

## **RESUMEN**

La investigación que se presenta a continuación tiene por objetivo analizar la percepción de los habitantes sobre la inseguridad social frente a la comunicación que brindan las autoridades del Cantón Rumiñahui. En el estudio se utilizaron definiciones y teorías de percepción de inseguridad social, teorías de comunicación y modelos de Marketing de Contenidos que fueron adaptados a los sectores de estudio del Cantón Rumiñahui para proceder al levantamiento de la información usando la técnica de la encuesta realizada a una muestra estratificada de 600 personas. Los análisis de datos fueron procesados mediante el uso del software SPSS, los cuales probaron la existencia de una relación entre variables estudiadas y evidenciaron falta de comunicación entre autoridades y habitantes lo cual tiene como consecuencia un aumento en la percepción de inseguridad social en los habitantes del Cantón Rumiñahui. En base a los resultados se realizó un estudio técnico el cual identifica la percepción de los habitantes, el grado y las herramientas utilizadas para la comunicación acerca de inseguridad social. Finalmente se creó una propuesta basada en el Marketing Social, para brindar soluciones de comunicación mediante la comunicación por medio de las redes sociales y medios tradicionales.

### **PALABRAS CLAVE:**

- **PERCEPCIÓN**
- **INSEGURIDAD SOCIAL**
- **COMUNICACIÓN**
- **MARKETING DE CONTENIDOS**
- **MARKETING SOCIAL**

## **ABSTRACT**

The research presented below aims to analyze the population's perception of social insecurity in the face of communication provided by the authorities of the Romanian Cantón. The study used definitions and theories of perception of social insecurity, communication theories and Content Marketing models that were adapted to the study sectors of Cantón Rumiñahui to proceed with the lifting of information using the survey technique conducted on a stratified sample of 600 people. The data analyses were processed using SPSS software, which proved the existence of a relationship between studied variables and showed a lack of communication between authorities and inhabitants resulting in an increase in social insecurity in the inhabitants of Cantón Rumiñahui. Based on the results, a technical study was carried out which identifies the perception of the inhabitants, the degree and the tools used for communication about social insecurity. Finally, a proposal based on Social Marketing was created, to provide communication solutions through communication through social networks and traditional media.

### **KEYWORDS:**

- **PERCEPTION**
- **SOCIAL INSECURITY**
- **COMMUNICATION**
- **CONTENT MARKETING**
- **SOCIAL MARKETING**