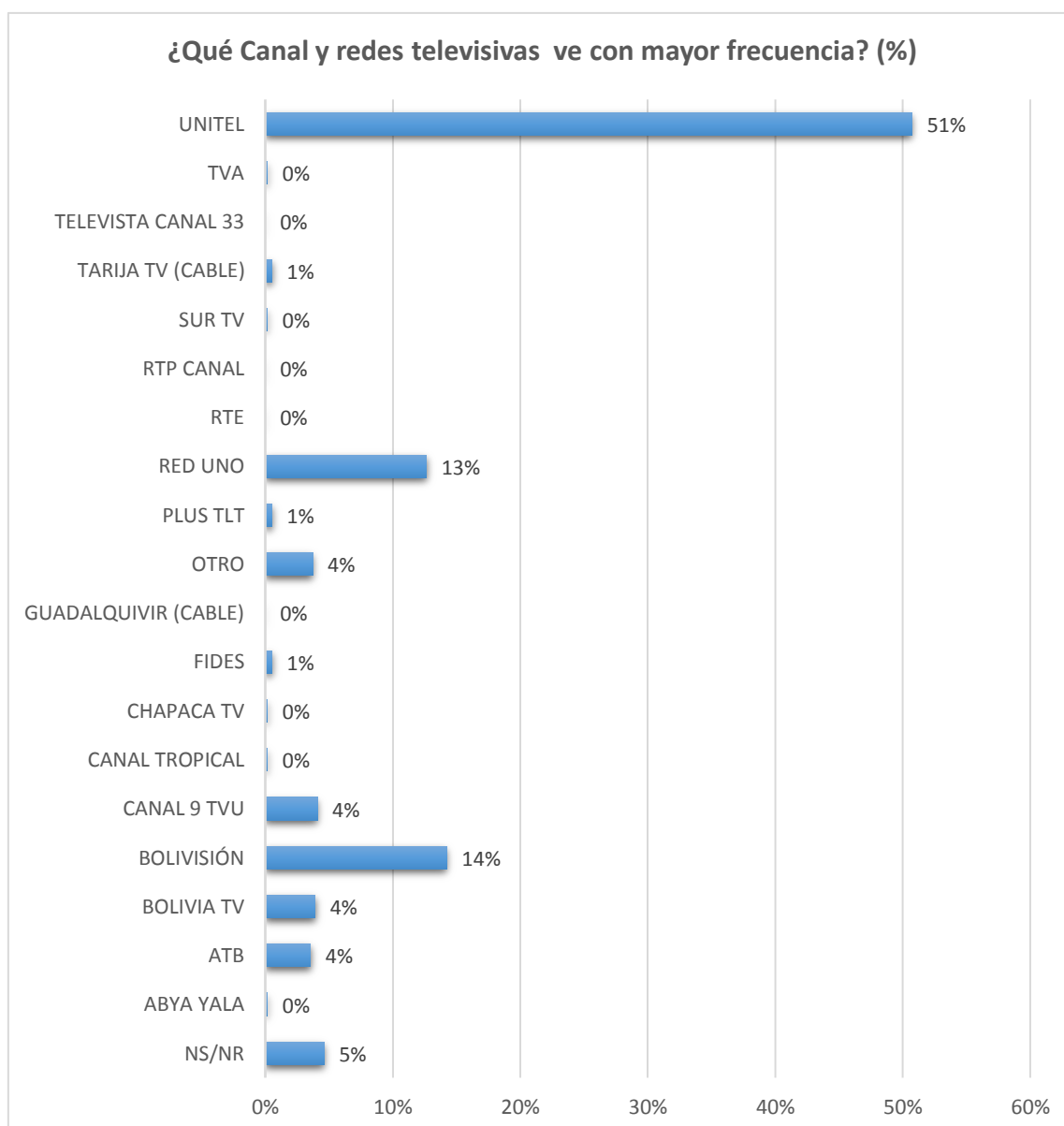
Nota. El principal motivo por el que ve la televisión es por la información con el 43 % y educación con el 34 % entre los principales motivos. *Fuente: CIEPLANE*

Es importante indicar que los motivos de ver la televisión en relación a tres primeros lugares de acuerdo al tipo de programación definidos son: Con el 43 % información; 34 % educación y 29 % distracción.

La información sigue siendo el primer motivo por el que ve televisión, considerando los tres primeros lugares.

En relación al año 2018, se mantiene la información en primer lugar y la distracción en segundo lugar como los motivos por los que la población ve televisión local.

Figura No.3 *Qué Canal y redes televisivas ve con mayor frecuencia*

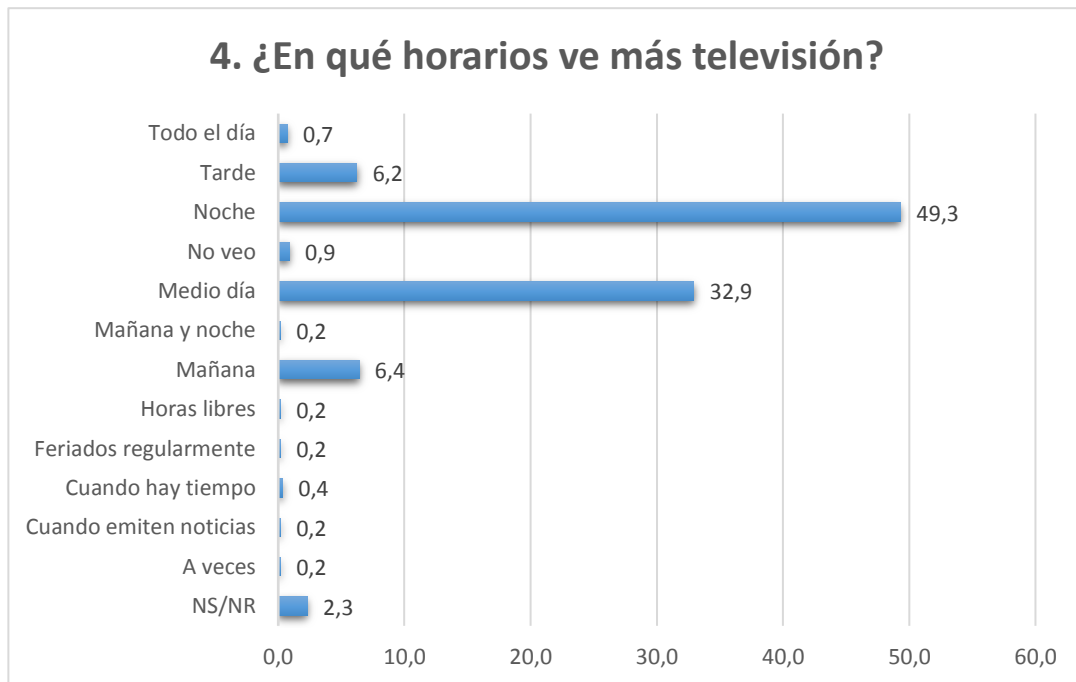


Nota. Los canales de televisión con mayor frecuencia que ven son, UNITEL (51 %) BOLIVISIÓN (14%) y RED UNO (13%). El canal 9 TVU esta en el cuarto lugar entre los que mayor frecuencia se ve con el 4 % conjuntamente con BOLIVIA TV, ATB y OTROS. *Fuente:CIEPLANE*

De acuerdo a los resultados la mayor frecuencia con que televisión considerando los tres primeros lugares seleccionados del total de canales de televisión son: UNITEL (51 %) BOLIVISIÓN (14%) y RED UNO (13%).

Si comparamos los resultados con la gestión 2018, los canales se mantienen en los 3 primeros lugares de preferencia, observandose un descenso del porcentaje preferencias.

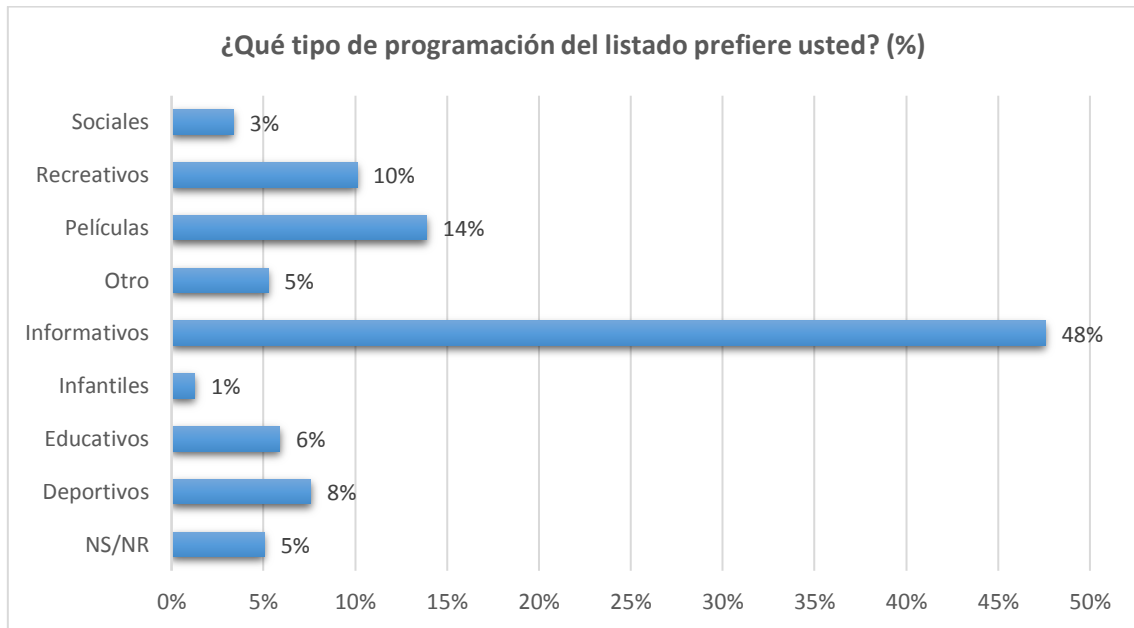
Figura No.4 En que horarios ve más televisión



Nota. El horario en el que más se ve la televisión es en la noche representando el 49% de los encuestados, a medio día el 32 % y en la mañana el 6 %. *Fuente: CIEPLANE*

Los resultados 2021 en comparación con el estudio realizado el 2018, muestran la preferencia por el horario nocturno para ver televisión (De 48% a 49%), habiéndose incrementado en porcentaje el horario del medio día (De 22% a 33%).

Figura No.5 Que tipo de programación del listado prefiere usted.

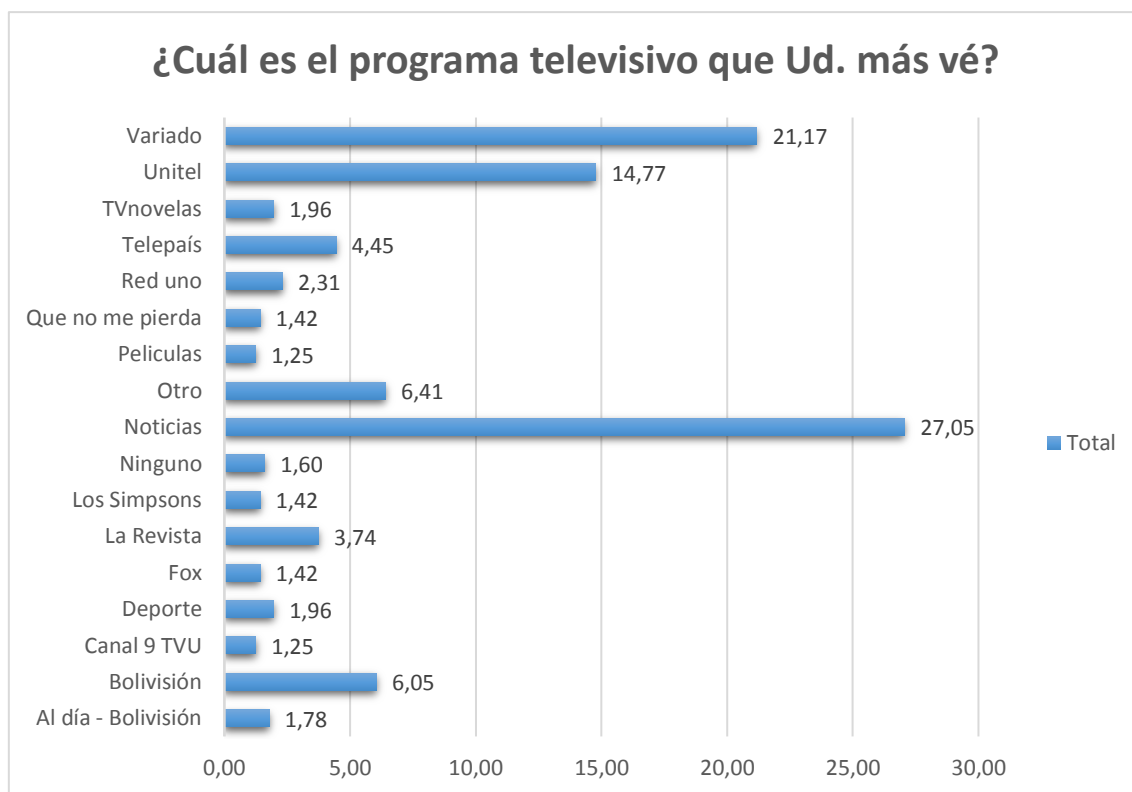


Nota. Tipos de programación preferidas. Los tipos de programación preferidos son: informativos con el 48 %, informativos, 14 % películas y recreativos con el 10 %. Considerando entre los tres primeros lugares también está 48 %, informativos, 14 % películas y recreativos con el 10 %.

Fuente: CIEPLANE

Si comparamos la preferencia de programación resultante del trabajo de investigación realizado el año 2018, tenemos que los informativos y las películas ocupan los primeros lugares.

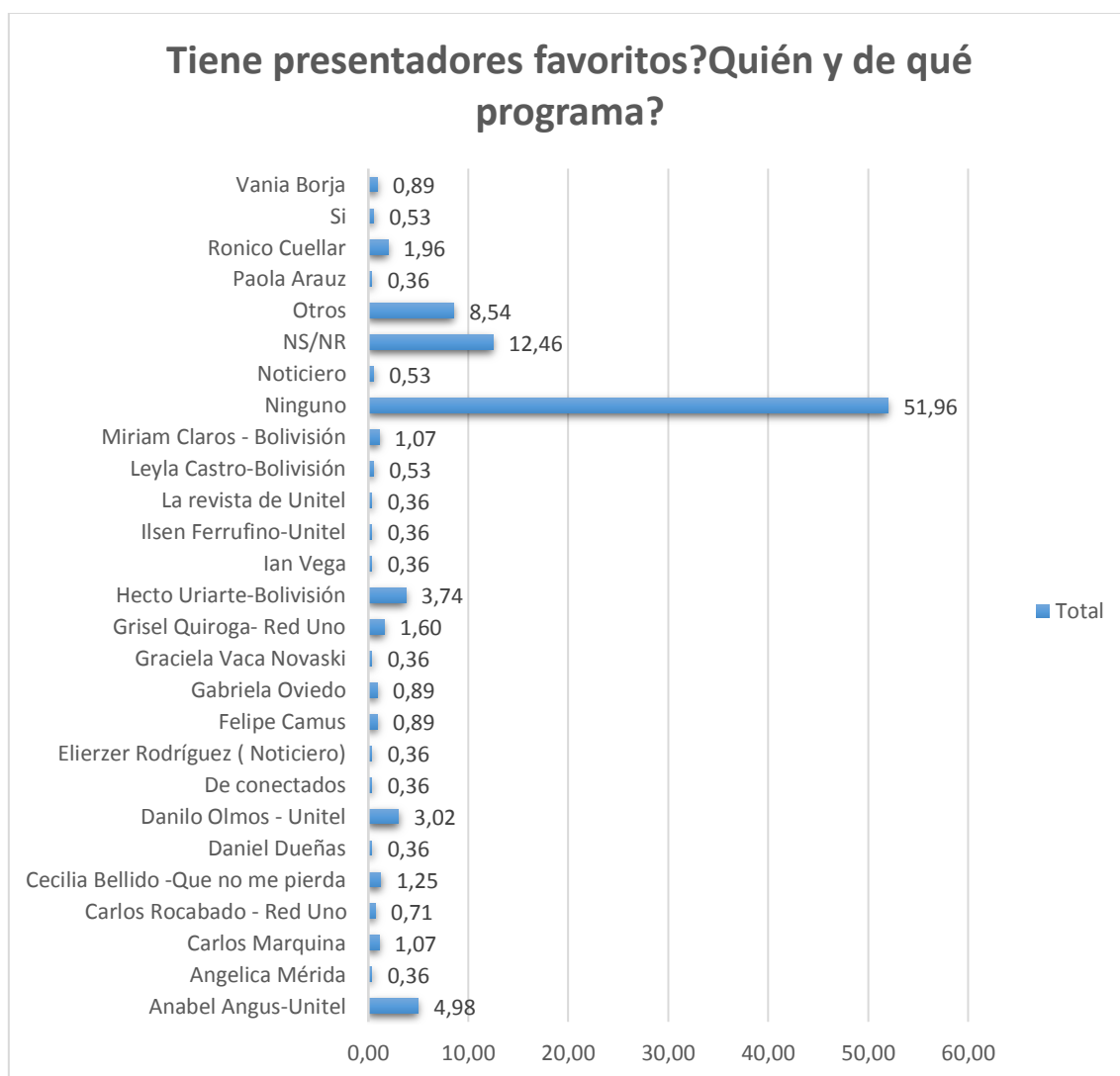
Figura No.6 Cuál es el programa televisivo que Ud. más vé



Nota. Programas televisivos más vistos. Entre los programas televisivos más vistos en la ciudad de Tarija estan Noticias que representan el 27 %, referido a todos los tipos de programas televisivos, y en forma específica variado representan el 21 %. *Fuente: CIEPLANE*

En comparación a 2018, podemos mencionar que la población en el año 2021 prefiere los noticieros.

Figura No.7 Tiene presentadores favoritos Quién y de qué programa

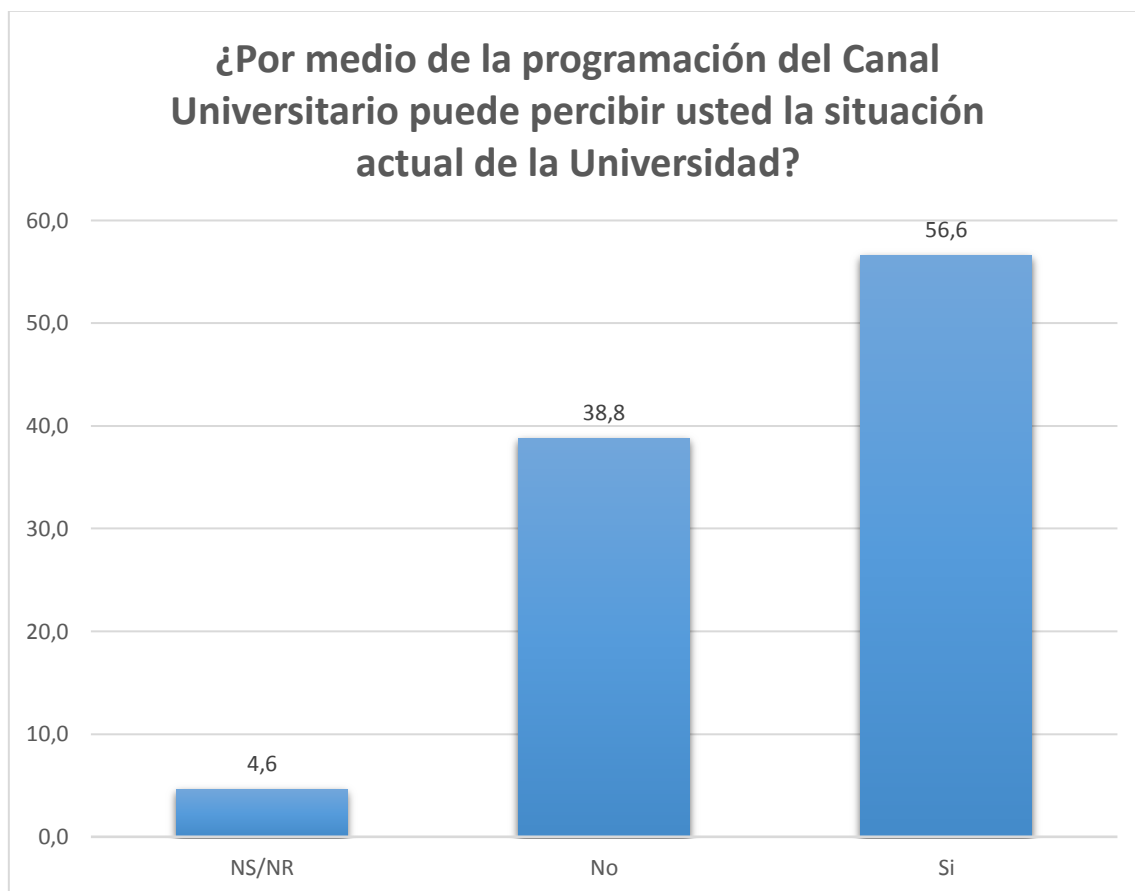


Nota. Presentadores favoritos y de que programa. El 51 % opina que no tienen preferencia por ningun presentador, el 12 % prefieren otros presentadores sin especificar y 8 % Otros. Los presentadores mencionados con más del 3% son : Danilo Olmos y Hector Iriarte. Fuente: CIEPLANE

Un comportamiento de la población interesante por analizar es la no preferencia por presentadores, situación manifestada en el 2018 (50,38%) y el 2021(52%).

4.2. ANÁLISIS CANAL UNIVERSITARIO

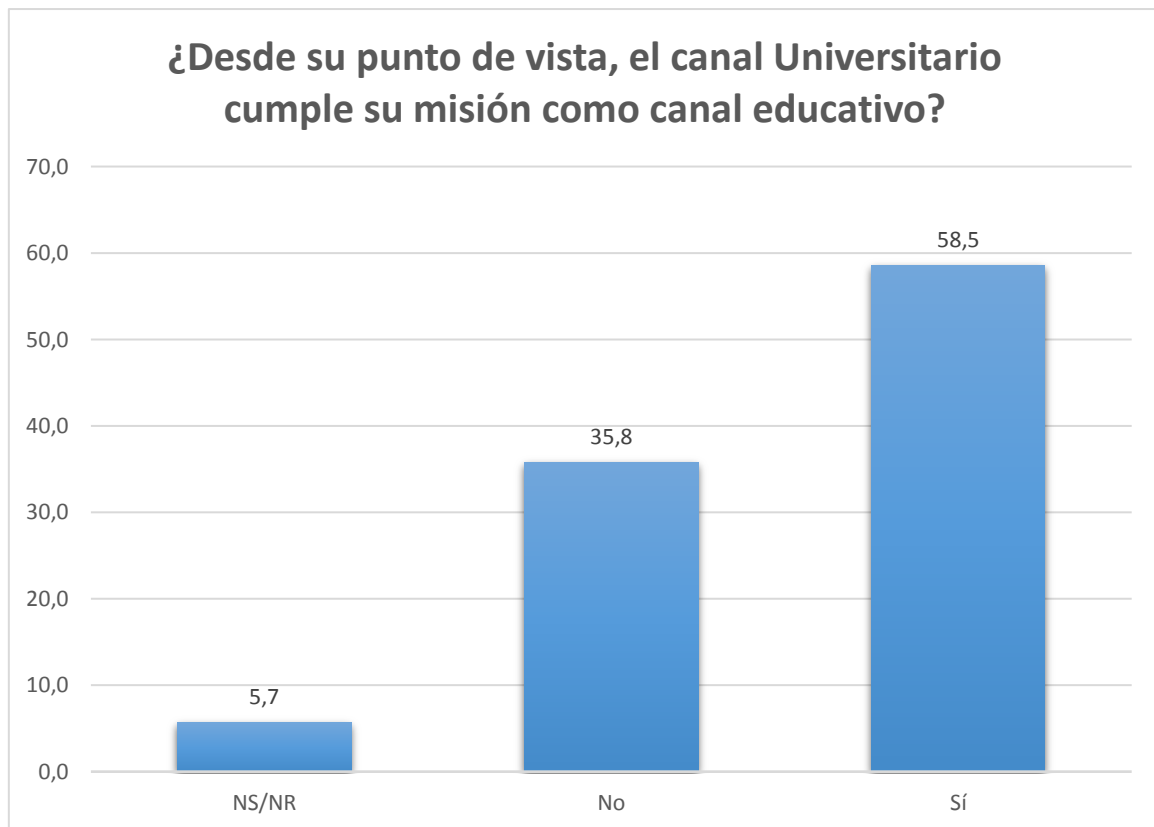
Figura No.8 Por medio de la programación del Canal Universitario puede percibir usted la situación actual de la Universidad



Nota. Percepción de la situación de la Universidad a través del Canal. La percepción de la situación actual de la Universidad mediante la programación del canal universitario es el 56 %. Y el 38% no perciben que la programación del canal universitario proporcione información sobre la situación actual de la Universidad. *Fuente: CIEPLANE*

El 2018, se tiene la percepción de un 52% de la población de que el canal Universitario refleja la situación actual de la universidad y en 2021 la opinión incrementa a un 57%.

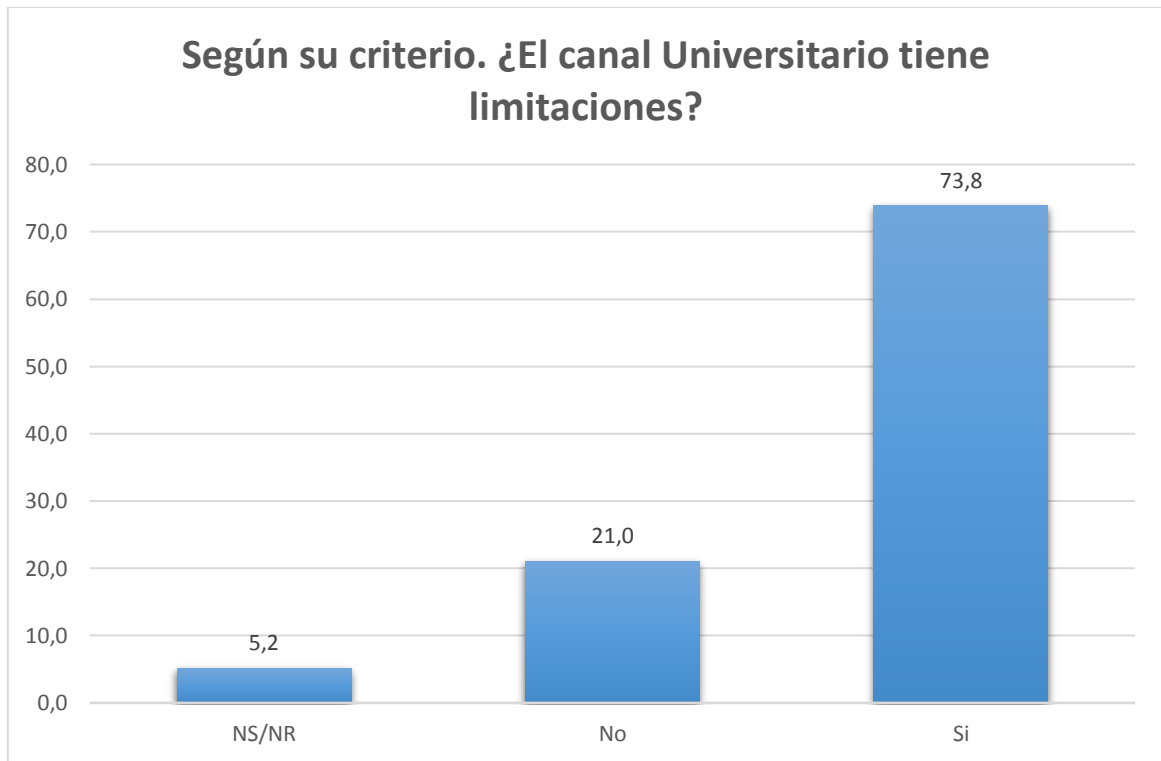
Figura No. 9 Cumplimiento de la misión del Canal Universitario



Nota. El canal universitario si cumple su misión como canal educativo según el 58 % de los entrevistados, el 35 % indica que no se cumple con la misión. *Fuente: CIEPLANE*

En relación al cumplimiento de la misión la percepción en relación al 2018(84,6%) ha disminuido en 2021(58,5%).

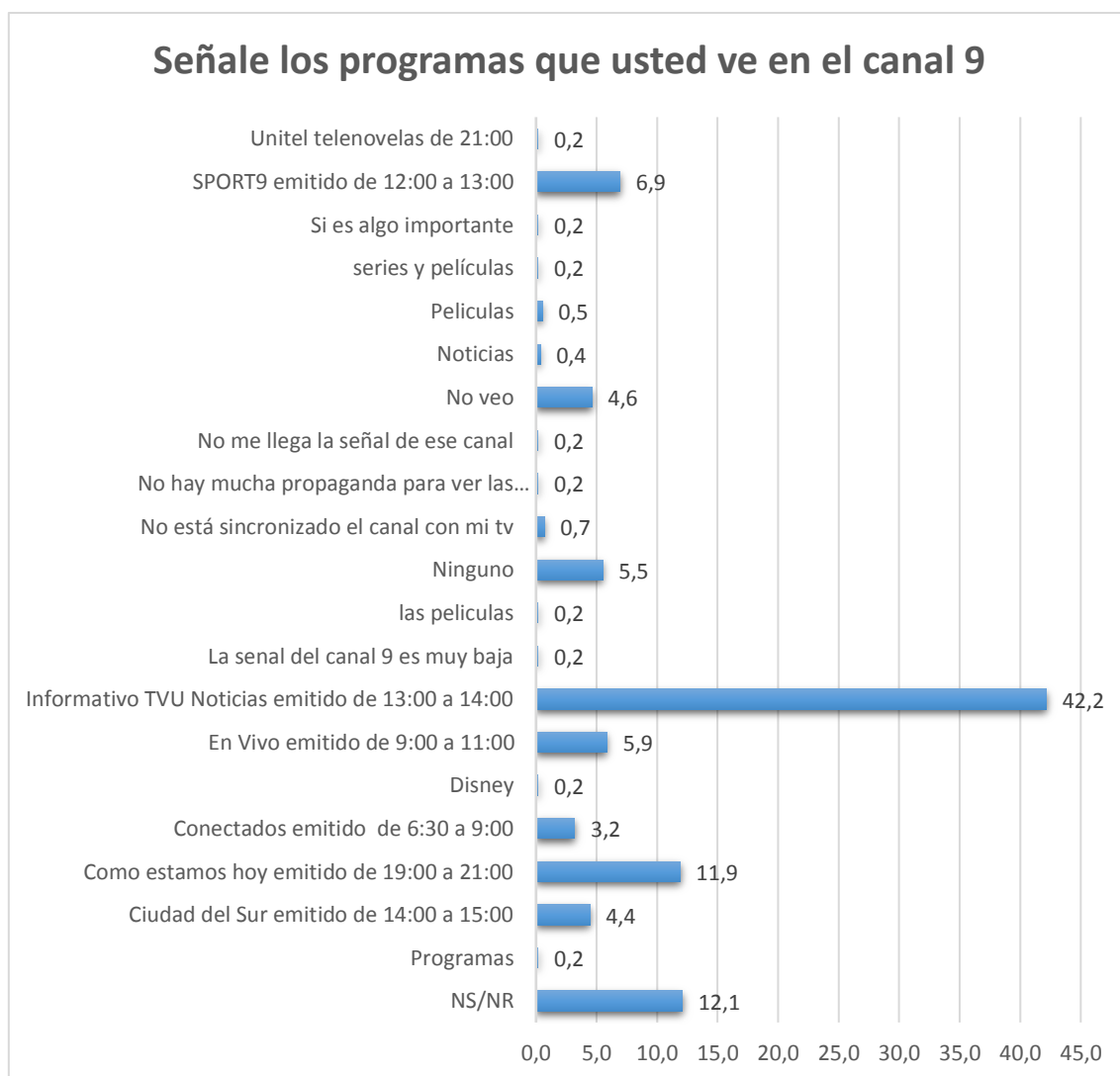
Figura No.10 El Canal Universitario tiene limitaciones



Nota. De acuerdo a la opinión del 73 % de los encuestados el canal universitario si tiene limitaciones y el 21% indica que no tiene limitaciones. *Fuente: CIEPLANE*

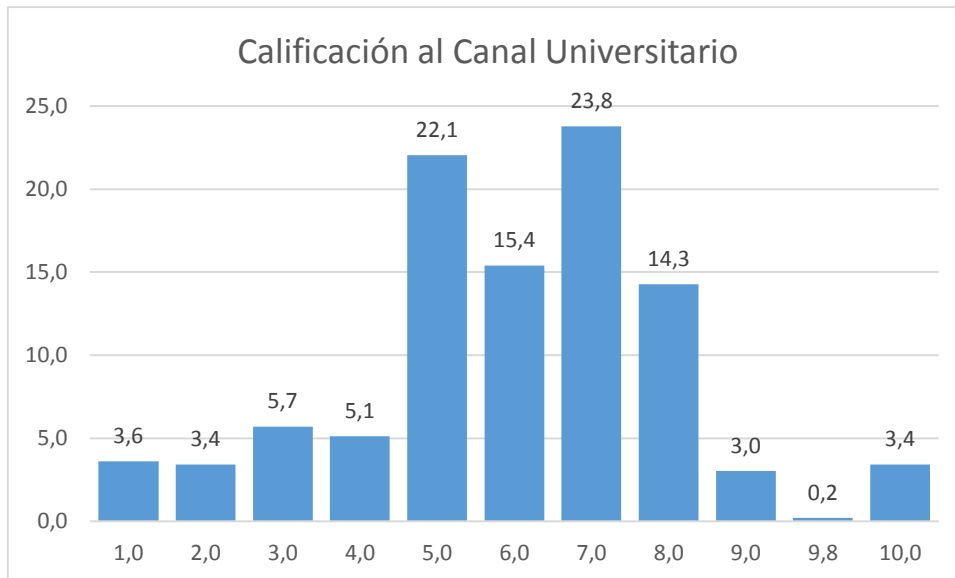
Si comparamos las percepciones de la población en 2018 (68%) y 2021(74%), esta se ha incrementado es decir se cree que existe mayores limitaciones que hace tres años.

Figura No.11 Programas que ve en el Canal 9



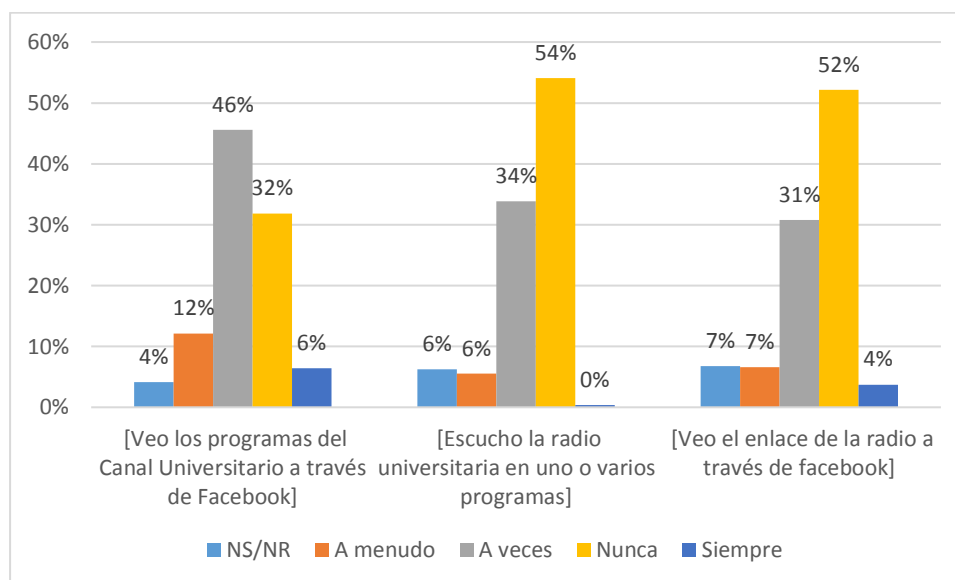
Nota. Según la opinión de los encuestados. Los programas que más ve 42% Informativo TVU Noticias emitido de 13:00 a 14:00, el 12% No responde, el 11 %, el programa Como estas hoy emitido de 19:00 a 21:00 y 6% SPORT9 emitido de 12:00 a 13:00. *Fuente: CIEPLANE*

Figura No.12 Calificación al Canal Universitario (Canal 9)



Nota. La figura 12 muestra la calificación realizada por los entrevistados, y podemos observar que la mayor frecuencia se encuentra en la puntuación 7(24% de la población), seguida de 5(22% de la población). Los encuestados califican al Canal Universitario con una puntuación de 5,94 puntos en promedio (Escala de 1 a 10). Si se comparan las calificaciones con el año 2018 (5,57 puntos) podemos mencionar que la percepción ha mejorado. *Fuente: CIEPLANE*

Figura No.13 Medios por los que se ve o escucha radio y televisión de la Universidad Juan Misael Saracho



Nota. La figura 13 se tiene la opinión de la población con respecto a los medios utilizados para acceder a la radio como a la televisión de la Universidad Juan Misael Saracho. Observamos que un 46% de la población “a veces” ve el canal universitario a través de Facebook, un 54% “nunca” escucha la radio universitaria y tampoco lo hace utilizando el enlace a través de Facebook (52%).

Fuente: CIEPLANE

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Las principales conclusiones son las siguientes:

- Como resultado del estudio realizado el 79 % de los encuestados ve la televisión local y el 19 % no. En comparación con el año 2018 la población que ve televisión local ha disminuido y los que no ven han aumentado.
- El principal motivo por el que ve la televisión es por la información con el 43 % y educación con el 34 % entre los principales motivos.
Es importante indicar que los motivos de ver la televisión en relación a tres primeros lugares de acuerdo al tipo de programación definidos son: Con el 43 % información; 34 % educación y 29 % distracción.

La información sigue siendo el primer motivo por el que ve televisión, considerando los tres primeros lugares.

- Los canales de televisión con mayor frecuencia que ven son, UNITEL (51 %) BOLIVISIÓN (14%) y RED UNO (13%). El canal 9 TVU esta en el cuarto lugar entre los que mayor frecuencia se ve con el 4 % conjuntamente con BOLIVIA TV, ATB y OTROS
De acuerdo a los resultados la mayor frecuencia con que televisión considerando los tres primeros lugares seleccionados del total de canales de televisión son: UNITEL (51 %) BOLIVISIÓN (14%) y RED UNO (13%)
- El horario en el que más se ve la televisión es en la noche representando el 49% de los encuestados, a medio día el 32 % y en la mañana el 6 %.
- Tipos de programación preferidas. Los tipos de programación preferidos son: informativos con el 48 %, informativos, 14 % películas y recreativos con el 10 %. Considerando entre los tres primeros lugares también está 48 %, informativos, 14 % películas y recreativos con el 10 %
- Programas televisivos más vistos. Entre los programas televisivos más vistos en la ciudad de Tarija están Noticias que representan el 27 %,

referido a todos los tipos de programas televisivos, y en forma específica variado representan el 21 %.

- Presentadores favoritos y de que programa. El 51 % opina que no tienen preferencia por ningún presentador, el 12 % prefieren otros presentadores sin especificar y 8 % Otros. Los presentadores mencionados con más del 3% son : Danilo Olmos y Hector Iriarte.
- Percepción de la situación de la Universidad a través del Canal. La percepción de la situación actual de la Universidad mediante la programación del canal universitario es el 56 %. Y el 38% no perciben que la programación del canal universitario proporcione información sobre la situación actual de la Universidad.
- El canal universitario si cumple su misión como canal educativo según el 58 % de los entrevistados, el 35 % indica que no se cumple con la misión.
- De acuerdo a la opinión del 73 % de los encuestados el canal universitario si tiene limitaciones y el 21% indica que no tiene limitaciones.
- Según la opinión de los encuestados. Los programas que más ve 42% Informativo TVU Noticias emitido de 13:00 a 14:00, el 12% No responde, el 11 %, el programa Como estas hoy emitido de 19:00 a 21:00 y 6% SPORT9 emitido de 12:00 a 13:00.
- La calificación del Canal universitario en el año 2021 es de 5,94 puntos en una escala de 1 a 10, este resultado es superior a la calificación dada por la población en el año 2018.
- Se hace necesario realizar mayor publicidad para que la radio como el enlace a través de Facebook tenga mayor cobertura en la población, tomando en cuenta que los estudiantes y la población en general están utilizando las redes sociales más que otros medios.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

- Alemán , R. (2012). *MDS aplicado a la percepción de los consumidores de servicios: caso canales abiertos en la ciudad de Tarija*. Granada: UGR.
- Chang, K. T. (2006). *Introduction to geographic information systems*. Boston: McGraw-Hill Higher Education.(pp. 117-122).
- Orozco, G., & Miller, T. (2017). La television mas alla de si misma en America Latina.⁹
- Suing, A., González, V., & Aguaded, I. (2015). Géneros y formatos para la televisión digital. Análisis en los países andinos. . *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*,, 14(27), 29-47.