



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA,
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

La divulgación de productos comunicacionales por parte del Departamento de Comunicación Social del Gobierno Provincial de Loja, sobre El Proyecto Eólico Villonaco en la Provincia de Loja y su incidencia en las alumnas del Instituto tecnológico superior Beatriz Cueva de Ayora año lectivo 2012- 2013. Sección matutina. Lineamientos Alternativos.

Proyecto de tesis previa a la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social.

AUTOR

LUIS JAVIER ONTANEDA VIVANCO

DIRECTOR

MG. SYBEL ONTANEDA ANDRADE

LOJA - ECUADOR

2013

CERTIFICACIÓN

Mg.

Sybel Ontaneda Andrade

DOCENTE DE LA CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

CERTIFICA:

Haber asesorado, revisado y orientado en todas sus partes el desarrollo de la investigación: **La divulgación de productos comunicacionales por parte del Departamento de Comunicación Social del Gobierno Provincial de Loja, sobre El Proyecto Eólico Villonaco en la Provincia de Loja y su incidencia en las alumnas del Instituto tecnológico superior Beatriz Cueva de Ayora año lectivo 2012- 2013. Sección matutina. Lineamientos Alternativos.** De la autoría de sr. Luis Javier Ontaneda Vivanco, por reunir las condiciones de fondo y forma, autorizo proseguir los trámites legales pertinentes para su presentación y defensa.

Loja, Septiembre de 2013.



Mg. Sybel Ontaneda Andrade

Director de Tesis

AUTORÍA

Yo, Luis Javier Ontaneda Vivanco declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

Autor: Luis Javier Ontaneda Vivanco

Firma:



Cédula: 110474675-3

Fecha: Loja, 27 de septiembre de 2013

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO.

YO, Luis Javier Ontaneda Vivanco, declaro ser autora de la tesis titulada: **La divulgación de productos comunicacionales por parte del Departamento de Comunicación Social del Gobierno Provincial de Loja, sobre El Proyecto Eólico Villonaco en la Provincia de Loja y su incidencia en las alumnas del Instituto tecnológico superior Beatriz Cueva de Ayora año lectivo 2012- 2013. Sección matutina. Lineamientos Alternativos.** Como requisito para optar el grado de: Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repertorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, al 1 día del mes de Octubre del dos mil trece. Firma el autor

Firma:

Autor: Luis Javier Ontaneda Vivanco

Cédula: 1104746753

Dirección: Juan José Peña y Miguel Riofrio

Correo Electrónico: Luisjavierov@hotmail.com

Teléfono: 2561447

Celular: 0992189276

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Mg. Sybel Ontaneda

Tribunal de grado: Mg. Ángel Cabrera

Presidente del Tribunal

Mg. Michellé Áldean

Miembro del Tribunal

Mg. Alba Valarezo

Miembro del Tribunal

DEDICATORIA

A mis padres quienes son mi pilar fundamental en mi vida y me han brindado su apoyo incondicional.

Luis Javier

ESQUEMA DE CONTENIDOS

- PORTADA
- CERTIFICACIÓN
- AUTORÍA
- CARTA DE AUTORIZACIÓN
- DEDICATORIA
- ESQUEMA DE CONTENIDOS
 - a. Título
 - b. Resumen (summary)
 - c. Introducción
 - d. Revisión de Literatura
 - e. Materiales y Métodos
 - f. Resultados
 - g. Discusión
 - h. Conclusiones
 - i. Recomendaciones
 - j. Bibliografía
 - k. Anexos
- Propuesta
- Proyecto de Tesis
- Índice

a. Título

LA DIVULGACIÓN DE PRODUCTOS COMUNICACIONALES POR PARTE DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO PROVINCIAL DE LOJA, SOBRE EL PROYECTO EÓLICO VILLONACO EN LA PROVINCIA DE LOJA Y SU INCIDENCIA EN LAS ALUMNAS DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR BEATRIZ CUEVA DE AYORA AÑO LECTIVO 2012- 2013. SECCIÓN MATUTINA. LINEAMIENTOS ALTERNATIVOS.

b. Resumen

El Objetivo General que se planteó fue: Analizar la incidencia de la divulgación de productos comunicacionales del proyecto eólico en la provincia de Loja en las alumnas del Instituto tecnológico superior Beatriz Cueva de Ayora, sección matutina, año lectivo 2012- 2013.

Lo métodos utilizados en la elaboración del siguiente trabajo investigativo fueron: el Científico, Inductivo, Analítico y Modelo Estadístico, que permitieron realizar la discusión y verificación de las variables propuestas. Además se emplearon dos instrumentos: una encuesta aplicada a 313 alumnas del Instituto Tecnológico Superior Beatriz Cueva de Ayora para indagar y aportar a la difusión de la información del Proyecto Eólico Villonaco en la Provincia de Loja a través del Departamento de Comunicación Social y dirigida por la Empresa Enersur. Y tres entrevistas: a la Directora del Departamento de Comunicación Social del Gobierno Provincial de Loja, al Licenciado en ciencias de la Comunicación Social Elvis Merino. Y al Licenciado Galo Jiménez, Rector del Establecimiento Educativo.

De la Encuesta aplicada a las 313 alumnas de Instituto Beatriz Cueva de Ayora el 100 % manifestó que no tienen conocimiento de los beneficios que puede ofertar un parque Eólico y el 98% Indicó que Sí han visto el Proyecto Eólico Villonaco mientras que el 2% señaló que No lo conocen.

De las entrevistas realizadas a: La Licenciada María Eliza Coello Directora del Departamento de Comunicación Social del Gobierno Provincial de Loja se pudo analizar la incidencia de los productos comunicacionales, los cuales están dirigidos a medios de Comunicación Local como; Televisión: Ecotel TV. Radio: Ecuasur, Centinela del Sur y Radio Zapotillo. Y medios impresos: Diario la hora y Centinela del Sur. Hasta la actualidad no se ha realizado ningún producto comunicacional dirigido al Colegio Beatriz Cueva de Ayora.

De acuerdo con los objetivos planteados y los resultados obtenidos de los instrumentos aplicados se concluye la investigación con una propuesta de socialización y creación de productos comunicaciones para la divulgación de información del Proyecto Eólico Villonaco en el instituto Tecnológico Superior Beatriz Cueva de Ayora.

Summary

This research refers to : The dissemination of communication products by the Department of Social Communication from Loja Provincial Government on Villonaco The Wind Project in the Province of Loja and its impact on the students of higher technological institute Beatriz Cueva de Ayora year school from 2012 to 2013 . Section morning. Alternative Guidelines.

The general objective that arose was: Analyze the impact of the disclosure of communications products wind project in the province of Loja in the students of higher technological institute Beatriz Cueva de Ayora , Section morning , school year 2012-2013 .

The method used in the preparation of the following research work were: Scientific, Inductive, Analytical and Statistical Model , which allowed for discussion and verification of the proposed variables . Also used two instruments : a survey of 313 students from the Technological Institute Beatriz Cueva de Ayora to investigate and contribute to the dissemination of information Villonaco Wind Project in the Province of Loja through the Department of Social Communication and directed by the Enersur Company . And three interviews : the Director of the Department of Social Communication of the Provincial Government of Loja , the Bachelor of Science in Social Communication Elvis Merino. And Galo Bachelor Jimenez, Rector of Educational Establishment.

Survey applied to students of Institute 313 Beatriz Cueva de Ayora 100 % said that they are unaware of the benefits it can offer a wind farm and 98% indicated they have seen Villonaco Wind Project while 2 % said know him .

From interviews with : The Bachelor Mary Eliza Coello Director, Department of Social Communication of the Provincial Government of Loja were able to analyze the impact of communication products , which are aimed at Local communication media such as ; Television: Ecotel TV . Radio: Ecuasur , South Centinela and Radio Zapotillo . And print: Journal Sentinel when and South . To date no product has been no communication directed to the College Beatriz Cueva de Ayora .

According to the objectives and results of the instruments applied research concludes with a proposal for socialization and communications product disclosure Villonaco Wind Project in Higher Technological Institute Beatriz Cueva de Ayora.

c. Introducción

La presente investigación hace referencia al estudio de **La divulgación de productos comunicacionales por parte del Departamento de Comunicación Social Del Gobierno Provincial de Loja, sobre El Proyecto Eólico Villonaco en la Provincia de Loja y su incidencia en las alumnas del Instituto tecnológico superior Beatriz Cueva de Ayora año lectivo 2012- 2013. Sección matutina. Lineamientos Alternativos.**

La divulgación de productos de productos comunicacionales por parte del Departamento de Comunicación Social del Gobierno Provincial de Loja, sobre el Proyecto Eólico Villonaco ha sido difundida en medios de comunicación local Televisivos: Ecotel tv, Radiales: Ecuasur, Centinela del Sur y Radio Zapotillo y en medios impresos: Diario la Hora y Diario Centinela

También han realizado posters, gorras, llaveros y esferos todos direccionados a un público no determinado. Por el momento no se ha realizado ningún proyecto de divulgación de información en el Instituto Beatriz Cueva de Ayora, Sección Matutina.

La Falta de información por parte de las alumnas de Instituto Tecnológico Beatriz Cueva de Ayora se debe a que no está incluido en la malla curricular en las materias de Física O Ciencias Sociales, de octavo a tercero de Bachillerato el tema sobre Energía Eólica y a su vez el desinterés de las estudiantes por saber y del Departamento de Comunicación Social por divulgar productos comunicacionales del primer Proyecto Eólico del Ecuador.

Para el desarrollo de la investigación se planteó los siguientes objetivos específicos: Indagar puntos determinantes que contengan aportes para el desarrollo del Proyecto Eólico Villonaco en la Provincia de Loja que ejecuta el Gobierno Provincial de Loja a través de la empresa Pública Enersur. Identificar las fuentes de información del Proyecto Eólico Villonaco en la Provincia de Loja y nuevos mecanismos de comunicación útiles para el Conocimiento de los estudiantes y Construir lineamientos alternativos que aporte a la difusión de la información del Proyecto Eólico Villonaco en la Provincia de Loja en el Instituto Beatriz Cueva de Ayora de la Ciudad de Loja.

Los métodos utilizados en la elaboración del siguiente trabajo investigativo fueron: el Científico, Inductivo, Analítico y el Modelo Estadístico. Se emplearon dos instrumentos: una encuesta aplicada a 313 alumnas del Instituto Tecnológico Superior Beatriz Cueva de Ayora. Para indagar y aportar a la difusión de la información del Proyecto Eólico Villonaco en la Provincia de Loja a través de la Empresa Enersur. Y tres entrevistas: a la Licenciada María Eliza Coello Directora del Departamento de Comunicación Social del Gobierno Provincial de Loja, al Licenciado en ciencias de la Comunicación Social Elvis Merino, para lograr un comentario de la importancia de la divulgación de información del proyecto Eólico Villonaco. Y al Licenciado Galo Jiménez, Rector del Establecimiento Educativo, para analizar la divulgación de información en el colegio sobre el proyecto energético. Se pudo concluir que el 98% de Las alumnas del Instituto

Tecnológico Superior Beatriz Cueva de Ayora han visto Proyecto Eólico en la Provincia de Loja, pero no tienen conocimiento de cómo funciona y que efectos sociales, culturales, ambientales, turísticos y energéticos trae consigo el plan energético y que por medio de la red social Facebook es el medio de comunicación que más usan las jóvenes del Colegio Beatriz Cueva de Ayora para mantenerse informadas.

El marco teórico hace referencia a: Qué es la divulgación, información y Comunicación, al Gobierno Provincial de Loja sus niveles de operatividad, al Departamento de Comunicación Social del Gobierno Provincial de Loja y a su empresa Enersur; productos y proyectos que ejecutan del Proyecto Eólico Villonaco, a su vez los impactos socioculturales y energéticos del parque eólico y al Colegio Beatriz Cueva de Ayora.

d. Revisión de Literatura

COCEPTO DE DIVULGACIÓN

Hacer que un hecho, una noticia, una lengua, un conjunto de conocimientos, etc., llegue a conocimiento de muchas personas. Aventar, airear, difundir. ¹

<http://es.thefreedictionary.com/divulgar>

La divulgación o alta divulgación, es una práctica académica ligada a la transferencia o extensión. Exige a los investigadores, a los expertos en cualquier tema, describir, contar o explicar un tema a lectores interesados pero no necesariamente especializados.

¿QUÉ ES INFORMACIÓN?

- Noticia o conjunto de noticias que se comunica o se conoce.
- Proceso por el que este conjunto de noticias se da a conocer a las personas.

La información está constituida por un grupo de datos ya supervisados y ordenados, que sirven para construir un mensaje basado en un cierto fenómeno o ente. La información permite resolver problemas y tomar decisiones, ya que su aprovechamiento racional es la base del conocimiento.

Por lo tanto, otra perspectiva nos indica que la información es un recurso que otorga significado o sentido a la realidad, ya que mediante códigos y

conjuntos de datos, da origen a los modelos de pensamiento humano.²

<http://definicion.de/informacion/#ixzz2RLcNdAMc>

La palabra informar es un término que empleamos con frecuencia en nuestro idioma para expresar aquella acción a través de la cual una persona da cuenta de algún hecho, evento, acontecimiento, a otra que lo desconoce, es decir, nos pone en conocimiento de alguna noticia.

Cabe destacarse que esta referencia se aplica tanto para la comunicación de hechos o de cuestiones personales como de hechos que ostentan una relevancia nacional o mundial, siendo en este último caso tarea de los medios de comunicación de masas como la radio, la televisión, los diarios, la difusión de éstos.

En tanto, este sentido de la palabra constituye la esencia básica de la actividad periodística, ya que la misma consiste en mostrarle, poner en conocimiento de la audiencia, del público, determinadas situaciones, cuestiones, que afectan el bien común y la vida de la sociedad en la cual viven.

La actividad de informar transmite lo que se conoce como información, que implica a un conjunto de datos que sufrieron un proceso de edición y que se convirtieron en un mensaje que se dará a conocer a través de un medio de

comunicación masiva. Obviamente, la información incrementará el conocimiento de una persona acerca del tema sobre el cual se informa.

¿QUÉ ES COMUNICACIÓN?

Un primer acercamiento a la definición de comunicación puede realizarse desde su etimología. La palabra deriva del latín *communicare*, que significa “compartir algo, poner en común”. Por lo tanto, la comunicación es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de la comunicación, las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto.

El proceso comunicativo implica la emisión de señales (sonidos, gestos, señas, etc.) con la intención de dar a conocer un mensaje. Para que la comunicación sea exitosa, el receptor debe contar con las habilidades que le permitan decodificar el mensaje e interpretarlo. El proceso luego se revierte cuando el receptor responde y se transforma en emisor (con lo que el emisor original pasa a ser el receptor del acto comunicativo).

En el caso de los seres humanos, la comunicación es un acto propio de la actividad psíquica, que deriva del pensamiento, el lenguaje y del desarrollo de las capacidades psicosociales de relación. El intercambio de mensajes (que puede ser verbal o no verbal) permite al individuo influir en los demás y a su vez ser influido.

Se pueden señalar tres tipos de comunicación:

- Comunicación Interpersonal – aquella en la que se interactúa con otros individuos, es decir, se establece un diálogo con ellas. Es la forma de comunicación más primaria, directa y personal.
- Comunicación Masiva – toda aquella que se realiza a través de los medios de difusión de información, como el radio, televisión, periódicos, revistas e internet.
- Comunicación Organizacional – esta comprende la interna y la externa.

- **COMUNICACIÓN EXTERNA**

Esta tiene que ver con los públicos externos, es decir, consumidores, representantes o distribuidores, proveedores, agencias gubernamentales y legisladores, etc. Esta comunicación involucra tres elementos: el transmisor, el medio de comunicación y el receptor. La efectividad de la comunicación depende de estos tres. Si el transmisor es incompetente o el mensaje poco claro, el receptor no entiende el significado de la señal y ha fracasado el proceso de la comunicación.

- **COMUNICACIÓN INTERNA**

Se refiere al intercambio entre la gerencia de la organización y los públicos internos, es decir, empleados. Su función es hacer del conocimiento de los empleados lo que piensa la gerencia y que la gerencia también sepa el

pensamiento de los empleados. La comunicación interna presenta difíciles problemas en una compañía grande, ya que debe ser transmitida por conducto de varios niveles de autoridad. En la transmisión, el significado del mensaje con frecuencia es mal entendido. En ocasiones los supervisores y trabajadores no interpretan la comunicación en el sentido de la intención de la gerencia, o ésta no está dispuesta a explicar políticas y acciones.

GOBIERNO PROVINCIAL DE LOJA

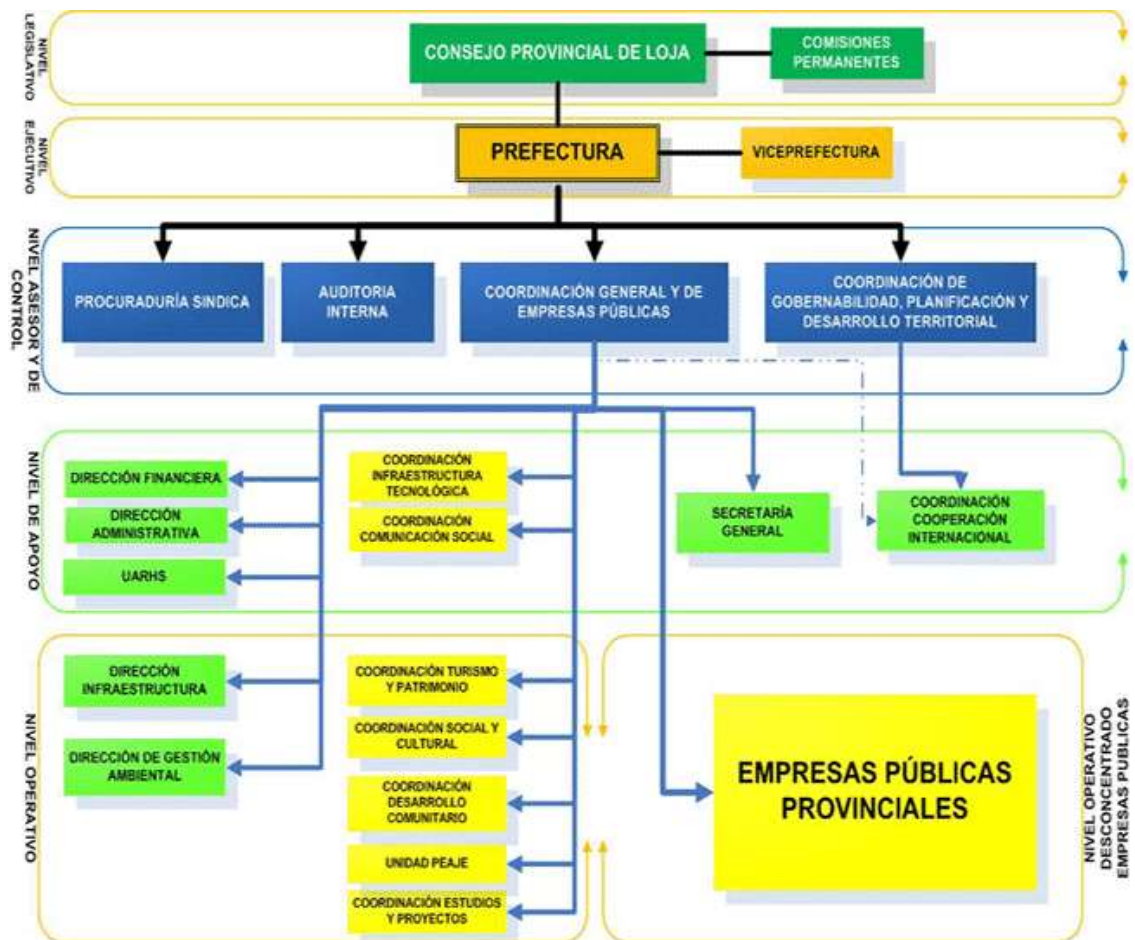
El Consejo Provincial de Loja como anteriormente se lo denominada y en el tiempo reciente como Gobierno Provincial inicia en Loja el 6 de Febrero de 1946, con el Dr. Alberto Burneo de Presidente. ³ ABAD, Emperatriz; Diagnóstico Institucional del Honorable Consejo Provincial de Loja 1996, Pág. 11.

Actualmente el Ing. Rubén Alejandro Bustamante Monteroses el mandatario provincial de Loja, siendo electo mediante el ejercicio del voto popular. Así mismo el Dr. Jorge Mauricio Jaramillo Villamagua complementa el binomio gobernante.

Con el fin de mejorar cada vez más en el progreso de la provincia a nivel cultural, social y político el gobierno provincial de Loja cuenta con cinco niveles:

- ❖ Nivel Legislativo.
- ❖ Nivel Ejecutivo
- ❖ Nivel Asesor y de Control

- ❖ Nivel de Apoyo
- ❖ Nivel Operativo
 - Nivel Operativo Desconcentrado Empresas Públicas.



Fuente: tomado del libro Comunicación Organizacional del Gobierno Provincial de Loja

Investigador: Luis Ontaneda

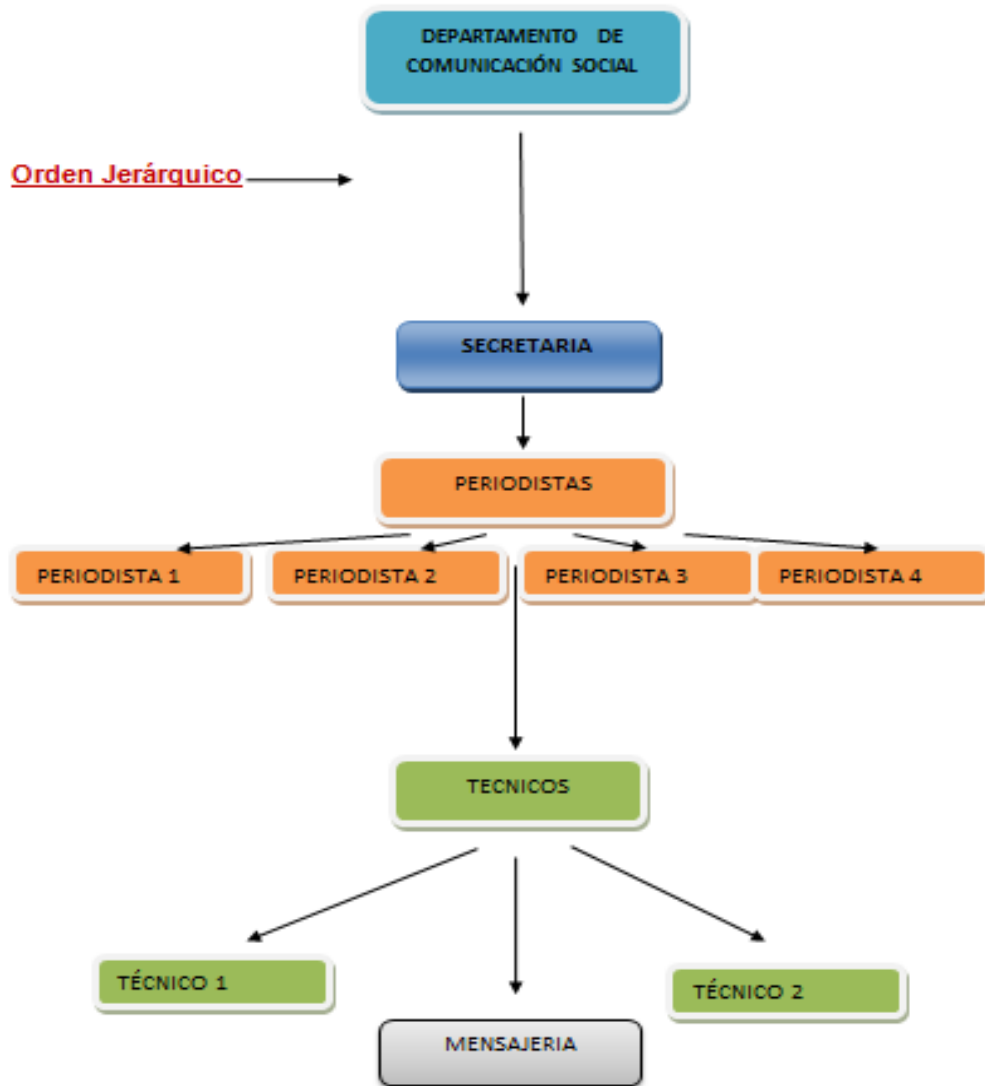
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO PROVINCIAL DE LOJA

MISIÓN

La política de la Coordinación de Comunicación Social consiste en planificar, organizar y dirigir la comunicación institucional a lo interno y externo del Gobierno Provincial, garantizando la transparencia y honestidad en la información, como un aporte a la buena imagen de la Institución y desarrollo de la provincia.

VISIÓN

La Coordinación de Comunicación Social fortalece los procesos de comunicación institucional para generar una nueva imagen institucional, mediante la aplicación y reformas de la estructura orgánica-funcional de la Institución, en ella se involucran sus direcciones, coordinaciones y más dependencias, a través de planes, programas y proyectos de desarrollo provincial.



Fuente: tomado del libro Comunicación Organizacional del Gobierno Provincial de Loja

Investigador: Luis Ontaneda

Conformación del Departamento de Comunicación Institucional

Nombre del personal técnico y/o administrativo	Formación profesional y académica	Responsabilidades que cumple
- Sra. María Eliza Coello	Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social	Coordinadora de Comunicación Social
- Sr. Lucia Vivanco	Egresada en Ciencias de la Comunicación Social	Secretaria de Comunicación Social
- Sr. Elvis Merino	Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social	Periodista de la Dirección de Comunicación Social
- Sr. María Fernanda Rojas	Egresada en Ciencias de la Comunicación Social	Periodista de la Dirección de Comunicación Social
- Lic. Miguel Sánchez	Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social	Periodista de la Dirección de Comunicación Social
- Sr. Nilo Valarezo	Egresado en Ciencias de la	Periodista de la Dirección de

	Comunicación Social	Comunicación Social
- Sr. Marco Sánchez	Nivel Académico Secundario	Técnico de la Dirección de Comunicación Social
- Sr. Franz Coronel	Nivel Académico Secundario	Técnico de la Dirección de Comunicación Social
- Señorita Tania Pucha (Persona Especial-Salud)		Colaboradora de Mensajería de la Dirección de Comunicación Social

Fuente: Plan de trabajo laboral del Departamento de comunicación social del GPL

Investigador: Luis Ontaneda

ENERSUR. E. P

MIEMBROS DIRECTORIO

- PRESIDENTE:

Ing. Rubén Bustamante Monteros, Prefecto Provincial de Loja

RELACIONES EXTERNAS:

- Relación con medios radiales, impresos y televisivos de la Provincia de Loja
Proyectos de Difusión, Información y Publicidad del Departamento de Comunicación Institucional del Gobierno Provincial de Loja

PRODUCTOS Y PROYECTOS DEL PROYECTO EÓLICO VILLONACO

- Difusión del accionar a través de boletines informativos
- Producción de informativo semanal para TV y radio
- Programa radial
- Producción de cuñas y spots
- Coordinación de sesiones itinerantes
- Producción de documentales turísticos
- Rotulación de proyectos y programas de desarrollo en la provincia de Loja

PROYECTO EÓLICO VILLONACO

El Proyecto Eólico Villonaco, dentro de su programa de investigaciones para incentivar el aprovechamiento de los recursos naturales renovables en la región sur del país, comprende:

1. Adquirir los conocimientos, habilidades, herramientas y competencias necesarias para el planeamiento, construcción y operación de parques eólicos, previa la realización de estudios de factibilidad de los sitios escogidos.
2. Promover el Plan Eólico Provincial, mediante la instalación de una red regional de estaciones de medición y realizar los análisis e investigaciones necesarias para determinar el verdadero potencial eólico de la provincia de Loja. en las Comunidades
3. Iniciar la participación comunitaria para lograr una concientización sobre las ventajas para el medio ambiente que se obtienen, por el uso de mecanismos limpios.
4. Crear un Centro de Interpretación de Energías Renovables, con la intención de investigar el tema de la energía eólica a nivel mundial y en el país, y como actividades inmediatas la elaboración y discusión de propuestas para mejorar el marco regulatorio vigente.

Para la selección del sitio para emplazamiento del Proyecto se tuvieron en cuenta factores como: recurso eólico, compatibilidad con el entorno, conexión a la red eléctrica del sistema nacional. También se analizó, el no interferir con las actividades cotidianas de las comunidades cercanas, zonas de cultivos, etc.

Villonaco es un proyecto de gran interés regional, pues es el primer parque eólico que se construirá en el País. Comprende la instalación de aproximadamente 12 aerogeneradores, cada uno con 60 metros de altura y tres aspas de 31 - 38 metros de radio, distribuidos en una fila con una longitud de 2900 metros. El Proyecto tendrá una subestación de tipo encapsulada, una línea de interconexión al sistema de 4500 metros, y oficinas y bodegas temporales para la etapa de construcción. La energía generada por el Parque Eólico será despachada al Sistema Nacional Interconectado. Su emplazamiento no estará cercado, sólo la subestación de energía estará encerrada, esto por lo delicado y peligro de sus equipos.

El Parque Eólico Villonaco tendrá un costo aproximado de 33.0 millones de dólares.

IMPACTOS SOCIALES Y CULTURALES

- Generación de empleo.
- Afectación a la dinámica comunitaria local.
- Mejoramiento de calidad de vida de las comunidades.
- Aumento de ingresos para el Gobierno Provincial de Loja.

- Aporte al conocimiento tecnológico nacional.

GENERACIÓN DE ENERGÍA

El objetivo de la instalación del parque eólico es la generación de energía eléctrica a partir de unos recursos limpios y renovables en detrimento de otras fuentes energéticas de mayor riesgo ambiental. Esta actividad generará un incremento en la riqueza económica y una disminución en la generación de impactos a la atmósfera al disminuir la emisión de 1'200.000 toneladas de CO2 equivalentes.

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLOGICO “ BEATRIZ CUEVA DE AYORA”

DIRECTIVA ACADEMICA

En Loja, Cantón y provincia de Loja, el 12 de julio de 2012 el Consejo Ejecutivo del Instituto Tecnológico Superior “Beatriz Cueva de Ayora” está integrado por los siguientes miembros:

RECTOR

- Lic. Galo Jiménez (e)

VICERRECTORA

Dra. Jhonny Rojas Fernández (e)

SECRETARIA GENERAL

- María del Carmen González Parra.

MISIÓN

El ISTE-BCA en su calidad de institución educativa de nivel medio y superior tiene como misión:

- La formación integral de bachilleres, técnicas superiores y tecnólogas con alta preparación, científica, investigativa, técnica y humanística, para que puedan continuar estudios superiores, integrarse activamente al mundo del trabajo y la producción, y/o desenvolverse en el seno social como personas útiles, éticas, capaces y con mentalidad transformadora de su realidad social y natural.
- Ofertar con alta calidad y con recursos tecnológicos de punta, productos y servicios educativos, técnicos y especializados, dentro del ámbito de su competencia, a las alumnas y comunidad.
- Conocer, valorar, asumir, enriquecer, desarrollar y promover la cultura, principios y valores del medio, la región y el país.
- Contribuir al desarrollo productivo de la región y el país, a través del funcionamiento eficiente y eficaz de las especialidades del bachillerato técnico y del nivel superior; e,
- Impulsar una gestión académico-administrativa dinámica, eficaz, técnica y participativa, orientada por la visión institucional y fundada en bases de datos producidos por el Instituto y centros especializados externos, para atender las demandas socioeducativas y de formación de las estudiantes y de la comunidad de influencia.

VISIÓN

El Instituto Superior Tecnológico "Beatriz Cueva de Ayora", se constituirá en uno de los centros de educación media y superior de más alta calidad y excelencia de la región sur del país. Su accionar integral estará caracterizado por: el desarrollo de procesos educativos fundamentados en corrientes psicopedagógicas modernas; la práctica de valores y derechos humanos, la justicia, la equidad social y de género, la defensa del medio ambiente; el impulso a los proyectos dirigidos hacia el desarrollo de la inteligencia y creatividad en las estudiantes; la promoción de la cultura popular, las artes y el deporte; el fomento a la investigación científica; el cultivo de la ciencia y la tecnología; la práctica de la evaluación curricular e institucional; la ejecución permanente de actividades de interacción entre los integrantes de la comunidad educativa e instituciones de su entorno; y, por la participación activo-reflexiva de sus estudiantes, docentes y egresadas en el desarrollo y cambio social.

⁴http://www.istebeatrizcueva.edu.ec/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=28&Itemid=32

e. Materiales y Métodos

CIENTÍFICO. -

El método científico es el conjunto de procedimientos lógicos que sigue y a la utilización de instrumentos en la investigación para la demostración de la

verdad. ⁵ [http://www.monografias.com/trabajos21/metodo-cientifico/metodo-](http://www.monografias.com/trabajos21/metodo-cientifico/metodo-cientifico.shtml#ixzz2f7mAzEc7)

[cientifico.shtml#ixzz2f7mAzEc7](http://www.monografias.com/trabajos21/metodo-cientifico/metodo-cientifico.shtml#ixzz2f7mAzEc7)

Permitió sistematizar datos importantes sobre el objeto de investigación y a su vez obtener conceptos específicos de especialistas como periodistas, funcionarios públicos sobre la ejecución del proyecto Eólico Villonaco y su incidencia de la divulgación de los productos comunicacionales del parque energético. Como la consecución de los objetivos y elaboración de técnicas como la encuesta y entrevista.

INDUCTIVO.-

En este método se desciende de lo general a lo particular, de forma que partiendo de enunciados de carácter universal y utilizando instrumentos científicos

Fue importante porque el problema fue estudiado de una manera general para esclarecer causas principales del y luego permitió encontrar las falencias en los procesos comunicacionales sobre el proyecto eólico Villonaco en la Provincia de Loja por medio del Gobierno Provincial de Loja y su entidad Enersur.

ANALÍTICO.-

El análisis es un método de investigación de los objetos que nos permite separar algunas de las partes del todo para someterlas a estudio

independiente. Posibilita estudiar partes separadas de éste, poner al descubierto las relaciones comunes a todas las partes y, de este modo, captar las particularidades, en la génesis y desarrollo del objeto. Todo concepto implica un análisis. <http://es.scribd.com/doc/4874136/METODOS-DE-INVESTIGACION>

Permitió realizar un análisis cauteloso de personal en el Departamento de Comunicación Social del Gobierno Provincial de Loja, además, fue un método necesario durante el proceso de investigación ya que pude aprobar los objetivos planteados.

MODELO ESTADÍSTICO

El método estadístico consiste en una serie de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación. <http://mx.answers.yahoo.com/question/index?qid=20090207121604AAE9qjF>

Sirvió para la organización de los resultados obtenidos a través de los instrumentos aplicados, los mismos que fueron representados en cuadros y gráficos estadísticos.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

ENCUESTA.-

Una encuesta es un estudio en el cual el investigador busca recaudar datos por medio de un cuestionario pre diseñado, los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, formada a menudo por

personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. [7http://es.wikipedia.org/wiki/Encuesta](http://es.wikipedia.org/wiki/Encuesta)

Aplicada a la muestra de 313 estudiantes que representan el 21% de las estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Beatriz Cueva de Ayora, Sección Matutina para lo cual se elaboró un cuestionario con preguntas cerradas y de selección.

La fórmula para obtener la muestra de la población es:

Significado

n= tamaño de la muestra

N= Población

$\sigma^2 =$ Varianza ($p= 0.5, q = 0.5; \sigma^2 = p \cdot q$)

Z= Nivel de Confianza deseado (en este caso 95% que corresponde a $z= 1,96$)

E= Limite aceptable de error

$$N = \frac{E^2 \times p \times q \times N}{E^2 (N-1) + O^2 \times p \times q}$$

$$N = \frac{4 \times 50 \times 50 \times 1436}{25 (1436-1) + 4 \times 50 \times 50}$$

$$N = \frac{14360000}{45875}$$

N= 313 encuestas

CUADRO DE POBLACIÓN

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BEATRIZ CUEVA DE AYORA		
	Muestra	
Alumnas sección matutina	Porcentaje (%)	Alumnas Encuestadas
1436	21.10%	313

Fuente: Cuadro tomado del libro de matriculación del ITSBCA Año lectivo 2012-2013

Investigador: Luis Ontaneda

ENTREVISTA.-

Es la acción de desarrollar una charla con una o más personas con el objetivo de hablar sobre ciertos temas y con un fin determinado

Fue útil para obtener información directa y de importante relevancia sobre la ejecución de divulgación de productos comunicacionales del Proyecto Eólico Villonaco mediante el Departamento de Comunicación Institucional, la información obtenida de la entrevista realizada a:

La Lcda. María Eliza Coello siendo analizada, interpretada y recolectada para la aprobación de objetivos planteados y dando respuesta y afirmación a la inexistencia de productos comunicacionales dirigidos al colegio Beatriz Cueva de Ayora.

Al Lic. Elvis Merino, se logró un comentario acertado acerca de la importancia de la divulgación de información del proyecto eólico.

Y Al Rector del Instituto Superior Tecnológico Beatriz Cueva, Lic. Galo Jiménez Para que desde su perspectiva analizar la importancia de la

divulgación de información sobre el proyecto eólico Villonaco en las alumnas del establecimiento.

f. Resultados

Gráfica N°1



ANÁLISIS CUANTITATIVO

De las alumnas encuestadas sobre el conocimiento del Parque Eólico Villonaco de la Provincia de Loja respondieron que, el 98 % SI conoce de su existencia y/o lo ha visto y el 2% señala que No.

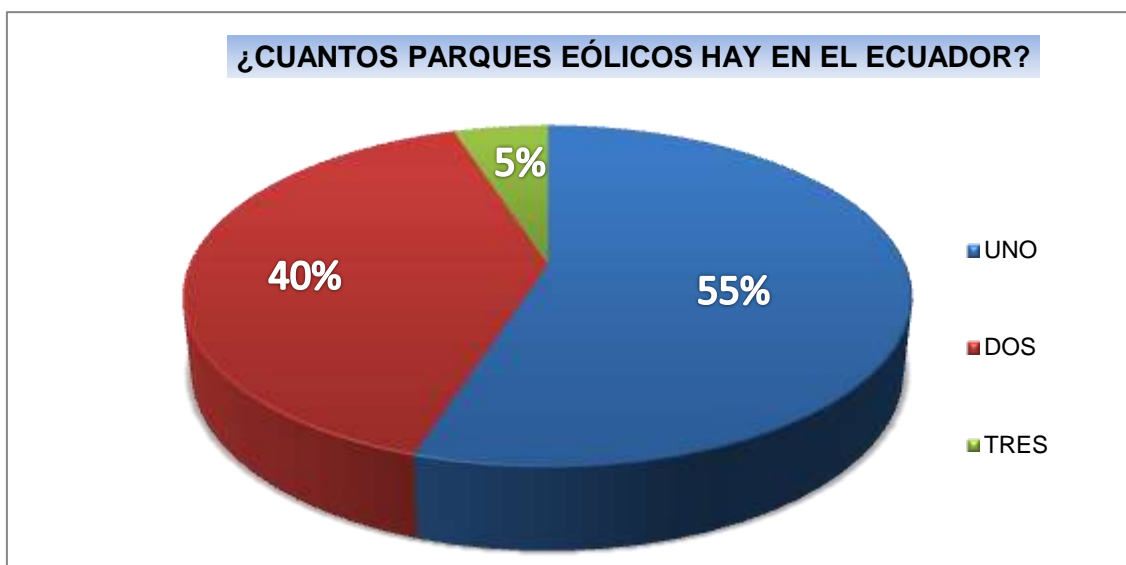
ANÁLISIS CUALITATIVO

De los estudiantes encuestados se encuentra una referencia de que si conocen este proyecto pero lamentablemente saben de el por la colocación de sus aerogeneradores que se pueden observar a simple vista desde el centro de la ciudad de Loja, ¿Cómo se desarrolló el proyecto? ¿Cuántos aerogeneradores hay? ¿Para qué sirve? Son una de las interrogantes que

no saben las adolescentes conocen sí su ubicación y el nombre donde se encuentra.

A partir de la pregunta número de dos se tomará como referencia al 98 % de las estudiantes encuestadas, al responder en afirmación la pregunta número uno. Es decir que equivale a 96 personas, ese porcentaje se lo cuantificara en los resultados al valor sobre el 100%.

Gráfica N°2



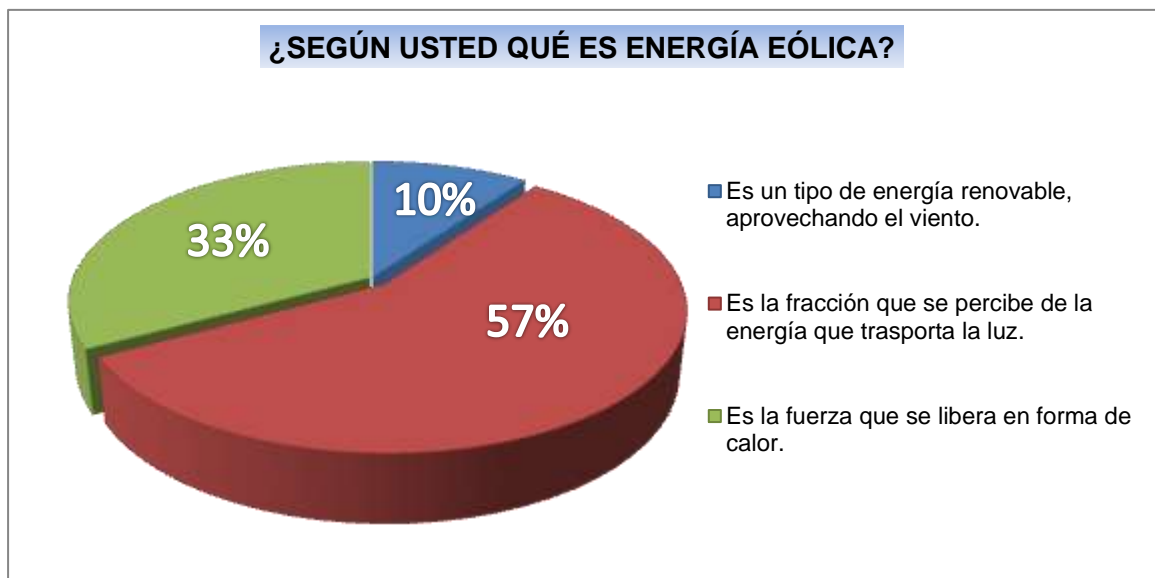
ANÁLISIS CUANTITATIVO

Al plantear la pregunta número 2 de las encuestas contestaron correctamente un 55 % afirmando que hay UN parque eólico en el Ecuador, el 40% indica que hay 2 y un mínimo de 5% señala que hay 3 Parques Eólicos.

ANÁLISIS CUALITATIVO

Es sorprendente que un dato específico, no se encuentre con seguridad en el conocimiento de las jóvenes del establecimiento, siendo el Parque Eólico Villonaco el único en el país aún generan dudas colocando que existen otros parques eólicos en ciudades de la Sierra Ecuatoriana como Quito y Cotopaxi.

Gráfica N°3



ANÁLISIS CUANTITATIVO

AL responder sobre ¿qué es la energía eólica? supieron responder, el 57% tiene un concepto que es la fracción que se percibe de la energía que transporta la luz, otro grupo que da un 33% marca que es la fuerza que libera en forma de calor y con apenas un 10% señalan la respuesta acertada que es un tipo de energía renovable, aprovechando el viento.

ANÁLISIS CUALITATIVO

En su gran mayoría de las alumnas no saben el concepto propio de lo que es una energía eólica, errando en la marcación de su respuesta en una fracción donde su energía que transporta luz y se manifiesta de la materia de diferentes maneras de forma física y material, esta es llamada energía lumínica. Siendo esta una de las llamadas energías renovables y que los grandes países como China, EEUU y Sudamérica apuestan a este tipo de energía.

Gráfica N°4

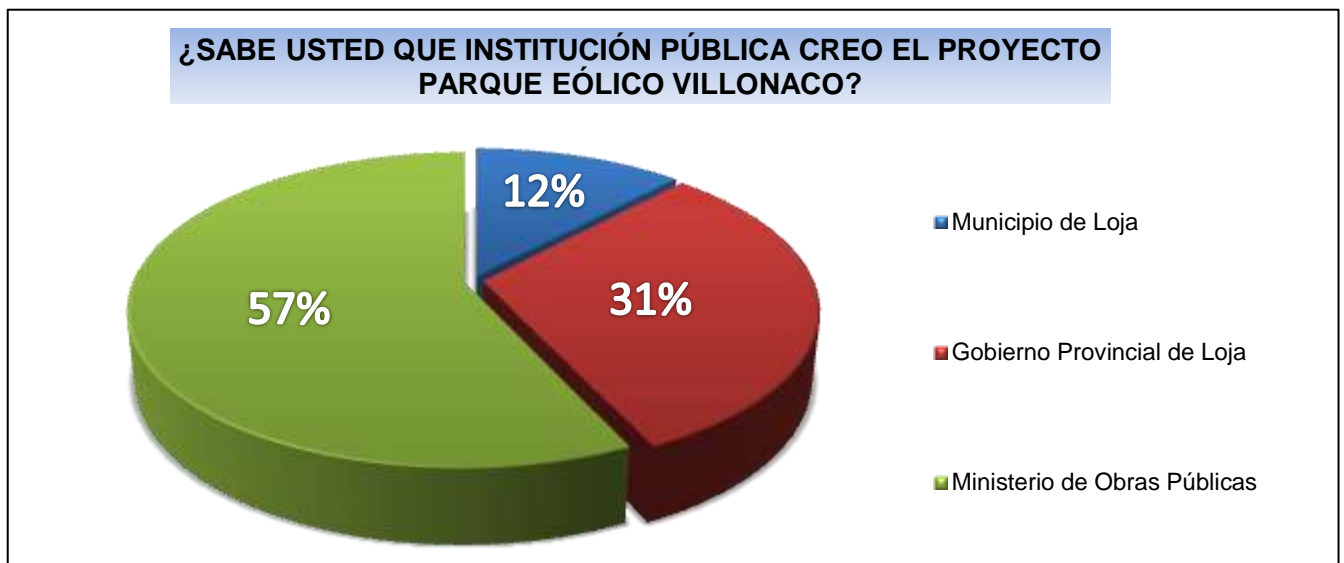


ANÁLISIS CUANTITATIVO Del 100% de las encuestadas el 88% sabe que el Cerro Villonaco es el más grande de la provincia de Loja, en cuanto un 10% no lo sabe y el resto del grupo indica una respuesta del 2%

ANÁLISIS CUALITATIVO

Las alumnas de la Institución saben que el Cerro Villonaco es el más grande de la provincia de Loja porque se han dictado horas clases sobre el tema, en la materia de estudios sociales, su mayor característica es su altura de 2.700 m.s.n.m, no obstante tienen conocimiento de porque se ha colocado ahí el parque eólico. Ni tampoco han estado ahí para conocer el proyecto que se lleva a cabo.

Gráfica N°5



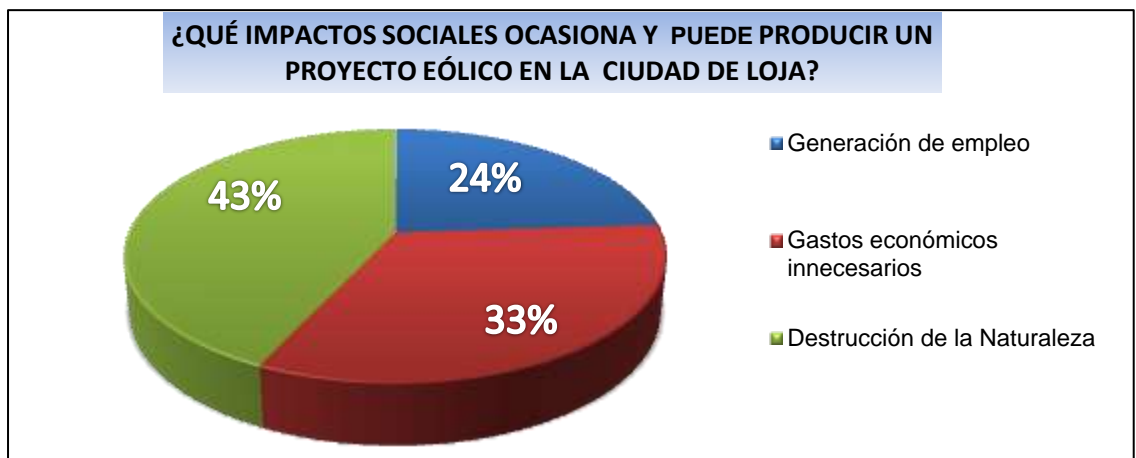
ANÁLISIS CUANTITATIVO

A la pregunta planteada el 57% piensa que el Ministerio de Obras Públicas es el creador del Proyecto Parque Eólico Villonaco, mientras que el 31% afirma que es el Gobierno Provincial de Loja y con un porcentaje del 12% revela que es el Ilustre Municipio de Loja

ANÁLISIS CUALITATIVO

El proyecto Eólico es una de los más importantes que se ha realizado en el Ecuador, siendo así el creador de esta iniciativa el Gobierno Provincial de Loja, de construir un parque de energía renovable, no es visto de esta manera, el mérito en los estudiantes del Colegio Beatriz Cueva de Ayora, sección matutina, cree que el Ministerio de Obras públicas es el creador por su semejanza a su nombre que lleva "OBRAS", esta respuesta consigue que se debe dar énfasis al realizador de esta gran obra en el país

Gráfica N°6



ANÁLISIS CUANTITATIVO

De las respuestas obtenidas se logró obtener que el 43% la Destrucción de la Naturaleza es un impacto social, el 33% son gastos económicos innecesarios y un 24% es la generación de empleo.

ANÁLISIS CUALITATIVO

Muchos de los jóvenes debido a su desconocimiento piensan que el proyecto eólico ocasionó grandes pérdidas de la naturaleza simplemente para que sea un atractivo turístico más que funcional, esto influye o es relacionada por las jóvenes con la causa que se da un mal uso a otros recursos naturales como por ejemplo la destrucción de parques de entretenimiento para la construcción de edificios.

Gráfica N°7



ANÁLISIS CUANTITATIVO

En su totalidad afirman que no han recibido enseñanza sobre el tema de energía Eólica, beneficios y contras.

ANÁLISIS CUALITATIVO

Al conocer que nunca han recibido clases ya sea temas, sociales, culturales, energéticos o turísticos sobre energía eólica en su pensum de estudio, se afirma cada vez más que las alumnas no tienen conocimiento pleno de para qué sirve ni cómo funciona este tipo y energía renovable, más aun saben para qué sirve el proyecto eólico que se encuentra en la Provincia de Loja; su conocimiento es totalmente nulo al caso.

Gráfica N°8



ANÁLISIS CUANTITATIVO

El 100 % indica que no conocen ningún producto comunicacional sobre el Parque Eólico Villonaco.

ANÁLISIS CUALITATIVO

A pesar de que existe ya productos comunicacionales sobre el proyecto eólico, no han sido dirigidos a la juventud lojana mediante los establecimientos educativos, es por ello que el los alumnos conocen el lugar donde se encuentra el proyecto, conocen que existe el parque eólico pero no conocen sus razones de ser, los medios de comunicación ayudan a la divulgación de información, en cuanto estos servicios no han sido distribuidos ni introducidos en campañas para promocionar el proyecto eólico dentro de uno de los colegios de la ciudad, en este caso el Instituto Beatriz Cueva de Ayora sección matutina. Año lectivo 2012 -2013

Gráfica N°9



ANÁLISIS CUANTITATIVO

De los productos comunicacionales presentados en la interrogante del 100 % el 78% respondió que los sitios web adjunto las redes sociales es el mecanismo apropiado para dar información sobre el Parque Eólico Villonaco, mientras que el 8% indica pancartas o letreros, un 6% revela que mediante productos como llaveros, esferos, etc. El 3 % revistas, Con un 2% cada uno prefieren correo electrónico y folletos, y con un mínimo porcentaje del 1% señala Posters.

Gráfica N°10



ANÁLISIS CUANTITATIVO

El 100 % de los encuestados indican que los mayores medios de comunicación que usan son las redes sociales. La más usada es la llamada Facebook promedio de 2 horas diarias.

ANÁLISIS CUALITATIVO

debido a una gran inserción de la tecnología en el mundo, las alumnas del Instituto Tecnológico Beatriz Cueva de Ayora sumergidas también en espacio cibernético usan las llamadas redes sociales para comunicarse con sus amigas y para obtener información de cualquier tema señalan, la más usada es la página web FACEBOOK la cual en caso obtener un espacio personal dentro de la misma sirve para observar fotografías y saber lo que las otras personas realizan y además el agrado de poder conversar por medio del “chat mediante mensajes escritos instantáneos) en caso de usar una como “pagina” ayuda para publicar lo que la empresa o institución realiza y así obtener publicidad y dar a conocer sus productos como tal.

ENTREVISTA A:

LIC. MARÍA ELIZA COELLO

Directora del Departamento de Comunicación Social del Gobierno Provincial de Loja.

El departamento de comunicación social lleva un plan de comunicación institucional, totalmente planificado con los empleados públicos que laboran dentro del mismo, es por ello que dentro de las campañas publicitarias que se realizan, está la del proyecto eólico Villonaco, por el cual se han realizado varios productos comunicacionales entre los que lo hemos promocionado en medios de comunicación interna como nuestra principal herramienta es la página web <http://www.gpl.gob.ec/>. Y también radio, televisión, medios impresos.

Hemos también realizado posters, gorras, llaveros y esferos los cuales han sido direccionados a sectores como:

➤ Televisión

Ecotel tv

➤ Radio

Ecuasur

Centinela del sur

Radio zapotillo

➤ Medios impresos

Diario la Hora

Diario Centinela

Por el momento no se ha realizado ningún proyecto de divulgación de información en el Instituto Beatriz Cueva de Ayora, Sección Matutina, ni en ningún establecimiento educativo. Por motivo de que no se ha panificado para el desarrollo de una campaña sobre el Parque Eólico en los colegios de la ciudad. Me parece una gran idea llegar a las aulas donde se podría impartir sobre la energía eólica y los parques eólicos potencializando puntos como ayuda al medio ambiente, turismo y aspectos socio-culturales.

Sería conveniente, realizarlo así las jóvenes tendrán la oportunidad de conocer los beneficios de este plan único en el País. El presupuesto está ya dado para el año 2013 y está dirigido para los medios de comunicación ya pronunciados, por lo tanto deberemos incluir en nuestro plan de trabajo las nuevas actividades que se realizaran a partir del año 2014.

LIC. ELVIS MERINO

Más que una necesidad es una obligación difundir productos comunicacionales en las unidades académicas debido a que la información que llegue a los estudiantes se podrá multiplicar por cuatro personas, esto se da a que cada alumno llevara dicha noticia a su hogar, serían los portavoces de su familia y esto provocaría un buen aporte al conocimiento del parque eólico, para ello se deben usar medios de comunicación; dirigiéndonos al mundo de la tecnología es importante usar como medio principal al internet y mediante está a las redes sociales como Facebook, twitter ya que ahí es donde mantienen la mayor atención en sus tiempos libres los jóvenes, basta decir que el Parque Eólico será el primero en el Ecuador para que ya sea tomado un valor de gran importancia, esto atraerá la atención tanto de turistas nacionales como extranjeros.

RECTOR DEL COLEGIO BEATRIZ CUEVA DE AYORA LIC. GALO JIMÉNEZ

Contribuiría a que mediante el departamento de Comunicación de Gobierno Provincial de Loja promocionen el Proyecto Parque Eólico, ubicado en la Provincia de Loja. Que nuestras alumnas tengan noción de lo que significa este gran proyecto nos generaría un aporte académico importante en nuestras alumnas, como institución estamos siempre prestos a la colaboración de nuevas iniciativas más aún si se trata de educación, hablar del Parque Eólico estamos hablando de una obra nunca antes vista en el país, y ya se lo puede catalogar como un atrayente turístico en la provincia de Loja, es por ello que todos los lojanos debemos tener idea de este parque energético.

g. Discusión

A través de la siguiente investigación y de acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada a las alumnas del Instituto Tecnológico Beatriz Cueva de Ayora de la ciudad de Loja, para analizar “Analizar la incidencia de la divulgación de productos comunicacionales del Proyecto Eólico Villonaco en la Provincia de Loja en las alumnas del Instituto Tecnológico Superior Beatriz Cueva de Ayora, sección matutina, año lectivo 2012-2013.” Haciendo referencia a la pregunta 1 donde las alumnas señalan que el 98% conocen o han visto el Proyecto Eólico Villonaco sin embargo en la interrogante número 6 con el 43 % piensa que el proyecto es implemente es una destrucción ambiental y un 33% acreditan que es un impacto social y simplemente el 24% aciertan con la respuesta de generación de empleo, llegando a la finalización y afirmación del desconocimiento del funcionamiento de un parque eólico las alumnas indican en un 100% que desconocen de las funciones de la propuesta en marcha por el Gobierno Provincial de Loja y Dirigido por la empresa Enersur.

También mediante este instrumento que sirvió para identificar las fuentes de información sobre el Proyecto Eólico Villonaco en la pregunta 8 se indica que son nulos los productos comunicacionales que han sido conocidos por las estudiantes.

De la entrevista realizada a la Licenciada María Eliza Coello, Directora del Departamento de Comunicación Social, se verificó que se han realizado

productos comunicacionales del Proyecto Eólico Villonaco en medios de Comunicación como Televisión. Radio y Medios Impresos, pero que sin embargo no se ha divulgado directamente ningún producto comunicacional a las alumnas del Instituto Superior Tecnológico Beatriz Cueva de Ayora.

Finalmente la creación de una propuesta directa y eficaz se es posible gracias a la respuesta del numeral 10 donde indican que las redes sociales son las más usadas especialmente la página denominada Facebook.

se planteó como objetivo la creación de lineamientos alternativos para aportar a la solución del este problema que dará como resultado de acuerdo a la entrevista realizada al señor Rector Galo Jiménez, la generación como aporte de nuevas iniciativas en el ámbito académico, dando a conocer sobre un proyecto eólico en sus ámbitos culturales, sociales, ambientales, turísticos y energéticos.

Por lo tanto en la presente investigación y de acuerdo con los objetivos se puede decir que la divulgación productos comunicacionales si inciden en el conocimiento de las alumnas de colegio Beatriz Cueva de Ayora.

h. Conclusiones

- El 98% de las alumnas del Instituto Tecnológico Superior Beatriz Cueva de Ayora conoce el cerro Villonaco y la existencia del Proyecto Eólico en la Provincia de Loja, y el 100% no tienen conocimiento de los beneficios socioculturales y energéticos del Parque Eólico.
- El Gobierno Provincial de Loja es el promotor del primero proyecto eólico en el País, más aún existe un juicio de valor errado en las estudiantes con un margen del 57% del establecimiento pensando que el Ministerio de obras públicas es el creador del parque eólico.
- La energía generada al Parque Eólico será despachada al Sistema Nacional Interconectado, el mayor impacto social es la generación de empleo, será un atrayente turístico para turistas nacionales y extranjeros.
- Las redes sociales como Facebook y twitter son los medios de comunicación de que más usan las jóvenes del Colegio Beatriz Cueva de Ayora. Sección Matutina.
- Las alumnas del colegio no han estudiado en ningún grado escolar sobre la energía eólica.

- Realizar una propuesta de socialización alternativa sobre el tema: **La divulgación de productos comunicacionales por parte del Departamento de Comunicación Social Del Gobierno Provincial de Loja, sobre El Proyecto Eólico Villonaco en la Provincia de Loja y su incidencia en las alumnas del Instituto tecnológico superior Beatriz Cueva de Ayora año lectivo 2012- 2013. Sección matutina. Lineamientos Alternativos.**

i. Recomendaciones

- Al departamento de comunicación social de Gobierno provincial de Loja para que realicen un plan institucional en donde se ejecuten programa de divulgación de información sobre el proyecto eólico
- Al gobierno provincial de Loja mediante su empresa Enersur y a través de su departamento de comunicación social realizar productos comunicacionales sobre el proyecto del parque eólico Villonaco dirigido a las alumnas del Instituto tecnológico Superior Beatriz Cueva de Ayora.
- Recalcar en los productos comunicacionales la importancia del proyecto por ser el primero en el Ecuador.
- Incluir a las redes sociales como medios de comunicación para informar a la juventud del colegio Beatriz Cueva de Ayora mediante la página web facebook por ser la más usada por las alumnas de la institución en la actualidad.
- A los directivos del Colegio Beatriz Cueva De Ayora para que incluyan dentro del Pensum Académico el estudio de la energía eólica.

j. Bibliografía

- Dennis L, Phillip H. Ault, Relaciones Publicas, Estrategias y Tácticas 6° edición, Pearson Educación S.A. Madrid 2001, pág. 9
- SENA, Centro de gestión administrativa y comunicación. Divulgación de Medios. México Df.
- <http://es.thefreedictionary.com/divulgar>
- <http://definicion.de/informacion/#ixzz2RLcNdAMc>
- http://www.istebeatrizcueva.edu.ec/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=28&Itemid=32
- <http://www.monografias.com/trabajos21/metodo-cientifico/metodo-cientifico.shtml#ixzz2f7mAzEc7>
- <http://fernandofdezperez.blogspot.com>
- <http://www.economiadelaenergia.com/energia-eolica/>

k. Anexos

Propuesta:

a. Tema

PROPUESTA DE SOCIALIZACIÓN Y CREACIÓN DE PRODUCTOS COMUNICACIONALES PARA LA DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN DEL PROYECTO EÓLICO VILLONACO EN EL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR BEATRIZ CUEVA DE AYORA.

b. Antecedentes

La provincia de Loja tiene como característica la calidad y la calidez absoluta de su gente quienes a través de la historia han servido de ejemplo siendo pioneros en la construcción y desarrollo no solo del sr de la patria sino del Ecuador y Sudamérica, entre las muchas acciones cívicas y de progreso podríamos señalar que en Loja, a inicios del siglo XVII, en el sector de Malacatos, un jesuita se enfermó de paludismo. Para contrarrestar el mal, el cacique indígena de la localidad, Pedro de Leiva, le dio a beber al sacerdote una cocción en agua a base de la corteza de un árbol. Sanó el jesuita y, de paso, fue llevado una buena cantidad de cascarilla. En Lima, con los polvos milagrosos de la corteza de quina sanó a muchos enfermos de paludismo y de otras dolencias. Entonces, tal medicamento llegó a ser conocido como

“polvos de los Jesuitas”.

La segunda dominación, deriva de la Condesa doña Francisca de Rivera, esposa del Conde de Chichon, Virrey del Perú. Dicha dama (en 1632 o 1638) se encontraba atacada de fiebres palúdicas en Lima y fue curada gracias al “polvo de los Jesuitas” que le fue remitido al Virrey por el Corregidor de Loja, don Juan López de Cañizares; en la misiva, el Corregidor le hacía conocer la eficacia y el modo de usar “la corteza de Loja”. Con la curación de la Condesa, la cascarilla pulverizada pasó a ser conocida con el nombre de “polvos de la Condesa”. Posteriormente, al ser introducida dicha sustancia vegetal en Europa siguió conservando los dos nombres ya mencionados.

La primera iniciativa permanente fue posible gracias a una concesión municipal en Lima. El 15 de mayo de 1886 se inauguró el primer sistema de alumbrado público eléctrico de la ciudad, potenciado por una planta de vapor de 500 HP. En 1895 se constituyó la Empresa Transmisora de Fuerza Eléctrica, que más tarde se convertiría en la Empresa Eléctrica Santa Rosa. Para 1899 se había formado la Sociedad de Alumbrado Eléctrico y Fuerza Motriz. La información existente sugiere que la segunda red de servicio eléctrico público surgió en la ciudad de 9 de Julio, provincia de Buenos Aires, en Argentina, situando la actividad formal de ésta iniciativa en el período 1892-1929. En los comienzos de los 1890 (s), la generación de energía eléctrica en Chile llegó a ser estable y permanente, principalmente por su uso en el transporte urbano. En Enero de 1893 se presentó una petición al

gobierno, apoyada por estudios de ingeniería, para establecer un tranvía eléctrico en la ciudad de Santiago. En 1897 se creó en Santiago la primera empresa de tranvías y luz.

LA GENERACIÓN DE ENERGÍA ELÉCTRICA EN LOJA

La historia de la generación de energía eléctrica en la ciudad de Loja se inicia en 1897, con la creación de la Sociedad Sur Eléctrica.

En 1929, el Ilustre Municipio de Loja autorizó a Don Adolfo Valarezo, la conformación de una nueva empresa de generación, cuyas instalaciones se encontraban en la parte norte de la ciudad de Loja en la cuenca del Río Zamora, a la altura del actual Centro de Rehabilitación Social.

El 10 de mayo de 1950, se constituye la Empresa Eléctrica Zamora S.A., conformada por el I. Municipio de Loja (60% del capital social) y la Corporación de Fomento (40% del capital social). Esta empresa se convertiría a partir del 19 de marzo de 1973 en la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A. (EERSSA), que actualmente brinda su servicio en las provincias de Loja, Zamora Chinchipe y Morona.

GENERACIÓN EÓLICA EN LOJA

La energía eólica crece de forma imparable a partir del siglo XXI, en algunos

países más que en otros, pero sin duda alguna en España existe un gran crecimiento, siendo uno de los primeros países por debajo de Alemania a nivel europeo o de Estados Unidos a escala mundial. Su auge en parques eólicos es debido a las condiciones tan favorables que existe de viento, sobre todo en Andalucía que ocupa un puesto principal, entre los que se puede destacar el Golfo de Cádiz, ya que el recurso de viento es excepcional.

A nivel de Sudamérica aún están empezando los planes para implementar esta energía en países como Argentina, Colombia, Perú. En Ecuador ya se implementó un parque eólico en la Isla San Cristóbal en Galápagos, pero en el Ecuador continental, Loja es la pionera en implementar este tipo de energía, además de ser el primer país en el mundo a desarrollarse en una altitud de 2700 metros.

c. Fundamentación

La política ecuatoriana de los últimos años se ha orientado hacia una mayor apertura a la comunidad, fomentando todas aquellas iniciativas que contemplen acciones tendientes a cumplir un importante rol en la sociedad.

La reciente creación del debate de ciencia, Tecnología, y, su aplicación en el medio ambiente amerita la socialización y concienciación que incluya a jóvenes promotores científicos que se sensibilicen con los problemas que aquejan a la comunidad y pueda existir una mayor participación de los mismos en la localidad.

d. Marco Institucional.

La institución responsable será la Empresa Pública Enersur, con sede en la ciudad de Loja a través del Departamento de Comunicación Social del Gobierno Provincia de Loja. La política de la EPE será crear diversos espacios que permitan ir ampliando el debate sobre lo que somos frente a la naturaleza cumpliendo el presagio constitucional para adquirir dentro de nuestra cotidianidad políticas que nos permitan cumplir con el buen vivir.

e. Objetivo

Crear una página en la red social Facebook con el nombre “Proyecto Eólico Villonaco” para divulgar información directa a las alumnas del Instituto Tecnológico Beatriz Cueva de Ayora e implementación de una gigantografía dando a conocer la generación de energía limpia y que es el primer Parque Eólico del Ecuador.

f. Actividades y Presupuesto

PREPARACIÓN Y MOTIVACIÓN:

- Firmas de convenios con el Colegio Beatriz Cueva de Ayora
- Realización de la gigantografía incluyendo información del Proyecto Eólico Villonaco
- Creación de una página en la red social Facebook para brindar información directa a las alumnas del colegio Beatriz Cueva de Ayora.

PRESUPUESTO		
	NUMERO	VALOR EN DOLARES
CONVENIO	1	\$50.00
GIGANTOGRAFIA	1	\$200.00
HOJAS VOLANTES O FLAYERS	5.000	\$150.00
TARJETAS DE INVITACIÓN A CONFERENCIAS.	1POR INTITUCIÓN EDUCATIVA (En caso en ser aplicada a mas instituciones se toma de referencia el millar (1.000) de tarjetas para la realización de presupuesto para las diversas actividades)	\$90.00
CREACION DE LA PAGINA WEB. FACEBOOK	Por pago de internet mensual	\$30.00
TOTAL		\$470.00

g. Mecanismo

PAGINA SOCIAL FACEBOOK

Se creará la Página en la Red Social Facebook con el nombre “Proyecto Eólico Villonaco”, la cual permitirá publicar información sobre el Parque Energético; la noticia que se mostrará en la red social también será visualizada en la página oficial de Facebook del establecimiento educativo.

Debido a que:

- el 78% de las alumnas manejan este medio de comunicación.
- son subscriptoras de la página social Beatriz Cueva de Ayora.

Por tales motivos y gracias a la opción “Publicar” que se mantendrá activa en el link de la institución se podrán divulgar las noticias de manera directa y sin necesidad de que las alumnas busquen la información porque al actualizar su “página de inicio” (observar nuevas noticias, comentarios y fotografías de sus amigos) aparecerán las informaciones del Proyecto Eólico

Villonaco.

- CREACIÓN PÁGINA “PROYECTO EÓLICO VILLONACO” EN RED SOCIAL FACEBOOK



- PÁGINA OFICIAL DE FACEBOOK DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR BEATRIZ CUEVA DE AYORA



- INDICACIÓN DE LA OPCIÓN “PUBLICAR” EN EL MURAL DEL COLEGIO BEATRIZ CUEVA DE AYORA



- DIVULGACIÓN DIRECTA DE NOTICIAS DEL PROYECTO EÓLICO VILLONACO A TRAVES DE LA PUBLICACIÓN DE LA PAGINA DEL PLAN EOLICO A LA DEL COLEGIO BEATRIZ CUEVA DE AYORA.



GIGANTROGRAFÍA EN EL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR BEATRIZ CUEVA DE AYORA

DISEÑO DE GIGANTROGRAFIA



- UBICACIÓN DE LA GIGANTOGRAFIA

La colocacion será en el patio principal del colegio para vision de todas las estudiantes, profesores, directivos y ademas padres de familia.





UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA,
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

La divulgación de productos comunicacionales por parte del Departamento de Comunicación Social Del Gobierno Provincial de Loja, sobre El Proyecto Eólico Villonaco en la Provincia de Loja y su incidencia en las alumnas del Instituto tecnológico superior Beatriz Cueva de Ayora año lectivo 2012- 2013. Sección matutina.
Lineamientos Alternativos.

Proyecto de tesis previa a la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social.

AUTOR

LUIS JAVIER ONTANEDA VIVANCO

DIRECTOR

MG. SYBEL ONTANEDA ANDRADE

LOJA - ECUADOR

2013

a. Tema

La divulgación de productos comunicacionales por parte del Departamento de Comunicación Social Del Gobierno Provincial de Loja, sobre El Proyecto Eólico Villonaco en la Provincia de Loja y su incidencia en las alumnas del Instituto tecnológico superior Beatriz Cueva de Ayora año lectivo 2012- 2013. Sección matutina. Lineamientos Alternativos.

b. Problemática

La construcción de proyectos eólicos a nivel mundial está siendo una salida de ahorro energético, más allá de los pro o contras que atraen estas obras, están consideradas por sus creadores como una alternativa de solución ambiental. Se podría hablar fácilmente de una energía limpia coadyuvando a mantener una línea de preservación y económicamente competitiva.

Partiendo de una fuente natural no contaminante lo que ha permitido posicionar a la energía eólica, como la fuente energética de crecimiento mundial más rápido.

En Europa siendo el continente pionero en la actualidad del desarrollo de los parques eólicos maneja una contradicción por la falta de información a sus ciudadanos, comentarios en internet manifiestan conceptos sobre la muerte de varias especies de aves como por ejemplo; en España se calcula 15.000 molinos que hay y aparentemente alrededor de 5.000 aves son difuminadas por las filosas cuchillas de los aerogeneradores, (datos no exactos), en su mayoría buitres. La información que llega a los ciudadanos de este país, hace que los parques eólicos tengan desventajas en la divulgación del trabajo realizado.

Sin embargo Este reducto Europeo que acarrea problemas de fauna en menor escala ha creado la Red Eléctrica Española, centro único en el mundo que controla y coordina la generación de todos los productores de energía instalados en España.

El presidente de la Fundación Migres (entidad privada sin ánimo de lucro, fundada en 2003) experto del Centro Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), Miguel Ferrer, aseguró que los parques eólicos no son peligrosos para las aves y ha precisado que "sólo algunos aerogeneradores" son los que causan muertes entre la avifauna.

En América Latina recientemente se ha tomado esta medida de elaboración de proyectos eólicos, el problema es mucho menor, más allá del aparente inexistencia de tasas de mortalidad de aves, está el quebrante manejo de la información.

Reforzar la capacitación técnica de los agentes del sector a través de cursos de formación. En este punto, el poder contar con la experiencia de países europeos donde el sector ha alcanzado una cierta madurez, resulta muy interesante. Citar un modelo es, la promoción de alianzas que permitan la transferencia tecnológica entre firmas de ingeniería internacionales y las firmas de ingeniería locales sería una buena medida.

En Perú, la ejecución de este proyecto eólico es positivo, ejecutándose en la Ley N° 27.345, de septiembre del 2000, "Ley de promoción del uso eficiente de la Energía". Obra que está planificada de 2009 hasta 2018. Para promocionar la obra que comenzó en 2009 hasta el 2018.

Su problema se cuadra en Reforzar la capacitación técnica de los agentes del sector a través de cursos de formación. Se pretende contar con la

experiencia de países europeos donde el sector ha alcanzado una cierta madurez, resulta muy interesante. Por ejemplo, la promoción de alianzas que permitan la transferencia tecnológica entre firmas de ingeniería internacionales y las firmas de ingeniería locales sería una buena medida.

En Ecuador específicamente en Loja se está colocando el primer parque eólico del país, ubicada en el emplazamiento de Villonaco, situado en las montañas del oeste de la ciudad de Loja (Ecuador).

La sierra está situada al sur del Cerro Villonaco entre los cantones de Loja y Catamayo, de longitud aproximada de 3 km y altura media de 2635 metros. Estas características junto con velocidades medias del viento elevadas hacen pensar en la instalación de aerogeneradores entre 800 y 1500 kW de clase I o especial, que sumen una cantidad a lo sumo de 15 MW.

El Gobierno Provincial de Loja pionero de la Magna obra, precedida por el Ing. Rubén Bustamante actual Prefecto de la Provincia de Loja, quien ha puesto a consideración a la Empresa Enersur derivada del Gobierno Lojano, a cargo del Proyecto Eólico Villonaco.

El departamento de Comunicación Institucional, dirigida por la Lic. Ivanova Jaramillo, Directora, Es el responsable de dar a conocer a los diferentes públicos de la Provincia de Loja las obras existentes y por haber que realiza el GPL. El Proyecto eólico Villonaco es uno de los principales objetivos institucionales a cumplir en el ámbito de la Comunicación Institucional.

Uno de los públicos externos a ser direccionados por parte de Enersur mediante el Departamento de comunicación institucional del GPL son los jóvenes estudiantes de sección bachillerato que asimilan edades entre 16 a 18 años de edad. Constan En la Provincia de Loja según la Dirección de Educación Loja.

Delimitación del problema

Los colegios a ser estudiados serán Instituto tecnológico superior Beatriz Cueva de Ayora y colegio particular Iberoamericano San Agustín de la ciudad de Loja. Mediante el Departamento de Comunicación Institucional del Gobierno Provincial de Loja. Para obtener una idea clara de cómo está siendo aceptada la información de Proyecto Eólico Villonaco.

- Problema:

La escasa divulgación de productos comunicacionales por parte del Departamento de Comunicación Social Del Gobierno Provincial de Loja, incide en el conocimiento del proyecto Eólico en la Provincia de Loja en las alumnas del Instituto tecnológico superior Beatriz Cueva de Ayora año lectivo 2012- 2013. Sección matutina

Preguntas Referentes

¿Cómo influye la información del proyecto eólico Villonaco de la Provincia de Loja en los alumnas del Instituto Tecnológico Superior Beatriz Cueva de Ayora, sección matutina Año lectivo 2012- 2013?

¿Cuál es la planificación de divulgación de información del Proyecto Eólico Villonaco?

¿Cuáles son los mecanismos que utilizan el Departamento de Comunicación Institucional Y la Empresa Regional de Energías Renovables y Desarrollo Humano (ENERSUR) del Gobierno Provincial de Loja para informar a los públicos sobre el Proyecto Eólico Villonaco?

c. Justificación

EN LO POLÍTICO

La investigación permitiría identificar las políticas de comunicación institucional en el Gobierno Provincial de Loja. Se fortalecerá la comunicación entre el GPL y EMPRESA ENERSUR con uno de los públicos externos que comprende los jóvenes entre 12 a 18 años comprendidos en la sección educativa básica y bachillerato del Instituto Beatriz Cueva de Ayora de la ciudad de Loja, a su vez el Gobierno Provincial de Loja fortalecerá su imagen institucional ante la Población Lojana.

EN LO SOCIAL

Permitiría que el departamento de Comunicación Social mejore su calidad laboral en los procesos comunicacionales, el tema aportará significativamente a la Institución Pública del Gobierno Provincial de Loja. Las Alumnas tendrán conocimiento de la información existente del Proyecto Eólico Villonaco será determinando un abanico de posibilidades a ser expandida a los diferentes colegios de la Urbe.

EN LO INSTITUCIONAL.-

Como alumno de la Universidad Nacional de Loja y colaborador en el sistema de Objetos de transformación, este proyecto investigativo será importante porque fortalecerá el desarrollo la imagen del Proyecto Eólico Villonaco, a través, del Departamento de Comunicación social del GPL

EN LO ACADÉMICO.-

Se justifica porque La Universidad Nacional de Loja, el Área de la Educación, el Arte y la Comunicación, y la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, tiene como propósito fundamental formar profesionales críticos y autocríticos, mediante la vinculación de la investigación, para dar cumplimiento a los postulados del Sistema Académico Modular por Objetos de Transformación SAMOT.

JUSTIFICACIÓN AMBIENTAL:

El trabajo investigativo permitirá lograr insertar una conciencia ambiental, debido al desenvolvimiento del proyecto llevado a la práctica. Las jóvenes conocerán sobre el aporte ecológico que el Proyecto Eólico Villonaco sujeta.

Es por ello que hemos decidido plantear el siguiente problema que servirá como objeto de estudio:

La escasa divulgación de productos comunicacionales por parte del Departamento de Comunicación Social Del Gobierno Provincial de Loja, incide en el conocimiento del proyecto Eólico en la Provincia de Loja en las alumnas del Instituto tecnológico superior Beatriz Cueva de Ayora año lectivo 2012- 2013. Sección matutina

d. Objetivos

Objetivo General

Analizar la incidencia de la divulgación de productos comunicacionales del proyecto eólico en la provincia de Loja en las alumnas del Instituto tecnológico superior Beatriz Cueva de Ayora, sección matutina, año lectivo 2012- 2013.

Objetivos Específicos

- Indagar puntos determinantes que contengan aportes para el desarrollo del Proyecto Eólico Villonaco en la Provincia de Loja que ejecuta el Gobierno Provincial de Loja a través de la empresa Pública Enersur.
- Identificar las fuentes de información del Proyecto Eólico Villonaco en la Provincia de Loja y nuevos mecanismos de comunicación útiles para el Conocimiento de los estudiantes

- Construir lineamientos alternativos que aporte a la difusión de la información del Proyecto Eólico Villonaco en la Provincia de Loja en el Instituto Beatriz Cueva de Ayora de la Ciudad de Loja.

e. Marco Teórico.

MARCO CONCEPTUAL

La energía eólica pertenece al conjunto de las energías renovables o también denominadas energías alternativas. La energía eólica es el tipo de energía renovable más extendida a nivel internacional por potencia instalada (Mw) y por energía generada (Gwh).

La energía eólica procede de la energía del sol (energía solar), ya que son los cambios de presiones y de temperaturas en la atmósfera los que hacen que el aire se ponga en movimiento, provocando el viento, que los aerogeneradores aprovechan para producir energía eléctrica a través del movimiento de sus palas (energía cinética).¹

EL ORIGEN DEL VIENTO

El viento se puede definir como una corriente de aire resultante de las diferencias de presión en la atmósfera provocadas, en la mayoría de los casos, por variaciones de temperatura, debidas a las diferencias de la radiación solar en los distintos puntos de la Tierra. La circulación de las masas de aire se debe a la acción resultante de las fuerzas de rozamiento,

¹ <http://www.economiadelaenergia.com/energia-eolica/>

de presión, gravitacional y de rotación de la Tierra, que inducen dos tipos de circulación del aire en la atmósfera:

Circulación planetaria: debida a la incidencia de los rayos solares sobre la Tierra y a la rotación de ésta, varía según la zona y la época del año.

Circulación a pequeña escala: viene determinada por la orografía del terreno, como las montañas y la presencia del mar

En definitiva, se puede considerar que las variables que definen el régimen de vientos en un punto determinado son:

- Situación geográfica
- Características climáticas
- Estructura topográfica
- Irregularidades del terreno
- Altura sobre el nivel del suelo

Siendo su estudio de gran importancia a la hora de acometer el diseño de un dispositivo que sea capaz de aprovechar la energía que contiene el viento.

LA ENERGÍA DEL VIENTO

Sólo un 2 % de la energía solar que llega a la Tierra se convierte en energía eólica y por diversos motivos, sólo una pequeña parte de esta energía es aprovechable.

A pesar de ello, se ha calculado que el potencial energético de esta fuente de energía es unas 20 veces el actual consumo mundial de energía, lo que hace de la energía eólica una de las fuentes de energía renovables de primera magnitud.

La energía del viento es de tipo cinético (debida a su movimiento); ello hace que la potencia obtenible del mismo dependa de forma acusada de su velocidad, así como del área de la superficie captadora. Así, todas las máquinas que ha construido el hombre para obtener el mayor rendimiento posible de la energía del viento se basan en frenar el viento por medio de algún dispositivo colocado en su camino, como queda patente al hacer un breve repaso histórico del aprovechamiento de la energía eólica.²

HISTORIA DE LA ENERGÍA EÓLICA

Aunque el aprovechamiento de la energía eólica data de las épocas más remotas de la humanidad (existen grabados egipcios sobre navegación a vela fechados 500 años a. c) la primera noticia que se tiene al respecto se refiere a un molino que Herón de Alejandría construyó en el siglo II antes de C. para proporcionar aire a su órgano.

Los más antiguos molinos que se conocen eran de eje vertical. Hacia el siglo VIII aparecieron en Europa, procedentes del este, grandes

² OLIVA, Rafael Beltran. **"Introducción a los modelos y control de maquinas eólicas"**

Editorial: Univ. Nacional de la Patagonia Austral + Fundacion H2 Patagonia. Pag. 87

molinos de eje horizontal con cuatro aspas. Su fabricación en gran número, en particular por los holandeses, les hizo alcanzar una gran firmeza, pese a que, debido a las dimensiones de sus aspas distaban mucho de recoger el máximo de potencia. Necesitaban una regulación de la orientación de la tela. Los molinos de viento de eje horizontal han de hacer siempre frente al viento. Estos molinos eran muy adecuados para vientos del orden de 5 m/s, es decir, unos 20 km./h.

Es a partir de los siglos XII-XIII cuando empieza a generalizarse el uso de los molinos de viento para la elevación de agua y la molienda de grano, los más antiguos aparecieron en Turquía, en Irán y en Afganistán. A principios del siglo XII. Europa se llenó a su vez de molinos, sobre todo en Bélgica y en los Países Bajos. Los molinos holandeses tienen cuatro aspas de lona, mientras que los de Baleares y Portugal tienen seis, y los de Grecia, doce. Los molinos con gran número de palas determinan velocidades de rotación relativamente bajas y un funcionamiento útil a partir de velocidades del viento del orden de 2 m/s.

Todos estos molinos se mantendrán hasta bien entrado el siglo XIX. El desarrollo de los molinos de viento se interrumpe con la revolución industrial y la utilización masiva de vapor, la electricidad y los combustibles fósiles como fuentes de energía motriz. Es, sin embargo, en la segunda mitad del siglo XIX cuando tiene lugar uno de los más importantes avances en la tecnología del aprovechamiento del viento, con la aparición del popular molino múltipara americano, utilizado para bombeo de agua prácticamente en todo el mundo, y cuyas características habrían de sentar las bases para el diseño de los modernos generadores eólicos.

Fue entre las dos últimas guerras cuando aparecieron, como consecuencia de los progresos técnicos de las hélices de aviación, los grandes aerogeneradores de dos o tres palas. En ellos se transforma la energía cinética del viento en energía mecánica primero y en energía eléctrica posteriormente.

CONDICIONES DE UNA LOCALIZACIÓN PARA UN PARQUE EÓLICO

Para que la energía eólica se establezca en una localización concreta, mediante parques eólicos, el lugar de instalación debe cumplir una serie de requisitos.

Para empezar a evaluar el terreno donde irán instalados los aerogeneradores, primero hay que realizar una campaña de medición de viento a diferentes alturas (tanto dirección del viento, como velocidad de viento; esto es conocido como la rosa de los vientos) que durará como mínimo un año. De esta manera, se sabrá cómo debe ser la disposición de los aerogeneradores para obtener la mayor energía eólica posible. Además, esta campaña de medición servirá para corroborar que la ubicación es adecuada para instalar un parque eólico.

LOS REQUISITOS FUNDAMENTALES PARA UN EMPLAZAMIENTO SON:

- Más de 2.000 horas de producción eólica equivalente a potencia máxima (horas equivalentes).
- Respetar la avifauna del entorno, estableciendo si es preciso un paso para aves migratorias entre grupos de aerogeneradores.
- Lejanía de más de un kilómetro con núcleos urbanos para evitar la contaminación acústica de los parques eólicos.
- La energía eólica debe estar instalada en suelo no urbanizable, generalmente.

- No interferencia con señales electromagnéticas del entorno, ya que señales de televisión, radio o telefonía se pueden ver perjudicadas si no se instalan otros dispositivos que lo eviten.

UNA ENERGÍA CON VENTAJAS:

La energía eólica presenta ventajas frente a otras fuentes energéticas convencionales:

- Procede indirectamente del sol, que calienta el aire y ocasiona el viento.
- Se renueva de forma continua.
- Es inagotable.
- Es limpia. No contamina.
- Es autóctona y universal. Existe en todo el mundo.
- Cada vez es más barata conforme avanza la tecnología.
- Permite el desarrollo sin expoliar la naturaleza, respetando el medio ambiente.
- Las instalaciones son fácilmente reversibles.

UNA ENERGÍA LIMPIA:

La generación de electricidad a partir del viento no produce gases tóxicos, ni contribuye al efecto invernadero, ni a la lluvia ácida. Cada Kw.h de

electricidad, generada por energía eólica en lugar de carbón, evita la emisión de un Kilogramo de dióxido de carbono-CO₂ - a la atmósfera. Cada árbol es capaz de absorber 20 Kg de CO₂; generar 20 Kilowatios de energía limpia, tiene el mismo efecto, desde el punto de la contaminación atmosférica, que plantar un árbol.

INTEGRACIÓN DE LA ENERGÍA EÓLICA EN LA RED ELÉCTRICA

Para que la energía eólica se desarrolle en cualquier país en más de un 20% de la energía eléctrica producida media a lo largo del año, cada país debe tener una red de energía eléctrica avanzada, es decir, debe ser una red eléctrica moderna que permita el almacenamiento de energía y que esté bien equilibrada en todos los nodos eléctricos del país y que además permita que pequeños generadores (como viviendas particulares) puedan participar en el sistema eléctrico del país.

Se está investigando para desarrollar la tecnología necesaria para integrar la energía eólica en la red de energía eléctrica, lo cual supondría que la energía eólica fuera la principal fuente de energía, dentro del consumo de energía primaria de un país (actualmente lideran las energías fósiles).

Sin embargo, ha sido posible en determinados momentos, que gran parte de la energía eléctrica haya sido producida por energía eólica, alcanzando cuotas de más del 50% en países como España.

TIPOS DE AEROGENERADORES

La máquina que hace posible que hoy en día se hable de energía eólica como una fuente de energía, es el aerogenerador. Éstos han ido evolucionando para adaptarse a distintas necesidades a lo largo de los años.

Los distintos aerogeneradores que existen son:

Aerogenerador de eje vertical: es el concepto original de aerogenerador dentro de la energía eólica, ya que permite colocar el tren de potencia (multiplicadora, generador eléctrico, etc) en la base del aerogenerador, facilitando así la instalación de estos aerogeneradores. Las palas de este aerogenerador están girando en un plano paralelo al suelo.

Aerogenerador de eje horizontal: es el concepto para producir energía eólica que se ha implantado a lo largo de los años. Consiste en colocar el tren de potencia en la parte superior junto al eje de giro de la turbina eólica. Las palas de este aerogenerador están girando en un plano perpendicular al suelo.

También, los aerogeneradores se pueden clasificar por la potencia, existiendo la energía mega eólica (con aerogeneradores de más de 5 Mw), mini eólica (con aerogeneradores de menos de 200 kw) y energía eólica normal.

Palas

Los materiales que tradicionalmente se han utilizado en la fabricación de las palas de los aerogeneradores se han visto desplazados por la utilización de plásticos y resinas, La fibra de vidrio se aplica al 99% de los grandes aerogeneradores. Existe una tendencia clara hacia el uso de epoxy (generalmente resina de poliéster) reforzado de fibra de vidrio o carbono.

En cuanto a las turbinas pequeñas, igualmente el 99 % usan materiales plásticos, solo algún fabricante usa madera, la mayoría son de materiales plásticos inyectados. Antes de aplicarse estos materiales las palas eran de madera, acero y aluminio.

La potencia generada por el aerogenerador se controla esencialmente por dos métodos: control por pérdida aerodinámica y control por cambio de paso. La tendencia a fabricar aerogeneradores de paso fijo controlados por pérdida aerodinámica generalizada en tamaños de 20-25 metros de diámetro va desapareciendo a medida que aumenta el tamaño. La tendencia se invierte y en aerogeneradores de gran potencia se adopta el cambio de paso.

FUTURO DE LA ENERGÍA EÓLICA

Actualmente muchos países cuentan con la energía eólica como una fuente de energía primaria en pleno desarrollo. Los países que destacan como futuros grandes generadores de energía eólica son: China, India,

Sudamérica y EE.UU. De hecho, China cuenta ya con grandes fabricantes de aerogeneradores que han conseguido tecnologías muy fiables.

Una de las formas de energía eólica más conocida es la energía eólica terrestre, ya que estamos familiarizados a ver aerogeneradores en tierra, sin embargo, la superficie del mar es tan extensa, y se presenta en ella el recurso eólico más abundante de la tierra, que se han desarrollado en los últimos años tecnologías para instalar aerogeneradores en el mar. Esta forma de energía eólica se conoce como energía eólica offshore o eólica marina.³

DEFINICIÓN DE DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN

Antes de entrar de lleno en las definiciones, es oportuno hacer referencia a las diferentes denominaciones existentes vinculadas a los departamentos de comunicación. Esta pluralidad evidencia, lógicamente, la falta de unidad conceptual y pone de manifiesto, en gran medida, la falta de delimitación funcional. Así, podemos hallar quien les llame departamento de comunicación, departamento de prensa, departamento de comunicación, dirección de comunicación, asesoría de comunicación, consultoría, agencia de relaciones públicas, empresa de comunicación, comunicación e imagen, departamento de relaciones externas, departa-mento de relaciones con los

³ <http://fernandofdezperez.blogspot.com/>

medios... Una terminología muy amplia y que, en la mayoría de los casos, sirve para denominar al mismo fenómeno. Es verdad que pueden haber diferencias funcionales entre unos y otros, pero éstas están motivadas precisamente por la ausencia de un modelo de gabinetes de comunicación, lo que permite que se autodenominen como gabinetes (o términos similares) estructuras que apenas si se ocupan de algunas funciones básicas.

Por ello, para ir delimitando el concepto de departamento de comunicación, conviene hacer un repaso por las principales definiciones existentes. Martín (1988, p. 11-14) destaca (refiriéndose especialmente al mundo empresarial, pero con planteamientos comunes para otros ámbitos) la necesidad de contar con «un gabinete o departamento que controle, analice, ejecute y difunda todas las acciones de comunicación que esa empresa necesita en su labor diaria, tanto a nivel periodístico como publicitario, es decir, el transmitir una buena imagen global de su cultura empresarial». Aquí es interesante el hecho de que el departamento ha de controlar y ejecutar (alta dirección), así como analizar y difundir todas y cada una de las acciones de comunicación. También la vinculación de la actividad del gabinete con el periodismo y la publicidad. Falta, por supuesto, las relaciones públicas.

Otra definición de departamento de comunicación es la que nos ofrece Pérez Va- lera¹ (1996, p. 145-164), quien, de forma sucinta, se refiere a él como «el en- cargado de planificar y desarrollar la estrategia de comunicación de una institución, organismo o empresa, con el claro objetivo de conseguir una

opinión pública favorable para el mismo, para sus responsables o, simplemente, para sus productos, o lo que es más importante, un vehículo de expresión entre la empresa y la sociedad para mantener viva la imagen de lo que es, existe». Destaca el papel de asesor en materia de comunicación que debe representar el profesional del gabinete, y de intercambio hacia fuera, especialmente los medios de comunicación.

Podemos destacar el hecho de que los departamentos son fuentes de información, es decir, se sitúan entre la noticia o información y el medio de comunicación o público. Además, son fuentes activas. En realidad, estamos ante un curioso fenómeno: las fuentes cada vez son más activas (los departamentos) y los públicos (por ejemplo, los medios de comunicación²), más pasivos.

FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN

Tradicionalmente, las relaciones con los medios han sido las que más han preocupado a los departamentos, aunque en los últimos tiempos la situación está cambiando. Evidentemente, las relaciones informativas siguen siendo prioritarias en un gabinete de comunicación, pero no hay que limitarse a ellas. Las principales funciones de estos gabinetes de comunicación en la actualidad son, relacionarse con los medios de comunicación, la imagen corporativa, la comunicación interna y las relaciones públicas en general. El autor también destaca otras tareas como la comunicación en crisis o el lobbying, trabajos que se realizan con menos frecuencia y asiduidad, como es lógico.

Cada vez más, se valoran otro tipo de tareas, como es el caso de la comunicación a nivel interno. Los departamentos de comunicación suelen darle un valor esencial a la comunicación interna. La comunicación interna debe estar a la par que las relaciones con los medios, publicidad, identidad corporativa, etc., que también forman parte de las funciones, porque el director de comunicación es la figura encargada de la coordinación de todos los mensajes, tanto los internos como los externos. Y los mensajes internos y los externos deben conformar un todo, sin que haya contradicciones, ya que, de lo contrario, fracasaría la comunicación en general y únicamente se crearía confusión.

Ha sido esta ampliación de funciones la que ha marcado la evolución de los departamentos. Así, se ha pasado de aquellos departamentos de prensa, cuya principal ocupación eran las relaciones informativas con los medios de comunicación⁵, a los actuales gabinetes, en los que la comunicación se contempla de forma global, bastante más próximos a las relaciones públicas.

Un panorama mucho más complejo y completo. En la sociedad actual, no basta con facilitar información a los medios de comunicación para conseguir una buena proyección entre nuestros públicos, sino que son necesarias políticas comunicativas más amplias.

DEPARTAMENTOS DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

Sin duda, son los trabajos llevados a cabo por los departamentos de comunicación lo que les aproxima a una disciplina u otra. La ampliación de funciones de un gabinete es el paso que transforma al gabinete de prensa en otro más avanzado y que toma el nombre de departamento de comunicación. Con él los objetivos se multiplican, el campo de actuación se abre. Así, las acciones vinculadas a las relaciones públicas (relaciones con la sociedad, comunicación interna, etc.) han adquirido gran protagonismo en los gabinetes. No sucede lo mismo con la publicidad y la comunicación audiovisual. En escasas ocasiones se llevan a cabo acciones publicitarias o audiovisuales, por lo que estas disciplinas no están tan relacionadas, en la actualidad, con los gabinetes de comunicación.

Hoy en día, los departamentos de prensa, o simplemente el encargado de prensa, han sido mayoritariamente sustituidos por el departamento o el director de comunicación, entre cuyas tareas privilegiadas se encuentra la de mantener relaciones con la prensa. Los profesionales que trabajan en los departamentos de comunicación realizan un trabajo de relaciones públicas.⁴

⁴ <http://ddd.uab.es/pub/analisi/02112175n32p117.pdf>

ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Entre los elementos clave de las relaciones públicas, según el monográfico de la Fundación *Public Relations Society of America* (PRSA), se incluyen los siguientes.

- **Investigación:** define las actitudes y comportamientos con el fin de planificar las estrategias de relaciones públicas.
- **Asesoría:** ofrece consejos a los directivos respecto a políticas, relaciones y comunicaciones.
- **Relaciones con los Medios de Comunicación:** trata con los medios de comunicación de masas cuando busca publicidad o para que actúen en función de los intereses de la organización.
- **Publicidad:** Divulga mensajes planificados en forma de información periodística a través de medios de comunicación elegidos para fomentar los intereses de la organización.⁵

PROCESO COMUNICACIONAL

La comunicación es el proceso en que intervienen dos autores auxiliados por unos medios para que el mensaje objeto de la comunicación circule desde el

⁵ Dennis L, Phillip H. Ault, Relaciones Publicas, Estrategias y Tácticas 6° edición, Pearson Educación S.A. Madrid 2001, pág. 9

origen hasta el destino. La comunicación es un elemento dinámico. Los teóricos entienden la comunicación como un proceso que establece una relación de las personas entre si y las organizaciones sociales de forma que la comunicación influyen la vida del ser humano tanto en el aspecto individual como en su dimensión social. No hay ningún acto de comunicación en el cual no haya persuasión. Detrás del acto de comunicar hay una intencionalidad. La información existe aunque no sea comunicada, es una información transmitida y recibida...

Hay cuatro elementos básicos de la comunicación:

1.- **Emisor:** siempre hay intencionalidad de diferente carácter. Las intencionalidades se pueden conseguir según los tipos de emisores, No todos los receptores tienen la misma capacidad de persuasión.

Si las intencionalidades son poco claras la persuasión suele ser recibidas de forma negativa.

2.- **Receptor:** hoy en día el protagonista de la comunicación es el receptor. Encontrar al receptor en las condiciones más idóneas. Siempre necesitamos información del receptor. Los publicitarios analizan al receptor en el ámbito social y psicológico.

3.- **Mensaje:** es la información de la comunicación, también es el objeto de la comunicación.

Ha de ser eficaz para conseguir la intencionalidad del emisor.

Un mensaje puede ser cualquier cosa: un texto, obra de arte, gestos, emociones, silencios. Cualquier forma de expresión es un mensaje en

potencia...

4.- **Canales de la comunicación:** Cuando hablamos de comunicación nos referimos a los medios de comunicación. Cada uno de los canales son los soportes: una emisora de radio, una revista, etc.

Es el proceso a través del cual se da la comunicación por la relación de varios elementos.

David K. Berlo afirma que, al comunicarnos, tratamos de alcanzar objetivos relacionados con nuestra intención básica de influir en nuestro medio ambiente y en nosotros mismos; sin embargo, la comunicación puede ser invariablemente reducida al cumplimiento de un conjunto de conductas, a la transmisión o recepción de mensajes.

El proceso de comunicación es bidireccional, es decir, hay dos partes que están involucradas, un emisor y un receptor. Se requieren ocho pasos, sin importar si las dos partes hablan, usan señales manuales o se sirven de otro medio de comunicación; tres de esos pasos corresponden al emisor y los restantes al receptor.

Un emisor inicia el proceso de comunicación construyendo un mensaje y enviándolo a un receptor, éste a su vez analiza la información y reconstruye el mensaje a la luz de sus propios antecedentes y experiencias, los cuales le servirán para sintetizar la información recibida. El receptor analiza y reconstruye los significados del mensaje, sintetiza y construye significados y se convierte en un emisor al responder al mensaje que le fue enviado.

PRESUPUESTO

Se le llama presupuesto al cálculo anticipado de los ingresos y gastos de una actividad económica (personal, familiar, un negocio, una empresa, una oficina, un gobierno) durante un período, por lo general en forma anual.

Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización.

CONCEPTO DE DIVULGACIÓN

Hacer que un hecho, una noticia, una lengua, un conjunto de conocimientos, etc., llegue a conocimiento de muchas personas. Aventar, airear, difundir.⁶

La divulgación o alta divulgación, es una práctica académica ligada a la transferencia o extensión. Exige a los investigadores, a los expertos en cualquier tema, describir, contar o explicar un tema a lectores interesados pero no necesariamente especializados.

⁶ <http://es.thefreedictionary.com/divulgar>

MEDIOS COMUNICACIONALES

REVISTAS	Tipo de publicación por lo común semanal. Tiene noticias ya dadas a conocer por el diario para incorporarles aditivos que la complementan. Conlleva en sus publicaciones más color y mayor cantidad de imágenes si la información lo amerita.
FOLLETOS	Impreso de varias hojas que sirve como instrumento divulgativo o publicitario su forma es de distribución variada puede ser como punto de venta, gratuitamente o también incluyéndola en otra publicación de mayor volumen
VOLANTES	Pequeña publicación compuesta esencialmente por una sola hoja que se utiliza para promover algún tipo de venta o incluir información.
PANCARTAS	Cartel grande de tela papel u otro material en que se colocan frases o imágenes, etc. Y se usa por lo general en lugares públicos o de amplio espacio como instituciones o empresas.
PERIODICO	Publicación de aparición regular (diaria, semanal, quincenal, etc.) cuya base es

	la difusión de información, se llama así especialmente a la prensa diaria que se distribuye y estructura su contenido en distintas secciones.
CATALOGOS	Elenco de publicaciones y objetos clasificados y normalmente a la venta.
CARTELES	Material gráfico que transmite un mensaje, está integrado en una unidad estética formada por imágenes que causan impacto y por textos breves.
ELECTROCNICOS: SITIO WEB	Es un conjunto de páginas web típicamente comunes a un dominio de internet o subdominio en la Word wide web (www) en internet puede ser el trabajo de una persona, empresa u otra organización dedicada a algún tema particular.
BOLETIN ELECTRONICO	Su propósito es informar a los lectores de las actualizaciones de la página web o proporcionar información sobre el tema en que se centra el sitio web. Los boletines electrónicos juegan un gran papel en la creación y mantenimiento de la relación con los suscriptores, recordándoles a visitar sus correos o

	página web constantemente.
TELEVISIÓN	Es un sistema de telecomunicaciones para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia. Esta transmisión puede ser efectuada mediante ondas de radio o redes especializadas de televisión por cable, el receptor de las señales es el televisor.
RADIO	Tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la transmisión de ondas electromagnéticas. Es uno de los medios en donde la información puede llegar a muchos lugares donde el internet y la televisión no pueden llegar. 7

¿QUE ES INFORMACIÓN?

CONCEPTO:

- Noticia o conjunto de noticias que se comunica o se conoce.
- Proceso por el que este conjunto de noticias se da a conocer a las personas.

⁷ SENA, Centro de gestión administrativa y comunicación. Divulgación de Medios. México Df.

La información está constituida por un **grupo de datos ya supervisados y ordenados**, que sirven para construir un **mensaje** basado en un cierto fenómeno o ente. La información permite resolver problemas y tomar decisiones, ya que su aprovechamiento racional es la base del **conocimiento**.

Por lo tanto, otra perspectiva nos indica que la información es un recurso que **otorga significado o sentido** a la realidad, ya que mediante códigos y conjuntos de datos, da origen a los modelos de **pensamiento humano**.⁸

La palabra **informar** es un término que empleamos con frecuencia en nuestro idioma para expresar **aquella acción a través de la cual una persona da cuenta de algún hecho, evento, acontecimiento, a otra que lo desconoce, es decir, nos pone en conocimiento de alguna noticia**.

Cabe destacarse que esta referencia se aplica tanto para la comunicación de hechos o de cuestiones personales como de hechos que ostentan una relevancia nacional o mundial, siendo en este último caso tarea de los medios de comunicación de masas como la radio, la tevé, los diarios, la difusión de éstos.

En tanto, este sentido de la palabra constituye la esencia básica de la **actividad periodística**, ya que la misma consiste en mostrarle, poner en

⁸ <http://definicion.de/informacion/#ixzz2RLcNdAMc>

conocimiento de la audiencia, del público, determinadas situaciones, cuestiones, que afectan el bien común y la vida de la sociedad en la cual viven.

La actividad de informar transmite lo que se conoce como **información**, que implica a un conjunto de datos que sufrieron un proceso de edición y que se convirtieron en un mensaje que se dará a conocer a través de un medio de comunicación masiva. Obviamente, la información incrementará el conocimiento de una persona acerca del tema sobre el cual se informa.

Por otra parte, la palabra informar también nos permite designar a **aquella acción a partir de la cual una persona competente completa con determinada información un documento que luego será presentado a modo de informe para evaluar una actividad o el desempeño de una persona en alguna labor específica**, por ejemplo, generalmente, aquellos individuos que despliegan tareas de supervisión en alguna empresa o compañía, tienen entre sus tareas salientes la realización de este tipo de informes.

En **Filosofía** también la palabra informar presenta un uso y es para referir la **acción de otorgarle una forma sustancial a algo**.

Y a instancias del **Derecho** informar designa al **momento en el cual los fiscales y los abogados exponen el caso que siguen, en el estado, para que el juez o el tribunal fallen en el mismo**.

¿QUE ES COMUNICACIÓN?

Un primer acercamiento a la definición de comunicación puede realizarse desde su etimología. La palabra deriva del latín *communicare*, que significa “compartir algo, poner en común”. Por lo tanto, la **comunicación** es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de la comunicación, las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto.

El proceso comunicativo implica la emisión de señales (sonidos, gestos, señas, etc.) con la intención de dar a conocer un mensaje. Para que la comunicación sea exitosa, el receptor debe contar con las habilidades que le permitan decodificar el mensaje e interpretarlo. El proceso luego se revierte cuando el receptor responde y se transforma en emisor (con lo que el emisor original pasa a ser el receptor del acto comunicativo).

En el caso de los seres humanos, la comunicación es un acto propio de la actividad psíquica, que deriva del pensamiento, el lenguaje y del desarrollo de las capacidades psicosociales de relación. El intercambio de mensajes (que puede ser verbal o no verbal) permite al individuo influir en los demás y a su vez ser influido.

Entre los elementos que pueden distinguirse en el proceso comunicativo, se encuentra el código (un sistema de signos y reglas que se combinan con la intención de dar a conocer algo), el canal (el medio físico a través del cual se

transmite la información), el emisor (quien desea enviar el mensaje) y el receptor (a quien va dirigido).

La comunicación puede ser afectada por lo que se denomina como ruido, una perturbación que dificulta el normal desarrollo de la señal en el proceso (por ejemplo, distorsiones en el sonido, la afonía del hablante, la ortografía defectuosa).

Se pueden señalar tres tipos de comunicación:

- Comunicación Interpersonal – aquella en la que se interactúa con otros individuos, es decir, se establece un diálogo con ellas. Es la forma de comunicación más primaria, directa y personal.
- Comunicación Masiva – toda aquella que se realiza a través de los medios de difusión de información, como el radio, televisión, periódicos, revistas e internet.
- Comunicación Organizacional – esta comprende la interna y la externa.

A) COMUNICACIÓN EXTERNA

Esta tiene que ver con los públicos externos, es decir, consumidores, representantes o distribuidores, proveedores, agencias gubernamentales y legisladores, etc. Esta comunicación involucra tres elementos: el transmisor, el medio de comunicación y el receptor. La efectividad de la comunicación depende de estos tres. Si el transmisor es incompetente o el mensaje poco

claro, el receptor no entiende el significado de la señal y ha fracasado el proceso de la comunicación.

La comunicación puede ser verbal, que consiste de palabras habladas y escritas, o no verbal, expresada por medio de acciones, gestos, expresiones faciales, música y figuras.

La comunicación es fundamental en la existencia de la comunidad moderna. Es así como las Relaciones Públicas constituyen una actividad por medio de la cual, las empresas, las organizaciones y los individuos, en igual forma los organismos gubernamentales buscan la comprensión y la colaboración de la comunidad a la que pertenecen.

El objetivo de las Relaciones Públicas es estimular a las personas o influir en ellas por medio de las comunicaciones, creando actitudes favorables de los diversos públicos hacia la organización, la respeten, la apoyen y le presten ayuda en los momentos de confusión. En otras palabras son actividades de una Industria, Asociación. Corporación, Profesión, Gobierno u otra organización, para promover y sostener sanas y productivas relaciones con personas tales como consumidores, empleados o comerciantes y con el público en general, para así adaptarse al medio ambiente en beneficio de la sociedad. Las actitudes favorables de estos públicos son indispensables para que la empresa subsista y además se desarrolle.

B) COMUNICACIÓN INTERNA

Se refiere al intercambio entre la gerencia de la organización y los públicos internos, es decir, empleados. Su función es hacer del conocimiento de los empleados lo que piensa la gerencia y que la gerencia también sepa el pensamiento de los empleados. La comunicación interna presenta difíciles problemas en una compañía grande, ya que debe ser transmitida por conducto de varios niveles de autoridad. En la transmisión, el significado del mensaje con frecuencia es mal entendido. En ocasiones los supervisores y trabajadores no interpretan la comunicación en el sentido de la intención de la gerencia, o ésta no está dispuesta a explicar políticas y acciones.

Dentro de este tipo de comunicación, existe la comunicación formal vertical que sigue la cadena organizacional de mandar hacia abajo desde la mayor autoridad por medio de varios niveles gerenciales hacia los trabajadores, misma que consiste de directrices formales, boletines, periódicos a empleados y mensajes verbales; y hacia arriba partiendo de los empleados por conducto de los varios niveles de autoridad hasta la alta gerencia. Así como la comunicación formal horizontal que se refiere a la comunicación entre ejecutivos, supervisores y jefes de grupo de un mismo nivel y autoridad, se lleva a cabo por medio de conferencias, juntas informativas y discusiones.⁹

⁹ <http://tiposdecomunicacion.net/>

5.2 MARCO CONTEXTUAL.

RESUMEN EJECUTIVO PROYECTO EÓLICO VILLONACO

El Gobierno Provincial de Loja, con el propósito de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes, marcará un hito en la historia de la Provincia de Loja, pues en uno de sus sitios conocidos como “Huayrapungos” o “Puertas del Viento” se pondrá en marcha uno de los proyectos más importantes del Sector Eléctrico del sur del País, con lo cual daremos un paso al frente en el campo de la generación de energía con tecnologías limpias, como uno de los retos ambientales para el siglo XXI.

Es con esta finalidad que el Gobierno Provincial de Loja constituyó como único accionista la Empresa Provincial de Energías Alternativas y Desarrollo Humano ENERLOJA S.A., con un objeto social que abarca: a) Todo tipo de negocios y actividades relacionadas con la generación y comercialización de energías limpias; adicionalmente la planificación, capacitación y servicios en el área de la energía eléctrica; b) La participación directa o indirecta en programas y proyectos que beneficien la conservación y mejoramiento del medio ambiente y al desarrollo humano; así como el apoyo a proyectos de desarrollo humano.

MANEJO AMBIENTAL

Para la selección del sitio para emplazamiento del Proyecto se tuvieron en cuenta factores como: recurso eólico, compatibilidad con el entorno, conexión a la red eléctrica del sistema nacional. También se analizó, el no interferir con las actividades cotidianas de las comunidades cercanas, zonas de cultivos, etc.

Villonaco es un proyecto de gran interés regional, pues es el primer parque eólico que se construirá en el País. Comprende la instalación de aproximadamente 12 aerogeneradores, cada uno con 60 metros de altura y tres aspas de 31 - 38 metros de radio, distribuidos en una fila con una longitud de 2900 metros. El Proyecto tendrá una subestación de tipo encapsulada, una línea de interconexión al sistema de 4500 metros, y oficinas y bodegas temporales para la etapa de construcción. La energía generada por el Parque Eólico será despachada al Sistema Nacional Interconectado. Su emplazamiento no estará cercado, sólo la subestación de energía estará encerrada, esto por lo delicado y peligro de sus equipos.

El Parque Eólico Villonaco tendrá un costo aproximado de 33.0 millones de dólares.

La construcción y funcionamiento de cualquier obra puede producir daños o efectos inadecuados sobre los recursos naturales (suelo, agua, aire, animales y vegetación). También puede traer cambios al paisaje y alterar la

forma de vida de las personas y las comunidades que viven cerca de ella. Estos cambios se llaman impactos ambientales.

La zona donde se localizará el Parque se encuentra ambientalmente intervenida por la presencia de vías, redes de energía, áreas deforestadas, entre otras. Con esos antecedentes en el Proyecto Villonaco se identificaron y evaluaron los impactos ambientales que se producirán por la construcción y operación del Parque: Impactos sobre el medio físico (agua, suelo, aire) y biótico (animales, vegetación)

- Deterioro de las coberturas vegetales.
- Alteración y pérdida del suelo.
- Incremento en los niveles de ruido.
- Alteración del paisaje.
- Contaminación del suelo.

De acuerdo con el Estudio de Impacto Ambiental, estos impactos han sido evaluados como bajos, por cuanto el sitio donde se construirán las obras principales del Proyecto fueron seleccionados con el criterio de evitar o minimizar los impactos, lo que significa que los aerogeneradores y los accesos viales que se construirán se encuentran alejados de las comunidades, zonas de cultivo y rutas de aves.

Los impactos del Proyecto se mitigarán con base en las medidas del Plan de Manejo Ambiental aprobado por el Ministerio del Ambiente y el CONELEC, y

se compensarán de acuerdo con las medidas acordadas con las comunidades.

Las medidas para manejar los impactos que podría generar el Proyecto al medio físico y biótico son las siguientes:

Evaluación y revisión de los criterios ambientales en las fases de diseño, construcción y operación del Proyecto, para un manejo preventivo de los impactos.

Trabajo para conservar y manejar adecuadamente la protección de la vegetación y del suelo durante la construcción del proyecto.

Monitoreo para el manejo de los residuos sólidos generados, mediante actividades de recolección, separación, reciclaje y disposición adecuada de estos residuos.

Control y manejo de la calidad de aire, humedeciendo las vías por donde circularán los vehículos y maquinaria pesada.

Manejo del impacto sobre el paisaje, lo que se tuvo en cuenta al seleccionar el sitio para las obras y en la definición del tipo de aerogenerador más adecuado para la zona.

IMPACTOS SOCIALES Y CULTURALES

- Generación de empleo.
- Afectación a la dinámica comunitaria local.
- Mejoramiento de calidad de vida de las comunidades.
- Aumento de ingresos para el Gobierno Provincial de Loja.
- Aporte al conocimiento tecnológico nacional.

EDUCACIÓN Y ENTRENAMIENTO

Proveer educación y entrenamiento ambiental básico a todo el personal involucrado en el proyecto.

FLORA Y FAUNA.

Establecer una red de monitoreo para la flora y fauna, particularmente enfocado a aves.

RUIDO.

Establecer una esquema de monitoreo que permita reunir información de ruido después que las operaciones hayan empezado.

PRESERVACIÓN DE LA VEGETACIÓN Y EL HÁBITAT.

Minimizar los disturbios y daños de superficie para la vegetación y el hábitat de la vida silvestre durante las actividades de operación, como también asegurar el mantenimiento de la cubierta del hábitat.

MANEJO DE AGUA

SUPERFICIAL.

Minimizar las descargas incontroladas en cuerpos de agua superficial en áreas impactadas por las actividades del proyecto.

EROSIÓN

Minimizar / reducir la potencial erosión de las áreas afectadas a causa de las actividades del proyecto.

DESECHOS

Proponer un manejo de desechos sustentable.

Asegurar la correcta disposición de todos los desechos generados en sitio.

Reducir la exposición y accesibilidad de cualquier desecho peligroso a la fauna; y

RELACIONES COMUNITARIAS

Garantizar adecuados canales de comunicación entre la compañía y las comunidades locales.

Invitar a comentar a las comunidades locales temas con relación a las actividades del proyecto, temas ambientales y sociales; y

Crear impactos positivos para las comunidades locales y el gobierno, resultantes de las actividades del proyecto

IMPACTOS ECONÓMICOS

Por tener las mejores condiciones de viento reconocidas en Latinoamérica y además por el marco regulatorio preferencial para este tipo de energía, establecido en la Ley del Régimen del Sector Eléctrico Ecuatoriano, en la cual garantizan el cumplimiento de obligaciones ante un financiamiento internacional y su auto sostenibilidad a lo largo de su vida útil. La instalación del Parque Eólico Villonaco supondrá la aparición de afecciones positivas sobre la población de los barrios situados en su área de influencia. Estos impactos son muy positivos para el Ecuador y de manera especial para la Provincia de Loja.

EMPLEO

El volumen de puestos de trabajo generados directamente en la construcción y explotación del parque eólico se estima en una 200 personas, cuyo número representa una gran relevancia en el ámbito local del estudio.

MEJORAS EN LOS ACCESOS DE LA ZONA

La mejora en los caminos prevista en el proyecto para su utilización como viales de servicio y el necesario mantenimiento posterior supondrá una mejora en los accesos a los terrenos que forman parte de los barrios circundantes.

IMPACTO SOBRE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS.

Debido a las características del parque, y por su condición de ser el primero en ser instalado en el Ecuador, su presencia favorecerá al turismo tanto local como nacional.

GENERACIÓN DE ENERGÍA

El objetivo de la instalación del parque eólico es la generación de energía eléctrica a partir de unos recursos limpios y renovables en detrimento de

otras fuentes energéticas de mayor riesgo ambiental. Esta actividad generará un incremento en la riqueza económica y una disminución en la generación de impactos a la atmósfera al disminuir la emisión de 1'200.000 toneladas de CO2 equivalentes.

EMISIÓN DE CERTIFICADOS DE CARBONO

La emisión de los certificados de carbono, conforme lo establece el Protocolo de Kyoto, representará la posibilidad de la apertura de un nuevo mercado de divisas para el país.

GOBIERNO PROVINCIAL DE LOJA

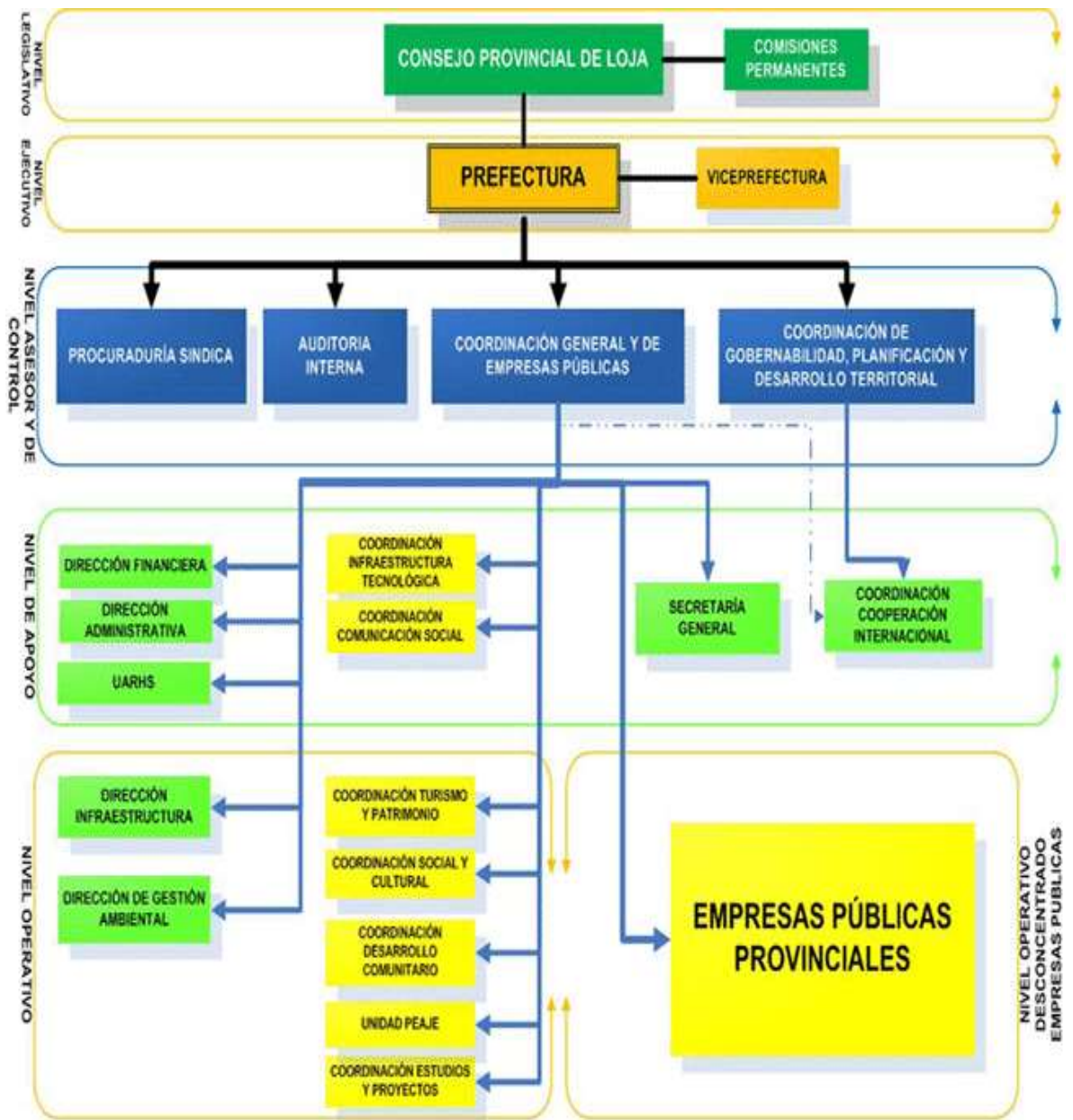
El Consejo Provincial de Loja como anteriormente se lo denominada y en el tiempo reciente como Gobierno Provincial inicia en Loja el 6 de Febrero de 1946, con el Dr. Alberto Burneo de Presidente.¹⁰

Actualmente el Ing. Rubén Alejandro Bustamante Monteroses el mandatario provincial de Loja, siendo electo mediante el ejercicio del voto popular. Así mismo el Dr. Jorge Mauricio Jaramillo Villamagua complementa el binomio gobernante.

¹⁰ ABAD, Emperatriz; Diagnóstico Institucional del Honorable Consejo Provincial de Loja 1996, Pág. 11.

Con el fin de mejorar cada vez más en el progreso de la provincia a nivel cultural, social y político el gobierno provincial de Loja cuenta con cinco niveles:

- ❖ Nivel Legislativo.
- ❖ Nivel Ejecutivo
- ❖ Nivel Asesor y de Control
- ❖ Nivel de Apoyo
- ❖ Nivel Operativo
 - Nivel Operativo Desconcentrado Empresas Públicas.



Misión

- Cumplir con los requerimientos solicitados por las personas.

Visión

- Dar prioridad a la vialidad de la provincia.

VALORES ESTRATÉGICOS DEL GOBIERNO PROVINCIAL DE LOJA

Reproicidad

Somos un Gobierno Provincial que trabaja junto al pueblo y que se esfuerza en equipo con el objetivo de ser reciproco con la gente.

Este compromiso en la nueva identidad visual del Gobierno Provincial de Loja en donde se reflejan los valores estrategicos del GPL: eficiencia, Honestidad, Competividad y Reciprocidad.

Eficiencia

Somos un Gobierno Provincial eficiente enfocado en servir a la gente y demostrarlo mediante resultados claros con una identidad visual que abarque a la comunidad y el trabajo cooperativo. Concepto que proviene

desde nuestros pueblos ancestrales y que recontextualizamos en nuestra identidad.

Competividad

Somos un Gobierno Provincial competente y competitivo, con una meta clara, superarnos a nosotros mismos cada día y brindar mejores servicios a la comunidad.

Honestidad

Somos un Gobierno Provincial Honesto, somos auténticos y queremos expresar con respeto a la comunidad nuestros proyectos del día a día, garantizando confianza y seguridad a quienes nos rodean.¹¹

Identidad visual

El Manual de Identidad Visual Corporativa define las normas que se deben seguir para imprimir la marca en los diferentes soportes internos y externos del Gobierno Provincial de Loja GPL, con especial hincapié en aquellos que se mostrarán al público interno, externo y a nivel corporativo.

¹¹ Manual de los valores estratégicos del Gobierno Provincial de Loja 2011.

Su correcto uso permitirá una presentación coherente y coordinada de la marca visual, como medio que garantice el respeto y la promoción de la identidad. El principal objetivo del Manual es recoger los elementos que forman esta identidad y sembrar las bases para su uso en aplicaciones presentes y futuras, donde cualquier comunicador visual, lo utilice como directriz, sin cerrar los caminos del buen hacer del diseñador. Las aplicaciones que no están definidas en este documento se deberán realizar atendiendo y respetando los criterios generales y el estilo marcado por éste, más no debe ser considerado como un código hermético y rígido, el Manual admite cierta flexibilidad, con respeto pero con creatividad.

Objetivo general

Innovar la imagen del Gobierno Provincial de Loja mediante la planeación de un Sistema de Identidad Visual Corporativa que permita al GPL posicionar una imagen clara del conjunto de características, valores y creencias con las que la institución se auto identifica y se auto diferencia de otras instituciones.

Objetivos Específicos

- Diseñar un signo identificador para el Gobierno Provincial de Loja con carácter duradero equilibrado y estable, que vaya en conjunto con los valores institucionales estratégicos.

- Rescatar y revalorizar los haberes saberes ancestrales en la construcción de un concepto para el GPL que aporte en la construcción de una identidad visual asociada a nuestro pasado y geografía, estableciendo formaciones discursivas que contribuyan a el enriquecimiento del imaginario visual local, regional y nacional y que unifique el pasado con el futuro.

Realizar un conjunto de piezas de comunicación on-line con el fin de que la Coordinación de Comunicación Social del Gpl mantenga informada a la colectividad de todas las acciones y proyectos que realiza el Gobierno Provincial de Loja.

Coordinación de Comunicación Social del Gobierno Provincial de Loja

Misión

La política de la Coordinación de Comunicación Social consiste en planificar, organizar y dirigir la comunicación institucional a lo interno y externo del Gobierno Provincial, garantizando la transparencia y honestidad en la información, como un aporte a la buena imagen de la Institución y desarrollo de la provincia.

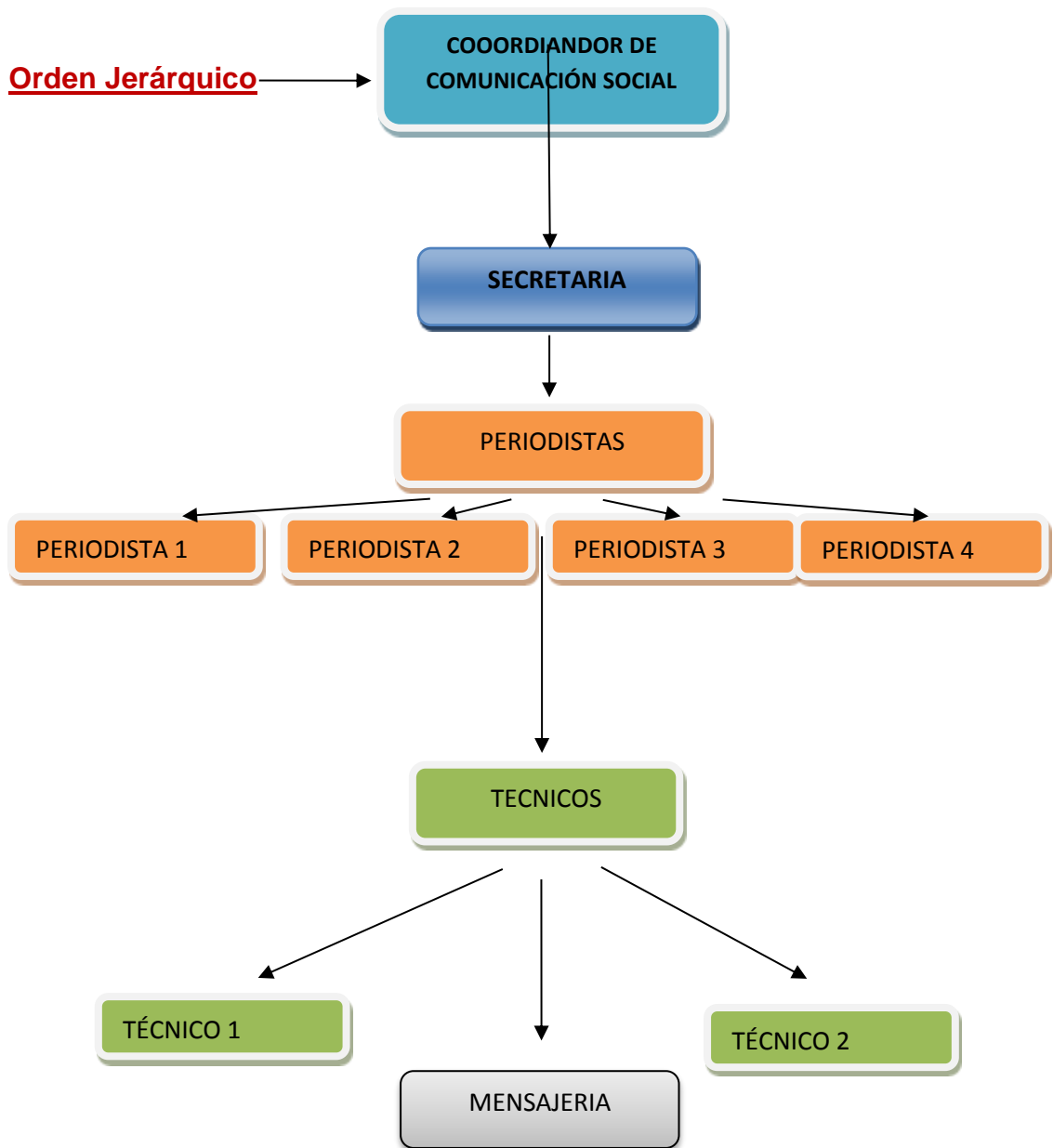
Visión

La Coordinación de Comunicación Social fortalece los procesos de comunicación institucional para generar una nueva imagen institucional, mediante la aplicación y reformas de la estructura orgánica-funcional de la Institución, en ella se involucran sus direcciones, coordinaciones y más dependencias, a través de planes, programas y proyectos de desarrollo provincial.

**Conformación del Departamento de
Comunicación Institucional**

Nombre del personal técnico y/o administrativo	Formación profesional y académica	Responsabilidades que cumple
- Sra. María Eliza Coello	Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social	Coordinadora de Comunicación Social
- Sr. Lucía Vivanco	Egresada en Ciencias de la Comunicación Social	Secretaria de Comunicación Social
- Sr. Elvis Merino	Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social	Periodista de la Dirección de Comunicación Social
- Sr. María Fernanda Rojas	Egresada en Ciencias de la Comunicación Social	Periodista de la Dirección de Comunicación Social
- Lic. Miguel Sánchez	Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social	Periodista de la Dirección de Comunicación Social

- Sr. Nilo Valarezo	Egresado en Ciencias de la Comunicación Social	Periodista de la Dirección de Comunicación Social
- Sr. Marco Sánchez	Nivel Académico Secundario	Técnico de la Dirección de Comunicación Social
- Sr. Franz Coronel	Nivel Académico Secundario	Técnico de la Dirección de Comunicación Social
- Señorita Tania Pucha (Persona Especial- Salud)		Colaboradora de Mensajería de la Dirección de Comunicación Social



Fuente: Plan de trabajo laboral del Departamento de comunicación social del GPL

Realización: Investigador

Relaciones Internas:

- Coordinación de Desarrollo Comunitario
- Coordinación de Cooperación Internacional
- Coordinación de Infraestructura Tecnológica
- Procuraduría Síndica
- Unidad Administrativa de Recursos Humanos
- Dirección Administrativa
- Coordinación de Gobernabilidad, Planificación y Desarrollo

EMPRESAS PÚBLICAS DEL GOBIERNO PROVINCIAL DE LOJA.

- **RIDRENSUR EP:**

Empresa Pública de Riego y Drenaje del Sur del Gobierno Provincial de Loja. GPL

- **VIALSUR EP:**

Empresa Pública de Vialidad del Sur del Gobierno Provincial de Loja.

GPL

- **DEPROSUR EP:**

Empresa Pública de Desarrollo Productivo y Agropecuario del Sur del Gobierno Provincial de Loja. GPL

- **MINASUR:**

Minería Pública Con Responsabilidad Social

- **ENERSUR:**

Empresa Regional De Energías Renovables Y Desarrollo Humano¹²

¹² Revista Anual Avance Provincial del Gobierno Provincial de Loja, Informe de Labores 2011.

ENERSUR. E. P

MIEMBROS DIRECTORIO

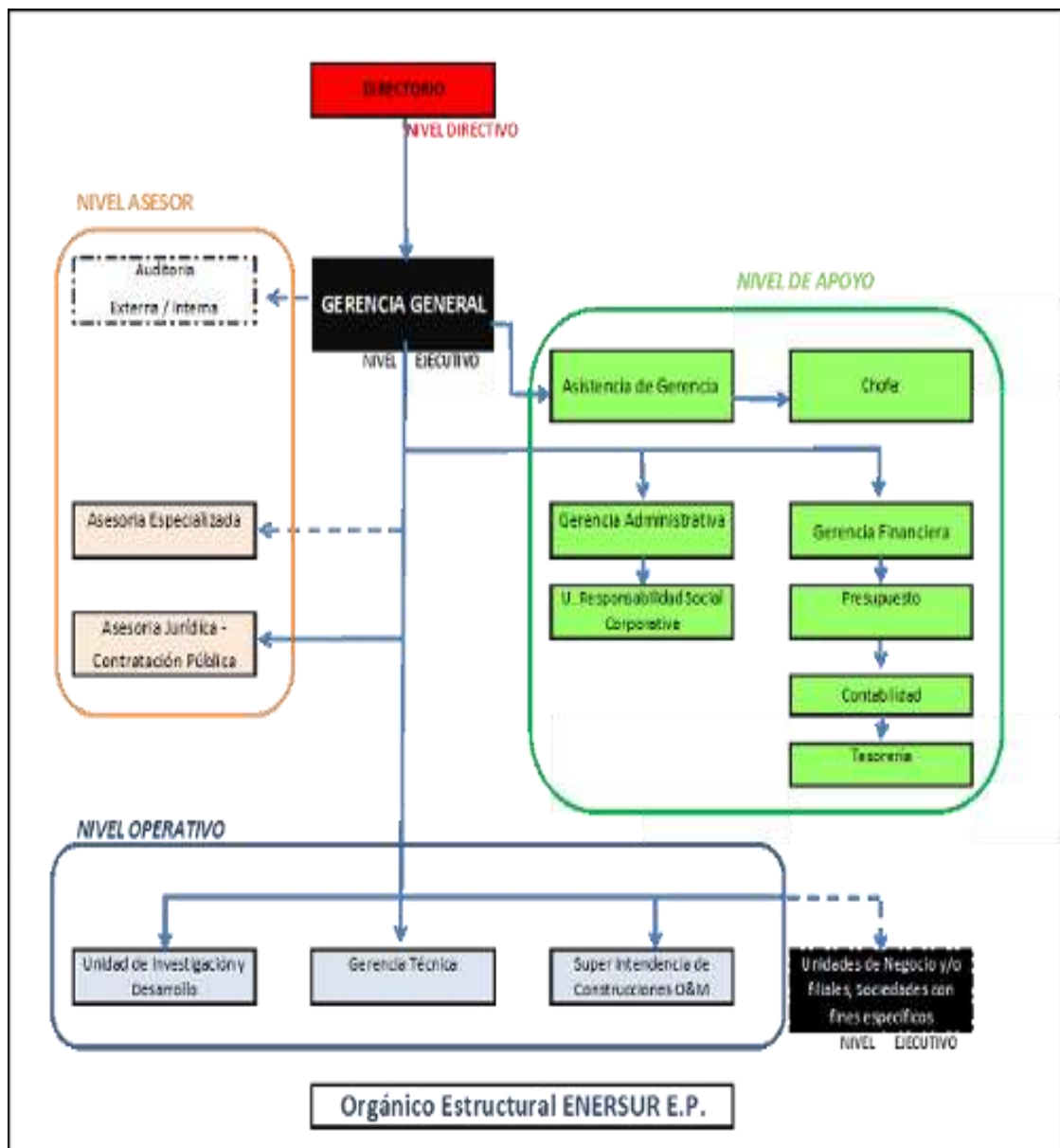
- PRESIDENTE:

**Ing. Rubén Bustamante Monteros, Prefecto
Provincial de Loja**

- Ing. Guido Salinas, Coordinador de Gobernabilidad,
Planificación y Desarrollo Territorial del GPL (e)
- Lic. Alex Padilla Torres, Alcalde del cantón Calvas
- Lic. Edulia González Mendoza, Presidenta de la Junta
Parroquial de San Pedro de Vilcabamba

- GERENTE GENERAL

Ing. José Vicente Aguirre Jaramillo



Fuente: estructura orgánica ENERSUR E.P

Realización: Investigador.

Modelo De Funcionamiento Organizacional

ABRIL – 2012

- Ing. William Zury, Coordinador General y de Empresas Públicas del GPL.
- Ing. Guido Salinas, Coordinador de Gobernabilidad, Planificación y Desarrollo Territorial del GPL (e)
- Ing. Norman Espinosa, Alcalde del cantón Gonzanamá.
- Sr. Jorge Márquez Jiménez, Alcalde del cantón Olmedo

DICIEMBRE -2012

- Ing. William Zury, Coordinador General y de Empresas Públicas del GPL.

DIRECCIONAMIENTO

ESTRATÉGICO

ENERSUR E.P., como empresa pública del Gobierno Provincial de Loja, promociona, desarrolla y construye proyectos de generación con recursos naturales renovables en la Región 7 del país, bajo parámetros de sustentabilidad social, ambiental y económica, y asegura energía al país con calidad, confiabilidad y precio competitivo.

RELACIONES EXTERNAS:

- Relación con medios radiales, impresos y televisivos de la Provincia de LojaProyectos de Difusión, Información y Publicidad del Departamento de Comunicación Institucional del Gobierno Provincial de Loja

Proyectos en ejecución:

- Difusión del accionar a través de boletines informativos
- Producción de informativo semanal para TV y radio
- Producción de cuñas y spots
- Coordinación de sesiones itinerantes
- Producción de documentales turísticos

• PROYECTOS AÑO 2010 – 2014

- Difusión del accionar a través de boletines informativos
- Producción de informativo semanal para TV y radio
- Producción de cuñas y spots
- Coordinación de sesiones itinerantes
- Rotulación de proyectos y programas de desarrollo en la provincia de Loja
- Realización de reuniones itinerantes en parroquias

- Producción de informativo multimedia a nivel institucional
- Programa radial

Abarca la promoción, desarrollo y construcción de proyectos de generación con recursos naturales renovables en la Región 7 del país.

El Gobierno Provincial de Loja, con fecha 12 de Agosto de 2010, mediante Ordenanza 0008-GPL-2010 creó la Empresa Regional de Energías Renovables y Desarrollo Humano ENERSUR E.P que sucedió a la Compañía ENERLOJA S.A. luego de un proceso de transición de conformidad a lo establecido en la ley Orgánica de Empresas Públicas, subrogando todos los derechos y obligaciones de la sociedad extinguida.

OBJETIVO SOCIAL.

El objetivo social de ENERSUR E. P abarca la promoción, desarrollo y construcción de proyectos de generación con recursos naturales renovables en la Región Sur del país. Actualmente cuenta con un portafolio de proyectos eólicos e hidroeléctricos.

PROYECTO EÓLICO VILLONACO

El 15 de diciembre de 2010 se suscribió en la ciudad de Loja el Convenio de Cooperación Interinstitucional entre CELEC E.P , el Gobierno Provincial de

Loja y ENERSUR E.P, actuando como testigo de honor el Dr. Miguel Calahorrano Camino, Exministro de Electricidad y Energía Renovable.

El objetivo del mencionado convenio es coordinar y llevar adelante acciones en torno al desarrollo y ejecución de los proyectos Villonaco, Membrillo, etro otros, de generación eólica en beneficio del Estado Ecuatoriano y la Región.

Una vez que el proyecto entre en estado de funcionamiento y operación comercial, el 30% de los beneficios económicos direccionados al Gobierno Provincial de Loja, para la ejecución de proyectos productivos y ambientalmente amigables, que permitan al desarrollo sustentable de la provincia.

Parque Eólico Villonaco en cifras	
altura	2.700 m.s.n.m
Numero de Aerogeneradores	11
Potencia por Aerogenerador	1.5 MW
Potencia electrica Instalable	De 16.5 MW
Generación estimada	59.57 GWh/año
Reducción de las emisiones de CO2	Alrededor de 35 millones de ton CO2/año
Reducción de consumo de combustibles	4.5 millones de galones
Ahorro económico para el Estado	13.3 USD/año

Fuente: Cuadro abstraído del proyecto Parque Eólico Villonaco/ resumen ejecutivo en números

Realización: Investigador

ESQUEMA PARA EL APROVECHAMIENTO EÓLICO EN EL CERRO VILLONACO

El costo estimado del proyecto eólico Villonaco asciende a US\$ 40'500.000,00 (cuarenta millones quinientos mil 00/100 de los Estados Unidos de América), de los cuales 35'000.000 corresponde al contrato para diseño, suministro y puesta en servicio del proyecto Villonaco.

Entre los principales beneficios derivados de la construcción del proyecto eólico Villonaco se tiene:

- Reducción de las emisiones de CO₂ (alrededor de 35 millones de tonCO₂/año).

- Reducción del consumo de combustibles (4.5 millones de galones).
- El ahorro económico para el estado estaría alrededor de 13,3 millones USD/año.

Al momento se han iniciado los trabajos de apertura de vías de acceso, vías internas del parque eólico y movimiento de tierras para conformación de plataformas para emplazamiento de aerogeneradores.

Las actividades mencionadas, servirán para cumplir con el compromiso presidencial de contar con el proyecto en marcha a partir del segundo semestre del 2012.

El Proyecto Eólico Villonaco, dentro de su programa de investigaciones para incentivar el aprovechamiento de los recursos naturales renovables en la región sur del País, comprende:

1. Adquirir los conocimientos, habilidades, herramientas y competencias necesarias para el planeamiento, construcción y operación de parques eólicos, previa la realización de estudios de factibilidad de los sitios escogidos.
2. Promover el Plan Eólico Provincial, mediante la instalación de una red regional de estaciones de medición y realizar los análisis e investigaciones necesarias para determinar el verdadero potencial eólico de la provincia de Loja. en las Comunidades

3. Iniciar la participación comunitaria para lograr una concientización sobre las ventajas para el medio ambiente que se obtienen, por el uso de mecanismos limpios.

4. Crear un Centro de Interpretación de Energías Renovables, con la intención de investigar el tema de la energía eólica a nivel mundial y en el País, y como actividades inmediatas la elaboración y discusión de propuestas para mejorar el marco regulatorio vigente.

CRONOLOGÍA

FEBRERO 2012

Se inició la formulación del proyecto “AEROGENERACION DE ENERGIA ELECTRICA PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS SISTEMAS DE BOMBEO DE LA PROVINCIA DE LOJA”, el mismo se presentó y se sustentó ante la CAF, el mismo fue aprobado con la asignación de \$ 140.000 no reembolsables, permitiendo arrancar con la ejecución de los estudios de factibilidad del proyecto.

Una vez firmado el convenio de operación por solicitud de la CAF se requirió la conformación de la Unidad Ejecutora de Energías Renovables que tendría por objeto principal el desarrollo por administración directa del estudio de factibilidad para el proyecto eólico “Villonaco”, financiados con fondos del HCPL y los provenientes de la CAF. El proyecto Villonaco se programó en

dos fases: FASE I: Factibilidad y diseño básico. [PREINVERSIÓN] Feb. 2002-Mar. 2004 FASE II: Implementación y Desarrollo [INVERSIÓN] Agosto 2004 - ---- La FASE I de factibilidad y diseño definitivo involucró la colocación de seis torres de medición de viento con sus respectivos sensores para su correspondiente monitorización, en puntos potenciales ubicados en la provincia fronteriza de Loja. En vista de la no-existencia de conocimiento local para el desarrollo de esta Fase se solicitó la asistencia Técnica del ICAEN de Barcelona España, quien conjuntamente con la Consultora NORMAWIND a través de un modelo participativo cooperaron en el mismo a través de la transferencia de conocimiento. La supervisión de los estudios estuvo a cargo del Ministerio de Energía y Minas del Ecuador.

DICIEMBRE 2003

Transcurrido el primer año de monitoreo, con la información obtenida, se realiza la presentación del informe final, en el cual se determina un alto potencial eólico en los sitios estudiados, destacándose en primer lugar Villonaco, luego Membrillo y Chinchas. Y es así que Loja fue calificada por la Dirección Nacional de Energías Renovables del Ministerio de Energía y Minas del Ecuador y organismos internacionales como el sitio donde existe el mayor promedio de velocidad media registrado sobre todo el territorio ecuatoriano factible de aprovecharse en el desarrollo de proyectos eólicos, en la actualidad existe la posibilidad de instalar 75MW de potencia nominal

sobre los sitios Villonaco, Membrillo y Chinchas, con un factor de planta del 50%, que garantiza una TIR muy atractiva para realizar inversiones.

Enero 2004

El resultado tangible de la Fase I está definido por el permiso de concesión del Proyecto y los estudios resultados del mismo: microsittings (estudios eólicos), topografía a detalle, geología, geofísica, diseño de vías internas, evaluación financiera y estudio de impacto ambiental.

Con el interés demostrado por los inversionistas extranjeros para la ejecución del Proyecto, la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo SEMPLADES, lo declara al Proyecto Eólico Villonaco como Prioridad Nacional, con lo cual el **CONELEC** se compromete a dar prioridad al otorgamiento de licencias y permisos que se requieran para la construcción. El Honorable Consejo Provincial de Loja con fondos públicos desarrolla durante el periodo 2002-2004 los estudios de factibilidad del proyecto Eólico Villonaco.

Marzo 2004

- Calificar la viabilidad técnica, financiera económica y social del proyecto eólico de la Provincia de Loja.
- Declarar la prioridad de este proyecto.

Mayo 2004

Se plantea opciones de financiamiento a través de cartas de intención con bancos internacionales como el Banco Vizcaya (España), Banco Santander, Banco de Exportación CHINA, dichos financiamientos no son posibles de concretar por falta de garantías reales o avales soberanos que respalden al HCPL ni de capital propio que permita la construcción del proyecto.

Junio 2004

En función de que el Estado Ecuatoriano es el único propietario de los recursos naturales, el Consejo Nacional de Electrificación CONELEC se pronunció con respecto a que la única posibilidad de obtener un Certificado de Permiso de Concesión para ejecutar el proyecto, es a través de que el H. Consejo Provincial de Loja conforme una compañía acorde a lo que dispone la Ley Societaria del país. Para el efecto se solicitó los dictámenes correspondientes a la Contraloría General del Estado y Procuraduría General de la Nación. Con fecha 25 de junio de 2004, se constituye la Empresa Provincial de Energías Alternativas y Desarrollo Humano ENERLOJA S.A., cumpliendo con lo dispuesto por la Superintendencia de Compañías, en donde el H.C.P.L. participa con el 100% de acciones, siendo su único accionista y se encargará del desarrollo futuro del proyecto

Marzo 2005

Hasta marzo del 2005 en la parte legal se obtuvo por parte del CONELEC el certificado de permiso de concesión No.73 y la aprobación del estudio de impacto ambiental correspondiente a favor de ENERLOJA S.A., los que garantizaban su derecho exclusivo respecto del permiso solicitado para la ejecución del proyecto eólico Villonaco. Asumen la Presidencia y Gerencia General de la compañía la administración entrante del HCPL. El proyecto prácticamente se paraliza y no recibe impulso para su promoción, desarrollo y posterior ejecución

Septiembre 2008

El día 18 de septiembre de 2008, en la ciudad de Loja, se firmó ante el Notario Quinto del Cantón Loja teniendo como Testigo de Honor al Economista Rafael Correa Delgado, Presidente De La República Del Ecuador el documento suscrito entre el Prefecto de la Provincia de Loja de ese entonces (ex Presidente de ENERLOJA) Arq. Rodrigo Vivar Bermeo, el Sr. Thomas Logan, Presidente Ejecutivo de Protocol Energy Internacional Inc. y el Sr. Ángel García, representante legal de XETA WORLDWIDE CORP.(nuevo inversionista ingresado por Protocol), la denominada DECLARACIÓN DE COMPROMISO DE PROYECTO suscrito el 18 de septiembre de 2008, se le comunica las supuestas irregularidades. Esta Declaración tuvo por objeto establecer el inicio oficial del proyecto eólico Villonaco y comprometer de manera voluntaria a Protocol y Xeta Worldwide (portadores actuales del 80% de las acciones de Villonaco Wind Power) los

compromisos y penalidades en caso de no dar cumplimiento al inicio de la construcción del proyecto Eólico Villonaco. Dicho compromiso hasta la fecha ha sido declarado terminado y la Cámara Provincial ha resuelto se retome la ejecución del proyecto.

Julio 2009- Febrero 2010

Con fecha 31 de julio de 2009, el Ing. Rubén Bustamante asume la Prefectura Provincial de Loja, a la vez asume las funciones como Presidente y Gerente General de la Compañía., decidiendo retomar el Plan de Desarrollo Eólico Provincial, dentro del cual se tiene previsto la promoción, desarrollo y ejecución de del proyecto eólico Villonaco y de los proyectos eólicos Membrillo y Chinchas. Además la Cámara Provincial ha resuelto en la creación de la empresa Regional de Energías Alternativas y Desarrollo Humano ENERSUR E.P. que sucederá a ENERLOJA S.A.

De acuerdo con los estudios realizados por ENERLOJA S.A., conjuntamente con el Instituto Catalán de Energía de España y la consultora de Viento Normawind de Barcelona, existen viento muy veloces y constantes en comparación con los de otras partes del país (velocidad media a altura del buje*: 11.00 – 12.00 m/s, altura del buje 50 metros). El Parque Eólico Villonaco tendrá una potencia nominal de 15 megavatios y se construirá en el sector del Villonaco, en las inmediaciones de la ciudad de Loja, capital de la Provincia del mismo nombre. La zona del Parque Eólico Villonaco, es un

sector que se encuentra en el filo de cumbre del cerro, con precipitaciones escasas y cuyas temperaturas oscilan entre 12 y 15 grados centígrados y una altura de 2600 a 2700 msnm.

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO “ BEATRIZ CUEVA DE AYORA”

ESCUDO



HISTORIA

Cincuenta y cuatro años de existencia de esta benemérita Institución Educativa, que continúa en su misión de proyectar la luz del conocimiento hacia las nuevas generaciones. Porque ha contado siempre con la participación y la presencia dinámica y altruista de maestros con especial vocación, técnicos y administrativos especializados y competentes que trabajan con diligencia y abnegación.

Fue el primer Rector y Fundador de esta Institución; Emiliano Ortega Espinosa, quien con una trayectoria educativa brillante desde sus inicios, con su título de Preceptor Educativo, obtenido en el Normal "Juan Montalvo" de la ciudad de Quito

regentado por la Segunda Misión Alemana; poseía una experiencia de muchos años, enseñando en varios sectores de la Patria, fue requerido por el Alcalde Ramón Burneo Samaniego, para pedirle que se responsabilizara de la organización de un Colegio Femenino

Maestros que actúan e interactúan de una manera eficaz en el cumplimiento de su cometido: formar niñas y jóvenes.

Porque aquí hay maestros que están siempre prestos para aceptar los cambios que exigen las distintas sociedades; que al entregarse con entereza se apersonan de su papel y se transforman en orientadores y asesores de las actividades de sus alumnas; que cumplen con sus funciones en los diferentes departamentos, para que coordinadamente se produzcan los frutos deseados.

Aquí se percibe la honradez y pulcritud en la administración de los recursos humanos y también financieros. Aquí se tiene la satisfacción de contar con un Comité de Padres de Familia que apoyan metodologías impartidas.

Aquí está la presencia de las alumnas, protagonistas de su formación democrática, representadas en la Asociación Estudiantil. Aquí se irradia tal actividad que constituye un ejemplo y lugar de consulta de otras instituciones Educativas.

Se han cumplido en gran porcentaje las reformas y proyectos suscitados a través del tiempo, para conseguir un Bachillerato en Ciencias, donde la

estudiante adquiere un desarrollo de sus aptitudes y una orientación de acuerdo a sus inclinaciones, con las especialidades de Sociales, Químico-Biológicas y Físico-Matemáticas. O para conseguir un Bachillerato Técnico y poseer una experiencia inicial de futuros desempeños en ambientes concretos de trabajo: Contabilidad, Secretariado Bilingüe y Agroindustria de los Alimentos”.

Además para obtener un Postbachillerato en las dos últimas especialidades técnicas anotadas, con actitudes de superación, mejoramiento e innovación profesionales.

Se inició como un Colegio de estudios de Bachillerato en Humanidades Modernas, por Acuerdo Ministerial N° 427 del 23 de Septiembre de 1954.

Luego en 1987 se hizo Técnico por Acuerdo Ministerial N° 543 del 21 de Mayo de 1989, para transformarse en Colegio Experimental mediante Acuerdo N° 4371 del 17 de Agosto de 1989, aprobándose el Proyecto “APLICACIÓN DEL SISTEMA MODULAR COMO METODOLOGÍA INNOVADORA Y ALTERNATIVA EN EL PROCESO DE FORMACIÓN INTEGRAL DE LAS ALUMNAS DEL COLEGIO EXPERIMENTAL BEATRIZ CUEVA DE AYORA”.

Con Acuerdo Ministerial N° 117 del 10 de Enero de 1997 se transforma en Instituto Técnico Superior.

DIRECTIVA ACADEMICA

En Loja, Cantón y provincia de Loja, el 12 de julio de 2012 el Consejo Ejecutivo del Instituto Tecnológico Superior “Beatriz Cueva de Ayora” está integrado por los siguientes miembros:

RECTOR

- Lic. Galo Jiménez (e)

VICERRECTORA

Dra. Jhonny Rojas Fernández (e)

SECRETARIA GENERAL

- María del Carmen González Parra.

Departamentos de la Institución

- Departamento de Investigación Y Planeamiento
- Departamento de orientación y Bienestar Estudiantil
- Área Administrativa
- Área Curricular tecnológica
- Área Curricular Contabilidad
- Área Curricular Matemáticas
- Área Curricular Ciencias Naturales
- Área Curricular de Lenguajes
- Área Curricular de idioma extranjero
- Área Curricular cultura estética

- Área Curricular cultura física.

MISIÓN

El ISTE-BCA en su calidad de institución educativa de nivel medio y superior tiene como misión:

- La formación integral de bachilleres, técnicas superiores y tecnólogas con alta preparación, científica, investigativa, técnica y humanística, para que puedan continuar estudios superiores, integrarse activamente al mundo del trabajo y la producción, y/o desenvolverse en el seno social como personas útiles, éticas, capaces y con mentalidad transformadora de su realidad social y natural.
- Ofertar con alta calidad y con recursos tecnológicos de punta, productos y servicios educativos, técnicos y especializados, dentro del ámbito de su competencia, a las alumnas y comunidad.
- Conocer, valorar, asumir, enriquecer, desarrollar y promover la cultura, principios y valores del medio, la región y el país.
- Contribuir al desarrollo productivo de la región y el país, a través del funcionamiento eficiente y eficaz de las especialidades del bachillerato técnico y del nivel superior; e,
- Impulsar una gestión académico-administrativa dinámica, eficaz, técnica y participativa, orientada por la visión institucional y fundada

en bases de datos producidos por el Instituto y centros especializados externos, para atender las demandas socioeducativas y de formación de las estudiantes y de la comunidad de influencia.

VISIÓN

El Instituto Superior Tecnológico "Beatriz Cueva de Ayora", se constituirá en uno de los centros de educación media y superior de más alta calidad y excelencia de la región sur del país. Su accionar integral estará caracterizado por: el desarrollo de procesos educativos fundamentados en corrientes psicopedagógicas modernas; la práctica de valores y derechos humanos, la justicia, la equidad social y de género, la defensa del medio ambiente; el impulso a los proyectos dirigidos hacia el desarrollo de la inteligencia y creatividad en las estudiantes; la promoción de la cultura popular, las artes y el deporte; el fomento a la investigación científica; el cultivo de la ciencia y la tecnología; la práctica de la evaluación curricular e institucional; la ejecución permanente de actividades de interacción entre los integrantes de la comunidad educativa e instituciones de su entorno; y, por la participación activo-reflexiva de sus estudiantes, docentes y egresadas en el desarrollo y cambio social.¹³

¹³http://www.istebeatrizcueva.edu.ec/index.php?option=com_content&view=categor&layout=blog&id=28&Itemid=32

f. Materiales y Métodos

Científico

Nos permitirá sistematizar datos importantes sobre el objeto de investigación y a su vez obtener conceptos específicos de especialistas como periodistas, funcionarios públicos sobre la ejecución del Proyecto Eólico Villonaco y su incidencia en la divulgación de información de la obra y su desempeño en las empresas públicas a nivel interno y externo, el cual ayudará a la construcción de varios ítems de la investigación como la consecución de los Objetivos y elaboración de técnicas como la encuesta y la entrevista.

Deductivo

es importante porque el problema será estudiado de una manera general para esclarecer causas principales del problema y luego permitirá encontrar las falencias en los procesos comunicacionales internos y externos del Gobierno Provincial de Loja, por tal motivo, como investigador me concede ayudar en la imagen corporativa de la Entidad Pública,.

Analítico

Permitirá realizar un análisis cauteloso de personal en el departamento de Comunicación Institucional del Gobierno Provincial de Loja, además, será un método necesario durante el proceso de investigación ya que aprobará o desaprobará los objetivos planteados.

Los procesos comunicacionales podrán ser examinados para determinar el cumplimiento y la finalidad de los productos comunicacionales.

Modelo Estadístico

Servirá para la organización de los resultados obtenidos a través de los instrumentos aplicados, los mismos que serán representados en cuadros y gráficos estadísticos

Técnicas e Instrumentos

Entre las técnicas utilizadas en la elaboración del presente trabajo investigativo utilizaré las siguientes:

7.1 LA ENCUESTA.- Esta técnica incluye la aplicación de cuestionarios a los estudiantes de los colegios Instituto Superior Tecnológico Beatriz Cueva de Ayora. Este proceso estará orientado a lograr objetivos y obtención de información específica, además me permitirá a elaborar la

exposición y discusión de resultados. Es una técnica de importante recolección de información directa y confiable para ser aplicada.

La fórmula de tipo finito será planteada.

Significado

n= tamaño de la muestra

N= Población

$\sigma^2 =$ Varianza ($p = 0.5, q = 0.5; \sigma^2 = p \cdot q$)

Z= Nivel de Confianza deseado (en este caso 95% que corresponde a $z = 1,96$)

E= Limite aceptable de error

E = 5%

$$N = \frac{O^2 \times p \times q \times N}{E^2 (N-1) + O^2 \times p \times q}$$

$$E^2 (N-1) + O^2 \times p \times q$$

$$N = \frac{4 \times 50 \times 50 \times 1436}{25 (1436-1) + 4 \times 50 \times 50}$$

$$25 (1436-1) + 4 \times 50 \times 50$$

$$N = \frac{14360000}{45875}$$

$$45875$$

N= 313 encuestas

7.2 Entrevista. Será útil para saber información directa y de importante relevancia sobre la ejecución de divulgación de información del Proyecto Eólico Villonaco mediante el Departamento de Comunicación Institucional, la información obtenida de la entrevista realizada a la Lcda. María Eliza Coello será analizada, interpretada y recolectada para la aprobación de objetivos planteados y dar respuesta a los problemas presentados en busca del objeto de transformación.

Al Lic. Elvis Merino, para lograr un comentario acertado acerca de la importancia de la divulgación de información del proyecto.

Y a Mg. Dr. Luis Rodrigo Tituaña Carrión., Rector del Instituto Superior Tecnológico Beatriz Cueva Para que desde su perspectiva analicen la importancia de la divulgación de información sobre el proyecto eólico Villonaco a las alumnas y alumnos de dichas instituciones académicas.

7.3 Población y Muestra.

Colegio	Estudiantes sección bachillerato
Instituto Superior Tecnológico Beatriz Cueva de Ayora	De los 1436 Alumnas que pertenecen al sector matutino serán encuestas un total de:

Total	313 estudiantes.
--------------	-------------------------

Fuente: Cuadro tomado del libro de matriculación del ITSBCA Año lectivo 2012-2013

Realización: Investigador

g. CRONOGRAMA

ACTIVIDAD	FEBRERO 2013				MARZO 2013				ABRIL 2013				MAYO 2013				Junio 2013			
	s. 1	s. 2	s. 3	s. 4	s. 1	s. 2	s. 3	s. 4	s. 1	s. 2	s. 3	s. 4	s. 1	s. 2	s. 3	s. 4	s. 1	s. 2	s. 3	s. 4
Fase 1	X																			
Elaboración del proyecto		X																		
			X																	
				X																
Fase 2					X															
Planificación y ejecución del trabajo de campo						X														
							X													
								X												
Fase 3									X											
Elaboración y presentación del informe del trabajo de campo										X										
											X									
												X								
													X							
														X						

			X	
Fase 4				X
Sustentación				X
pública de la				X
investigación				X

h. RECURSOS Y FINANCIAMIENTO

9.1 Recursos Humanos

- **Investigador:**

- **Luis Javier Ontaneda**

- Lic. María Eliza Coello Directora del Departamento de Comunicación Institucional del Gobierno Provincial de Loja.
- Elvis Merino, Licenciado a Comunicador Social
- Lic. Galo Jiménez Rector del Instituto Superior Tecnológico Beatriz Cueva de Ayora.
- Alumnas del Bachillerato del colegio Instituto Superior Tecnológico Beatriz Cueva de Ayora

i. Recursos Materiales

- **Reproducción de documentos.**
- **Internet.**
- **Cds.**
- **Grabadora**
- **Movilización**
- **Hojas para impresión**
- **Anillados**

FINANCIAMIENTO

El coste total de la presente investigación será cubierto por el investigador, además la Universidad cubrirá lo que tiene que ver con las tutorías de investigación.

Bibliografía

- OLIVA, Rafael Beltran. **"Introducción a los modelos y control de máquinas eólicas"**

ABAD, Emperatriz; Diagnóstico Institucional del Honorable Consejo Provincial de Loja 1996, Pág. 11.

- Manual de los valores estratégicos del Gobierno Provincial de Loja 2011.
- Revista Anual Avance Provincial del Gobierno Provincial de Loja, Informe de Labores 2011.
- Dennis L, Phillip H. Ault, Relaciones Publicas, Estrategias y Tácticas 6° edición, Pearson Educación S.A. Madrid 2001, pág. 9
- Editorial: Univ. Nacional de la Patagonia Austral + Fundacion H2 Patagonia. Pag. 87
- <http://www.economiadelaenergia.com/energia-eolica/>
- <http://fernandofdezperez.blogspot.com/>
- <http://ddd.uab.es/pub/analisi/02112175n32p117.pdf>
- <http://www.definicionabc.com/comunicacion/informar.php#ixzz2RLsuxPAi>
- Definición de comunicación - Qué es, Significado y Concepto <http://definicion.de/comunicacion/#ixzz2RM1D5tbO>
- <http://tiposdecomunicacion.net/>

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS ALUMNAS DEL INTITUTO BEATRIZ CUEVA DE AYORA PARA Analizar la incidencia de la divulgación de productos comunicacionales del proyecto eólico en la provincia de Loja en las alumnas del Instituto tecnológico superior Beatriz Cueva de Ayora, sección matutina, año lectivo 2012- 2013.

En calidad de egresado de la Carrera de Comunicación Social de la UNL, me encuentro realizando el presente trabajo de investigación titulado: **La divulgación de productos comunicacionales por parte del Departamento de Comunicación Social Del Gobierno Provincial de Loja, sobre El Proyecto Eólico Villonaco en la Provincia de Loja y su incidencia en las alumnas del Instituto tecnológico superior Beatriz Cueva de Ayora año lectivo 2012- 2013. Sección matutina. Lineamientos Alternativos.**

1. ¿CONOCE O HA VISTO USTED EL PARQUE EÓLICO VILLONACO EN LA PROVINCIA DE LOJA?

Si ()
No ()

2. ¿CUANTOS PARQUES EÓLICOS HAY EN EL ECUADOR?

1 ()
2 ()
3 ()
4 o más ()

En caso de marcar 2 o más Parque señale el nombre de las ciudades.-

.....

3. ¿SEGÚN USTED QUÉ ES ENERGÍA EÓLICA?

Es un tipo de energía renovable, aprovechando el viento los aerogeneradores producen energía eléctrica. ()
)

Es la fracción que se percibe de la energía que transporta la luz y que se puede manifestar sobre la materia de diferentes maneras de forma física o material. ()

Es la fuerza que se libera en forma de calor, puede obtenerse mediante la naturaleza y también del sol mediante una reacción exotérmica ()

4. ¿EL CERRO VILLONACO, ES EL CERRO MÁS GRANDE DE LA PROVINCIA DE LOJA?

Si ()

No ()

No se ()

5. DE ESTAS, QUE INSTITUCIÓN PÚBLICA CREO EL PROYECTO PARQUE EÓLICO VILLONACO.

Municipio de Loja ()

Gobierno Provincial de Loja ()

Ministerio de Obras Públicas ()

6. ¿QUÉ IMPACTOS SOCIALES OCASIONA Y PUEDE PRODUCIENDO UN PROYECTO EÓLICO EN LA CIUDAD DE LOJA?

Generación de empleo ()

Gastos económicos innecesarios ()

Destrucción de la Naturaleza ()

7. ¿DENTRO DE LO ESTUDIADO EN DIFERENTES MATERIAS, USTED RECIBIÓ CLASES SOBRE LOS BENEFICIOS Y CONTRAS DE UN PROYECTO EÓLICO?

Si ()

No ()

8. HA VISTO USTED ALGÚN PRODUCTO COMUNICACIONAL SOBRE EL PROYECTO EOLICO COMO:

Revistas	()
Flayers (hojas volantes)	()
Folletos	()
Pancartas	()
Periódicos	()
Carteles o posters	()
Sitios web (redes sociales)	()
Correo electrónico	()
Televisión	()
Radio	()
Objetos publicitarios	
(Llaveros, esferos, gorras, camisetas,etc)	()
Ninguno	()

**9. A SU CRITERIO ¿QUÉ MECANISMOS DE COMUNICACIÓN SERÍAN LOS MÁS IMPORTANTES PARA DAR A CONOCER SOBRE EL PROYECTO EÓLICO VILLONACO EN LA INSTITUCIÓN EN LA QUE ESTUDIA?
Señale como mínimo 3.**

Revistas	()
Flayers (hojas volantes)	()
Folletos	()
Pancartas	()
Periódicos	()
Carteles o posters	()
Sitios web (redes sociales)	()
Correo electrónico	()
Televisión	()
Radio	()

Objetos publicitarios

(Llaveros, esferos, gorras, camisetas,etc) ()

Ninguno ()

9.1 ¿CUÁL DE ESTOS 3 USTED USA MÁS Y QUE TIEMPO LE DEDICA?

Revistas ()

Flayers (hojas volantes) ()

Folletos ()

Pancartas ()

Periódicos ()

Carteles o posters ()

Sitios web (redes sociales) ()

Correo electrónico ()

Televisión ()

Radio ()

Objetos publicitarios

(Llaveros, esferos, gorras, camisetas,etc) ()

Ninguno ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ENTREVISTAS

En calidad de egresado de la Carrera de Comunicación Social de la UNL, me encuentro realizando el presente trabajo de investigación titulado: **La divulgación de productos comunicacionales por parte del Departamento de Comunicación Social Del Gobierno Provincial de Loja, sobre El Proyecto Eólico Villonaco en la Provincia de Loja y su incidencia en las alumnas del Instituto tecnológico superior Beatriz Cueva de Ayora año lectivo 2012- 2013. Sección matutina. Lineamientos Alternativos.**

Banco de preguntas a la Lic. María Eliza Coello, DIRECTORA DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO PROVINCIAL DE LOJA.

1. ¿Llevan una planificación sobre lo realizado en su Institución?
2. ¿Han realizado campañas sobre el proyecto Eólico Villonaco?
3. ¿Han realizado campañas de divulgación de información del Proyecto Eólico Villonaco en el Instituto Beatriz Cueva de Ayora?
4. ¿El presupuesto es suficiente para realizar productos comunicacionales sobre el proyecto eólico Villonaco, para ser divulgados en los establecimientos educativos?

Interrogantes planteadas al Lic. Elvis Merino.

1. ¿Cree usted que es necesario divulgar productos comunicacionales en las instituciones educativas?
2. ¿Qué medios de comunicación se pueden utilizar para brindar información sobre el proyecto eólico Villonaco a las estudiantes?
3. Que se puede resaltar del proyecto eólico Villonaco para que sea un proyecto de importancia en las estudiantes del colegio Beatriz Cueva de Ayora.

Preguntas dirigidas al Rector del colegio Beatriz Cueva de Ayora Lic. Galo Jiménez

1. Genera interés en la institución que las alumnas del Instituto Beatriz Cueva de Ayora tengan conocimiento en diferentes temas sociales, culturales, ambientales y energéticos sobre el Proyecto Parque Eólico Villonaco.
2. Contribuiría el Instituto a que mediante el departamento de Comunicación de Gobierno Provincial de Loja promocionen el Proyecto Parque Eólico, ubicado en la Provincia de Loja.

Índice

CONTENIDO	PÁGINA
Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de Autorización	iv
Dedicatoria	v
Esquema de Contenidos	vi
Título	7
Resumen	8
Summary	9
Introducción	10
Revisión de Literatura	13
Materiales y Métodos	29
Resultados	34
Discusión	49
Conclusiones	51
Recomendaciones	53
Bibliografía	54
Anexos	55
Propuesta	55-67
Proyecto de Tesis	68-164
Índice	165