RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	Daniela Pinto Barbosa
FACULTAD	Educación, Artes y Humanidades
PLAN DE ESTUDIOS	Comunicación social
DIRECTOR	Julián Andrés Ramírez Vega
CODIRECTOR (si aplica)	No Aplica
TÍTULO DE LA TESIS	Medición de la audiencia de la emisora UFM 95.2 perteneciente a la universidad Francisco de Paula Santander Ocaña
TITULO EN INGLES	Audience measurement of UFM 95.2 radio station belonging to the Francisco de Paula Santander Ocaña University

RESUMEN
(70 palabras)

El presente trabajo hace un abordaje para conocer la audiencia de la emisora UFM 95.2 ayudando a determinar si los escuchas sintonizan la emisora, entendiendo el crecimiento poblacional que ha presentado el municipio de Ocaña en la última década por eso se hizo importante evaluarla a través de una encuesta para conocer el impacto real que tiene en su público .Con esta finalidad se realizo una encuesta que permitiera obtener datos estadísticos y tener una percepción aceptada de su realidad de como las personas la perciben para así llegar a entender los gustos y preferencias de sus oyentes.

RESUMEN EN INGLES

This work makes an approach to know the audience of the UFM 95.2 radio station, helping to determine if listeners tune in to the station, understanding the population growth that the municipality of Ocaña has presented in the last decade, which is why it became important to evaluate it through a survey to know the real impact it has on its audience. For this purpose, a survey was conducted to obtain statistical data and have an accepted perception of its reality of how people perceive it in order to understand the tastes and preferences of its listeners.

PALABRAS CLAVES	Medios de comunicación, información, comunicación y Noticia.
PALABRAS CLAVES EN INGLES	Media, information, communication and radio

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 114	PLANOS: 4	ILUSTRACIONES: 24	CD-ROM: 0

Medición de la Audiencia del Noticiero de la Emisora UFM 95.2 perteneciente a la Universidad Francisco de Paula Santander

Daniela Pinto Barbosa

Facultad de Educación, Artes y Humanidades, Universidad Francisco de Paula Santander seccional Ocaña

Comunicación Social

Dir. Julián Andrés Ramírez Vega

3 de octubre de 2025

Índice

Capítulo 1. Medición de la audiencia del noticiero de la emisora Ufm 95.2 perteneciente a la UFPSO. 9

1.1 Planteamiento del problema 9

1.2 Formulación del problema 11

1.3 Objetivos 11

1.3.1 Objetivo general 11

1.3.2 Objetivos específicos 11

1.4 Justificación 12

1.5 Delimitaciones 13

1.5.1 Delimitación operativa 13

1.5.2 Delimitación conceptual 13

1.5.3 Delimitación geográfica 13

1.5.4 Delimitación temporal 13

Capítulo 2. Marco referencial 14

2.1 Marco histórico 14

2.1.1 Antecedentes a nivel internacional 17

2.1.2 Antecedentes a nivel nacional 20

2.1.3 Antecedentes a nivel local 22

2.2 Marco contextual 24

2.3 Marco conceptual 25

2.4 Marco teórico 29

2.5 Marco Legal 31

Capítulo 3. Diseño metodológico 33

3.1 Tipo de investigación 33

3.2 Población y muestra 34

3.2.1 Población 34

3.2.2 Muestra 34

3.3 Diseño de instrumentos de recolección de la información y técnicas de análisis de datos. 35

3.4 Análisis de información 41

3.5 cronograma de actividades 41

Capítulo 4. Administración del proyecto 43

4.1 Recursos humanos 43

4.1.1 Recursos humanos 43

4.1.2 Recursos Institucionales 43

4.1.3 Recursos financieros 43

Capítulo 5. Resultados 44

5.1 Objetivo específico uno: Valorar la estructura y contenidos del noticiero de la Emisora UFM 95.2 en función de sus principios misionales. 44

5.2 Objetivo específico dos: Cuantificar la audiencia del noticiero de programa Noticias UFM para conocer las percepciones de los oyentes e identificar sus gustos y preferencias 51

5.3 Objetivo especifico tres: Diseñar una campaña de comunicación interna para socializar los resultados obtenidos con el equipo del programa noticias UFM Estéreo. 67

6. Conclusiones 75

7. Recomendaciones 76

Referencias 77

Apéndices 84

Apéndice A. Metodología diario de observación 84

Apéndice B. Metodología de encuesta 85

Apéndice C. Presentación de resultados 90

Apéndice D. Aplicación de encuestas 113

Lista de tablas

Tabla 1 Descripción de actividades 41

Tabla 2 Diario de observación Instagram 44

Tabla 3 Diario de observación Facebook 48

Tabla 4 Diario de observación página web y aplicación digital 50

Lista de figuras

Figura 1 Rango de edad 56

Figura 2 Cuál es su género 56

Figura 3 Cuál es su estrato económico 57

Figura 4 Mencione la comuna y barrio al que pertenece 58

Figura 5 Escucha la emisora de la universidad Francisco de Paula Santander Ocaña 59

Figura 6 Cuál es su horario favorito para escuchar el programa Noticias UFM Estéreo 60

Figura 7 Cuánto tiempo permanece escuchando el programa noticias UFM Estéreo 61

Figura 8 En su entorno familiar ¿quién escucha las noticias UFM estéreo? 61

Figura 9 ¿Con qué frecuencia escucha el noticiero? 62

Figura 10 ¿Por qué medio de comunicación usted escucha la radio? 63

Figura 11 ¿Qué tipo de información a usted le gusta escuchar en el programa de noticias UFM Estéreo? 63

Figura 12 ¿Qué emisora escucha con mayor frecuencia? 64

Figura 13 ¿Quién es el locutor de su preferencia en el programa de noticias radiales que usted escucha en la UFM estéreo? 65

Figura 14 ¿Qué le gustaría que se incluyera en el noticiero de la UFM Estéreo? 65

Figura 15 ¿Por qué le gusta escuchar radio y no otros medios de comunicación? 66

Figura 16 Historia de formación 67

Figura 17 Quiénes Somos 71

Figura 18 Visión 71

Figura 19 Misión 72

Figura 20 Encabezado de instagram UFM Estereo 72

Figura 21 Estadística Instagram UFM Estéreo 73

Figura 22 Estadística Facebook 73

Figura 23 Página web 74

Figura 24 Aplicación la UFM 95.2 Youtube 74

Lista de apéndices

Apéndice 1 Metodología diario de observación..... 84

Apéndice 2 Metodología de encuesta..... 85

Apéndice 3 Presentación de resultados 90

Apéndice 4 Aplicación de encuestas 113

Capítulo 1. Medición de la audiencia del noticiero de la emisora Ufm 95.2 perteneciente a la UFPSO.

1.1 Planteamiento del problema

Las audiencias radiales empezaron a interactuar en los programas que consumían por medio de las llamadas telefónicas y cartas que enviaban a las emisoras, creando una cercanía con los oyentes con su emisora favorita .En su transformación continua ha producido una expansión desde el surgimiento del internet, que ha facilitado el acceso a radio desde diferentes plataformas y sitios donde se puede descargar la emisora de preferencia por medio de Google Play, o sintonizarlo online por páginas webs o a través de redes sociales como Facebook , Instagram y YouTube. Donde se ha logrado influenciar y crear un nexo de proximidad para comprender lo que se consume y escucha a través de la radio creando una cultura digital de información.” Las personas modifican su pensamiento de forma constante de lo que consumen en los medios, pero sus interpretaciones las realizan de lo que la rodea de forma digital (Costa & Prata, 2017).

Colombia no es ajena a todas estas transformaciones, por eso ha tenido que aprender a adecuar a los nuevos cambios que demanda la población para hacer frente a sus otros medios. La tecnología llegó a la vida de las personas para transformar sus vidas desde la forma como se comunican en la sociedad hasta las relaciones sociales y culturales de cada individuo porque ya se ha dado paso a una cultura digital.(Rubio & García, 2017).

ctualmente la radio converge con otros medios de comunicación, pero ha encontrado un aliado en el internet porque sus oyentes pueden buscar de forma fácil y remota la información de interés y ayuda a cumplir las funciones básicas de la radio como son entretener, informar y

educar a la población. La forma como las personas se ven influenciadas por las redes sociales y su forma de interacción ayuda aumentar el acceso a los contenidos (Ríos & Restrepo, 2022).

Hoy en día los Ocañeros que disfrutan escuchar radio, poseen gran variedad de emisoras dentro de las cuales se pueden escuchar a: Radio Catatumbo, Ocaña estéreo, Rumba, Sabrosa estéreo, Radio Sonar, Emisora del Ejército Nacional, La UFM estéreo. La emisora de interés investigativo corresponde a la universidad Francisco de Paula Santander seccional Ocaña, la UFM Estéreo 95.2, siendo destacada dentro de los medios regionales por la difusión de sus contenidos radiales, que ha estado vigente desde 1988, llegando a muchos hogares y especialmente al público juvenil. La programación de su parilla es variada, aquí se encuentran espacios como: "Derecho al Aire, Conexión Territorial, Educación sin límite, Consultorio Jurídico, Buenos días Colombia y Noticias UFM" (Arias, 2025).

La necesidad de la realización de la investigación, teniendo en cuenta el crecimiento poblacional de la región de Ocaña, según el Departamento Nacional Estadístico (DANE) donde se menciona que hay 135.990 habitantes (2025), se busca lograr identificar si la audiencia del programa de "Noticias de la UFM" Estéreo, en esta última década ha aumentado o disminuido su interés en este programa, emitido en el horario de 7:00 A.m. a 8:00A.m.

La relevancia que tiene esta medición es que puede ayudar a saber si la gente de Ocaña escucha la emisora de la UFM Estéreo, para lograr determinar cómo es el perfil de las personas que les gusta escuchar el noticiero, identificar los hábitos de consumo y preferencias en la audiencia.

El noticiero es considerado uno de los programas de la parrilla más escuchados por todos los habitantes de la comunidad, se debe aclarar que la Emisora UFM 95.2 lleva más de 10 años

que no realiza un estudio de audiencia, resaltando que el aumento de la población en la última década incremento significativamente, esto se fundamenta con el último censo que realizó el DANE en el 2025, el cual se especifica que Ocaña cuenta con 135.990 habitantes (2025).

Siendo poco estudiado la audiencia de La UFM en los últimos años, provoca el desconocimiento de su público, el cual pudo aumentar o en el peor de los casos disminuir, así mismo la falta de análisis puede provocar ignorar las necesidades y preferencias de los habitantes de Ocaña y oyentes de la emisora.

Al realizar un estudio de audiencia al noticiero de la emisora de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, beneficiará al programa debido a que se permitirá conocer y distinguir los gustos de los oyentes, de igual modo aumentar la audiencia mejorando la estructura del programa, sumando a todas las ventajas se puede establecer y reconocer la fidelización de sus oyentes.

1.2 Formulación del problema

¿Cómo le favorece a la emisora de UFM Estéreo conocer la audiencia del noticiero?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Medir la audiencia de la emisora UFM 95.2 perteneciente a la UFPSO

1.3.2 Objetivos específicos

- Valorar la estructura y contenidos de la Emisora UFM 95.2 en función de sus principios misionales.

- Cuantificar la audiencia del noticiero para conocer las percepciones de los oyentes e identificar sus gustos y preferencias.
- Socializar los resultados obtenidos con el equipo del programa noticias UFM Estéreo.

1.4 Justificación

La UFM Estéreo lleva más de 27 años siendo escuchada en Ocaña, comenzó el 1 de junio del año 1996 estaba ubicada en la sede principal cerca al río Algodonal en una oficina de la casona, obtuvo su licencia para funcionar en la década de 1998, posteriormente se trasladó a la sede de la primavera donde actualmente funciona. Esta emisora es muy importante porque es una radio juvenil que puede ser escuchada en Ocaña, en el sur del Cesar y del Bolívar.

El objetivo de realizar este trabajo con la emisora La UFM estéreo, perteneciente a la universidad Francisco de Paula Santander seccional Ocaña, es debido a la trascendencia de este medio, se hace importante Conocer más a profundidad sobre él. La principal razón de esta propuesta es que hace más de 10 años no se hace una investigación acerca de la emisora y se desea obtener nueva información, por consiguiente, Que le permitan obtener nuevos datos para ayudar a mejorar el programa emitido y que sea visto por más personas. (Abela, 2019)

Además, el crecimiento poblacional que se ha venido incrementando hace que los indicadores pasados queden desactualizados y sea necesario hacer una nueva investigación para que la emisora logre conocer a su público y adaptarse a los cambios de la última década y se enfrente a nuevos desafíos. Entendiendo el valor que tiene la UFM estéreo 95.2 como un medio de difusión de información es vital realizar este análisis para estar a la vanguardia con este estudio poder saber cómo está siendo percibida para así tomar decisiones y hacer cambios constructivos para llegar a más personas y hacer que siga siendo una de las emisoras más escuchadas en la región de Ocaña y fuera de ella.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Delimitación operativa

Se tiene presente la existencia de diferentes problemas en el momento de recolectar información y esto puede provocar si al realizar la encuesta no se dispone de un formato de guía adecuado, así mismo del acceso al internet y si la población escogida no alcanza a llegar a cumplir la meta obstaculiza la investigación.

1.5.2 Delimitación conceptual

Para tener mejor comprensión del tema que se está hablando se hace necesario conocer los siguientes conceptos: análisis, medios, contenidos, información, noticias y radio.

1.5.3 Delimitación geográfica

El proyecto se realizará en la ciudad de Ocaña Norte de Santander

1.5.4 Delimitación temporal

El tiempo que durará la investigación del proyecto de la UFM estéreo es de dos meses calendario.

Capítulo 2. Marco referencial

2.1 Marco histórico

Desde la antigüedad el ser humano ha desarrollado diferentes formas de comunicación, transmitiendo mensajes a través de herramientas permitiendo así establecer contacto directo e indirecto con los receptores; gracias a los avances tecnológicos se han desarrollado sistemas que facilitan la relación entre los individuos, entre ellos se encuentra la imprenta, el telégrafo, el teléfono, la máquina de escribir, la radio y entre otros.

Para dar los primeros pasos hacia la creación de la radio fue importante postulación teórica de James Clerk Maxwell en 1860 en la cual se manifiesta que existen ondas electromagnéticas y que la luz formaba parte de estas. Esto ayudo posteriormente a Heinrich Hertz en 1888 para confirmar la existencia y da un paso gigante hacia la creación de lo que más adelante sería la radio (Dávila, 2019), la teoría electromagnética es base para la. radiocomunicación, debido a que esta predice la existencia de las ondas, con el experimento de Hertz se comprueban las ondas en la radio.

Para mostrar la valides se realizó por medio de un experimento científico Hertz comprobó que si se producía una onda electromagnética se emitía luz, esta prueba la hizo por medio de un circuito eléctrico oscilante que creaba un movimiento vibratorio de los electrones. Llegando a concluir, que “La frecuencia de la onda electromagnética es igual a frecuencia de oscilación del circuito” (Bachiller, 2015).

Tiempo después de la creación y comprobación de la teoría electromagnética se establece, el ingeniero electrónico Guglielmo Marconi, más conocido mundialmente como el padre de la radio quien experimenta con la telegrafía sin hilos y desarrolla el primer sistema de

radio funcional, “con este avance se logró enviar una señal de un continente, la señal viajo de Europa a América a otro se dío un gran paso a lo que se llamaría radiodifusión” (Marconi, 1937), con la implementación del telégrafo sin hilos, se encontraron avances notorios para la historia de la radio, debido a que a este proceso se le conoce como el primer sistema práctico, resaltando los análisis y experimentos que Marconi continuó haciendo, en los cuales se encontraban transmitir a una distancia no mayor de 3 km, pero sobrepasando barreras que jamás antes se habían conocido.

Con los adelantos que Marconi realizó permitió que muchos individuos se interesaron por el tema, siendo el caso de Reginald Fessenden quien” logo realizar una hazaña logro hacer la trasmisión de la vos de las personas y música” (Marconi G. , 2013), No obstante, la radio no solo servía para transmitir música, tras el hundimiento del Titanic, está demuestra su importancia en situaciones de emergencia al permitir la coordinación de rescate y la comunicación con otros barcos cercanos, volviéndose importante para el mundo entero y siendo así un bien común para la sociedad.

En décadas pasadas la radio se volvió tan popular que ya no solamente se utilizaba para salvar vidas, sino que también se volvió una forma de entretener y comunicar mensajes a sus oyentes, “En los países industrializados las década de los 20 y 30 es considerada la época dorada de la radio porque en cada familia se contaba con este medio de comunicación” (Martín, Conde, Porto, & Villarroel, 2023), el surgimiento de emisoras piratas y la competencia por fidelizar sus oyentes se volvieron tan comunes, que cada vez era más las emisoras que transmitían en ese entonces la música que se encontraba de moda.

Con Los avances de la tecnología y el surgimiento de nuevos artefactos como lo son los cassette y CD se volvieron más populares las radios, llegaron a más a usuarios y a diferentes horas y con la llegada del internet se implementó las radios en línea.

Las radios en línea utilizan la tecnología streaming que permite “que sea escuchado en cualquier parte mientras que se transmite en el momento exacto en que está pasando la información” (Radios libres, 2014).

La historia de la radio es una evolución evidente, donde se combinan la creatividad del hombre con las ciencias, generando un nuevo medio de comunicación, con un alto grado de impacto a lo largo de los años; en Colombia la llegada de la radio se volvió un auge tanto es el caso, que se desarrolló la primera emisora denominada HJN “la fundación de la HJN (más tarde Radiodifusora Nacional” que ayudo con el surgimiento demás emisoras después a lo largo del país (Hernández, 2019).

No solamente la llegada de la radio a Colombia surge comercialmente, si no que con el paso del tiempo se desarrollaron radios educativas.

Algunas experiencias de radio educativa tuvieron un largo aliento fueron fundamentales en el acceso a la educación como fue la Radio Sutatenza una emisora que ayudaba a sus oyentes a terminar el ‘Bachillerato por Radio’. En los años 90, con el despertar de radios alternativas y comunitarias, ocurrieron múltiples experiencias locales y regionales. Así mismo, en más de 80 años de vida radial, espacios y franjas específicas han buscado transmitir conocimientos en áreas puntuales. (Lara, 2021)

Con el surgimiento de las radios educativas se desarrollan emisoras universitarias, las cuales tienen el propósito promover la educación, la cultura, la investigación y la diversidad de

contenidos. Estas emisoras ofrecen una amplia maya de programas que incluyen música, noticias, análisis, debates, entrevistas y contenidos educativos, entre otros.

La emisora de la Universidad Francisco de Paula Santander seccional Ocaña, la UFM Estéreo, nació como un proyecto de grado de un estudiante de administración de empresas que se llevó a cabo más adelante, siendo acogida por toda Ocaña y sus alrededores.

La UFM, emisora joven de Ocaña, ha venido posicionándose como un medio líder de información, educación y entretenimiento con 27 años en el corazón de sus oyentes, personal humano, técnico y por supuesto en el corazón de toda la comunidad universitaria. Además, está afiliada a la Red de Radios Universitarias de Colombia, por lo que su accionar está orientado a difundir la cultura, la ciencia y la educación, estimulando el flujo de información y apoyando el proyecto educativo institucional y nacional.

La UFM Estéreo 95.2 cuenta con una variedad de programas que generan interés en su público, desde el noticiero hasta sus magazines y su peculiar música hacen reconocida e importante la emisora.

2.1.1 Antecedentes a nivel internacional

En primer lugar, en el año 2003 como trabajo de Tesis Doctoral, en la Universidad de Murcia España, se presentó el proyecto denominado “análisis de los portales periodísticos españoles. taxonomía de sus elementos componentes” elaborado por Rosana López Carreño.

Esta investigación tuvo como objetivo definir el alcance de los portales periodísticos, en donde se destacaban los aspectos positivos y los negativos, así también en investigar las tendencias y la evolución del contenido, con el fin de mejorar los portales, dicha investigación se llevó a cabo a través de una mirada objetiva, periodística y documental, con una metodología

cualitativa, basándose en la observación y la revisión documental, apoyándose en páginas web de cada uno de los portales a analizar es decir que " corresponde a la navegación web, ser la vía de acceso a la obtención de la información" (Carreño, 2003).

Como conclusión López señala la diversidad en los portales analizados, y la firmeza del contenido que es clave fundamental para alcanzar el éxito en conjunto con la claridad y la novedad del argumento.

Este proyecto ayudará a la investigación denominada como "Medición de la audiencia de la emisora UFM 95.2 perteneciente a la UFPSO" ya que permitirá tener una visión de análisis, siendo guía en el momento de realizar el primer objetivo del estudio.

En segundo lugar, el artículo publicado en la revista Sistema de Información Científica Redalyc en el 2016 por parte de Esteban Zunino, de la Universidad de Guadalajara, México el cual se denomina como "la relevancia de las noticias en la prensa gráfica. una reflexión teórico metodológica a partir del análisis del conflicto entre las corporaciones agrarias y el gobierno argentino".

"Para dar cumplimiento en esta investigación tiene como objetivo general, es importante resaltar la influencia que se presenta en enfocar la teoría de la agenda Setting en un medio llamado Diario argentino que era de interés para el estudio se tuvieron en cuenta sus publicaciones en un lapso de tiempo por medio del análisis cualitativo"(Zunino, 2016), concluyó, que el periódico les daba mayor relevancia a las publicaciones y esto lo hacía notar con la implementación de un nuevo diseño, en donde se caracterizaban las noticias por su tipo de letra, su tamaño, su margen y su redacción.

El artículo “la relevancia de las noticias en la prensa gráfica. una reflexión teórico metodológica a partir del análisis del conflicto entre las corporaciones agrarias y el gobierno argentino” ayudará a la investigación de “medición de la audiencia de la UFM 95.2 perteneciente a la UFPSO” a identificar la importancia de las noticias y servirá como guía para conocer cómo clasifican las noticias.

En tercer lugar, en el año 2011 en la Universidad Pontificia Comillas de España, como trabajo de grado María Carmona, público su proyecto el cual lo denominó como “análisis comparativo de la prensa española, coreana y japonesa y su cobertura de la guerra comercial de Corea del sur y Japón” (Carmona, 2021).

Esta investigación tiene como objetivo analizar la prensa de los diferentes países, los cuales tiene un conflicto en común, su metodología es cualitativa, basándose en la observación, y en la documentación bibliográfica, su sustentación se desarrolla a través de las teorías como agenda settings, framing y el análisis del discurso, la base principal de la investigación se desarrolla comparando los diferentes periódicos con el fin de identificar, cómo llegan a la audiencia, el método de indagación de la noticia y la forma de manipulación a los consumidores.

Esta investigación se desarrolló en base al interés del autor por dar a conocer la situación del país con respecto a la postura que estaba tomando sobre el problema de estos dos países esto debido a la “la falta de noticias que hay en los medios españoles sobre esta zona del planeta” (Carmona, 2021).

Este trabajo es de gran importancia para el desarrollo del proyecto de grado que se basa en el análisis de la audiencia del noticiero de la UFM Estéreo, debido a que permitirá reconocer e identificar el desenvolvimiento de las noticias en comparación con los otros noticieros.

2.1.2 Antecedentes a nivel nacional

En cuarto lugar, en la Pontificia Universidad Javeriana en el año 2009 para obtener el título como Comunicador Social, a Juan Manuel González Mantilla, quien presentó su tesis denominada "estudio de audiencias a estudiantes de la pontificia Universidad Javeriana en relación a la Emisora Javeriana Estéreo"

Este análisis tuvo como objetivo observar cómo se encontraba la radio a nivel nacional enfatizando en la Emisora Javeriana Estéreo, con el fin de identificar la conexión de sus estudiantes con dicha radio, esto con el fin de "dar una amplia, pero detallada mirada a la actualidad de la radio universitaria en Colombia" (mantilla, 2009).

La metodología que Gonzáles utilizó en esta tesis es cualitativa, basándose en la encuesta la cual le permitió recolectar datos y así, finalizando su tesis concluyendo que los jóvenes pertenecientes a esa universidad no eran una gran audiencia debido a causas externas e internas, como los gustos musicales, el interés noticioso y la poca participación de estos.

Esta tesis de grado permitirá al proyecto "medición de la audiencia UFM 95.2 perteneciente a la UFPSO" ser una guía específica debido a su relación del tema, permitiendo así avanzar con éxito en el proceso de recolección de datos.

En quinto lugar, como Trabajo de Grado para optar por el título de Magíster en Educación, Sandra Rojas, en el año 2017 presentó el proyecto denominado "componente educativo de la radio universitaria: análisis de las emisoras Unicauca estéreo y Javeriana Estéreo-Cali" (Villamuez, 2017).

Este trabajo de grado tuvo como objetivo general reconocer los componentes educativos de las radios mencionadas, basándose en una metodología cualitativa por medio del método de

revisión documental y bibliográfico, el cual se basó en el análisis de revistas, producciones radiales y publicaciones, así también se recolectó información mediante una encuesta detallada.

Como conclusión Rojas, este es un impórtate trabajo investigativo que presenta porque atravesó de este se desarrolla a una emisora universitaria se eligen los temas de interés que corresponden a la parrilla de información y sus temas musicales de interés particular el título de este es trabajo el siguiente "¿Cuál es el componente educativo implementado por la emisora universitarias Unicauca Estéreo y Javeriana Estéreo – Cali?" (Villamuez, 2017).

Este trabajo le permitirá al proyecto "medición de la audiencia UFM 95.2 perteneciente a la UFPSO" a dirigir la investigación, reconociendo el tipo de investigación y la forma de análisis de esta.

En sexto lugar, Universidad Tecnológica de Pereira, Geraldine Hurtado García en el año 2020 publicó su Proyecto de grado para optar por el título de Licenciada en Comunicación e Informática Educativa, el cual tuvo como nombre "estrategias de comunicación de la emisora universitaria estéreo para fomentar la integración con la comunidad de la universidad tecnológica de Pereira" (García, 2020).

Este proyecto tuvo como objetivos la elaboración de estrategias para integrar a todos sus estudiantes, así también como el análisis de las bases comunicativas y los modelos utilizados por esta Estéreo, Teniendo como objetivo general "Proponer estrategias de comunicación proyectadas desde la emisora Universitaria Estéreo con intención de fomentar la integración con la comunidad de la Universidad Tecnológica de Pereira" (García, 2020).

La metodología a implementar en este trabajo se basó en la investigación cualitativa, con un enfoque descriptivo, permitiendo así al autor utilizar métodos como la observación,

entrevistas y encuestas, permitiendo así que Hurtado concluyera satisfactoriamente con su investigación, reconociendo las falencias y las necesidades de la creación e implementación de nuevas estrategias para aumentar y fidelizar la audiencia.

Este trabajo le permitirá al proyecto "medición de la de la emisora UFM 95.2 perteneciente a la UFPSO" a reconocer las diferentes estrategias utilizadas por la Estéreo con el fin de identificar su verdadero público.

2.1.3 Antecedentes a nivel local

En séptimo lugar, el artículo del especialista Héver Augusto Páez Quintana denominado "Tv Comunitaria: ¿una televisión qué se ve? medición de audiencia del canal Comunitario Tv" publicado en el 2011 en la Revista Ingenio.

Esta investigación tuvo como objetivo explicar la variedad de la programación y participación de su audiencia, además de analizar si sus programas contaban con un impacto social en la Provincia de Ocaña, esto con el fin de responder a la siguiente pregunta "¿La programación de la televisión comunitaria tiene una orientación democrática y ciudadana de gran impacto social para la construcción de opinión pública, con la participación real y efectiva de la audiencia en la producción de sus contenidos? este estudio se desarrolló por medio de la investigación cualitativa, haciendo uso de la encuesta con el fin de conocer la percepción de su audiencia, así mismo se hizo de la observación que permitió realizar un estudio más a fondo. (Quintana, 2011)

Este trabajo le permitirá a la tesis de grado denominada como "medición de la audiencia de la emisora UFM 95.2 perteneciente a la UFPSO" a reconocer los pasos adecuados para la realización y el buen desarrollo del proyecto de investigación.

En octavo lugar, en la Universidad Francisco de Paula Santander se presentó en el año 2018 la tesis de grado para optar por el título de Comunicador Social, denominado "sistematización de experiencias de la emisora comunitaria Arboledas Estéreo 105.2 FM del municipio Arboledas, Norte de Santander (1976- 2016)" (Leal & Pino, 2018).

Este proyecto de grado tuvo como objetivo principal "sistematizar experiencias de sus actores, en calidad de fundadores, participantes activos, oyentes, locutores, directivos e historiadores del pueblo" (2018), con una investigación cualitativa, que permitieron el análisis de la historia de la emisora, en base a lo conocido por su audiencia y directivos, con el fin de reconocer ventajas y desventajas desde el inicio de emisora hasta la fecha de presentación.

Este trabajo le permitirá a la tesis de grado denominada como "medición de la audiencia del noticiero UFM 95.2 perteneciente a la UFPSO" a identificar los pasos principales para realizar el primer objetivo de la investigación.

En noveno lugar, en la Universidad Francisco de Paula Santander se presentó en el año 2018 la tesis de grado para optar por el título de Comunicador Social, denominado "sistematización de experiencias de radios comunitarias de Norte de Santander emisora Chinácota Estéreo 98.2 FM "La consentida" (1997-2016)" (2018).

Este proyecto tuvo como objetivo analizar el contenido y la audiencia de la radio, al ser la única radio del municipio, se realizó con entrevistas a colaboradores y directivos así también realizaron entrevistas a autoridades locales, esto con el fin de identificar cómo se constituye la emisora y si cumple con el cambio social, permitiendo así "evidenciar componentes generadores de cambio social como lo son, la participación, la ciudadanía y el empoderamiento promovidos a través de los contenidos radiofónicos" (Rangel & Gélvez, 2018).

Este trabajo le permitirá a la tesis de grado denominada como “medición de la audiencia de la emisora UFM 95.2 perteneciente a la UFPSO” a ser guía para realización de análisis de la audiencia, identificando la interacción de la misma con el fin de darle continuidad a la investigación.

2.2 Marco contextual

“Ocaña es un municipio ubicado en Departamento de Norte de Santander, lleno de historia tradición y cultura. Una tierra que amaña a propios y visitantes, conocida por ser “la ciudad de los Caro, ciudad que posee una tierra que se queda en el corazón no solo por su gente, sino por su gastronomía, los sitios llenos de anécdotas para contar además de su estilo único la hacen resaltar y la convierten en un destino mágico para conocer” (Asomunicipios, 2022)

Ubicado geográficamente con las siguientes coordenadas “Latitud: 8° 13' 59" Norte y Longitud: 73° 21' 0" Oeste” (Colombia, s.f.). con una longitud a nivel del mar de 1.183 m sobre el mar, el municipio se encuentra limitado con Río de Oro, San Martín, La Playa de Belén y Teorama.

Fue fundada el 14 de diciembre de 1570 por el capitán Francisco Fernández de Contreras, “La ciudad se fundó con el nombre de Ocaña, como homenaje del fundador a don Pedro Fernández de Bustos, originario de Ocaña, en España. El nombre de Santa Ana se le dio a la Provincia” (Hernández & Caro, 2018).

Ocaña tiene un clima templado el cual varía con el transcurso de los meses, así mismo la temporada de sequía es corta, más específicamente el clima de Ocaña tiene “los veranos cortos, calurosos y bochornosos; los inviernos son cortos, cómodos, opresivos y mojados y está nublado

durante todo el año" el municipio cuenta con "134,379 habitantes: 70,138 mujeres (52.2%) y 64,241 hombres (47.8%) (Bolivar, Michelsen, & Torres, 2020).

Aparte del agradable clima La Provincia de Ocaña es reconocida por el comercio y la agricultura, en este territorio se cultiva cacao, café, caña panelera y la cebolla, a su vez es

Además de la historia relevante del municipio, Ocaña cuenta con un peculiar acento, el cual sobresale de los demás municipios de Norte de Santander.

Tiene algo del tono costeño que llegó desde el César por Gamarra y Río de Oro, palabras y vocablos muy similares al español del País Vasco, y ese ritmo cantado que se conserva en los Santanderes, norte y sur, pese a su separación política. (Ramos, 2019)

Además de todos los aspectos anteriores Ocaña cuenta con una variedad de instituciones educativas, en las cuales están colegios, institutos y universidades, todas están en pro al desarrollo de la sociedad, en el caso de las instituciones de educación superior, la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña cuenta con una Emisora reconocida a nivel local y sus alrededores, la UFM Estéreo, es una de las tantas radios reconocidas del municipio.

2.3 Marco conceptual

Este marco brinda al lector la posibilidad de conocer todos los términos que van a ser de utilidad para conocer a profundidad el trabajo de investigación titulado

Medios de comunicación

Los medios de comunicación son canales artificiales que permiten la comunicación interpersonal entre emisor y receptor: el teléfono, teléfono celular, el correo de papel (la carta y el telegrama). También se pueden considerar como medios de comunicación personal la radio,

internet (el chat), y la televisión, pues actualmente permiten establecer comunicación con el auditor, receptor y televidente de manera inmediata en el tiempo y en el espacio. Entre los distintos medios de comunicación destacan los llamados Medios de Comunicación de Masas o Mass Media, es decir, aquellos canales artificiales a través de los cuáles se transmiten mensajes que se dirigen a un receptor colectivo o social. En el proceso de comunicación de masas se traspasan las fronteras del tiempo y del espacio.

Comunicación

Cuando se habla de comunicación algunas personas expresan para definirlo que es un acto otros una acción por medio de la cual se intercambian ideas mensajes y otros por lo que no solo existe una definición concreta por lo tanto no se llega a un consenso para definirla en un solo significado por eso es necesario comprender que todo comunica, las expresiones utilizadas el lenguaje no verbal, oral, escrito; así como se expresa en las escuelas de pensamiento. Aquí hacemos alguna compilación de definiciones que ayudaran a tener una mejor comprensión.

En definitiva, las definiciones que aparecen se corresponden con los verbos que aluden a procesos mentales. No obstante, y es por este autor entiende la comunicación como el "intercambio y negociación de la información entre al menos dos individuos por medio del uso de símbolos verbales y no verbales, de modo oral, y escrito/visual y de los procesos de producción y comprensión" (Canales, S.f.) Aunque también es necesario conocer "el origen del vocablo comunicación es latino, y proviene de "comunicare que significa compartir alguna cosa entiende por comunicación a la relación existente entre un emisor y un receptor, que se transmiten señales a través de un código común".

Otro de los autores es Hervás (2017), quien entiende la comunicación como: “Un procedimiento en el cual un individuo o varios transmiten a otros mensajes utilizando con intención signos con sentido desde ambas partes, y por medio del cual se establece una relación con efectos”.

Otras personas que han escrito acerca del término son Mendo y Garay (2017), manifiestan lo siguiente “se le reconocer como una interacción social verbal o no verbal, con fines e intenciones de transmisión, y que influyen en el comportamiento de los sujetos que están en el contexto comunicacional”.

Información

Según Idalberto Chiavenato, información “es un conjunto de datos con un significado, o sea, que reduce la incertidumbre o que aumenta el conocimiento de algo. En verdad, la información es un mensaje con significado en un determinado contexto, disponible para uso inmediato y que proporciona orientación a las acciones por el hecho de reducir el margen de incertidumbre con respecto a nuestras decisiones” (Thompson, Merida, 2022)

El concepto moderno subjetivo de información juega hoy día un rol preponderante en la así llamada sociedad de la información que emerge luego de la segunda guerra mundial conjuntamente con la disciplina científica correspondiente, la cual tiene raíces en la biblioteconomía, la informática y la ingeniería. La aplicación de la computación en los procesos bibliográficos da origen a una ciencia de la información que también es denominada documentación y, particularmente en el contexto anglosajón, library and information science (LIS). En el ámbito social la información es vista cada vez más como algo elemental para el funcionamiento de la sociedad junto al capital, el trabajo y las materias primas. Miguel de

Cervantes: Don Quijote de la Mancha. Barcelona: Editorial Planeta 2001, p. 218. Rafael Capurro Pasado, presente y futuro de la noción de información.

Dicha trasmisión basada en un medio o, más precisamente, un mensajero, es vista como una relación formal entre mensajes. Al desligar los conceptos de información y de mensaje del contexto epistemológico humano antiguo y moderno, Shannon abre las perspectivas para un uso objetivo o formal de estos conceptos dejando explícitamente de lado los aspectos semánticos y pragmáticos que son característicos de los sistemas psíquicos y sociales en los que está basado el uso moderno común de este término.

Según manifiesta Norbert Wiener (1894- 1964) y de sus ulteriores transformaciones que dan lugar a una prolongada discusión con matices muchas veces ideológicos o unilaterales de defensa de uno u otro sentido subjetivo u objetivo, así como también de la búsqueda de una teoría unificada de la información. Este debate es un reflejo de la compleja historia tanto de este concepto como de la palabra (del signo o signos) que lo sostiene y con las que está semánticamente ligado el concepto de mensaje.

“En consecuencia, consideramos que la comunicación humana es el proceso social e interpersonal de intercambios significativos es la interconexión significativa fue emplea diversas posibilidades y medios para realizarse sin lograrlo” (León, 2017).

Según Kevin Nacato La comunicación es un acontecimiento, un encuentro feliz, el momento mágico entre dos intencionalidades, que se produce en el “roce de los cuerpos” (si tomamos palabras, canciones, ideas también como cuerpos); ella viene de la creación de un ambiente común en que los dos lados participan y extraen de su participación algo nuevo,

inesperado, que no estaba en ninguno de ellos, y que altera el estatuto anterior de ambos, a pesar de mantenerse las diferencias individuales. (Pachacama, 2024)

Noticia

Jesús González Requena , ajusta la definición al considerar la noticia como " la unidad narrativa nuclear de un relato informativo", al igual que María Pilar Diezhandino," quien añade que la noticia, a su vez, tiene una materia prima compuesta por cuatro elementos distintos que a menudo son utilizados como sinónimos: hechos que implican novedad informativa, pero no necesariamente son de actualidad; sucesos que se refieren a la actualidad del momento; asuntos que dependen de la iniciativa del periodista, pero no están condicionados por la novedad ni por la actualidad; y acontecimientos, que son hechos de gran trascendencia".

Otras condiciones dos condiciones de la noticia según Quilis manifiesta debe ser de "actualidad y tenga interés social, mientras que Baena Paz "afirma que debe reunir cuatro: novedad, actualidad, proximidad e interés general. Para esta autora, noticia es un acontecimiento actual que interesa a un gran número de personas que no tienen conexión con el suceso que es objeto de la información".

Para finalizar otra de las características de la noticia es descrita por Vilamor "es el género más periodístico, e insiste en el necesario interés social al definirla como el texto informativo por excelencia que da cuenta de un hecho actual o actualizado, o de un hecho futuro razonadamente previsto y de innegable interés público".

2.4 Marco teórico

La llegada de un nuevo siglo se han producido diversos cambios en la comunicación y la forma como la radio empezó a incorporarse en la vida de la gente a principios de la década de los

1920 y se fue convirtiendo en uno de los medios de comunicación más consumidos de la época, volviéndose un referente a nivel mundial por su importancia comunicativa. Este medio se ha transformado continuamente adaptándose a los cambios, desde su aparición se logró vislumbrar la capacidad que poseía de permear las diferentes esferas de la sociedad pues todas ellas consumían la información difundida.

La elección de las teorías investigadas a continuación corresponde a la información necesaria para tener una mejor comprensión acerca del uso de la radio. Por ello se hace necesario conocer la Teoría de los Efectos Limitados que hace su aparición en 1940 y sus representantes son Lazarsfeld, Hovland, Berelson y Robert K. Merton. Esta teoría postulaba que la audiencia acepta los mensajes que ya tiene por gustos o intereses interiorizados por otros aspectos como la cultura o aspectos sociales y no solo por lo que emiten los medios de comunicación masivos, por eso se hace vital conocer lo siguiente: "En sus investigaciones, Lazarsfeld descubre que los efectos de los mensajes están fuertemente condicionados por el contexto social del individuo. Es decir, que los grupos de pertenencia del destinatario inciden en su manera de valorar los mensajes que recibe por los medios. De ahí que el poder de los medios no sea el que se les había supuesto hasta entonces (en las teorías anteriores), ya que estarían limitados por variables relativas al orden social"(Clayton, S.f.).

Para seguir indagando si estas influencias moldean la sociedad es necesario saber acerca de otra teoría que plantea que los temas de interés no los deciden las personas, sino que son dados por medio de la Agenda Setting donde no dice qué pensar sino sobre qué. Esto se evidencia en la elección de los temas los medios de comunicación, toman la decisión al elegir entre aspectos sociales, políticos, económico de orden público a nivel local o nacional y de allí el individuo crea su opinión después de recibir la información. "Con la teoría de la Agenda Setting

se consolidó un método empírico para mostrar cómo los medios de difusión consiguen transferir a sus audiencias las listas jerarquizadoras de los temas o problemas más destacados para la sociedad. mediante el análisis de contenido de los medios y el sondeo de la audiencia se descubre que, en efecto, existe una elevada correlación entre los temas que le dan importancia los medios de difusión y los que interesan a sus audiencias" (Diaz, 2024).

> Otro reconocido personaje importante del cual es necesario mencionar es Jesús Martín Barbero, con su realización de los Medios a las Mediaciones aborda el estudio de los medios y su proceso de recepción aporta una nueva perspectiva única de los medios de comunicación hacía lo popular y de la cotidianidad de la gente frente a la comunicación. Resalta la importancia de usos y sentidos de lo que hacen las personas con lo que encuentran en los medios, de cómo se relaciona el concepto de mediaciones a las mediaciones populares además de sus lógicas culturales y políticas, además del paso para comprender de los medios a lo popular y pasar de lo escritural a lo oral visual." Fue así como la comunicación se nos tornó cuestión de mediaciones más que de medios, cuestión de cultura y, por tanto, no sólo de conocimientos sino de reconocimiento. Un reconocimiento que fue, de entrada, operación de desplazamiento metodológico para rever el proceso entero de la comunicación desde su otro lado, el de la recepción, el de las resistencias que ahí tienen su lugar, el de la apropiación desde los usos. (Barbero, 1991)

Estas teorías ayudan a poder entender que las personas poseen una capacidad crítica frente a los temas que se presentan y escuchan de forma cotidiana.

2.5 Marco Legal

La Constitución Política de Colombia de 1991 expresa en su Artículo 20 que en el territorio "Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y

opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación" (Constitución Políitica de Colombia, Artículo 20, 1991).

Artículo 2. Principio de máxima publicidad para titular universal. Toda información en posesión, bajo control o custodia de un sujeto obligado es pública y no podrá ser reservada o limitada sino por disposición constitucional o legal, de conformidad con la presente ley. (Función publica Ley 1712, 2014)

Artículo 4. Concepto del derecho. En ejercicio del derecho fundamental de acceso a la información, toda persona puede conocer sobre la existencia y acceder a la información pública en posesión o bajo control de los sujetos obligados. El acceso a la información solamente podrá ser restringido excepcionalmente. Las excepciones serán limitadas y proporcionales, deberán estar contempladas en la ley o en la Constitución y ser acordes con los principios de una sociedad democrática. (Función publica Ley 1712, 2014)

Capítulo 3. Diseño metodológico

3.1 Tipo de investigación

En lo que concierne al tipo de investigación que se abordará hay que aclarar que es de carácter mixta, debido a que se centra en comprender y entender el fenómeno de la información, utilizando la recolección de datos, basándose en descripciones numéricas y en la observación explorada, buscando recolectar datos e información sobre la Emisora de la UFPSO "La UFM Estéreo 95.2 FM".

Se utilizará este tipo investigación debido a que según Zulay Pereira señala que "la investigación mixta permite integrar, en un mismo estudio, metodologías cuantitativas y cualitativas, con el propósito de que exista mayor comprensión acerca del objeto de estudio" (Perez, 2011). Esta herramienta permite una panorámica completa al analizar datos de forma cualitativa y cuantitativa, por lo que brinda una mejor perspectiva al abordar estas características agrupadas, Estos procesos Brindan al investigador una mirada amplia acerca del problema investigado.

Al usar métodos mixtos o híbridos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos tanto cuantitativos como cuantitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (denominada meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (Sampieri, 2018)

El proyecto se desarrollará con la ayuda de la población de Ocaña, estos ayudarán a reconocer el tipo de audiencia que escucha la emisora UFM Estéreo 95.2 FM de la Universidad Francisco de Paula Santander seccional Ocaña, tomando como referencia a través de una

encuesta presencial. Con esto se pretende analizar a profundidad el noticiero de forma interna y externa para conocer todo acerca del programa de interés.

Y a su vez tendrá un alcance no experimental, debido a que se pretende analizar cómo se encuentra el noticiero de la UFM 95.2 FM sin alterar el análisis, así mismo se pretende conocer el reconocimiento que tiene la audiencia del programa.

Se determina que el alcance no experimental "Se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que se dan sin la intervención directa del investigador, es decir; sin que el investigador altere el objeto de investigación" (Florián, 2012)

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

Los habitantes del Municipio de Ocaña, Norte de Santander, serán la población de la investigación, dado a que es el lugar donde se encuentra ubicada la emisora UFM Estéreo 95.2 FM. Se tendrá en cuenta a para este estudio académico, principalmente un segmento de los oyentes de Radio en la provincia, en especial aquellos que escuchan noticias de la emisora de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, por medio de la UFM Estéreo.

3.2.2 Muestra

El tamaño de muestra que se trabajará en base a la investigación es de un total de 384 personas, en donde sin importar la raza, estado civil, edad, estrato pueden ser escogidos, con el fin de darle solución a los objetivos específicos. Al conocer la población, el cual son los habitantes de Ocaña Norte de Santander, este municipio cuenta con 134,379 habitantes: 70,138 mujeres (52.2%) y 64,241 hombres "(47.8%). Con el fin de conocer específicamente la muestra

se realizará la ecuación formulada por Murray y Harry la cual permite reconocer una muestra basándose en una población finita:

Datos

N=134.379

p=0,5

q=0,5

z=1.96 (95%)

E=0,05(5%)

$$n = \frac{N.(Z)^2(p.q)}{(N-1)E^2 + (p.q)(Z)^2}$$

$$n = \frac{134.379\ (1{,}96)^2\ (0{,}5x0{,}5)}{(134.379-1)\ \ 0{,}05^{\,2}\ \ + (0{,}5x0{,}5)\ (1{,}96)^2}$$

$$n = \frac{134.379\ \ x\ \ \ 3{,}8416\ \ x\ 025}{(134.378)\ \ 0{,}0025\ \ + 025\ x\ 3{,}8416}$$

$$n = \frac{129.057{,}59}{335{,}945 + 0{,}9604}$$

$$n = \frac{129.057{,}59}{336{,}9054}$$

$$n = 383{,}06774 \quad = 384$$

3.3 Diseño de instrumentos de recolección de la información y técnicas de análisis de datos

El medio escogido con respecto a las técnicas e instrumentos de recolección de información es la encuesta descriptiva, porque se obtiene ayuda con datos relevantes para en la medición de la variable de estudio. La encuesta descriptiva es ese tipo de encuesta tiene como

finalidad mostrar la distribución del o los fenómenos estudiados, en una cierta población y o en subconjuntos de ellas. (Briones, 2002)

Para motivos de esta recolección se utilizará encuesta que proporcione todos los datos necesarios para la investigadora es de vital importancia elaborar un número de 62 encuestas principalmente entro de las 6 comunas de la Provincia esto porque divide la muestra de 384, para obtener información confiable y detallada en cada uno de los barrios.

En la investigación para poder llevar al cumplimiento de los objetivos específicos se necesitará dar cumplimiento con ciertas herramientas que ayudan para recopilar contenido que presente dos cualidades indispensables valido y confiable. Esto hizo necesario incluir los siguientes instrumentos para la recolección de información y de datos, dado que son de carácter mixto debido al objeto de estudio mezcla elementos de carácter cualitativo y cuantitativo, por lo que facilita su comprensión. A continuación, se describe cada una de los procesos a ejecutar para dar cumplimiento a los objetivos específicos:

En un primer lugar se encuentra, el Objetivo Específico que consiste en valorar la estructura y contenidos de la Emisora UFM 95.2 en función de sus principios misionales.

El instrumento de recolección de información: Es el diario de observación o de campo en el formato establecido dentro de los instrumentos institucionales elaborado por la Universidad Francisco de Paula Santander seccional Ocaña. Va a ser la forma como se va a estructurar las publicaciones realizadas en las diferentes plataformas digitales que pertenecen a la Emisora de la Universidad Francisco de Paula Santander seccional Ocaña, dentro de los cuales se destacan Instagram, Facebook, y la Pagina web Institucional.

El diario de Campo es uno de los instrumentos que día a día nos permite sistematizar nuestras prácticas investigativas; además, nos permite mejorarlas, enriquecerlas y transformarlas.

Según Luis Martínez (2007), el diario de campo debe permitirle al investigador un monitoreo permanente del proceso de observación. Puede ser especialmente útil al investigador en él se toma nota de aspectos que se consideren importantes para organizar, analizar e interpretar la información que se esté recogiendo. Este se compone de tres pasos indispensables uno de ellos es la descripción dentro del diario de campo. Consiste en detallar de manera más objetiva el contexto donde se desarrolla la acción (Donde se evidencia la situación problema). Describir con sentido de investigación ese lugar respondiendo qué relación tiene este con la situación objeto de estudio. En esta parte de la descripción también se describen brevemente las relaciones y situaciones de los sujetos en ese contexto y esa cotidianidad.

Se utiliza también de la argumentación corresponde a relacionar con finalidad de profundización de las relaciones y situaciones que se han descrito en el ítem anterior. Cuando se argumenta se hace uso de la teoría (aquí damos a la razón de ser del diario de campo para poder comprender como funcionan esos elementos dentro del problema u objeto de estudio. En ese sentido, esos aspectos adquieren mayor relevancia en la indagación o investigación que se desarrolla. Finalmente, la interpretación que sería el último paso y es la parte más compleja de las tres. Estaría haciendo énfasis en dos aspectos principalmente la comprensión y la interpretación. Se necesita argumentar desde esa teoría, ese aspecto hay que mezclarlo con la experiencia vivida en la práctica para poder comprender e interpretar que sucede. Ver apéndice 1

En segundo lugar, para dar cumplimiento al segundo objetivo específico que consiste en Cuantificar la audiencia de la emisora UFM, para conocer la percepción de los oyentes e

identificar sus gustos y preferencias. A continuación, se hace una descripción de la metodología a usar: en ver apéndice a para mayor información.

Encuestas

La encuesta es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se les realiza a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación. Cuando la encuesta es verbal se suele hacer uso del método de la entrevista; y cuando la encuesta es escrita se suele hacer uso del instrumento del cuestionario, el cual consiste en un documento con un listado de preguntas, las cuales se les hacen a las personas a encuestar.

Una encuesta puede ser estructurada, cuando está compuesta de listas formales de preguntas que se les formulan a todos por igual; o no estructurada, cuando permiten al encuestador ir modificando las preguntas en base a las respuestas que vaya dando el encuestado.

Según Stanton, Etzel y Walker, una encuesta consiste en reunir datos entrevistando a la gente, Para Richard L. Sandhusen, las encuestas obtienen información sistemáticamente de los encuestados a través de preguntas, ya sea personales, telefónicas o por correo. (Thompson, S.f.)

Según Naresh K. Malhotra, las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado. Según el mencionado autor, el método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica. (Thompson, S.f.)

Para Trespalacios, Vázquez y Bello, las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo. Ahora sigue una enumeración detallada de cada uno de los barrios que integran las comunas y la cantidad de encuestas que se realizaran. (Thompson, S.f.)

A continuación, se hace una enumeración de los diferentes barrios que integran la Comuna 1. Central llamada José Eusebio Caro. Formada por los barrios las Llanadas, 20 de Julio, El llano Echaves, las Cajas (Barrios Unidos: (El Tíber, Santa Marta, Sitio Nuevo, y Villa Luz) Santa Ana, San José, Urbanización Central, Hacaritama, Tacaloa, San Agustín y la Modelo. Otros lugares son Caracolí, Totumalito, El Tope, El Playón, el Uvito, Punta de llano, Santa Eudosia, Urbanización Marina, Santa Rita, San Francisco, Camino Viejo, Calle Escobar, Santa Barbará, El Mercado, Los Altillos, La Rotina, San Cayetano, Tamaco, El Centro, Calle de la luz, La Popa, Venecia, Miraflores, El Torito, Calle de la Amargura, Calle del Mango, El Cementerio, Divino Niño, Calle Antón García de Bonilla, Calle de los teléfonos y Nuevos proyectos de urbanización.

Ahora empezaremos con la comuna 2. Nororiental o Cristo Rey integrada por El Dorado, Nuevo Horizonte, Cañaveral, El Carmen, Simón Bolívar, Sesquicentenario, Fundadores, Comuneros, Urbanización los Alpes, El Retiro, El Peñón, Urbanización Bruselas, Cristo Rey, Betania, Nueve de Octubre y Palomar, Las Vicentinas, El Tanque o la Colina, las Travesías, Barcelona, Los Arales y Proyectos urbanísticos.

Otro lugar, es la Comuna 3 Sur Oriental, Olaya Herrera, formada por los Barrios Camino Real, Santa Lucia, La Piñuela -San Antonio, Gustavo Alayón, la Palmita, Las Mercedes, El

Carretero, La Costa, La Favorita, Villa Nueva, La Quinta, San Fermín, El Llanito, La Esperanza, Doce de Octubre, El Bosque, Los Almendros, El Bambo,26 de Julio, Carbón -Ramal, Cuesta Blanca, Promesa de Dios, Nueva Madrid, La Paz, Belén, Quebrada el Tejar, Las Alcantarillas, Olaya Herrera y Jorge Eliecer Gaitán. Los Alpes – Vía Circunvalar, Carretea Central, Milanés, Urbanización el Molino, El Espinazo, la Luz Polar, Jesús Cautivo, Villa Sur, El Camino, Urbanización Tabachines, Asentamiento Humano Tres de Abril, las Crucecitas y proyectos Urbanísticos.

También se puede encontrar Comuna 4. Sur Occidental Adolfo Milanez, conformada por la Santa Cruz, El Tejarito, Junín, La Torcoroma, Juan XXIII, La Libertad, El Landia, L a Esmeralda, Marabelito, Marabel, Nueva España, IV Centenario, Camilo Torres, San Rafael y

Primero de mayo, Las Delicias, Asentamiento Humano Villa Rosa, 15 de agosto, Las Villas Bella Vista y proyectos urbanísticos.

También se destaca la comuna 5. Francisco Fernández de Contreras, Las Ferias, Buenos Aires, Las Palmeras, La Primavera, Ciudad Jardín y el Lago. Además, están los sectores: los Acacias, Avenida Francisco Fernández de Contreras, Altos de la Colina, Villas de Antón, Jardines de la Rosa, Altos de la Primavera, Prados del Lago y demás Proyectos Urbanísticos.

Finalmente se encuentra en este grupo la Comuna 6. Ciudadela Norte, donde están los siguientes barrios: Santa Clara, Bermejal, Urbanización Colinas de la Florida, El Líbano, La Gloria, Dos de Octubre, Villa Paraíso, La perla, Altos del Norte. Villa Mar, la Ondina, Los Cristales, los sauces, Primera y Segunda Etapa y proyectos Urbanísticos.

EL instrumento se verá a continuación de forma detallada:

En la lista de apéndices B para obtener información del instrumento de forma detallada.

En tercer lugar, está el objetivo específico basado en socializar los resultados obtenidos con el equipo del programa Noticias UFM estéreo.

3.4 Análisis de información

La información recolectada se analizará teniendo en cuenta, las técnicas de recolección de información, que en el caso de esta investigación se llevará a cabo basándose en una encuesta, el diario de observación se realizará cuando se tenga en cuenta los resultados obtenidos del análisis de dichos instrumentos con información detallada y precisa que ayude a obtener un mejor conocimiento al respecto.

3.5 cronograma de actividades

A continuación, se muestra de forma específica cada una de las actividades propuestas para llevar a cabo el proyecto titulado medición de audiencia del noticiero noticias UFM Estéreo, los cuales brindaran de forma detallada una perspectiva general del proyecto de investigación:

Tabla 1
Descripción de actividades

Objetivos específicos	**Actividades**	**Mes**
Valorar la estructura y contenidos de la Emisora UFM 95.2 en función de sus principios misionales.	1. Revisión de contenidos publicados en función de los principios misionales. 2. Análisis de las redes sociales que tiene la emisora institucional UFM estéreo.	Mes 1

	3. Revisión interna con el director de noticias Raúl Fernando Arias Contreras.	
Cuantificar la audiencia del noticiero para conocer las percepciones de los oyentes e identificar sus gustos y preferencias.	1. Realización de las preguntas para la encuesta 2. Aplicación de encuestas en Ocaña a las 6 comunas que tiene el municipio a una muestra de 348 personas.	Mes 1
Socializar los resultados obtenidos con el equipo del programa noticias UFM Estéreo.	1. Presentación de resultados a los integrantes de Noticias UFM Estéreo.	Mes 1

Nota: Elaboración propia.

Capítulo 4. Administración del proyecto

4.1 Recursos humanos

4.1.1 Recursos humanos

La investigadora que realizará el proyecto es estudiante de comunicación social de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, denominada como Daniela Pinto, quien estará trabajando en una forma constante hasta cumplir con los objetivos de la investigación, esto teniendo en cuenta que cada una recolectará información y realizará el análisis pertinente.

4.1.2 Recursos Institucionales

El recurso institucional disponible es el conocimiento proporcionado por el director de la tesis Julián Andrés Ramírez Vega y el obtenido por medio de las diferentes materias cursadas en la carrera de comunicación social donde recibí la formación académica en el alma Mater de la Universidad Francisco de Paula Santander seccional Ocaña.

4.1.3 Recursos financieros

Dentro de investigación dentro de su contenido monetario para poder hacer posible el desarrollo el proyecto de tesis titulado “medición de audiencia de la emisora UFM 95.2 perteneciente a la UFPSO”, se necesitará contar con un computador, pasajes de transporte se gastó 80.000, servicio de energía 90.000, internet 50.000 y contar con un dinero disponible para cualquier imprevisto se gastaron 90.000 en fotocopias y 25.000 en refrigerios , estoy ayudó a poder dar desarrollo a la investigación.

Capítulo 5. Resultados

5.1 Objetivo específico uno: Valorar la estructura y contenidos del noticiero de la Emisora UFM 95.2 en función de sus principios misionales.

Con la finalidad de dar cumplimiento al objetivo uno que consiste en valorar la estructura y contenido del noticiero de la emisora en función de sus principios misionales através redes sociales se buscó identificar y de manera detallada hacer una explicación del contenido encontrado. Se hace indispensable la realización del instrumento conocido como el diario de Observación.

Diario de Observación

- Sirve como medio evaluativo de un entorno y contexto de la investigación.
- Facilita la toma de decisiones de la investigación.
- Desarrolla la capacidad de observación a un pensamiento reflexivo y critico-constructivo.

Tabla 2
Diario de observación Instagram

DIARIO DE OBSERVACIÓN INSTAGRAM	
Nombre del Observador	Daniela Pinto Barbosa
Lugar:	Instagram de la Emisora UFM Estéreo Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña
Hora:	2:00 a 6:00 Pm
Fecha:	22 de septiembre de 2023
Cuidad:	Ocaña Norte de Santander
Temática:	Medición de la audiencia de la Emisora UFM 95.2 perteneciente a la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.

Descripción: (Qué, cómo, dónde, por qué, cuándo, hacia dónde, otras)

Instagram es la aplicación o red social utilizada por diferentes usuarios que consumen contenidos por Esta Plataforma interactiva.

En esta investigación tiene por estudio el Instagram de la Emisora UFM Estéreo de la Universidad Francisco de Paula Santander Seccional Ocaña en la red social donde aparece registrado con el usuario ufmradio.

Hacen parte de los datos básicos de esta red una descripción acerca de la emisora institucional con el slogan "la Radio que te identifica", además se encuentra un número de teléfono donde se pueden contactar los oyentes al 3175828289.

En la actualidad tiene un número de Seguidores de seguidores que posee la página son un número de 1709 personas tiene una cantidad de publicaciones es de 1693 y solo 120 seguidos. Ver Apéndice C. Encabezado de Instagram UFM Estéreo.

Otro aspecto que se encuentra dentro de las secciones destacadas de la red social es la historia:

La Historia de los primeros pasos de la UFM Estéreo se comenzó a escribir en el año 1996, cuando un estudiante propone la creación de una radio juvenil dirigida a la comunidad universitaria. El 01 de junio de ese mismo año, desde una pequeña oficina de la casona de la casona de la sede algodonal y un transmisor de 1 kilovatio, comienza , la construcción de un proyecto denominado " La UFM Estéreo lo que nunca te habían dado". Ver Apéndice

D. Historia de Formación

Con el apoyo de las directivas de la universidad se logra visibilizar este proyecto con la adjudicación de la licencia de funcionamiento en el año de 1998, lo cual es otorgada el 30 de julio de la mano del propio Ministro de Comunicaciones de la época, para prestar el servicio de radiodifusión sonora en Amplitud Modulada (A.M), potencia de 2050 W, frecuencia de operación 1520 Mhz, frecuencia de las 317.9 Mhz distintivo de la llamada HKW-90 ante esta asignación fue interpuesto un recurso de reposición por parte de la universidad y días después , el 06 de agosto, Fue autorizado a operar en frecuencia modulada (F.M.), potencia de 5KW, frecuencia de operación 95.2 Mhz, frecuencia de enlace 307.1 Mhz y distintivo de Llamada HJ050 , parámetros técnicos que actualmente mantiene .Un año después son

trasladados sus equipos a sus propios instalaciones enlace de primavera de la Universidad , donde actualmente opera, se amplió el personal de producción , se construyeron y dotaron nuevas cabinas de grabación y de allí inicia el camino de un medio radial que se convertirá en la radio que identifica los jóvenes del municipio. En el 2010, como aporte de dos docentes de la universidad fue creada la página web de la emisora laufm.ufpso.edu.co, en el mismo año, la emisora es aceptada para ser miembro de la red de radio universitaria de Colombia (RRUC) y desde entonces viene participando de los congresos, proyecto y actividades que se adelanta. Ver Apéndices F Historia de Formación Y ver Apéndices G, H

Desde el año 2012 la Universidad ha realizado una inversión tecnológica en equipos de radio, emisión y operatividad que ha consolidado una emisora acorde a las actualizaciones tecnológicas que la sitúan la competitividad del mercado actual en radio, tecnología que permite tener una alta calidad de sonido al aire, así como contar con lo último en equipos para transmisiones remotas. Ver Apéndice I. Historia de formación

A lo largo de estos años, la UFM ha sido precursora de la enseñanza a través de las prácticas de estudiantes de comunicación social, quienes han logrado crecer profesionalmente Y les ha permitido hacer un puente al ejercicio profesional las importantes actividades a nivel nacional, asimismo, ha involucrado a los estudiantes de las instituciones educativas de Ocaña mediante la realización de actividades recreativas y talleres de radio.

En el 2004, con la gestión del Magister Edgar Antonio Sánchez Ortiz, se logra la adquisición de una antena receptora de 4 bahías y un transmisor de 5 Kilovatios que permitirá obtener una cobertura no solo en Ocaña, sino ampliarla a la provincia sur del César y Sur del Bolívar. En el año 2007 la UFM, se convierte en la primera emisora de Ocaña en contar con real audio, obteniendo una gran audiencia en todo el mundo a través de internet.

Ver Apéndice J. Historia de formación

¿Quiénes somos?

Somos un medio masivo de comunicación que interpreta, presenta y pretende dar significado amplios y aspectos de la experiencia social Actual y propone estos significados a sus audiencias mediante mensajes reelaborados según tradiciones y contextos de experiencias de los individuos y grupos; con ellos se busca generar sensibilización y redefinición de las identidades locales.

Las franjas con la que contamos en este momento son radio ciudadanas , programación cultural, magazín educando a la comunidad , musicales propios de la región y del estilo juvenil , de protección del medio ambiente , salud pública y cultura ciudadana como tips informativos cada hora .

Ver Apéndice K. ¿Quiénes somos?

Misión

El medio radial de la Universidad Francisco de Paula Santander seccional Ocañal La UFM estéreo , tiene como misión difundir la cultura , la ciencia y la educación en el municicpio de Ocaña, a través de un programa programación juvenil como identificación o diferenciación de la emisora ; asimismo , ser puente de interacción entre la universidad y el contexto social contribuyendo al objetivo de proyección social que persigue nuestra institución. Ver Apéndice L. Misión

Visión

La UFM Estéreo para el 2025 se consolidará como la emisora alternativa de Ocaña, reconocida en el ámbito universitario y entorno social , por la divulgación de las actividades y procesos que se adelanta desde la academia , la investigación y extensión , por su programación constructiva y difusor de la cultura , por su aporte a la construcción de una sociedad mejor informada y educada. Ver Apéndice M. Visión

A continuación, se realiza de forma detallada los tipos de publicaciones que hace el medio:

El contenido que se maneja en la red de Instagram es variado en este sitio se comparten publicaciones imágenes, información relacionada con aspectos de la universidad, tecnología, invitados especiales, actividades académicas, destacados, crónicas, las 3 noticias más importantes, informe, informativo UFPSO, Música, noticias, un día como hoy, cultural, en contexto, análisis, informes y academia.

En sus Publicaciones e destaca el uso de imágenes videos, pequeños segmentos de entrevistas e información que es de interés para toda su audiencia en la región de Ocaña. A demás, utilizan información en los pies de páginas para dar claridad y hacer énfasis en los aspectos más destacados que el espectador puede tener interés.

Otro aspecto que es importante mencionar es Frecuencia de las publicaciones es diario debido a que sus publicaciones son de gran importancia para los estudiantes, docentes, y la

comunidad Ocañera que se informa a través de los contenidos emitidos por laufmradio cada día. Los temas que se abordan incluyen aspectos a nivel local nacional e internacional dependiendo de la sección que se busque tener conocimiento.

En el estilo visual Usan una estética poco uniforme falta que logren definir unas plantillas prediseñadas para sus diferentes secciones eso le daría un aporte en diseño significativo porque sería un estilo más limpio visualmente porque presentaría las diferentes secciones colores, tipografía, logo de forma más práctica y atractiva para todos los usuarios de la red social.

El contenido presente está editado el contenido de forma profesional, por lo que se puede observar y escuchar se hace de forma atractiva y busca atraer a más seguidores.

el Lenguaje empleado es formal se usa para dar la información en cada uno de los aspectos que se va a tratar o publicar el medio se mantiene de manera brinda una perspectiva integral a sus publicaciones. Estos son muy con si información periodística detallada bajo los principios de verdad y objetividad.

Conceptualización:

Después de Realizar la revisión exhaustiva de los contenidos se está realizando un buen trabajo con respecto a los contenidos, pero se pueden perfeccionar más para ayudar a atraer más tráfico de personas a la red y agregar nuevos usuarios.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 3

Diario de observación Facebook

DIARIO DE OBSERVACIÓN FACEBOOK	
Nombre del Observador	Daniela Pinto Barbosa
Lugar:	Emisora UFM Estéreo Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña
Hora:	2:00Pm a 6:00PM
Fecha:	23 de Septiembre
Cuidad:	Ocaña Norte de Santander

Temática:	Medición de la audiencia de la Emisora UFM 95.2 perteneciente a la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.

Descripción: (Qué, cómo, dónde, por qué, cuándo, hacia dónde, otras)

En la red social de Facebook se cuenta con 10 mil seguidores y con 43 personas seguidas . Este punto maneja los mismos conceptos que la página de Instagram donde se ve de forma detallada cada apartado dado que usan el mismo contenido.

Interpretación:

Las visualizaciones que ha tenido Facebook , es decir la cantidad de veces que pudo llegar a ser vista En cuanto a la cantidad de reproducciones ha sido de 40,7 Mil , las personas que conforman los seguidores son principalmente un 21,6% y las estadística proporciona que ha disminuido en un porcentaje de 5.7% contrario a la cantidad de personas que no son seguidores que corresponde a un 78,4% y ha visto un aumento entrono a un 1,7 % durante los últimos tres meses .

Las interacciones son todas aquellas manifestaciones en línea que hacen los usuarios a las publicaciones dando me gusta y compartiendo la información está en 682 y ha tenido un aumento de 46,7% de quienes son seguidores en un margen de 200% esto manifiesta que ha tenido una disminución en un 2% y de las personas que no son seguidoras en un 84,7%

El Alcance de Facebook hace referencia a todas las personas que ven el contenido que se comparte, es de 26,3 mil ha visto un aumento de 61,8%, en sus seguidores el impacto ha sido de 23.944 y refleja un aumento de 66,8%.

Otro aspecto relevante es el seguimiento hace referencia a los seguidores en ellos solo hay 36 nuevos esto representa una caída de 16,3% porque está en manifiesto que ha dejado de seguir la pagina 14 personas, en cifras de porcentaje esto hace referencia a un aumento de 16,7 y en el porcentaje de seguimientos netos ha disminuido en un 22, lo que para estos últimos meses refleja una caída de 29%.

Conceptualización:

En este apartado se deben integrar las categorías de análisis:

De esta manera íntegra los aspectos teóricos y la interpretación que realizo sobre la observación.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 4
Diario de observación página web y aplicación digital

DIARIO DE OBSERVACIÓN PÁGINA WEB Y APLICACIÓN DIGITAL

Nombre del Observador	Daniela Pinto Barbosa
Lugar:	Emisora UFM Estéreo Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña
Hora:	8:30Pm a 9:15 AM
Fecha:	24 de Septiembre
Cuidad:	Ocaña Norte de Santander
Temática:	Medición de la audiencia de la Emisora UFM 95.2 perteneciente a la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña

Descripción: (Qué, cómo, dónde, por qué, cuándo, hacia dónde, otras)

La página Web es un sitio creado por la dependencia de sistemas de la universidad Francisco de Paula Santander al igual que La plataforma institucional de

Interpretación:

No se puede realizar ninguna interpretación ya que no existen datos estadísticos de la página web y la aplicación debido al argumento de que ese trabajo correspondía a la anterior ingeniera que estaba realizando el proyecto pero al no continuar laborando en la institución educativa se desconoce esta información de interés para todos en esta tesis . Por lo tanto la Medición estadística no se puede proporcionar porque los datos no están desarrollados en ninguna de las dos redes.

Conceptualización:

- En la Página web y la aplicación la UFM 95.2 se puede mejorar si se brinda al espectador una pequeña descripción que oriente a los nuevos usuarios acerca de todo lo que puede encontrar para producir mayor interés ya que la información brindada es algo escueta.
- se usa información aun desactualizada entorno a quiénes dirigen algunos programas que ya no son realizados o conducidos por las mismas personas.

- Otra recomendación es separar por colores algunos contenidos que vienen en la plantilla para poder diferenciar de forma más fácil los contenidos de Región frente a los de UFPSO.
- Un detalle que no pasa desapercibido para ninguna persona es que la Emisora no se encuentra en la pagina principal de la Universidad Francisco de Paula Santander lo que puede influenciar en atraer más publico sería importante retomar el proyecto de incluirla y lanzarla desde la página oficial del Alma Mater.
- Otro Aspecto importante es que, aunque se manejan redes sociales de donde se dice para seguirlos solo funcionan Instagram Facebook y whatApps. En Youtube la última información publicada corresponde hace un año aproximadamente y en Twitter la cantidad de seguidores es de 50 no tiene tanta audiencia.

Una recomendación sería crear la Pagina de Tik Tok que se adapta más fácilmente a la cantidad de videos y reel que realizan puede ser más interactivo y traer más personas.

Nota: Elaboración propia.

5.2 Objetivo específico dos: Cuantificar la audiencia del noticiero de programa Noticias UFM para conocer las percepciones de los oyentes e identificar sus gustos y preferencias

Para cuantificar la audiencia utilice una muestra de población de 384 integrada por personas que viven en las 6 comunas de Ocaña, las imágenes a continuación corresponden a las respuestas tabuladas:

Diagnostico

Se realizó en compañía de la Coordinadora de Noticias de la Emisora UFM Estéreo a Cargo de la comunicadora social especialista Karen Andrea Sánchez Alcocer el día 19 de septiembre en la mañana en el horario de las 9.00 Am a 11:00 Am.

Por medio de esa visita a la sede de la universidad que se encuentra en La avenida Francisco Fernández de Contreras. En la emisora UFM Estéreo se realizó la solicitud para recibir acceso a las páginas de la emisora al Director Raúl Fernando Arias Contreras, quien facilito el acceso a la información requerida para este trabajo investigativo.

Entre estos se otorgó los permisos para ingresar a las redes sociales de Instagram y Facebook, para dar cumplimiento a los objetivos expuestos anteriormente, Donde la coordinadora de Noticias que algunos de los contenidos eran realizados por la universidad y ellos los etiquetaban para hacer más difusión de la información de interés para la comunidad.

Otro aspecto, era se buscaba impactar con lo que hablaban los invitados y que de las entrevistas de ellos mostraban algo que fuera relevante a la audiencia de la Emisora en sus contenidos.

Algo que se evidencio fue que no tienen en la actualidad un Comunity manager, que les ayude con la Emisora UFM Estéreo a subir para que dirija sus diferentes redes sociales, por lo se manifiesta que se necesita de alguien que los ayude en ese cargo.

Dentro de esta información se resaltaba que necesitaban que el uso de las rede sociales fuera más interactivo y que se involucrará a los jóvenes la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña a interactuar más con la Emisora que era un aspecto que se puede mejorar para generar más tráfico o público desde la propia Alma mater.

Es necesario hacer hincapié, en realizar mejoras entorno a la página web al portal de la UFM Ocaña, principalmente en el uso de separaciones de las noticias de la universidad y las de índole regional por colores principalmente y también la actualización de contenidos de algunos programas que ya no los realizan las mismas personas o ya no se realizan.

Un aspecto que resaltaba la coordinadora es que siempre se procura visibiliza Ocaña de forma Positiva, por medio de los diferentes contenidos buscaban enriquecer desde la academia con el uso de contenidos de calidad para la audiencia pata darla las personas la capacidad de sección frente a las diferentes notas de sus publicaciones.

Un aspecto que fue muy curioso fue saber la cantidad de personas que hacen funcionar la Emisora es muy poco. Están conformado su equipo de trabajo por cinco personas, entre las que se encuentra el director de Emisora Raúl Fernando Arias Contreras, quien posee el título técnico en comunicaciones. El puesto de Coordinador de noticias, llevado a cabo por la comunicadora social Karen Andrea Sánchez Alcocer, quien es comunicadora social y especialista. Acompañada por las comunicadoras sociales y las periodistas institucionales Mile Paola Márquez Pinzón y Norleiby Tatiana García Ballesteros y finalmente la secretaria Olga Lucia Becerra son quienes consolidan la mesa de trabajo.

Finalmente, al terminar de hablar se resalta que era necesario organizar más los contenidos para emitirse con uso adecuado de diseños para organizar y estructurar mejor la información que fuesen aún más llamativos, generan impacto y recordación el audiencia, que eran un aspecto que se podían mejorar para ayudar a crecer más la audiencia de forma significativa, esto se realizó de forma interna.

Con respecto a las preguntas de la encuesta en la primera pregunta se logra entender que la emisora sigue llegando a su audiencia que se encuentra principalmente en el rango de edad de los 18 a 34 años quienes se destacan por ser el público objetivo de la emisora.

Con respecto al género que más escucha es mayor la cantidad de mujeres, puesto que ellas son más según como se muestra en el informe estadístico (DANE).

Los habitantes de las 6 comunas que más escuchan lamiera la UFM Estéreo están en el estrato 1 son las personas quemas escuchan este medio de comunicación teniendo en cuenta que Ocaña aún está en desarrollo.

A la pregunta mencione la comuna que corresponde todas se hicieron un total de 64 encuestas y fue muy complejo hacer la tabulación barrio por barrio porque no permitido el documento de Excel hacer una gráfica precisa, por eso tocó dejarla de forma general para ello se dividieron la muestra de 384 entre 6 y dio un total de 64 encuestas para cada comuna.

Al interrogante que se deseaba saber si escuchaban la emisora se respondió que si con una cantidad de personas representativas de 71,2 % lo que permite comprender el impacto de la emisora en la comunidad Ocañera.

El horario favorito de sus escuchas se evidencia un mayor porcentaje principalmente en la mañana con un 47,6% las personas prefieren la mañana para escuchar La información de su interés.

El tiempo que escuchan mayoritariamente se encuentra con un lapso de 30 a 35 minutos donde están pendientes y consumen los contenidos, se puede mejorar si buscan que el oyente este participando para aumentar el tiempo de escucha.

Las personas que más escuchan son los adolescentes son el público objetivo que más escucha en los diferentes hogares de los ocañeros.

La periodicidad que más tiene es semanalmente esto quiere decir que hay que buscar fortalecer atraer a otras personas a que se interesen en escucharla habitualmente, esto quiere decir que se puede mejorar y ayudar a que las personas deseen escucharla siempre.

La forma como más escuchada la radio es por el aparato tradicional, esto quiere decir, aunque hay un auge tecnológico existe todavía un medio de comunicación que sigue moldeando la cultura de las personas desde su forma tradicional por su fácil acceso estad disponible en los hogares.

La información que más atrae a las personas es el contenido informativo con un 30,8% el que genera mayor interés en su audiencia, lo que su comunidad prefiere escuchar.

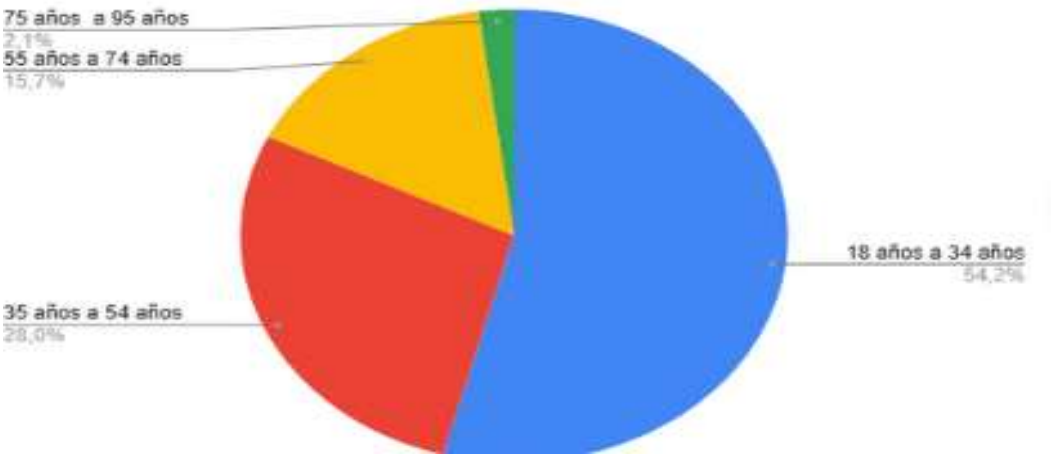
Es muy significativo que la emisora sea el medio más escuchado dentro de las emisoras que integran la comunidad de radioescuchas. Y su locutor de preferencia es Raúl Fernando Arias Contreras, lo que representa un reconocimiento a todo ese trabajo arduo que se hace diariamente desde este equipo de trabajo.

Las personas lo que más desean es que se incluya una sección más variada encuentro a la música eso quiere decir que los demás aspectos que se manejan dentro de la emisora son aceptados por sus oyentes lo que significa algo positivo para este medio de comunicación institucional.

La facilidad del acceso se convirtió en un factor clave por el cual las personas prefieren escuchar y estar al día a través de este medio de comunicación que hay demostrado que se adaptado para sobrevivir a nuestros días, demostrando esa capacidad camaleónica para poder sobrevivir a las amenazas tecnológicas que continuamente compiten por la atención del público. Demostrando que la radio es como un palimpsesto que reinventa de forma permanente para no perder a sus oyentes.

1 ¿Cuál es su rango de edad?

Figura 1
Rango de edad

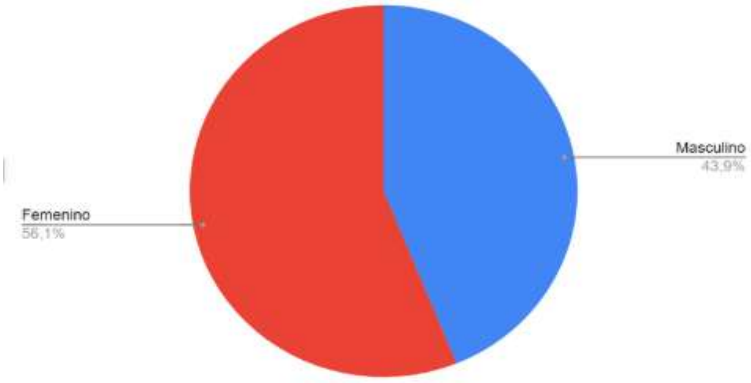


Nota: Datos tomados de encuesta de estudio continuo de audiencia radial (septiembre 2025)

Los rangos de edades corresponden a una población de 18 y 34 años lo que equivale a un 54,2%, de 35 a 54 años 28,0%, de 55 a 74 años es de 15,7% y de 75 a 95 años un 2,1%. Estos son los datos proporcionados por los encuestados pertenecientes a las 6 comunas del municipio de Ocaña.

2. ¿Cuál es su género?

Figura 2
Cuál es su género



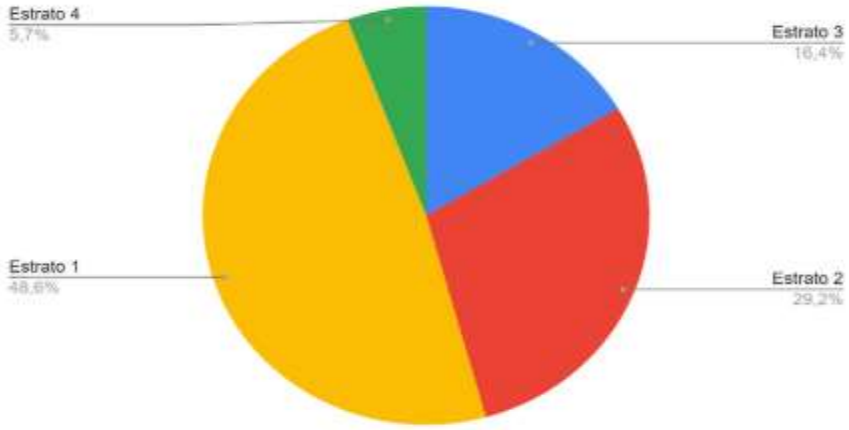
Nota. Datos tomados de Encuesta de Estudio Continuo de Audiencia Radial (septiembre 2025)

Masculino el Porcentaje corresponde a un 41.2% de la población realizada en las 6 diferentes comunas del Municipio de Ocaña en la Interpretación se analizan que existe una representación de menos de la mitad de los encuestados corresponde a hombres mientras que el Femenino corresponde 58.8%, considerando estos resultados es mayor mente escuchado por mujeres.

3. ¿Cuál es su estrato económico?

Figura 3

Cuál es su estrato económico



Nota. Datos tomados de Encuesta de Estudio Continuo de Audiencia Radial (septiembre 2025)

En Estrato 1 el porcentaje proporcionado por la encuesta da un resultado de 48.6% lo que permite entender un poco menos de la mitad de los encuestados pertenece a este estrato. Siendo este el porcentaje o grupo más numeroso, este hace referencia a personas que poseen menores ingresos. Otro Estrato es el 2, con una cantidad de 29.2% ocupando la El segunda posición grupo al ser uno de los grupos más representado, aunque también muestra a una población con ingresos económicos aún escasos. También se destaca el Estrato 3 con Porcentaje de 16.4% lo que evidencia de manifiesto Menor participación en comparación con los anteriores, pero aún significativa. En el Estrato 4 hay un Porcentaje: 5.7%, una participación escasa , pero significativa esta representación de personas muestra a personas con ingresos medios-altos o altos.

4. ¿Mencione la comuna y barrio al que pertenece?

Figura 4
Mencione la comuna y barrio al que pertenece



Nota. Datos tomados de Encuesta de Estudio Continuo de Audiencia Radial (septiembre 2025)

Hay Distribución Uniforme Cada segmento del gráfico representa un 16,7% del total. Esto Muestra que cada comuna fue mencionada por igual número de personas correspondiente a 64 encuestas. Hay 6 comunas diferentes representadas, lo que implica que el total de respuestas es igual.

Comunas mencionadas: Comuna 1: Central, Comuna 2: Nororiental, Comuna 3: Sur Oriental Comuna 4: Sur Occidental, Comuna 5: Francisco Fernández de Conteras y la Comuna 6: Ciudadela deportiva Los barrios corresponden a cada uno de los diferentes barrios de las comunas no se mencionan cada uno porque tendrían una gran extensión larga para mayor información revisar instrumentos de análisis de la tesis Medición de Audiencia del Noticiero de la UFM Estéreo.

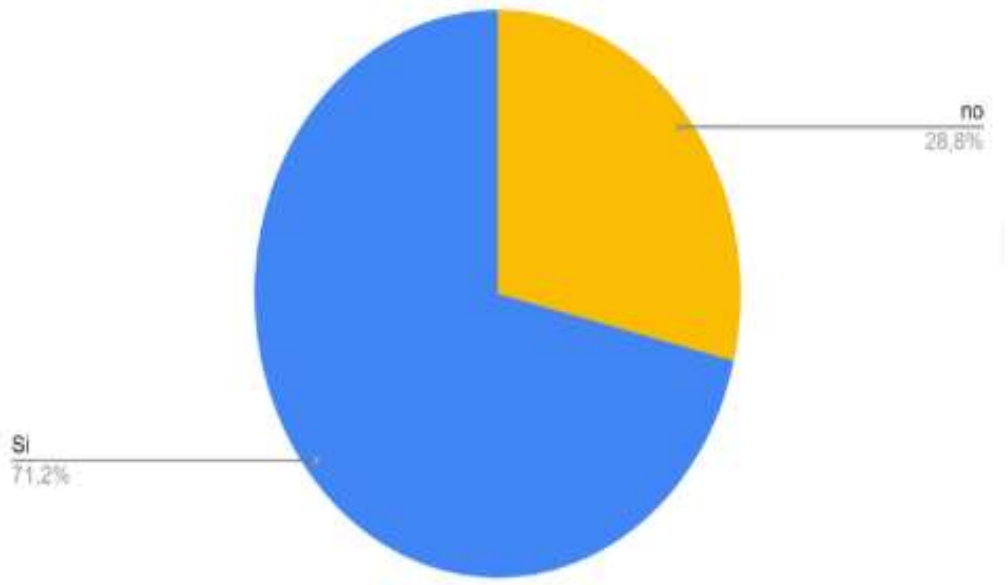
En las respuestas el análisis permite conocer que la respuesta Sí corresponde a 71,2% y el No sería una cantidad de 28,8% según la Interpretación permite comprender que La Mayoría de los encuestados escucha la emisora UFM Estéreo .Este es un dato muy positivo, ya que sugiere

que la emisora tiene una alta aceptación y penetración en la comunidad Ocañera encuestada Aunque existe una Minoría no la escucha está en un 30% , lo que puede interpretarse como un sector que conoce su existencia pero no tiene interés en el contenido y aunque tiene acceso a la información o prefiere consumir otros medios.

5. ¿Escucha la emisora de la universidad Francisco de Paula Santander Ocaña?

Figura 5

Escucha la emisora de la universidad Francisco de Paula Santander Ocaña



Nota. Datos tomados de Encuesta de Estudio Continuo de Audiencia Radial (septiembre 2025)

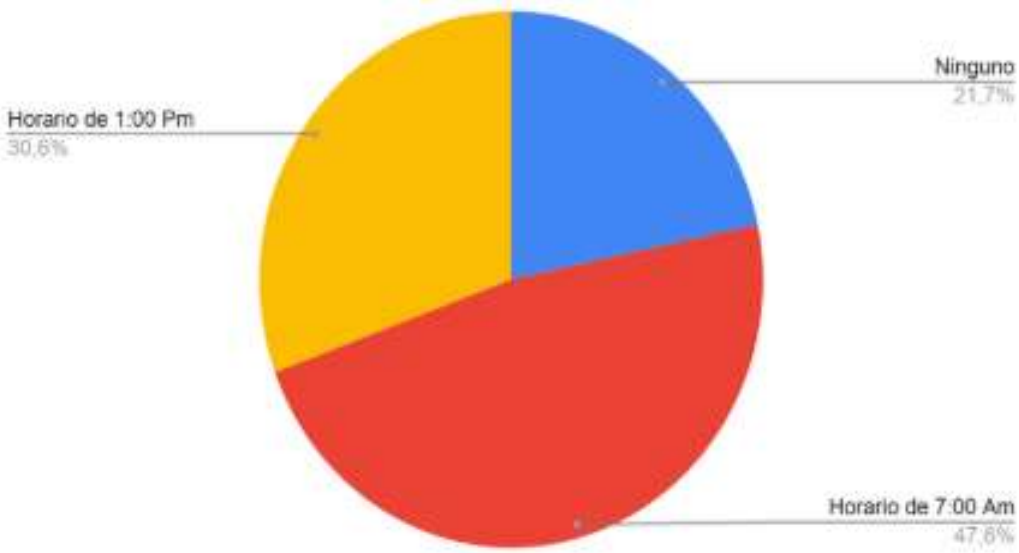
En las respuestas el análisis permite conocer que la respuesta Sí corresponde a 71,2% y el No sería una cantidad de 28,8% según la Interpretación permite comprender que La Mayoría de los encuestados escucha la emisora UFM Estéreo .Este es un dato muy positivo, ya que sugiere que la emisora tiene una alta aceptación y penetración en la comunidad Ocañera encuestada Aunque existe una Minoría no la escucha está en un 30% , lo que puede interpretarse como un

sector que conoce su existencia pero no tiene interés en el contenido y aunque tiene acceso a la información o prefiere consumir otros medios.

6. ¿Cuál es su horario favorito para escuchar el programa Noticias UFM Estéreo?

Figura 6

Cuál es su horario favorito para escuchar el programa Noticias UFM Estéreo



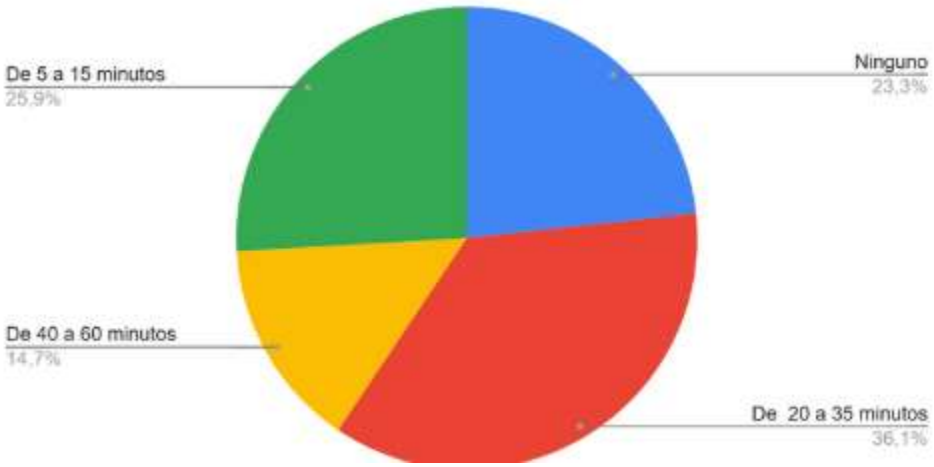
Nota. Datos tomados de Encuesta de Estudio Continuo de Audiencia Radial (septiembre 2025)

Este resultado permite saber que El horario de 7:00 AM es el más popular, por lo que se recomienda mantener o incluso reforzar la programación matutina con contenido atractivo y de calidad. El bloque de 1:00 PM también tiene buena acogida, y podría optimizar el contenido para repetir complementar las noticias de la mañana. El grupo que no tiene preferencia merece atención debido a Se puede realizar hacer campañas de difusión y promoción para atraer a ese segmento.

7. ¿Cuánto tiempo permanece escuchando el programa noticias UFM Estéreo?

Figura 7

Cuánto tiempo permanece escuchando el programa noticias UFM Estéreo



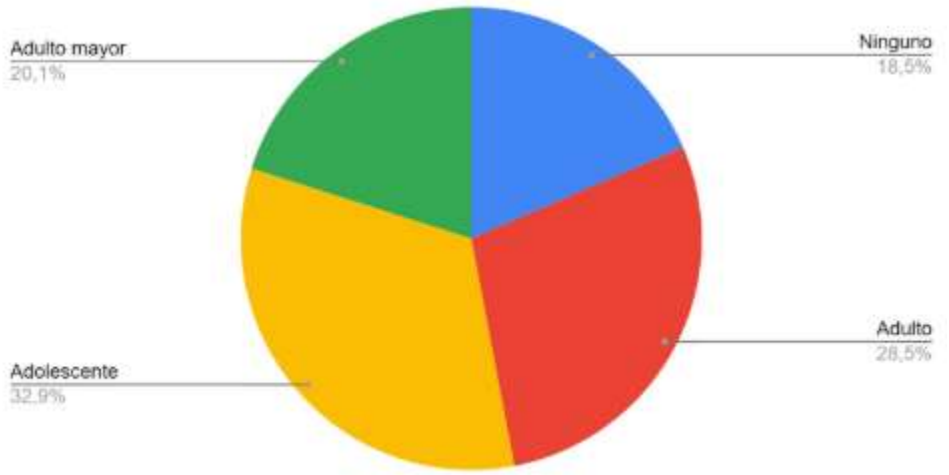
Nota. Datos tomados de Encuesta de Estudio Continuo de Audiencia Radial (septiembre 2025)

A la pregunta de cuánto tiempo permanece escuchando el programa un 36,1% de los encuestados ha respondido que de 20 a 35 minutos. La población de 5 a 15 minutos 25 correspondiendo a 25,9 . Ninguno es una opción que corresponde al 23,3 de los encuestados que corresponde a ninguno y finalmente en el tiempo de 40 a 60 minutos es de 14,7 de los oyentes**.**

8. En su entorno familiar ¿quién escucha las noticias UFM estéreo?

Figura 8

En su entorno familiar ¿quién escucha las noticias UFM estéreo?



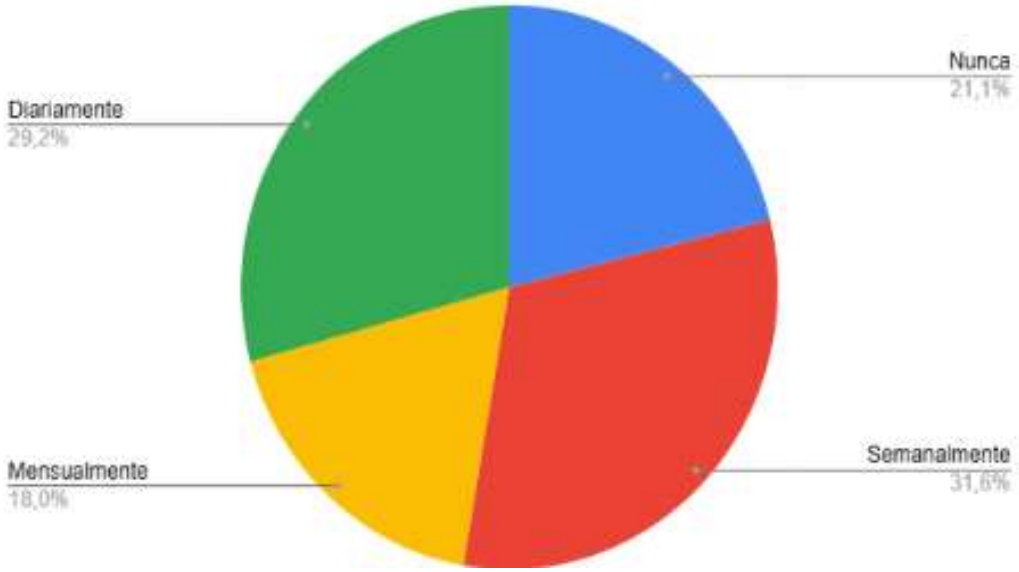
Nota. Datos tomados de Encuesta de Estudio Continuo de Audiencia Radial (septiembre 2025)

El mayor porcentaje se encuentra en los adolescentes quienes tiene en la encuesta un porcentaje de 32,9%, otro grupo que escucha el noticiero corresponde a los adultos con un 28,5% y los adultos mayores con un 20,1%.

Al ver estos resultados permite ver que cumple llegando a la audiencia Juvenil como el principal medio usado.

Figura 9

¿Con qué frecuencia escucha el noticiero?



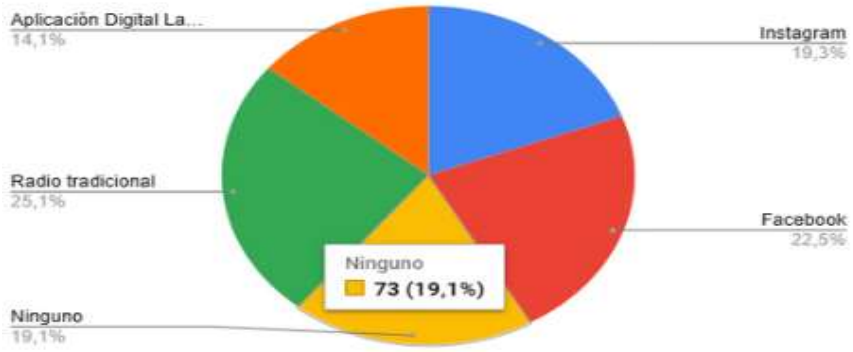
Nota. Datos tomados de Encuesta de Estudio Continuo de Audiencia Radial (septiembre 2025)

Al ver la frecuencia con que se escucha se manifiesta que las personas prefieren escuchar de forma semanal con un 31,6 diaria un 29,2%, mensualmente un 18,0% y existe un 21,1% que son las personas que no lo escuchan.

10. ¿Por qué medio de comunicación usted escucha la radio?

Figura 10

¿Por qué medio de comunicación usted escucha la radio?



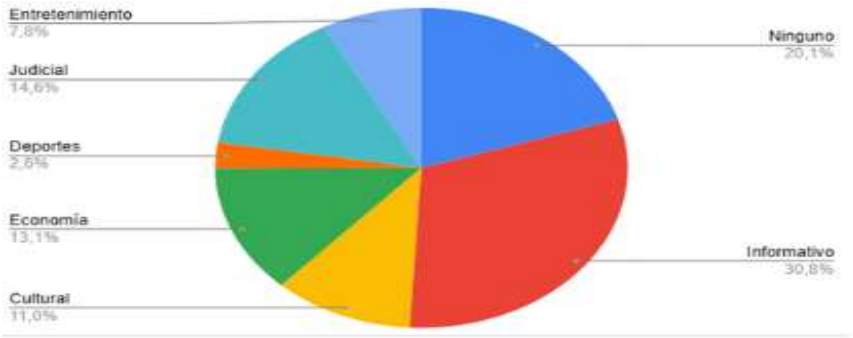
Nota. Datos tomados de Encuesta de Estudio Continuo de Audiencia Radial (septiembre 2025)

A la pregunta respondieron Por la forma tradicional lo escuchan 25,1 % de las personas encuestadas, Un 22,5% lo realiza a través de la red social de Facebook, por Instagram un 19,3% de los usuarios están pendientes por este medio y pues existe una cantidad de personas que no escuchan Radio.

11. ¿Qué tipo de información a usted le gusta escuchar en el programa de noticias UFM Estéreo?

Figura 11

¿Qué tipo de información a usted le gusta escuchar en el programa de noticias UFM Estéreo?



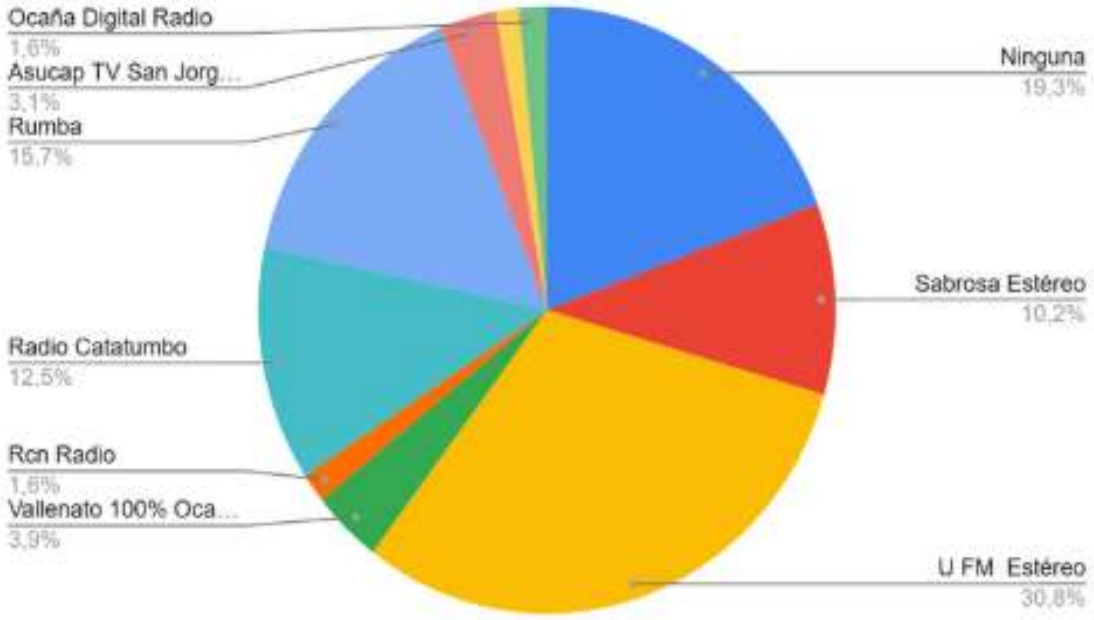
Nota. Datos tomados de Encuesta de Estudio Continuo de Audiencia Radial (septiembre 2025)

En la pregunta 11 la información que les gusta escuchar las respuestas obtenidas fueron las siguientes tienen una preferencia por el contenido informativo estuvo en un 30,8%. Un 20,1 % no escuchan ninguna categoría. En un porcentaje de 14,6% está la información judicial, otro corresponde a Economía con un 13,1%, cultura con 11,0%, en entretenimiento 7,8% , deportes en un 2.6%.

12. ¿Qué emisora escucha con mayor frecuencia?

Figura 12

¿Qué emisora escucha con mayor frecuencia?



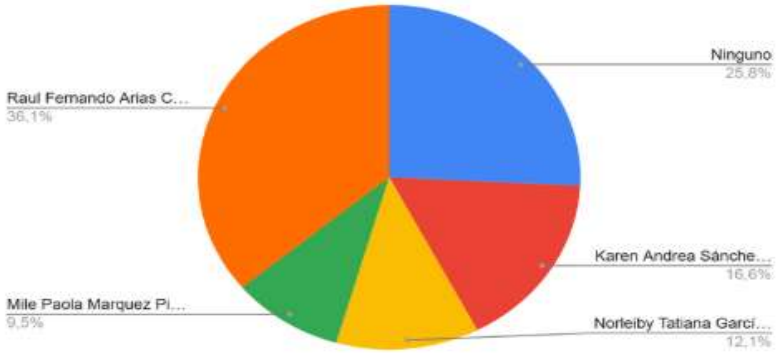
Nota. Datos tomados de Encuesta de Estudio Continuo de Audiencia Radial (septiembre 2025)

La Emisora que escuchan con mayor frecuencia esta la UFM Estéreo en primer lugar ,luego ninguna 19,3% %, otra opción es con Rumba 15,7%, aquí se encuentra radio Catatumbo 12,5%,Vallenato 100% ocañero, 3,9%, Asucap TV San Jorge 3,1%, Ocaña digital radio 1,6%.

13. ¿Quién es el locutor de su preferencia en el programa de noticias radiales que usted escucha en la UFM estéreo?

Figura 13

¿Quién es el locutor de su preferencia en el programa de noticias radiales que usted escucha en la UFM estéreo?



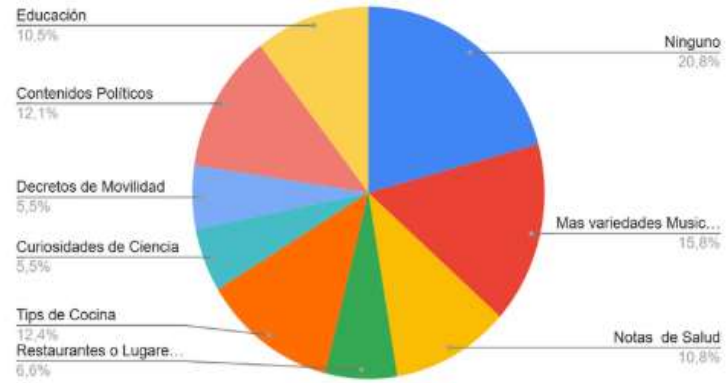
Nota. Datos tomados de Encuesta de Estudio Continuo de Audiencia Radial (septiembre 2025)

El locutor favorito de los oyentes es Raul Fernando Arias con un 36,1%, hay 25,8% que corresponde a ninguno señala que estas personas no tienen uno designado con 25,8%, Karen Andrea Sanchez con un 16,6%, mientras Norleiby Tatiana Garcia con un 12,1 % y Mile Paola Marquez con un 9,5%**.**

14. ¿Qué le gustaría que se incluyera en el noticiero de la UFM Estéreo?

Figura 14

¿Qué le gustaría que se incluyera en el noticiero de la UFM Estéreo?



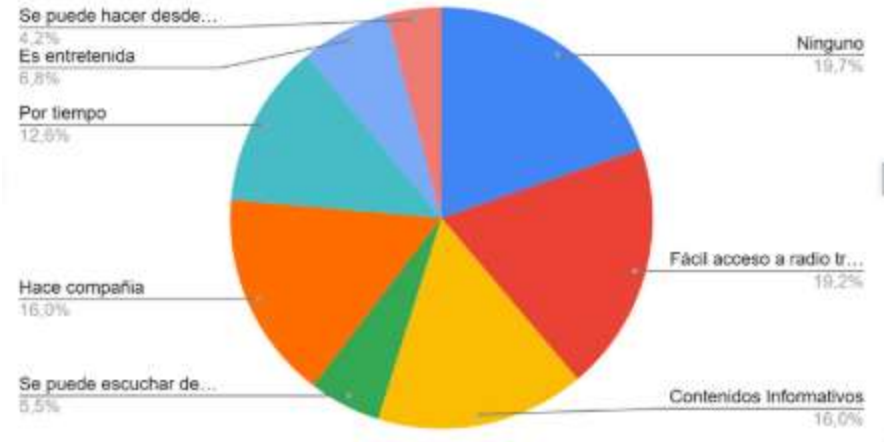
Nota. Datos tomados de Encuesta de Estudio Continuo de Audiencia Radial (septiembre 2025)

Lo que le gustaría que se incluyera en el noticiero son algunas personas no recomiendan ninguno debido a que consideran que funciona bien como se encuentra, las variedades musicales con un 15,85, Tips de cocina 12,4%, los contenidos Políticos con un 12,1%, Notas de salud 10,8%, educación 10,5%, restaurantes o lugares para visitar, decretos de movilidad 5,5% y curiosidades de ciencia 5,5%.

15. ¿Por qué le gusta escuchar radio y no otros medios de comunicación?

Figura 15

¿Por qué le gusta escuchar radio y no otros medios de comunicación?



Nota. Datos tomados de Encuesta de Estudio Continuo de Audiencia Radial (septiembre 2025)

A la pregunta los encuestados respondieron 19,7 no escuchan Radio, el fácil acceso a radio tradicional 19,2%,por sus contenidos informativos 16.0%, porque Hace Compañía 16,0% 12,6% por tiempo, un 6,8% porque es entretenida y 4,2 porque se puede hacer desde cualquier lugar.

5.3 Objetivo especifico tres: Diseñar una campaña de comunicación interna para socializar los resultados obtenidos con el equipo del programa noticias UFM Estéreo.

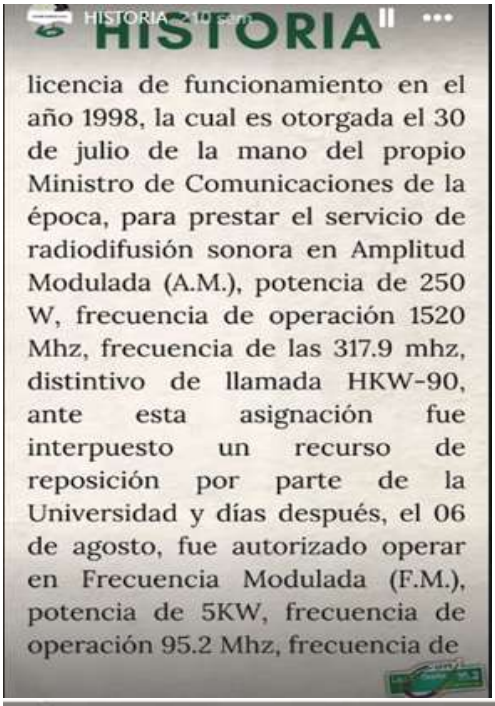
Para dar cumplimiento al Objetivo tres se da cumplimiento con el diseño del siguiente documento que muestra los resultados para presentarles al director de noticias Raul Fernando Arias vía electrónica para que ellos muestre a su equipo de trabajo en el siguiente enlace que se enviará en PDF:

https://www.canva.com/design/DAG0fHGfvww/FyGCh_60sg8PlpjMJjhgdw/edit

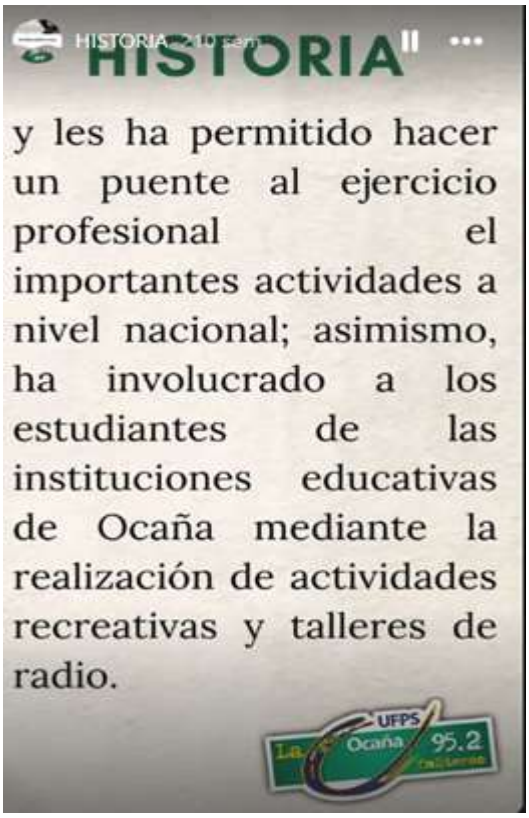
Figura 16
Historia de formación



Nota: Elaboración propia.


HISTORIA
licencia de funcionamiento en el año 1998, la cual es otorgada el 30 de julio de la mano del propio Ministro de Comunicaciones de la época, para prestar el servicio de radiodifusión sonora en Amplitud Modulada (A.M.), potencia de 250 W, frecuencia de operación 1520 Mhz, frecuencia de las 317.9 mhz, distintivo de llamada HKW-90, ante esta asignación fue interpuesto un recurso de reposición por parte de la Universidad y días después, el 06 de agosto, fue autorizado operar en Frecuencia Modulada (F.M.), potencia de 5KW, frecuencia de operación 95.2 Mhz, frecuencia de


HISTORIA
enlace 307.1 Mhz y distintivo de llamada HJO50, parámetros técnicos que actualmente mantiene.
Un año después son trasladados sus equipos a sus propias instalaciones enlace de primavera de la Universidad, donde actualmente opera, se amplió el personal de producción, se construyeron y dotaron nuevas cabinas de grabación y de allí inicia el camino de un medio radial que se convertiría en la radio que identifica los jóvenes del municipio.


HISTORIA
y les ha permitido hacer un puente al ejercicio profesional el importantes actividades a nivel nacional; asimismo, ha involucrado a los estudiantes de las instituciones educativas de Ocaña mediante la realización de actividades recreativas y talleres de radio.
UFPS
La Ocaña 95.2


HISTORIA
En el 2004, con la gestión del Magíster Edgar Antonio Sánchez Ortiz, se logra la adquisición de una antena receptora de 4 bahías y un transmisor de 5 kilovatios que permitiría tener una cobertura no solo en Ocaña, sino ampliarla a la Provincia, Sur del César y Sur del Bolívar.
En el año 2007 La UFM, se convierte en la primera emisora de Ocaña en contar con real audio, obteniendo una gran audiencia en todo el mundo a través de internet.
UFPS
La Ocaña 95.2


HISTORIA 210 sem
HISTORIA
En el 2010, como aporte de dos docentes de la Universidad fue creada la página web de la emisora laufm.ufpso.edu.co, en el mismo año, la emisora es aceptada para ser miembro de la Red de Radio Universitaria de Colombia (RRUC) y desde entonces viene participando de los congresos, proyecto y actividades que se adelanta.
Desde el año 2012 la Universidad ha realizado una inversión tecnológica en equipos de radio, emisión y operatividad que ha


HISTORIA 210 sem
HISTORIA
consolidado una emisora acorde a las actualizaciones tecnológicas que la sitúan la competitividad del mercado actual en radio, tecnología que permite tener una alta calidad de sonido al aire, así como contar con lo último en equipos para transmisiones remotas.
A lo largo de estos años, La UFM ha sido precursora de la enseñanza a través de las prácticas de estudiantes de comunicación social, quiénes han logrado crecer profesionalmente

Figura 17
Quiénes Somos



Figura 18
Visión



Figura 19
Misión



Figura 20
Encabezado de instagram UFM Estereo

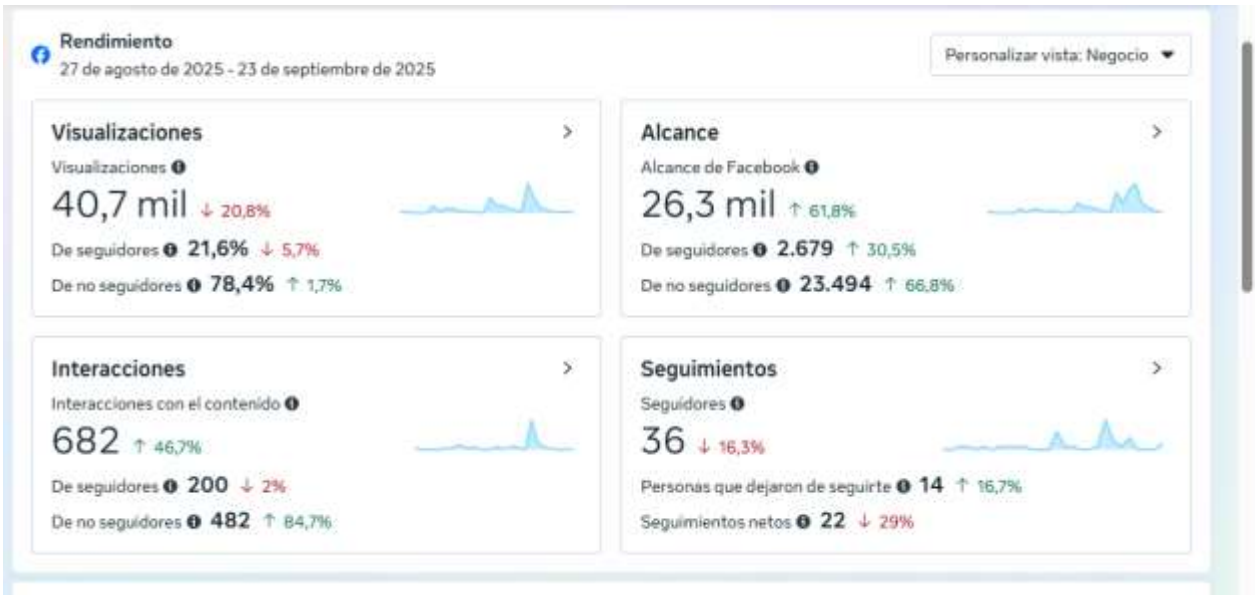


Nota: (Radio, 2025)

Figura 21
Estadística Instagram UFM Estéreo

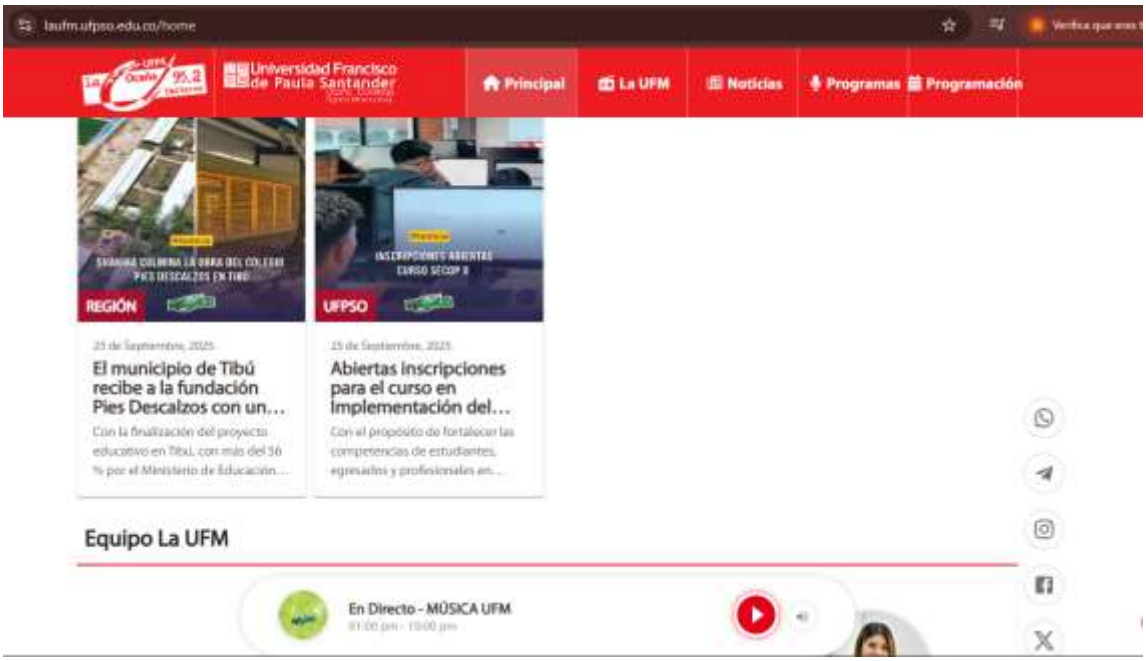


Figura 22
Estadística Facebook



Nota: (radio, 2025)

Figura 23
Página web



Nota: (Radio, Pagina web, 2025)

Figura 24
Aplicación la UFM 95.2 Youtube



Nota: (Radio, YouTube, 2025)

6. Conclusiones

1. En la medición de audiencia al realizar un análisis detallado de cada medio que tiene la UFM Estéreo por medio del diario de Observación se logra comprender que se pueden hacer unas actualizaciones de Contenido en lo relacionado al uso de páginas como YouTube y Twitter.
2. Se concluye al realizar las encuestas que las personas consumen el contenido difundido por las diversas redes y que existen algunos temas de interés que le gustaría fueran incluidos, pero por el estilo del medio no se pueden adoptar es el caso de la política.
3. Existen algunos contenidos que pueden ser más actualizados en la página web para darle más objetividad a la información y un diseño que permita separar el contenido presente de la UFM Estéreo.

7. Recomendaciones

Una recomendación especial sería hacer la inclusión de la Página web al portal de la universidad Francisco de Paula Santander Seccional Ocaña, ya que sería un eje fundamental para transversalizar el contenido expuesto en el momento de forma independiente , sería una adaptación adecuada ya que todos los estudiantes de las diferentes carreras que presentan en la oferta educativa revisan con gran frecuencia para obtener información relevante desde el punto de vista de la obtención de información como calendario , biblioteca , plantillas y demás. Una oportunidad de lanzamiento en la página web crearía una campaña de expectativa entre los usuarios y atraería diferentes oyentes que aún no usan o consumen la plataforma digital.

Otro punto que vale la pena mencionar sería que se desarrollará la aplicación de Tik tok, debido a que si se observa hoy en día tanto jóvenes como adultos consumen los contenidos de este formato por su disponibilidad de velocidad fácil y rápido sería una adaptación a una red que es constantemente muy actualizada y con generación de contenidos Variados para los usuarios entendiendo que esta red ha emergido para conservarse por su formato y conceptualización de información.

Referencias

Abela, J. A. (2019). *Abacoenred.* Obtenido de https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/Las-t%C3%A9cnicas-de-an%C3%A1lisis-de-contenido-una-revisi%C3%B3n-actualizada.pdf

Arandes, J. A. (Junio de 2013). *Gale Onefile.* Obtenido de https://go.gale.com/ps/i.do?id=GALE%7CA450998568&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=13179535&p=IFME&sw=w&userGroupName=anon%7Ee913bef7&aty=open-web-entry

Arias, R. (2025). *La Ufm Stereo 95.2 UFPS.* Obtenido de https://laufm.ufpso.edu.co/programas

Asomunicipios. (2022). *Asomunicipios.* Obtenido de https://asomunicipios.gov.co/municipio-ocana/

Bachiller, R. (12 de Octubre de 2015). *rsefalicante.* Obtenido de http://rsefalicante.umh.es/TemasLuz/Luz12.htm

Barbero, J. M. (1991). *Facultad de periodismo y comunicación social UNLP.* Obtenido de https://perio.unlp.edu.ar/catedras/wp-content/uploads/sites/135/2020/05/de_los_medios_a_las_mediaciones.pdf

Berelson, B. (23 de Febrero de 2024). *Internet archive.* Obtenido de https://archive.org/details/contentanalysisi0000bern

Bolivar, S., Michelsen, A. L., & Torres, J. M. (29 de Noviembre de 2020). *Pressreader.* Obtenido de https://www.pressreader.com/colombia/la-opinion-

imagenes/20201129/281539408517975?srsltid=AfmBOooCW5KgEXO-HG2Rdx-J58hb3ZP8jVI7P7ygV0CTpSOPeHohRy9Z

Briones, G. (Diciembre de 2002). *Wordpress.* Obtenido de https://metodoinvestigacion.wordpress.com/wp-content/uploads/2008/02/metodologia-de-la-investigacion-guillermo-briones.pdf

Canale, M. (S.f.). *Centro Virtual cervantes.* Obtenido de https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/antologia_didactica/enfoque_comunicativo/canale01.htm

Carmona, M. L. (2021). *Repositorio comillas.* Obtenido de https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/46820

Carreño, R. L. (2003). *Biblioteca virtual Miguel de Cervantes.* Obtenido de https://www.cervantesvirtual.com/obra/analisis-de-los-portales-periodisticos-espanoles-taxonomia-de-sus-elementos-componentes--0/

Clayton, R. (S.f.). *Pdf Coffee.* Obtenido de https://pdfcoffee.com/teoria-efectos-limitados-pdf-free.html

Constitución Políitica de Colombia. (1991). *Constitución Políitica de Colombia, Artículo 20.* Obtenido de https://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-1/articulo-20

Costa, M. d., & Prata, N. (26 de Septiembre de 2017). *Intercom.* Obtenido de https://www.redalyc.org/journal/698/69868748007/html/

Dávila, J. G. (2019). *Redalyc.* Obtenido de https://www.redalyc.org/journal/4216/421664629007/html/

Diaz, R. R. (2024). *Universidad de Alicante.* Obtenido de https://rua.ua.es/server/api/core/bitstreams/f6fc0fb9-5bf9-4a13-a8f0-d71299787e9e/content

Florián, L. C. (2012). *konrad Lorenz.* Obtenido de https://repositorio.konradlorenz.edu.co/entities/publication/033427e4-ccd0-4409-9d37-d7b530f421d9

Función publica Ley 1712. (2014). Obtenido de https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=56882

García, G. H. (2020). *Repositorio Utp.* Obtenido de https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/d29c14a0-1761-40cf-931b-19634da02c67/content

Hernández, F., & Caro, J. E. (2018). *Camara de representantes.* Obtenido de https://www.camara.gov.co/sites/default/files/2020-03/P.L.032-2018C%20%28450%20A%E2%80%A2OS%20OCA%E2%80%A2A%29.docx

Hernández, R. (15 de Septiembre de 2019). *Radio Nacional de Colombia.* Obtenido de https://www.radionacional.co/cultura/hjn-la-primera-emisora-estatal-de-colombia

Holsti, O. (31 de Diciembre de 1968). *Scispace.* Obtenido de https://scispace.com/papers/content-analysis-for-the-social-sciences-and-humanities-xx9td37zgh

Lara, A. M. (07 de Abril de 2021). *Radio Nacional de Colombia.* Obtenido de https://www.radionacional.co/cultura/historia-colombiana/radio-educativa-en-colombia-experiencias-que-construyen-pais

Leal, L. K., & Pino, C. G. (2018). *Repositorio UFPS.* Obtenido de https://repositorio.ufps.edu.co/handle/ufps/5410

León, J. J. (Junio de 2017). *Dialnet.* Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6051809.pdf

Madin, P. L. (Noviembre de 2017). *Core.* Obtenido de https://core.ac.uk/download/pdf/326425815.pdf

mantilla, J. M. (2009). *Repositorio Institucional javeriano.* Obtenido de https://apidspace.javeriana.edu.co/server/api/core/bitstreams/6a4733c5-b591-4703-820c-1142615f21d7/content

Marconi, G. (1937). *Correos.* Obtenido de https://museopostalytelegrafico.es/guglielmo-marconi-y-el-origen-de-la-telegrafia-sin-hilos/

Marconi, G. (12 de Febrero de 2013). *Wradio.* Obtenido de https://www.wradio.com.co/noticias/actualidad/hitos-de-la-historia-de-la-radio/20130212/nota/1841089.aspx

Martín, P. A., Conde, E. S., Porto, A. V., & Villarroel, M. (9 de Mayo de 2023). *Elegant Themes.* Obtenido de https://generaciondospuntocero.com/dia-mundial-de-la-radio/

Martínez, L. A. (2007). *Unicesar.* Obtenido de https://aulaweb.unicesar.edu.co/pluginfile.php/691525/mod_folder/content/0/Unidad%20

3/Complementaria%202%20La-Observaci%C3%B3n-y-el-Diario-de-campo-07-01-19.pdf?forcedownload=1

Oliver, J. G. (19 de Febrero de 2007). *Elsevier.* Obtenido de https://www.elsevier.es/es-revista-revista-calidad-asistencial-256-pdf-S1134282X08704640

Pachacama, K. A. (8 de Octubre de 2024). *Prezi.* Obtenido de https://prezi.com/p/hbx8iy583dv5/los-procesos-y-elementos-de-la-comunicacion/

Perez, Z. P. (1 de Junio de 2011). *Redalyc.* Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/1941/194118804003.pdf

Quintana, H. A. (20 de Diciembre de 2011). *Revistas Ingenio UFPS Ocaña.* Obtenido de https://revistas.ufps.edu.co/index.php/ingenio/article/view/2171

radio, L. U. (2025). *facebook*. Obtenido de https://www.facebook.com/laufmradio?locale=es_LA

Radio, L. U. (2025). *Instagram*. Obtenido de https://www.instagram.com/laufmradio/

Radio, L. U. (2025). *Pagina web*. Obtenido de https://laufm.ufpso.edu.co/home

Radio, L. U. (2025). *YouTube*. Obtenido de https://www.youtube.com/results?search_query=UFM+ESTEREO

Radios libres. (29 de Julio de 2014). *Radios libres.* Obtenido de https://radioslibres.net/que-es-una-radio-en-linea-y-ventajas/

Ramos, N. (29 de Noviembre de 2019). *Radio Nacional de Colombia.* Obtenido de https://www.radionacional.co/cultura/el-ocanol-el-idioma-creado-por-los-ocaneros

Rangel, H. F., & Gélvez, D. R. (2018). *Repositorio Ufps.* Obtenido de https://repositorio.ufps.edu.co/bitstream/handle/ufps/2731/1330393-1330381.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ríos, L. A., & Restrepo, A. G. (Noviembre de 2022). *Repository Uniminuto.* Obtenido de https://repository.uniminuto.edu/server/api/core/bitstreams/3b20f0f8-67f2-455c-9d01-b359fedb5c8c/content

Rubio, A. B., & García, M. G. (Diciembre de 2017). *Scielo.* Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-48232017000200116

Sampieri, R. H. (2018). *Educadora de Educadores.* Obtenido de https://bellasartes.upn.edu.co/wp-content/uploads/2024/11/METODOLOGIA-DE-LA-INVESTIGACION-Sampieri-Mendoza-2018.pdf

Telencuestas. (2025). *Telencuestas.* Obtenido de https://telencuestas.com/censos-de-poblacion/colombia/2025/norte-de-santander/ocana

Thompson, I. (2022). *Merida.* Obtenido de https://www.merida.tecnm.mx/wp-content/uploads/2022/12/prueba3.pdf

Thompson, I. (S.f.). *Promonegocios.net.* Obtenido de promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html

Villamuez, S. L. (Julio de 2017). *Repositorio Unicauca.* Obtenido de http://repositorio.unicauca.edu.co:8080/bitstream/handle/123456789/539/Componente%20educativo%20de%20la%20radio%20universitaria.%20An%C3%A1lisis%20de%20las%

20emisoras%20Unicauca%20Est%C3%A9reo%20y%20Javeriana%20Est%C3%A9reo%20Cali.pdf?sequence=3&isAllowed

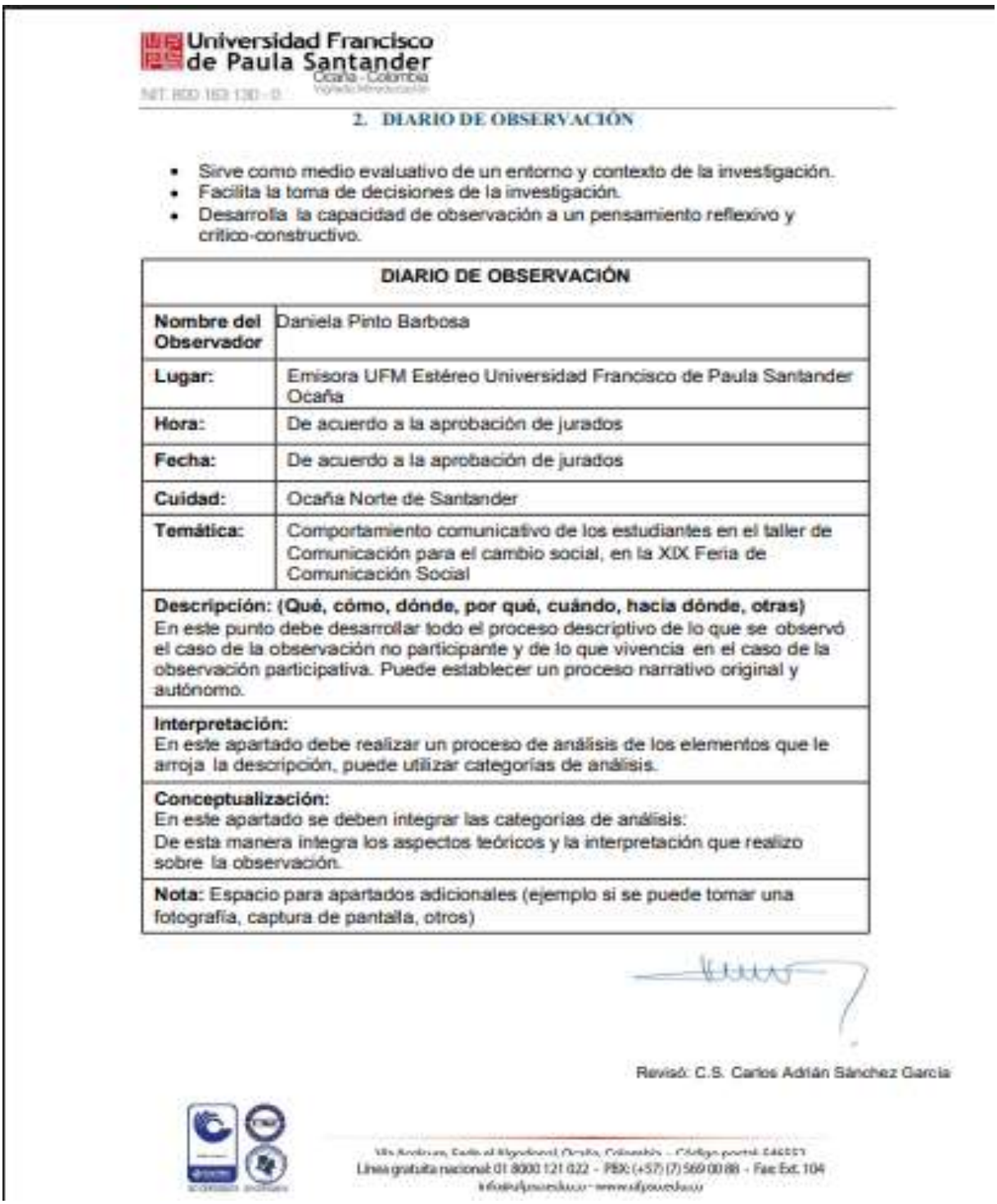
Zunino, E. (Junio de 2016). *Redalyc.* Obtenido de https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34642628006

Apéndices

Apéndice A. Metodología diario de observación

Apéndice 1

Metodología diario de observación



Universidad Francisco de Paula Santander
Ocaña - Colombia

2. DIARIO DE OBSERVACIÓN

- Sirve como medio evaluativo de un entorno y contexto de la investigación.
- Facilita la toma de decisiones de la investigación.
- Desarrolla la capacidad de observación a un pensamiento reflexivo y crítico-constructivo.

DIARIO DE OBSERVACIÓN	
Nombre del Observador	Daniela Pinto Barbosa
Lugar:	Emisora UFM Estéreo Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña
Hora:	De acuerdo a la aprobación de jurados
Fecha:	De acuerdo a la aprobación de jurados
Cuidad:	Ocaña Norte de Santander
Temática:	Comportamiento comunicativo de los estudiantes en el taller de Comunicación para el cambio social, en la XIX Feria de Comunicación Social
Descripción: (Qué, cómo, dónde, por qué, cuándo, hacia dónde, otras) En este punto debe desarrollar todo el proceso descriptivo de lo que se observó el caso de la observación no participante y de lo que vivencia en el caso de la observación participativa. Puede establecer un proceso narrativo original y autónomo.	
Interpretación: En este apartado debe realizar un proceso de análisis de los elementos que le arroja la descripción, puede utilizar categorías de análisis.	
Conceptualización: En este apartado se deben integrar las categorías de análisis: De esta manera integra los aspectos teóricos y la interpretación que realizo sobre la observación.	
Nota: Espacio para apartados adicionales (ejemplo si se puede tomar una fotografía, captura de pantalla, otros)	

Revisó: C.S. Carlos Adrián Sánchez García

Línea gratuita nacional 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88 - Fax Ext. 104

Apéndice B. Metodología de encuesta

Apéndice 2

Metodología de encuesta

Universidad Francisco de Paula Santander
Ocaña - Colombia
NIT 800 183 130 - 0

1. ENCUESTA

ENCUESTA DE ESTUDIO CONTINUO DE AUDIENCIA RADIAL

El objetivo de este cuestionario es obtener información sobre **la audiencia de la emisora UFM Estéreo** el marco del proyecto de investigación (extensión) denominado: **"Medición de la audiencia del noticiero de la emisora UFM 95.2 perteneciente a la UFPSO"**. A continuación, se le solicita información acerca de diferentes aspectos relacionados con la didáctica general utilizada y la claridad de la información trasmitida:

Observaciones previas:

- Este cuestionario tiene carácter anónimo por lo que esperamos que responda con sinceridad a las preguntas propuestas. Pedimos su colaboración y su reflexión de manera individualizada antes de contestar cada ítem ya que los resultados nos permitirán detectar los aspectos positivos y negativos para mejorar.

PREGUNTAS

1. **¿Cuál es su rango de edad?**

18 años a 34 años

35 años a 54 años

55 años a 74 años

75 ños a 95 años

Revisó: C.S. Carlos Adrián Sánchez García

2. ¿Cuál es su género?

Masculino

Femenino

3.¿Cuál es su estrato económico ?

1

2

3

4

5

6

4. ¿A qué comuna pertenece ?

Adolfo Milanés

Cristo Rey

José Eusebio Caro

Olaya Herrera

Francisco Fernández de Contreras

Ciudadela Norte

5. ¿Escucha la emisora de la universidad Francisco de Paula Santander seccional ocaña , la UFM estéreo?

Revisó: C.S. Carlos Adrián Sánchez García

Si

No

6.¿Cuál es su horario favorito para escuchar el programa Noticias UFM Estéreo?

Horario de 7:00 Am

Horario de 1:00 Pm

7. **¿Cuánto tiempo permanece escuchando el programa Noticias UFM estéreo?**

De 5 a 15 minutos

de 20 a 35 minutos

de 40 a 60 minutos

8. **En su entorno familiar ¿quién escucha las Noticias UFM estéreo?**

Adolescente

Adulto

Adulto mayor

9. **¿Con qué frecuencia escucha el noticiero?**

Diariamente

Semanalmente

Mensualmente

Nunca

10. **¿Por qué medio de comunicación usted escucha la radio?**

Radio tradicional

Youtube

Apps

Revisó: C.S. Carlos Adrián Sánchez García

Facebook

Instagram

11. ¿Qué tipo de información a usted le gusta escuchar en el programa de noticias Ufm Estéreo?

Informativo

Cultural

entretenimiento

Deportes

12. ¿Qué emisora escucha con mayor frecuencia?

UFM Estéreo

Rumba

Sabrosa Stereo

Radio Catatumbo

Ocaña Radio Colombia

Ocaña Stereo

Ocañerísima Stereo

Vallenato 100% Ocañero

DCN Radio

Ocaña Digital Radio

Colcaro Stereo

Asucap TV san Jorge Radio

Revisó: C.S. Carlos Adrián Sánchez García

13. ¿Quién es el locutor de su preferencia en el programa de noticias radiales?

Cristian Santiago

Harlen Barrios

Karen Sánchez

Marlyn Navarro

Preguntas Abiertas

14. ¿Qué le gustaría que se incluya en el noticiero de la UFM Estéreo?

15. ¿Por qué escucha la radio y no otros medios de comunicación?

Revisó: C.S. Carlos Adrián Sánchez García

Apéndice C. Presentación de resultados

Apéndice 3
Presentación de resultados



Contenidos

¿Quiénes somos?

Misión

Visión

Diagnostico

Resultados

Recomendaciones

conclusiones

Universidad Francisco de Paula Santander
Ocaña - Colombia



Te identificas!

¿Quiénes somos?

Somos un medio masivo de comunicación que interpreta , presenta y pretende dar significado amplios y aspectos de la experiencia social Actual y proponeestos significados a sus audiencias mediante mensajes reelaborados según traciones y contextos de experiencias de los individuos y grupos; con ellos se usca generar sensiblización y redefinición de las identidades locales.

Las franjas con la que contamos en este momento son radio cuidadanas , programación cultural, magazín educando a la comunidad , musicales propios de la regióny del estilo juvenil , de proteccion del medio ambiente , salud publica y cultura cidadana como tips informativos cada hora .



Misión

El medio radial de la Universidad Francisco de Paula Santander seccional Ocañal La UFM estereo , tiene como misión difundir la cultura , la ciencia y la educación en el municipio de Ocaña, atraves de un programa programación juvenil como identificación o diferenciación de la emisora ; asimismo , ser puente de interacción entre la universidad y el contexto social contribuyendo al objetivo de proyección social que persigue nuestra institución.



Visión

La UFM Estéreo para el 2025 se consolidará como la emisora alternativa de Ocaña, reconocida en el ámbito universitario y entorno social, por la divulgación de las actividades y procesos que se adelantan desde la academia, la investigación y extensión, por su programación constructiva y difusora de la cultura, por su apoyo a la construcción de una sociedad mejor informada y educada.

Diagnostico

Se realizón compañía de la Coordinadora de Noticias de la Emisora UFM Estéreo a Cargo de la comunicadora social especialista Karen Andrea Sánchez Alcocer el día 19 de septiembre en la mañana en el horario de las 9:00 a 11:00 AM.

Por medio de esa visita a la sede de la universidad que se encuentra en La avenida Francisco Fernández de Contreras. En la emisora UFM Estéreo se realizó la solicitud para recibir acceso a las páginas de la emisora al Director Raúl Fernando Arias Contreras, quien facilito el acceso a la información requerida para este trabajo investigativo. Entre estos se otorgó los permisos para ingresar a las redes sociales de Instagram y Facebook, para dar cumplimiento a los objetivos expuestos anteriormente, Donde la coordinadora de Noticias que algunos de los contenidos eran realizados por la universidad y ellos los etiquetaban para hacer más difusión de la información de interés para la comunidad.

Otro aspecto, era se buscaba impactar con lo que hablaban los invitados y que de las entrevistas de ellos mostraban algo que fuera relevante a la audiencia de la Emisora en sus contenidos.

Algo que se evidencio fue que no tienen en la actualidad un Comunity manager, que les ayude con la Emisora UFM Estéreo a subir para que dirija sus diferentes redes sociales, por lo se manifiesta que se necesita de alguien que los ayude en ese cargo.



Diagnóstico

Dentro de esta información se resaltaba que necesitaban que el uso de las redes sociales fuera más interactivo y que se involucrara a los jóvenes la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña a interactuar más con la Emisora que era un aspecto que se puede mejorar para generar más tráfico o público desde la propia alma mater.

Es necesario hacer hincapié, en realizar mejoras entorno a la página web al portal de la UFM Ocaña, principalmente en el uso de separaciones de las noticias de la universidad y las de índole regional por colores principalmente y también la actualización de contenidos de algunos programas que ya no los realizan las mismas personas o ya no se realizan.

Un aspecto que resaltaba la coordinadora es que siempre se procura visibiliza Ocaña de forma Positiva, por medio de los diferentes contenidos buscaban enriquecer desde la academia con el uso de contenidos de calidad para la audiencia pata darla las personas la capacidad de sección frente a las diferentes notas de sus publicaciones.

Un aspecto que fue muy curioso fue saber la cantidad de personas que hacen funcionar la Emisora es muy poco. Están conformadas su equipo de trabajo por cinco personas, entre las que se encuentra el director de Emisora Raúl Fernando Arias Contreras, quien posee el título técnico en comunicaciones. El puesto de Coordinador de noticias, llevado a cabo por la comunicadora social Karen Andrea Sánchez Alcocer, quien es comunicadora social y especialista. Acompañada por las comunicadoras sociales y las periodistas institucionales Mile Paola Márquez Pinzón y Norleiby Tatiana García Ballesteros y finalmente la secretaria Olga Lucia Becerra son quienes consolidan la mesa de trabajo.



Diagnóstico

La información que más atrae a las personas es el contenido informativo con un 30,8% el que genera mayor interés en su audiencia, lo que su comunidad prefiere escuchar.

Es muy significativo que la emisora sea el medio más escuchado dentro de las emisoras que integran la comunidad de radioescuchas. Y su locutor de preferencia es Raúl Fernando Arias Contreras, lo que representa un reconocimiento a todo ese trabajo arduo que se hace diariamente desde este equipo de trabajo.

Las personas lo que más desean es que se incluya una sección más variada encuentro a la música eso quiere decir que los demás aspectos que se manejan dentro de la emisora son aceptados por sus oyentes lo que significa algo positivo para este medio de comunicación institucional.

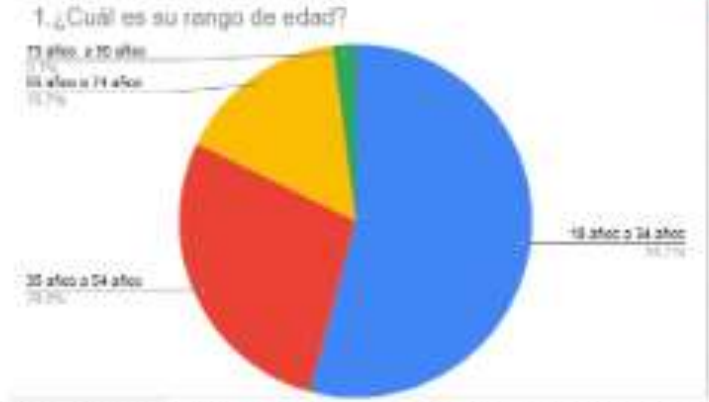
La facilidad del acceso se convirtió en un factor clave por el cual las personas prefieren escuchar y estar al día a través de este medio de comunicación que hay demostrado que se adapta para sobrevivir a nuestros días, demostrando esa capacidad camaleónica para poder sobrevivir a las amenazas tecnológicas que compiten continuamente por la atención del público. Demostrando que la radio es como un palimpsesto que reinventa de forma permanente para no perder a sus oyentes.







Resultados



Nota. Datos tomados de encuesta de estudio continuo de audiencia radial (septiembre 2025)

Los rangos de edades corresponden a una población de 18 y 34 años lo que equivale a un 54,2%, de 35 a 54 años un 28,0%, de 55 a 74 años es de 15,7% y de 75 a 95 años un 2,1%. Estos son los datos proporcionados por los encuestados pertenecientes a las 6 comunas del municipio de Ocaña.



Resultados

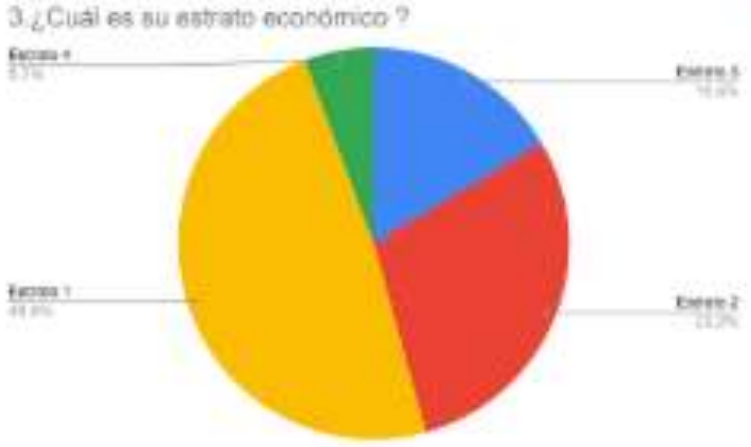
2.¿Cuál es su género?



Nota. Datos tomados de encuesta de estudio continuo de audiencia radial (septiembre 2025)

Masculino el Porcentaje corresponde a un 41.2% de la población realizada en las 8 diferentes comunas del Municipio de Ocaña. Interpretación Representa menos de la mitad de los encuestados corresponde a hombres mientras que el Femenino corresponde 58.8%, considerando estos resultados es mayor.

Resultados



Nota. Datos tomados de Encuesta de Estudio Continuo de Audiencia Radial (septiembre 2025)

En Estrato 1 el Porcentaje proporcionado por la encuesta da un resultado de 48.6% lo que permite entender un poc menos de la mitad de los encuestados pertenece a este estrato.

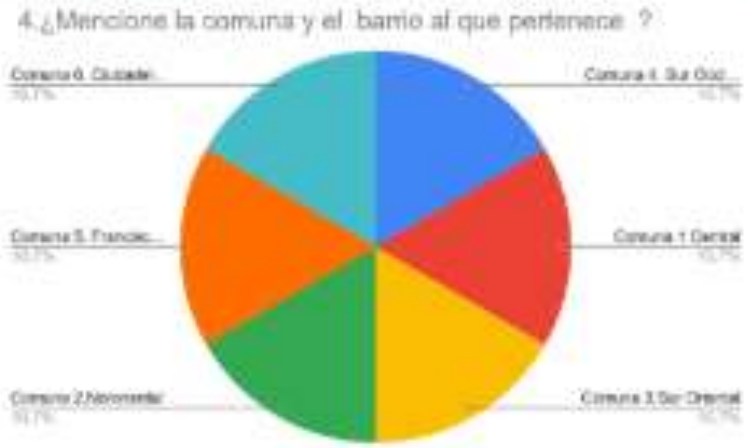
Siendo este el porcentaje o grupo más numeroso, este hace referencia a personas que poseen menores ingresos. Otro Estrato es el 2, con una cantidad de 29.2% ocupando la El segunda posición grupo al ser uno de los grupos más representados, aunque también muestra a una población con ingresos económicos aún escasos. También se destaca Estrato 3 con Porcentaje de 16.4% lo que evidencia de Menor icipación en comparación con los anteriores, pero aún significativa. entaje: 5.7% , una participación escasa , pero significativa esta ación de personas muestra a personas con ingresos medios-







Resultados



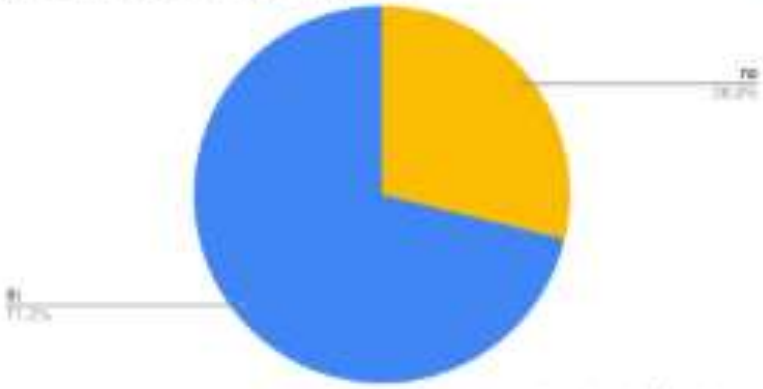
Nota. Datos tomados de Encuesta de Estudio Continuo de Audiencia Radial (septiembre 2025)

Hay Distribución Uniforme Cada segmento del gráfico representa un 16,7% del totalEsto Muestra que cada comuna fue mencionada por igual número de personas corresponidente a 64 encuestas .Hay 6 comunas diferentes representadas, lo que implica que el total de respuestas es igual.

Comunas mencionadas:Comuna 1: Central, Comuna 2: Nororiental, Comuna 3: Sur OrientalComuna 4: Sur Occidental, Comuna 5: Francisco Fernandez de Conteras y la Comuna 6: Ciudadela deportiva.Los barrios corresponden a cada uno de los diferentes barrios de las comunas no se mecionan cada uno porque tendrian una gran extensión larga para mayor información revisar instrumentos de análisis de la tesis Medición de Audiencia del Noticiero de la UFM Estéreo.

Resultados

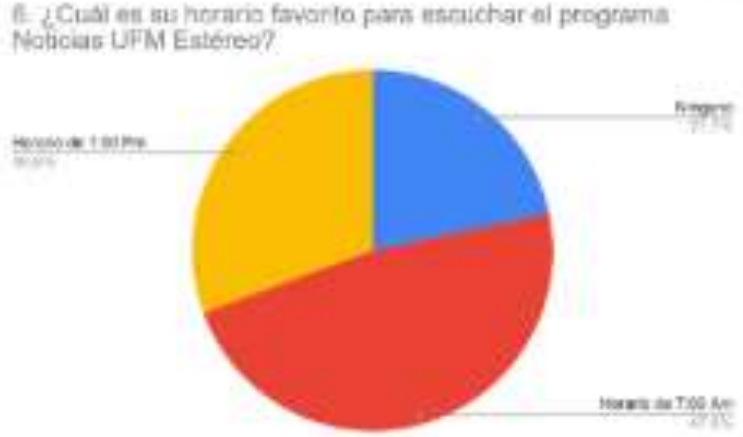
6. ¿Escucha la emisora de la universidad Paula Santander seccional Ocaña , la U FM estéreo?



Nota. Datos tomados de Encuesta de Estudio Continuo de Audiencia Radial (septiembre 2025)

En las respuestas el análisis permite conocer que la respuesta Si corresponde a 71,2% y el No sería una cantidad de 28,8% según la Interpretación permite comprender que La Mayoría de los encuestados escucha la emisora UFM estereó. existencia pero no tiene interés en el contenido y aunque tiene acceso a la información o prefiere consumir otros medios.

Resultados



Nota. Datos tomados de Encuesta de Estudio Continuo de Audiencia Radial (septiembre 2025)

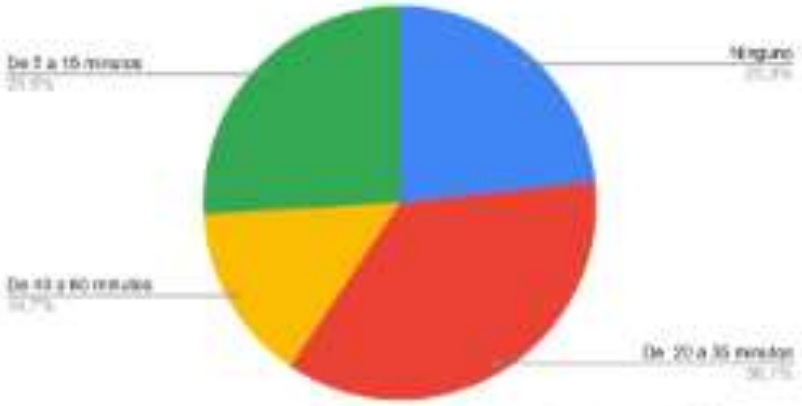
Estos resultado permite saber que El horario de 7:00 AM es el más popular, por lo que se recomienda mantener o incluso reforzar la programación matutina con contenido atractivo y de calidad.

El bloque de 1:00 PM también tiene buena acogida, y podría optimizar el contenido para repetir complementar las noticias de la mañana.

El grupo que no tiene preferencia merece atención debido a Se puede realizar hacer campañas de difusión y promoción para atraer a ese segmento.

Resultados

7. ¿Cuánto tiempo permanece escuchando el programa Noticias UFM estéreo?

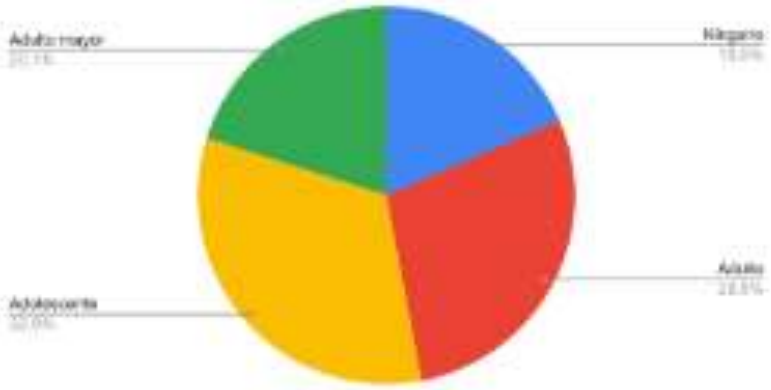


Nota. Datos tomados de Encuesta de Estudio Continuo de Audiencia Radial (septiembre 2025)

A la pregunta de cuánto tiempo permance escuchando el programa un 36,1% de los encuestados ha respondido que de 20 a 35 minutos. La población de 5 a 15 minutos 25 correspondiendo a 25,9. Ninguno es una opción que corresponde al 23,3% de los encuestados que equivale a ninguno y finalmente en el tiempo de 40 a 60 minutos es de 14,7 de los oyentes .

Resultados

8.¿En su entorno familiar ¿quién escucha las Noticias UFM estéreo?



Nota. Datos tomados de Encuesta de Estudio Continuo de Audiencia Radial (septiembre 2025)

El mayor porcentaje se encuentra en los adolescentes quienes tienen en la encuesta un porcentaje de 32,9% , otro grupo que escucha el noticiero corresponde a los adultos con un 28,5% y los adultos mayores con un 20,1%.
Al ver estos resultados permite ver que cumple llegando a la audiencia Juvenil como el principal medio usado.



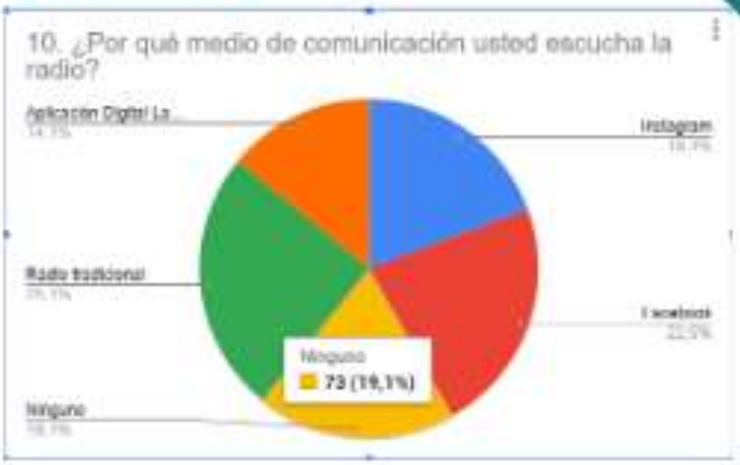
Resultados



Nota. Datos formados de Encuesta de Estudio Continuo de Audiencia Radial (septiembre 2025)

Al ver Frecuencia con que se escucha se manifiesta que las personas prefieren escuchar de forma semanal con un 31,6 diario un 29,2%, mensualmente un 18,0% y existe un 21,1% que son las personas que no lo escuchan.

Resultados

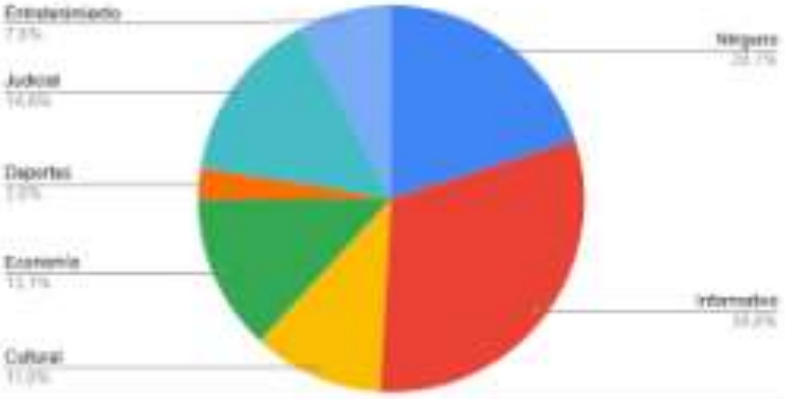


Nota. Datos tomados de Encuesta de Estudio Continuo de Audiencia Radial (septiembre 2025)

A la pregunta ¿por qué medio de comunicación usted escucha la radio? los encuestados manifiestaion que ellos lo realizan por medio la forma tradicional lo escuchan 25,1% de las personas encuestadas, Un 22,5% lo realiza a través de la red social de Facebook,por Imstagram un 19,3% de los usuarios están pendientes por este medio y pues existe una cantidad de personas que no escuchan Radio.

Resultados

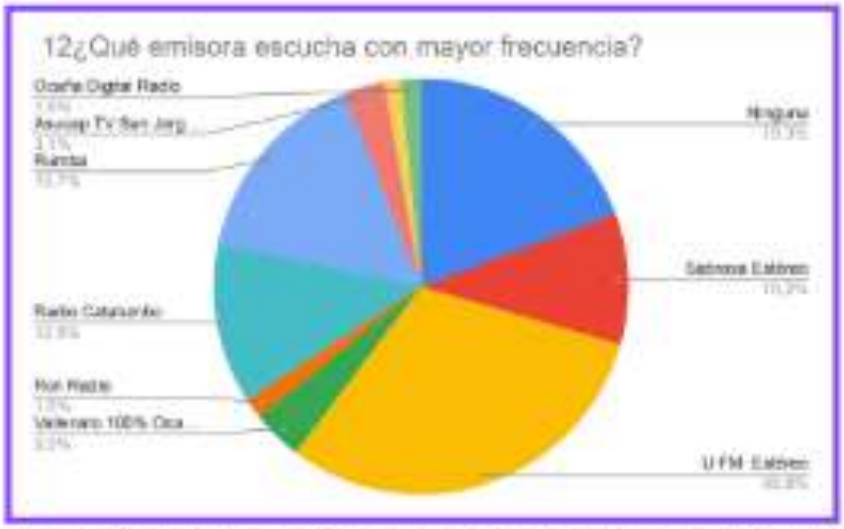
11¿Qué tipo de información a usted le gusta escuchar en el programa de noticias Ufm Estéreo?



Nota. Datos tomados de Encuesta de Estudio Continuo de Audiencia Radial (septiembre 2025)

En la pregunta 11 la información que les gusta escuchar las respuestas obtenidas fueron las siguientes tienen una preferencia por el contenido informativo estuvo en un 30,8%. Un 20,1% no escuchan ninguna categoría. En un porcentaje de 14,6% esta la información judicial, otro corresponde a Economía con un 13,1%, cultura con 11,0%, en entretenimiento 7,8%, deportes en un 2,6%.

Resultados

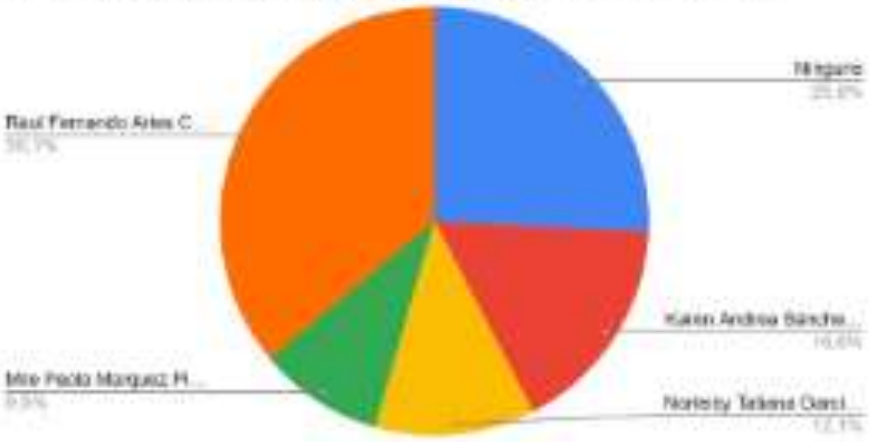


Nota. Datos tomados de Encuesta de Estudio Continuo de Audiencia Radial (septiembre 2025)

La a Emisora que escuchan con mayor frecuencia esta la UFM Estéreo en primer lugar ,luego ninguna 19,3% %, otra opción es con Rumba 15,7%, aquí se encuentra radio Catatumbo 12,5%,Vallenato 100% ocañero, 3,9% , Asucap TV San Jorge 3,1%, ocaña radio digital 1,6%.

Resultados

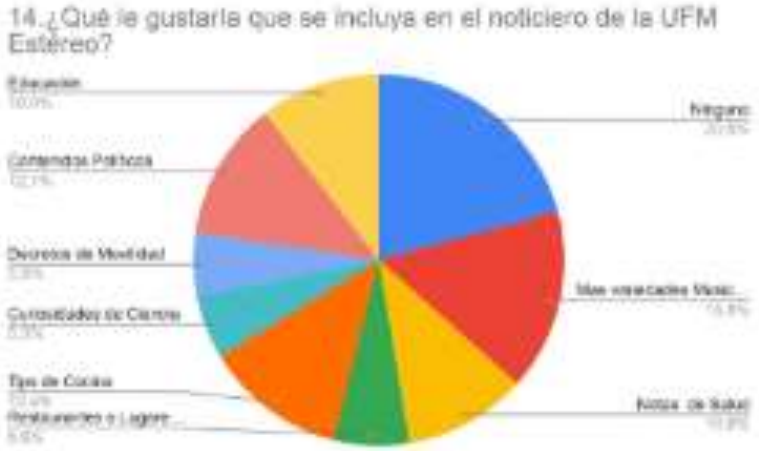
13. ¿Quién es el locutor de su preferencia en el programa de noticias radiales que usted escucha en la UFM Estéreo ?



Nota. Datos tomados de Encuesta de Estudio Continuo de Audiencia Radial (septiembre 2025)

El locutor favorito de los oyentes es Raúl Fernando Arias con un 36,1%, hay 25,8% que corresponde a ninguno señala que estas personas no tienen uno designado con un 25,8%, Karen Andrea Sanchez con un 16,6% , mientras Norleiby Tatiana García con un 12,1% y Mile Paola Marquez con un 9,5% .

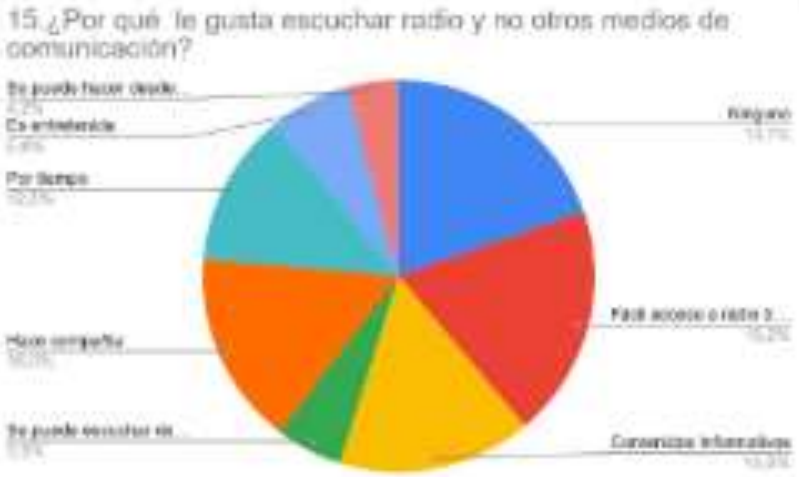
Resultados



Nota. Datos tomados de Encuesta de Estudio Continuo de Audiencia Radial (septiembre 2025)

Lo que le gustaría que se incluya en el noticiero son algunas personas no recomiendan ninguna debido a que consideran que funciona bien como se encuentra ,las variedades musicales con un 15,85 ,Tips de cocina 12,4% ,los contenidos Políticos con un 12,1%, Notas de salud 10,8%, educación 10,5%, restaurantes o lugares para visitar , decretos de movilidad 5,5% y curiosidades de ciencia 5,5%.

Resultados



Nota . Datos tomados de Encuesta de Estudio Continuo de Audiencia Radial (septiembre

A la pregunta los encuestados respondieron 19,7 no escuchan Radio , el fácil acceso a radio tradicional 19,2%, por sus contenidos informativos 16,0%, porque Hace Compañía 16,0%, 12,6% por tiempo, un 6,8% porque es entretenida y 4,2 porque se puede hacer desde cualquier lugar.

Apéndice D. Aplicación de encuestas

Apéndice 4
Aplicación de encuestas







