



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN MERCADOTECNIA**

**TEMA: “PERCEPCIÓN DE LOS HABITANTES FRENTE A LA
INSEGURIDAD SOCIAL Y FALTA DE COMUNICACIÓN DE LAS
AUTORIDADES EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI”**

AUTORAS:

FREIRE LÁRRAGA, ESTHEPHANY YADIRA

VINUEZA LEÓN, ERIKA MICHELLE

DIRECTOR: DR. SOASTI VEGA, MARCO ANTONIO MSC.

SANGOLQUÍ

2020



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, “**PERCEPCIÓN DE LOS HABITANTES FRENTE A LA INSEGURIDAD SOCIAL Y FALTA DE COMUNICACIÓN DE LAS AUTORIDADES EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI**” fue realizado por las señoritas *Vinueza León, Erika Michelle y Freire Lárraga, Esthephany Yadira*, el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustenten públicamente.

Sangolquí, enero del 2020



Dr. Soasti Vega, Marco Antonio
C.C.: 1708002066



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, *Vinueza León, Erika Michelle y Freire Lárraga, Esthephany Yadira*, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: "*Percepción de los habitantes frente a la inseguridad social y falta de comunicación de las autoridades en el Cantón Rumiñahui*" es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Sangolquí, enero del 2020

Vinueza León, Erika Michelle

C.C.: 1715080980

Freire Lárraga, Esthephany Yadira

C.C.: 1723951214



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

AUTORIZACIÓN

Nosotras, Vinueza León, Erika Michelle y Freire Lárraga, Esthephany Yadira, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: "Percepción de los habitantes frente a la inseguridad social y falta de comunicación de las autoridades en el Cantón Rumiñahui" en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad.

Sangolquí, enero del 2020

Vinueza León, Erika Michelle

C.C.: 1715080980

Freire Lárraga, Esthephany Yadira

C.C.: 1723951214

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico por sobre todas las cosas a Dios quien día a día me ha dado la salud, las fuerzas y la sabiduría para labrar este camino lleno de aprendizajes, permitiéndome alcanzar una de mis metas más importantes.

A mi madre, una mujer luchadora que ha sido mi guía e inspiración en todo momento, quien además es mi mejor amiga y la persona que más admiro en el mundo, la cual me ha enseñado a que todo en la vida es posible con esfuerzo a quien dedico y dedicare todos los logros de mi vida.

A mi hermano, quien ha sido también mi padre le agradezco por el gran papel que ha hecho en mi vida ya que con su carisma y alegría me ha enseñado que no hay nada imposible, y quien definitivamente es el ángel que Dios nos regaló.

A mi hermana, la niña de mis ojos, que ha demostrado ser una niña fuerte la luz de nuestro hogar y quien con un abrazo puede llenarme de paz y tranquilidad y sin duda alguna es la mejor hermana del mundo.

A mi abuelita, que ha sido una persona con un corazón muy noble quien siempre ha estado presta a brindarme su apoyo incondicional en todos los ámbitos de mi vida.

A mi novio, y mejor amigo que ha sido incondicional en todo este camino, el cual tuvo siempre fe en que lo lograría y que a pesar de todo con mucha paciencia y cariño fue mi fortaleza para seguir adelante, y quien me impulsaba para que no me diera por vencida.

Al Ing. Marco Soasti y Ing. Farid Mantilla por su gran labor de docentes, pero sobre todo amigos, quienes fueron dos grandes guías durante mi vida universitaria

Erika Vinuesa León

DEDICATORIA

El presente trabajo quiero dedicarles en primer lugar a Dios y a la Virgen María que con su bendición y santo manto me han sostenido día a día dándome la sabiduría y la fortaleza para alcanzar uno de mis más grandes logros.

A mi madre, mi vida entera, mi ejemplo a seguir, una mujer fuerte, de coraje y de admiración, quien es el motor y pilar fundamental a lo largo de mi formación profesional y personal, por ella soy todo lo que soy. Todos mis logros para ti mamita linda.

A la memoria de mi abuelito, mi ángel del cielo, quien ha sido gran parte de este logro al enseñarme desde pequeña que todo se puede conseguir con esfuerzo, dedicación, respeto, humildad y trabajo duro.

A mi abuelita quien con su amor, ternura y dulzura me llena de fuerza y luz para alcanzar mis sueños, empujándome y guiándome en cada paso con su bendición.

A mi tía Cynthia, mi cómplice y confidente quien me ha enseñado que la fe y el amor de Dios es infinito, apoyándome cada día con su carisma, ánimo, ejemplo y esfuerzo que ha impulsado alcanzar esta meta.

A mi Thomasito, el niño de mi vida, quien con su sonrisa y locuras me llena de mucha alegría e inspiración para alcanzar este logro.

A mi hermosa familia, que, con su apoyo incondicional ha estado siempre pendiente y aconsejándome en cada paso de mi vida.

Al Ing. Marco Soasti e Ing. Farid Mantilla, por su paciencia, dedicación y entrega total en su labor.

Esthephany Yadira Freire Lárraga

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiarme por el camino correcto para hacer realidad esta meta.

A mi mami Enma, que es la persona que más admiro en este mundo ya que con su dedicación, esfuerzo y amor incondicional ha sido el pilar fundamental en todos los ámbitos de mi vida, gracias por enseñarme a ser una persona de bien y gracias también por el amor más incondicional del mundo.

A mis hermanos Jonathan y Daniela, por estar junto a mí siempre porque sé que son incondicionales agradezco también por el cariño que día a día me demuestran, porque junto a mi madre somos el equipo de cuatro más fuerte del mundo.

A mi novio que todos los días me brinda su apoyo incondicional, quien ha sido mi confidente en los momentos que sentía que sentía que no lo lograría, gracias por los consejos y la paciencia brindada, y sobre todo por caminar junto a mí, todo este tiempo por construir conmigo el amor más lindo del mundo, siendo mi complemento perfecto. Te amo con el alma mi Cuenquita.

A mi abuelita Olguita y mi tía Myriam, por ese amor y apoyo tan grande que nos han brindado desde siempre a mis hermanos a mi madre y a mí.

A mi amiga Tefa, por acompañarme en este proceso, pero sobre todo agradezco su amistad incondicional y todos los momentos compartidos.

A mis amigas, Pao, Alejita, Mary, León, Erick y Ale, por su amistad, por todos los momentos increíbles que compartimos juntos los cuales harán inolvidable esta etapa de mi vida.

A mis amiguan Joss, por todas las locuras y los momentos llenos de alegría que me ha brindado en esta etapa de mi vida, gracias por su amistad y apoyo incondicional.

Agradezco a todas aquellas personas y que formaron parte de una de las mejores etapas de mi vida.

A mis docentes que han sido los guías durante mi carrera, gracias por compartir sus conocimientos y experiencias para mi crecimiento tanto personal como profesional, un agradecimiento especial al Ing. Marco Soasti por su labor incomparable para con los alumnos porque es quien se pone en los zapatos de los estudiantes y nos ha brindado su apoyo y respaldo cuando nadie más lo ha hace. Gracias porque es el mejor ejemplo de que un excelente profesional también puede ser una excelente persona.

Erika Vinueza León

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y a la Virgen María por guiarme y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome sabiduría, paciencia y perseverancia para culminar con éxito esta gran etapa.

A mi madre Marcia, por su esfuerzo, dedicación, paciencia, confianza y por todo hermoso que me ha dado a lo largo de mi carrera y de mi vida, quien me impulsa día a día con su amor incondicional alcanzar todos mis sueños creyendo y apoyándome infinitamente siendo la mayor motivación en el mundo.

A mi abuelita Esthela, por ser el pilar fundamental de mi vida y de toda mi familia, que con su amor y bendición me llena de fuerza, luz e inspiración para alcanzar todo lo que me propongo.

A mi tía Cynthia, por ser mi guía y cómplice, brindándome su confianza, amor y apoyo infinito en cada etapa de mi vida.

A mi Menita, gracias por su amor, paciencia y apoyo incondicional, brindándome la fuerza y coraje para no darme por vencida, creyendo y luchando junto a mí hasta que cumpla todo lo que me proponga.

A mi querida familia, por estar siempre al pendiente de cada paso que doy, brindándome su apoyo y cariño incondicionalmente, festejando cada logro junto a mí.

A mi amiga Eri, por su paciencia y amistad incondicional, con la he compartido momentos increíbles e inolvidables a lo largo de mi vida universitaria y quien es gran parte de este logro.

A mis amigos y amigas, quienes compartieron esta gran etapa brindándome su apoyo y amistad incondicional, con los que he vivido momentos increíbles que jamás olvidare.

Al Ing. Marco Soasti e Ing. Farid Mantilla, por su apoyo incondicional, esmero por alcanzar esta meta y ser unos grandes docentes y amigos.

Esthephany Yadira Freire Lárraga

ÍNDICE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE CONTENIDOS	x
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS	xv
RESUMEN	xvi
ABSTRACT	xvii
CAPITULO I	1
1. ASPECTOS GENERALES	1
1.1 Introducción.....	1
1.2 Planteamiento del problema	2
1.3 Justificación.....	3
1.4 Objetivos.....	4
1.4.1 Objetivo General.....	4
1.4.2 Objetivos Específicos	4
CAPITULO II	5
2. MARCO TEÓRICO	5
2.2 Percepción	5
2.2.1 Definición	5
2.3 Inseguridad Social	7
2.3.1 Definición	7
2.3.2 Análisis comparativo de definiciones	10
2.3.3 Teorías de soporte sobre percepción de la inseguridad	11

2.3.3.1 Teoría de la disonancia cognitiva	11
2.3.3.2 Teoría de la probabilidad de la elaboración.....	12
2.3.3.3 Teoría de la fiabilidad social	13
2.3.4 Análisis de la percepción sobre la inseguridad social	13
2.3.5 La sensación de temor	16
2.4 La Comunicación.....	18
2.4.1 ¿Qué es la comunicación?	18
2.5 Modelos de la comunicación	19
2.5.1 Modelo de Fleur.....	20
2.5.2 Modelo “Karz y Lazarsfeld”.....	21
2.6 Teorías de la comunicación	22
2.6.1 Teoría de la comunicación comunitaria.....	22
2.6.2 Teoría de comunicación para el desarrollo.....	23
2.6.3 Teoría de Servicio Público	24
2.6.4 Análisis de las teorías de comunicación	25
2.7 Las Autoridades.....	26
2.7.1 La Policía Nacional de Ecuador	26
2.7.2 Programas y servicios	27
2.8 Marketing de Contenidos.....	28
2.8.1 Enfoque de contenidos orientados al usuario	30
2.8.2 Canales de distribución del contenido	30
2.8.3 Recomendaciones para publicaciones en cada medio de publicidad	31
3. MARCO REFERENCIAL.....	32
3.2 Relación de las teorías con el tema de investigación.....	33
4. MARCO CONCEPTUAL.....	34
4.2 Inseguridad	34

4.3 Percepción de inseguridad social.....	35
4.4 Ciudadano.....	36
4.5 Autoridad.....	36
4.6 Comunidad.....	37
4.7 Comunicación.....	37
4.8 Comunicación Social.....	38
4.9 Seguridad.....	39
CAPITULO III	40
5. MARCO METODOLÓGICO	40
5.2 Enfoque de investigación.....	40
5.3 Tipología de investigación.....	40
5.3.1 Por su finalidad.....	40
5.3.2 Por las fuentes de información	41
5.3.3 Por las unidades de análisis	41
5.3.4 Por el control de las variables.....	41
5.3.5 Por el alcance.....	42
5.4 Hipótesis	43
5.5 Procedimiento para la recolección y análisis de datos	43
5.6 Instrumentos	44
5.7 Población y muestra.....	44
5.8 Fórmula:.....	46
5.9 Estratificación.....	47
5.10 Confiabilidad y validez.....	47
CAPITULO IV	49
6. RESULTADOS	49
6.1 Análisis Univariado	49

6.2 Análisis Bivariado	62
6.2.1 Chi Cuadrado.....	68
6.2.2 Correlaciones.....	71
6.3 Estrategia y Propuesta	73
6.3.1 Propuesta	77
CAPITULO V	80
7. Conclusiones	80
8. Recomendaciones	81
Bibliografía	82

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Definición de la percepción.....	6
Tabla 2 Análisis de las teorías de comunicación.....	25
Tabla 3 Población del Cantón Rumiñahui.....	45
Tabla 4 Población de estudio por estratos.....	46
Tabla 5 Pregunta 1.....	49
Tabla 6 Pregunta 2.....	50
Tabla 7 Pregunta 3.....	51
Tabla 8 Pregunta 4.....	52
Tabla 9 Pregunta 5.....	53
Tabla 10 Pregunta 6.....	54
Tabla 11 Pregunta 7.....	55
Tabla 12 Pregunta 8.....	56
Tabla 13 Pregunta 9.....	57
Tabla 14 Pregunta 10.....	58
Tabla 15 Pregunta 11.....	59
Tabla 16 Pregunta 12.....	60
Tabla 17 Pregunta 13.....	61
Tabla 18 Pregunta 2 * Pregunta 4.....	62
Tabla 19 Pregunta 3 * Pregunta 6.....	63
Tabla 20 Pregunta 4 * Sector de Residencia.....	64
Tabla 21 Pregunta 5 * Sector de Residencia.....	64
Tabla 22 Pregunta 6 * Pregunta 7.....	65
Tabla 23 Pregunta 6 * Pregunta 7.....	66
Tabla 24 Pregunta 9 * Pregunta 11.....	67
Tabla 25 Hechos delictivos * Sector de residencia.....	68
Tabla 26 Sector de residencia* Alternativas de seguridad.....	69
Tabla 27 Problemas sociales* Delincuencia del año 2018 – 2019.....	70
Tabla 28 Hipótesis – Correlación Spermán.....	72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Análisis sobre percepción Fuente: (Elaboración propia)	14
Figura 2. Tipos de robo o delitos Fuente: (Elaboración propia).....	15
Figura 3. Actitudes sobre la sensación del temor Fuente: (Dastres & Muzzoppa, 2003)	18
Figura 4. Modelo de De Fleur Fuente: (Modelos básicos para el estudio de la comunicación colectiva)	21
Figura 5. Modelo de Katz y Lazarsfeld Fuente: (Castro y Zareth, 2006)	22
Figura 6. Programas y Servicios Fuente: (Policía Nacional)	27
Figura 7. Historia del Marketing de Contenidos	28
Figura 8. Relación Marketing de Contenidos	29
Figura 9. Recomendaciones para publicaciones.....	31
Figura 10. Pregunta 1: ¿Considera usted que existe inseguridad en el Cantón Rumiñahui?.....	49
Figura 11. Pregunta 2: ¿Ha presenciado o escuchado sobre algún hecho delictivo?	50
Figura 12. Pregunta 3: ¿Ha sido víctima de la delincuencia?.....	51
Figura 13. Pregunta 4: ¿Cuál de los siguientes hechos delictivos considera se dan con más frecuencia?	52
Figura 14. Pregunta 5: ¿Cuál de las siguientes alternativas de seguridad tiene en su barrio?.....	53
Figura 15. Pregunta 6: En relación del año 2018 al 2019 considera que la delincuencia:	54
Figura 16. ¿Cuáles considera son las causas de la inseguridad social en el Cantón Rumiñahui?.....	55
Figura 17. Pregunta 8: ¿Considera que existe buena relación entre el GAD (Gobiernos Autónomos Descentralizados) y la POLICIA NACIONAL?...	56
Figura 18. Pregunta 9: ¿Cuál de las siguientes opciones usa con más frecuencia para el intercambio de información?	57
Figura 19. Pregunta 10: En relación a las opciones mencionadas en la pregunta 9, considera que los mensajes en cuanto a temas de seguridad e inseguridad impartidos por estos medios son:	58
Figura 20. Pregunta 11: La información que recibe en cuanto a seguridad social por parte de las autoridades y los medios le resulta:.....	59
Figura 21. Pregunta 12: En el último año ¿Ha tenido conocimiento sobre algún programa o plan de seguridad social?.....	60
Figura 22. Pregunta 13: ¿Considera que el Ministerio de Interior debe involucrarse con el GAD para combatir la delincuencia?.....	61
Figura 23. Análisis CHI CUADRADO, Hechos Delictivos * Sector de Residencia. ...	69
Figura 24. Análisis CHI CUADRADO, Alternativas de Seguridad	70
Figura 25. Problemas Sociales Vs Delincuencia del Año 2018 – 2019.	71
Figura 26. Análisis CORRELACIÓN DE SPERMAN, En relación del año 2018 al 2019, Considera que la delincuencia.	73
Figura 27. Componentes para una campaña social	76

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**

CAPITULO I

1. ASPECTOS GENERALES

1.1 Introducción

Los estudios de opinión pública de la región latinoamericana muestran que en la última década la inseguridad se convirtió en la principal preocupación ciudadana. Entre las dimensiones que se analizan, algunos gobiernos, organismos internacionales y la sociedad, culpabilizan a los medios de comunicación de acrecentar la preocupación por la recurrencia de noticias sobre delitos. Sin embargo, las evidencias sobre su incidencia son dispares, y los distintos tipos de recepción de una misma noticia están condicionados por una serie de variables. Este artículo retoma las principales discusiones sobre la recepción de los relatos mediáticos de la inseguridad a partir de estudios de países anglosajones y latinoamericanos. Se propone contribuir a la necesaria discusión sobre el papel de los medios y su vínculo con la opinión pública en este sensible tema.

En la actualidad la comunicación ha evolucionado notablemente convirtiéndose en una herramienta indispensable para la sociedad.

Constantemente recibimos información por parte de los medios, publicidad y opinión pública, tratando que el día a día de las personas evolucionen de acuerdo a sus necesidades, existen múltiples herramientas y medios que permiten que la comunicación sea extremadamente fácil.

Por lo tanto, es de vital importancia que tantas autoridades como habitantes den el uso correcto a la información. Pero como es normal esto trae consigo aspectos positivos y

negativos, por un lado, es importante mantenernos informados lo cual solo es posible mediante la comunicación y sus medios, pero siempre existirá quien nos venda una idea equivocada de algún tema en específico.

Uno de los fenómenos sociales que se pueden dar por la falta de comunicación es la inseguridad social, si bien es cierto la comunicación nos permite estar enterados de varios temas, sin embargo, cuando la información está mal difundida o transmite mensajes que se basan solo en las experiencias de una persona se puede generar una percepción negativa en el resto de la sociedad.

Por lo tanto, en la presente investigación se analizará la falta de comunicación, misma que puede generar una buena o mala percepción de las personas sobre algún tema de inseguridad social en el Cantón Rumiñahui. Es importante mencionar que no es tan sencillo como parece pues en la comunicación social se verán involucradas las autoridades pertinentes, las personas y medios de comunicación, los cuales serán los ejes principales del presente estudio.

1.2 Planteamiento del problema

En todos los lugares del mundo se investiga constantemente, o por lo menos se mantiene la interrogante del porque existe tanta delincuencia y por ende tanta inseguridad social, como también se cuestionan como mejorar la comunicación con entes controladores tanto de seguridad y medios de comunicación que se conviertan en voceros de los problemas y falencias que existen en una comunidad.

Actualmente, la comunicación juega un papel muy importante pues contamos con diversos medios que nos permiten compartir información de manera instantánea, está claro que esta trae consigo tanto aspectos positivos como negativos.

La percepción también juega un papel importante en esta problemática, cuando las personas no sienten el respaldo que desean por parte de las autoridades, o los medios.

Los estudios de opinión pública de la región latinoamericana muestran que en la última década la inseguridad se convirtió en la principal preocupación ciudadana. Entre las dimensiones que se analizan, algunos gobiernos, organismos internacionales y la sociedad, culpabilizan a los medios de comunicación de acrecentar la preocupación por la recurrencia de noticias sobre delitos. Sin embargo, las evidencias sobre su incidencia son dispares, y los distintos tipos de recepción de una misma noticia están condicionados por una serie de variables. Se propone contribuir a la necesaria discusión sobre el papel de los medios, el papel de las autoridades y su vínculo con la opinión pública en este sensible tema.

1.3 Justificación

La Seguridad Ciudadana, como problemática nacional ha pasado a ser un tema clave para la población, es un problema que afecta la calidad de vida todas las personas, ya que, por experiencias anteriores, propias o de su entorno y la situación coyuntural se crean sensaciones de inseguridad en las personas, a esta sensación la llamamos percepción.

Medir la percepción de inseguridad en una población, es un tema complejo ya que influyen muchas causas de distinta índole, tales como la ubicación espacial en la que se desenvuelve la población, su actividad económica, características sociodemográficas, entre otras.

Es por esta razón que la investigación tiene como propósito determinar la percepción de los habitantes sobre inseguridad social frente a la falta de comunicación de las autoridades en el cantón Rumiñahui, y a través de la misma conocer los diferentes

problemas, para presentar propuestas de soluciones acorde a la situación real de los problemas existentes en el presente proyecto de investigación.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

- Analizar si la percepción de los habitantes sobre inseguridad social, tiene relación con la comunicación brindada por autoridades.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Generar un marco teórico y referencial que sirva como base de consulta acerca de la percepción sobre inseguridad social y la comunicación.
- Determinar los tipos de delitos con mayor número de sucesos según el sector de residencia.
- Identificar el medio de comunicación idóneo para transmitir información a los habitantes.
- Analizar cuál es el factor social por el cual los habitantes consideran existe mayor delincuencia.
- Identificar el nivel de confianza que tienen los habitantes sobre la información brindada por las autoridades y medios acerca de seguridad e inseguridad social.

CAPITULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.2 Percepción

2.2.1 Definición

Según Vander Zanden (1998), define a la percepción como “el proceso por el cual se reúne e interpreta la información. Sirve como enlace entre el individuo y su ambiente” Por lo tanto la percepción es proceso que realiza el cerebro, el cual consta de recibir, analizar, interpretar, y almacenar todos los sentidos, (Zanden, 1998).

Según Carterette y Friedman (1982), es una parte esencial de la conciencia, es la parte que consta de hechos intratables y, por lo tanto, constituye la realidad como es experimentada, por lo tanto se puede definir a la percepción como el resultado del procesamiento de información que consta de estimulaciones a receptores en condiciones que en cada caso se deben parcialmente a la propia actividad del sujeto, (Friedman & Carterette, 1982).

Según Moya (1999), primero, la recodificación o selección del enorme caudal de datos que nos llegan del exterior, reduciendo su complejidad y facilitando su almacenamiento y recuperación en la memoria, segundo, un intento de ir más allá de la información obtenida, con el fin de predecir acontecimientos futuros y de ese modo, evitar o reducir la sorpresa (Moya, 1999).

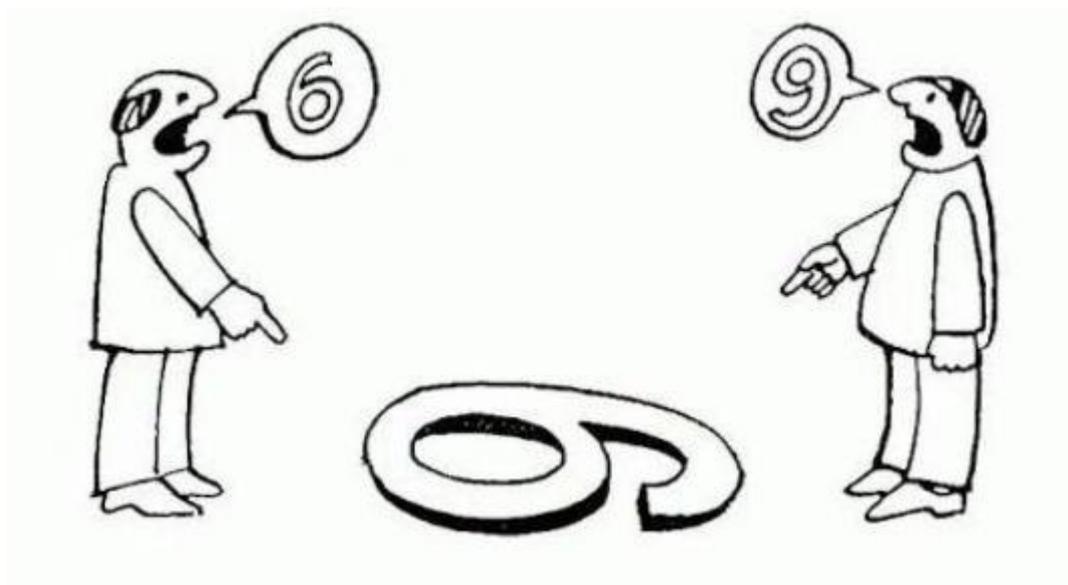
A partir de las teorías podemos mencionar entonces que la percepción es la unión de todos los hechos o cosas que pueden grabarse en nuestra crear para crear distintas perspectivas o procesar la información receptada de acuerdo a experiencias externas.

2.2.2 Análisis Comparativo de Definiciones

Tabla 1

Definición de la percepción

Vander Zanden (1998)	Carterette y Friedman (1982)	Moya (1999)
<p>Vander Zanden habla del enlace que existe entre un individuo y el ambiente, en donde el individuo analiza, interpreta y almacena la información o los hechos a su parecer es decir cada persona internamente tendrá distinta forma de interpretar los estímulos.</p>	<p>Este autor menciona que la percepción es el conjunto de estímulos los cuales serán receptados de acuerdo a lo que cada individuo asimile, convirtiendo así a toda la información receptada como hechos que se han experimentado.</p>	<p>Moya menciona que la percepción cumple dos fases en la primera se recodificará y se analizará toda la información receptada externamente convirtiendo la información en algo más sencillo de asimilar mientras que en la segunda fase se busca que la información obtenida sirva como escudo para evitar sorpresas en sucesos que posiblemente puedan convertirse para el individuo en experiencias propias.</p>



2.3 Inseguridad Social

2.3.1 Definición

Durante las últimas décadas se ha producido una paradoja sociológica importante: las condiciones económicas y de bienestar han mejorado sustancialmente y, sin embargo, la delincuencia no sólo no ha disminuido, sino que ha aumentado espectacularmente. Estos autores consideran que la mejora de las condiciones de vida de la gente, eliminación de la pobreza y aumento de la escolarización y del empleo, constituye un objetivo político en sí mismo, pero que la relación entre tales condiciones de vida y la delincuencia no es directa.

Los cambios en las actividades rutinarias incrementan las oportunidades para el delito. En las sociedades modernas se están produciendo cambios importantes en las actividades rutinarias de la vida diaria, entre las que se cuentan los permanentes desplazamientos de un lugar a otro y el aumento del tiempo que se pasa fuera de casa respecto a otras épocas.

También han cambiado las actividades rutinarias que tienen que ver con el movimiento de propiedades, que ha aumentado considerablemente. Tal es el caso del dinero, que es objeto de continuas transacciones, de pagos, de ingresos y de reintegros bancarios. Se mueven también las propiedades visibles y materiales: los vehículos, los artículos de consumo, etc. La sociedad es un magnífico escaparate. Cada vez hay más objetos y más oportunidades para delinquir, lo que incrementa las tendencias a que se produzcan actividades predatorias, agresivas o delictivas en la comunidad especialmente aquello que se dan en el contacto directo entre delincuentes y víctimas.

Aumentan las posibilidades de contacto directo entre personas, la confluencia de delincuentes, víctimas y ausencia de controles ya que hay muchas personas en lugares

públicos. Existe, en definitiva, una interdependencia entre las actividades rutinarias no delictivas, movimientos bancarios, movimientos de propiedad es, desplazamientos de las personas y salidas por la noche, y las actividades y rutinas de los propios delincuentes.

La esencia de la teoría de las actividades rutinarias de Cohen y Felson intenta responder a una pregunta implícita: De qué forma la organización espacio temporal de las actividades sociales en la vida moderna favorece que las personas con inclinaciones delictivas pasen a la acción. Los autores afirman que los cambios estructurales propios de la vida moderna en lo relativo a las actividades rutinarias de las personas incrementan las tasas de criminalidad.

Aumentan las posibilidades de contacto directo entre personas, la confluencia de delincuentes, víctimas y ausencia de controles ya que hay muchas personas en lugares públicos. Existe, en definitiva, una interdependencia entre las actividades rutinarias no delictivas, movimientos bancarios, movimientos de propiedad es, desplazamientos de las personas y salidas por la noche, y las actividades y rutinas de los propios delincuentes.

La esencia de la teoría de las actividades rutinarias se intenta responder a una pregunta implícita: De qué forma la organización espacio temporal de las actividades sociales en la vida moderna favorece que las personas con inclinaciones delictivas pasen a la acción. Los autores afirman que los cambios estructurales propios de la vida moderna en lo relativo a las actividades rutinarias de las personas incrementan las tasas de criminalidad.

Según Castel (2004), la inseguridad social tiene dos connotaciones complementarias, una hace referencia al uso clásico de la misma, que alude a las inseguridades propias de la vida como la enfermedad, el accidente y demás aspectos fortuitos que pueden imposibilitar al individuo para lograr su subsistencia, colocando en una situación de

incertidumbre frente al futuro inmediato y otra, ampliada al ámbito de las sociedades contemporáneas, donde la problemática de la pobreza y la exclusión, anexada a la degradación del individuo, fomentan la delincuencia hasta el límite de recibir del Estado la respuesta de 'tolerancia cero' (Castel, 2004).

Según Castel (2004) habla de modernidad y vulnerabilidad la cual se caracteriza por ser una sociedad donde los individuos viven bajo las amenaza permanente de sufrir cualquier tipo de riesgo, por ello, la seguridad se convierte en una condición necesaria para las personas, por ese motivo Castel propone la idea de una economía del miedo o mejor dicho una economía de la protección (Castel, 2004).

Según Hobbes (Hobbes, 2001), la seguridad total viene acompañada de la total falta de garantías y libertades. Pues la constante frustración que sienten lo individuos en cuanto a este crecimiento de estar protegidos y las carencias de un estado cada vez menos omnipresente, es decir esta sensación de inseguridad se incrementa ya que las personas no encuentran que el Estado brinde de alguna manera la protección o seguridad que ellos están buscando coexistencia de todos sus miembros (Hobbes, 2001).

Entonces podemos decir que no siempre la sensación de inseguridad es proporcional a un peligro real, sino más bien al desfase entre expectativa desmedida y los medios proporcionados para poner en funcionamiento la protección.

Según Castel (2004), estar protegido implica estar amenazado; a medida que la sociedad va alcanzando nuevas metas en la materia, otras surgen dando origen a riesgos que no habían sido tomados en cuenta lo cual se plasma en una especie de aversión colectiva al riesgo, lo que sucede cuando el ciudadano crea indirectamente esta sensación de inseguridad, en su estado de vulnerabilidad recurre excesivamente a la protección del

Estado y este a su vez se vuelve más complejo ya que burocratiza sus procedimientos hecho que convierte a este problema en algo aún más complejo (Castel, 2004).

Según Hobbes (2001), el único medio para garantizar la seguridad de los individuos y sus bienes es el Estado Absoluto, capaz de proveer protección y ser garante de seguridad (Hobbes, 2001).

En la sociedad moderna, el individuo habitante se entiende como frágil y vulnerable, por lo tanto, exige que el Estado lo proteja y vele por su integridad e intereses. Es decir, entienden que estar protegido es estar a salvo de cualquier acontecimiento que afecte el estatus social.

Según Kessler (2009), la inseguridad que genera la criminalidad ha sido abordada desde distintas aproximaciones, y diferentes explicaciones han surgido para dar cuenta de este fenómeno. Podemos observar dos tendencias: los estudios que se inscriben en la tradición cuantitativa y que identifican las causas que determinan el fenómeno (económicas, sociales, culturales y políticas); y, por otro lado las investigaciones socioculturales que lo relacionan con la inseguridad y la ansiedad que experimentan las personas frente a los cambios y los riesgos asociados a la vida contemporánea (Kessler G. , 2009).

2.3.2 Análisis comparativo de definiciones

De acuerdo a lo que menciona Castel en su definición de inseguridad social podemos entender en primer lugar que los ciudadanos crean una sensación de inseguridad en la cual al sentirse vulnerables asocian directamente como primera solución la ayuda o la protección del Estado, es decir buscan que seguridad dependa de ellos y al notar una ausencia de interés o ayuda por parte del Estado esta situación aumentará.

Por otro lado, Hobbes menciona que el sentimiento de inseguridad muchas veces en los habitantes está dada con mayor fuerza en relación a los hechos que realmente se susciten es decir los habitantes a tomar como propias las externas, por lo tanto, deja de tener relación la sensación de seguridad con los hechos de delito reales.

Mientras que Kessler no dice que la inseguridad que genera la criminalidad es causada por fenómenos económicos, sociales, culturales y políticos.

2.3.3 Teorías de soporte sobre percepción de la inseguridad

2.3.3.1 Teoría de la disonancia cognitiva

Según Araujo (2012), la percepción de inseguridad, la disonancia cognitiva es un proceso mental que busca restaurar el orden cognitivo que se desdibujó luego de que los medios de comunicación difundieran noticias en torno a delitos del fuero común o federal que impactaron a las audiencias de un modo tal que se formaron actitudes, se construyeron representaciones y se establecieron habitus discursivos en torno a los cuales el Estado es el responsable directo por su opacidad en el combate a la delincuencia ya que no supo prevenir las causas socioculturales que permitieron el surgimiento de grupos delictivos y su expansión más allá de las fronteras, (Araujo, 2012).

Según Badejo & Oluyemi (2012), menciona que la disonancia cognitiva es un concepto que vincula la información general sobre la seguridad pública con los canales de difusión del delito y en tanto apología, explica su impacto en las audiencias vía la formación de actitudes, construcción de representaciones y establecimiento de identidades. Pues la disonancia cognitiva sintetiza los procesos en los que la información sesgada de los medios impresos afecta a la opinión pública ya que la someten a una serie

de discrepancias desde la que habrá de tomar decisiones orientadas al cambio, (Badejo & Oluyemi, 2012).

2.3.3.2 Teoría de la probabilidad de la elaboración

Según Belli (2010), explica los procesos de actitud hacia objetos que por su naturaleza discrepante propician una elaboración que puede ser emocional o racional, pero que cada individuo asume como un símbolo que ubicaría en la periferia de su cognición y al cabo de un proceso deliberativo sistemático adoptará como un argumento central de sus decisiones y acciones, analiza los objetos actitudinales controversiales en lo que la posición del receptor estará orientada a partir de su aceptación o rechazo elaborado de información proveniente de una fuente que por su grado de especialización y confiabilidad propiciará la necesidad de cognición, (Belli, 2010).

Según Bizer, Larsen , & Petty (2010), nos dice que las emociones sólo activan un proceso periférico en el que la representación está anclada a un núcleo de significación. Al ser un proceso periférico de imágenes, las emociones cambian constantemente. Su intermitencia es causada por símbolos y significados dispersos los cuales varían en función de las situaciones, (Bizer, Larsen, & Petty, 2010).

Según Bolivar , Contreras, Jimenez , & Chaux (2010), la seguridad pública y la percepción de inseguridad, la probabilidad de elaboración supone que los procesos internos son el resultado de estrategias informativas y comunicativas que buscan persuadir a las audiencias mientras las disuaden de sus grupos de referencia para adoptar estilos de vida de grupos delictivos que sustituyan a su vida cotidiana, (Bolivar , Contreras, Jimenez , & Chaux, 2010).

2.3.3.3 Teoría de la fiabilidad social

Según Carreon Guillen & Cruz García (2013), la ciudad compacta supone la emergencia de sistemas de distribución que aseguren la calidad de vida de sus habitantes, empero la urbe difusa está construida a partir de la imaginación de sus residentes. Mientras que en la urbe compacta la esfera civil está vinculada con la esfera política, en la ciudad difusa la opinión pública está lejana a lo que sus autoridades estiman conveniente para la demarcación. En tal contexto, la confianza emerge como una moneda de cambio en la urbe compacta mientras que la fiabilidad subyace en la ciudad difusa. En el ámbito político, la ciudad compacta es heredera de las ciudades antiguas que velaban por la seguridad social, pero contrasta con éstas en cuanto a su infraestructura la cual le permitiría subsistir por periodos continuos de tiempo. Aunque la confianza a las autoridades es esencial en la urbe compacta, en realidad es la desconfianza a lo extraño lo que incentiva la corresponsabilidad entre ciudadanos y autoridades ya que la protección a los bienes privados más que a los públicos es materia de buen gobierno y civilidad en la urbe compacta. Por el contrario, en la ciudad difusa los bienes son privados, pero en función de tradiciones, usos y costumbres colectivas para beneplácito del Estado porque se ha encargado de desmembrar al sistema policiaco y lo ha confinado a resguardar los bienes públicos. Por ello, en el sistema difuso la fiabilidad emerge como un mecanismo de defensa ante la impunidad, opacidad, corrupción e ingobernabilidad que caracteriza a las zonas difusas (Carreon Guillen & Cruz García , 2013).

2.3.4 Análisis de la percepción sobre la inseguridad social

Seguridad Ciudadana, como problemática nacional ha pasado a ser un tema clave para la población, por ende, la falta de esta llega a afectar su calidad de vida, sobre todo en los habitantes del área urbana los cuales, por experiencias anteriores, propias o de su entorno

y la situación coyuntural crea sensaciones de inseguridad en las personas, a esta sensación la llamamos percepción de inseguridad.

Medir la percepción de inseguridad en una población, es un tema complejo ya que influyen muchas causas de distinta índole, tales como la ubicación espacial en la que se desenvuelve la población, su actividad económica, características sociodemográficas, entre otras.

La Seguridad Ciudadana, como problemática nacional ha pasado a ser un tema clave para la población, por ende, la falta de esta llega a afectar su calidad de vida, sobre todo en los habitantes del área urbana los cuales, por experiencias anteriores, propias o de su entorno y la situación coyuntural crea sensaciones de inseguridad en las personas, a esta sensación la llamamos percepción de inseguridad.

Medir la percepción de inseguridad en una población, es un tema complejo ya que influyen muchas causas de distinta índole, tales como la ubicación espacial en la que se desenvuelve la población, su actividad económica, características sociodemográficas, entre otras.

Para el proceso de percepción de un evento, se tienen en cuenta la interacción social. En el se permite la adaptación social, mediante la percepción del medio que rodea a las personas, medio físico y social. En este proceso son de carácter básico algunos procesos como la atribución, la cognición social y la inferencia.

Figura 1. Análisis sobre percepción
Fuente: (Elaboración propia)

Según, la Encuesta Nacional de Programas Estratégicos (2018), considera como percepción de inseguridad, a la sensación de la población de ser víctima de algún hecho delictivo o evento que pueda atentar contra su seguridad, integridad física o moral, vulnerar sus derechos y la conlleve al peligro, daño o riesgo. En este contexto, se consideran el robo a la vivienda, robo de vehículo automotor (auto, camioneta, etc.), robo

de autopartes del vehículo automotor (faros, llantas, aros, etc.), robo de motocicleta, mototaxi, bicicleta, robo de dinero, cartera, celular, amenazas e intimidaciones, maltrato físico y/o psicológico de algún miembro de su hogar, ofensas sexuales (acoso, abuso, violación, etc.), secuestro u otro (robo de negocio, extorsión, estafa, etc.); en cualquier lugar durante el periodo de referencia (próximos doce meses) (Informática, 2018).

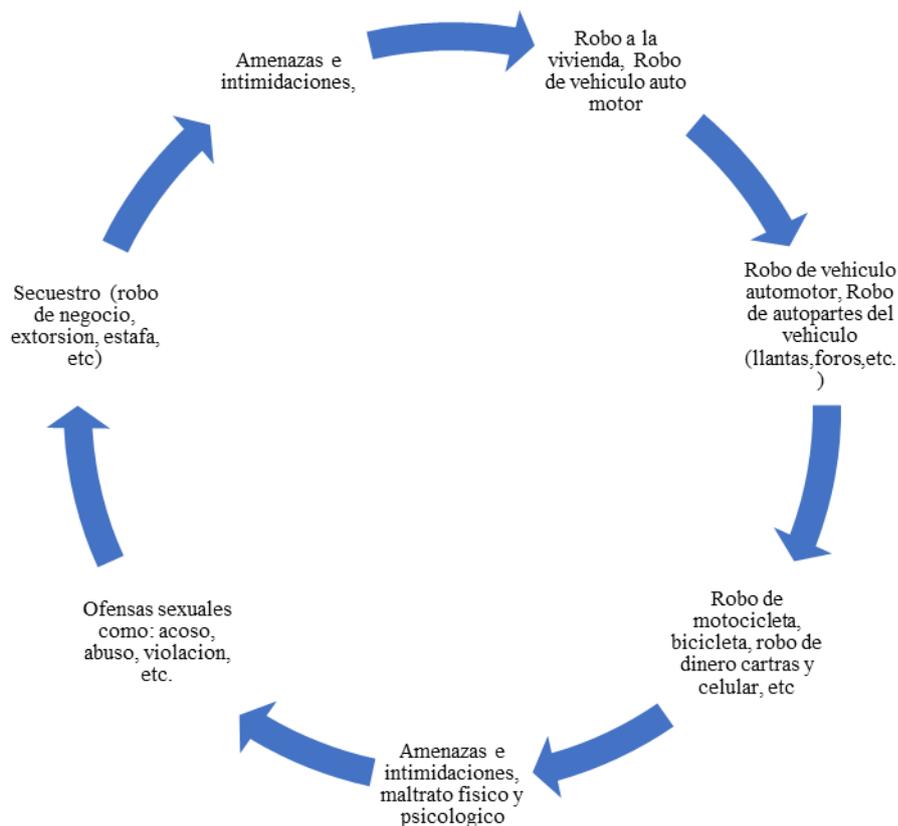


Figura 2. Tipos de robo o delitos
Fuente: (Elaboración propia)

Según Moya (1999), la percepción de una persona o de algún fenómeno depende del reconocimiento de emociones, a partir de las reacciones de las personas; también se forman las impresiones, a partir de la unión de diversos elementos informativos que se recolecten en los primeros instantes de interacción. Y también, en tercer lugar, por atribuciones causales, o búsqueda de alguna causa que explique la conducta y los hechos.

En cualquier caso, lo que parece evidente es que los sentimientos, pensamientos y conductas respecto a las personas estarán mediatizados por el tipo de causa a la que se atribuya a su conducta, (Moya, 1999).

2.3.5 La sensación de temor

Según Dastres & Muzzoppa (2003), El temor que experimentan las personas frente al crimen es, tangible, pero difícil de ser abordado y medido. En principio, ese temor no es exactamente una percepción respecto de estímulos provenientes del ambiente, sino una reacción a la percepción del ambiente. Es, por lo tanto, un proceso cognitivo o una evaluación de la información percibida de acuerdo a ciertos parámetros y estereotipos culturales; además, no existe una forma de diferenciarlo claramente de otros tipos de temores. El temor al crimen es, por lo tanto, complejo e inclusive puede referirse a distintos tipos de delitos: algunas personas temen a tipos particulares de crimen, pero no a otros, o bien pueden tener temor dentro de sus casas, pero no en espacios públicos y viceversa (Dastres & Muzzoppa, 2003).

El temor puede volverse disfuncional o propiciar prácticas y conductas problemáticas (tanto individual como socialmente). La motivación para querer disminuir la sensación de temor tiene, por lo tanto, su razón de ser en los efectos que este temor tiene en la ciudadanía: encierro, aislamiento, adquisición de diversos elementos de seguridad (alarmas, armas, rejas); desconfianza hacia los vecinos y hacia el resto de la gente en general; demandas ciudadanas por mayor control y represión, son algunas de las actitudes que a corto plazo producen una sensación de seguridad pero que a largo plazo provocan una mayor percepción de inseguridad (por las externalidades de dichas medidas), una menor calidad de vida (por el aislamiento y cambios en las pautas de conducta) y por

tanto, un vínculo social deteriorado (por la pérdida de confianza en los otros) y en una condición mayor de inseguridad objetiva, producto de la menor cooperación social que se produce ante un acto delictivo, lo que facilita que éstos ocurran. En este sentido, la “disminución de la sensación de temor o inseguridad” adquiere una especial connotación positiva y puede quedar incluida dentro de los considerados “bienes sociales” (Dastres & Muzzoppa, 2003).

El trabajo con tal sensación puede abordarse de muy diversas maneras. En primer lugar, tratar de incidir sobre los elementos objetivos que generan esa sensación de temor, dificultando la ocurrencia de ciertos hechos delictivos o que generan inseguridad, como serían las políticas de iluminación de calles, mayor vigilancia policial, construcción de rejas en algunos sectores, erradicación de ciertos grupos sociales, etc. Pues la sola presencia u ocurrencia de dichos elementos aporta a una percepción de la realidad diferente y, por tanto, a una menor sensación de inseguridad (Dastres & Muzzoppa, 2003).

A estos factores, hay que agregarle los factores comunicacionales que van desde la influencia de los medios de comunicación en la percepción de la realidad (o, mejor dicho, la influencia que los contenidos de los medios tienen en las imágenes de la realidad), hasta las conversaciones cotidianas con personas o grupos de personas cercanas, muchas veces también influenciadas por los contenidos de los medios de comunicación. Ambos niveles colaboran en la construcción de la “percepción de realidad” (Dastres & Muzzoppa, 2003).

Según Dastres & Muzzoppa (2003), la vía comunicacional significa influir en la percepción que tiene la ciudadanía respecto a la situación de violencia y criminalidad existente, que en el caso chileno (y principalmente en las áreas urbanas) es desproporcionada a la realidad existente. Esto significa que el “nuevo producto a ofrecer”

debiera ser una nueva percepción de la realidad: un país relativamente seguro (en términos de violencia y criminalidad) con tendencias crecientes de criminalidad, pero en la que ésta ocurre en determinados espacios, momentos y formas. Un país que ha puesto en práctica políticas públicas que se están haciendo cargo del problema. Esta nueva percepción de la realidad debería tener efectos en la actitud y comportamiento de la ciudadanía.

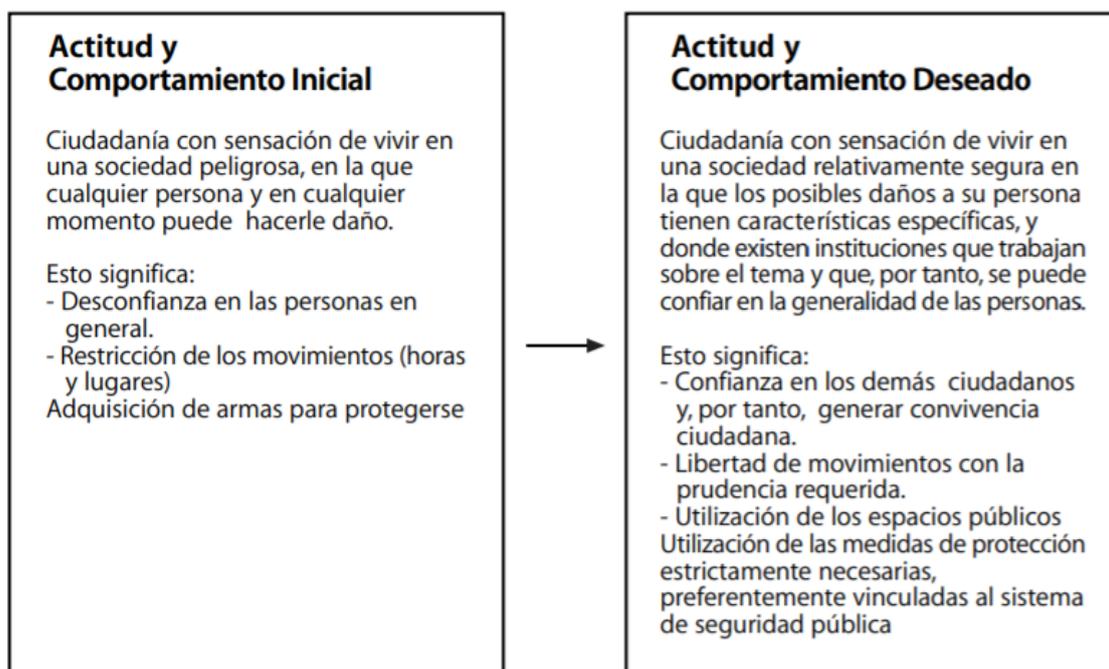


Figura 3. Actitudes sobre la sensación del temor
Fuente: (Dastres & Muzzoppa, 2003)

2.4 La Comunicación

2.4.1 ¿Qué es la comunicación?

Según Martínez de Velasco & Nosnik (1998), definen la comunicación como un proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje, esperando una respuesta, sea una conducta, actividad u opinión; es una manera

de establecer contacto con las personas por medio de ideas, hechos, pensamientos y conductas, buscando una reacción al mensaje o comunicado antes enviado, con la intención de quien comunica es cambiar o reforzar el comportamiento de aquel que recibe la comunicación (Martínez de Velasco & Nosnik, 1998).

Según Moreu Carbonell (2005), manifiesta que la comunicación pública se ha convertido, en la actualidad, en una actividad administrativa heterogénea, muy difícil de delimitar y categorizar que se puede identificar como «un cajón de sastre» en el que caben manifestaciones tales como la información política, las relaciones públicas, la información general sobre servicios administrativos, el diálogo interpersonal o la publicidad institucional (Moreu Carbonell, 2005).

Según Aristóteles (citado en Flores de Gortari, 1998), define a la comunicación como “la búsqueda de todos los medios posibles de persuasión”. Es decir, lograr e el emisor logre los receptores un mismo punto de vista.

Esta definición del autor muestra la importancia de la comunicación, que es convencer al receptor, ya sea por medio de un medio oral, escrito o audiovisual; cada medio cumple con características específicas y dependiendo que se necesite es el que se elige, para que la información sea totalmente comprensible.

2.5 Modelos de la comunicación

Según Sánchez (2006), define como un modelo en un principio, una obra de ficción. Es una visión de lo real para comprender la realidad. Un modelo de comunicación puede ser una explicación de la interacción comunicativa en un fragmento del mundo real, o entre sujetos que pertenecen a él; a través de un modelo se puede estudiar un fragmento de mundo, asirlo, entenderlo donde los modelos pueden ser flexibles o dinámicos. Un

modelo facilita la comprensión del todo desde la parte en estudio; pero entendida integralmente, explicando la realidad de las interacciones comunicacionales (Sánchez, Uriel, 2006).

Según Serrano (1991), un modelo es la representación de algún tipo de organización de alguna cosa. Para representar cualquier cosa es necesario tener en cuenta sus componentes y las relaciones que existen entre tales componentes (Serrano, 1991).

2.5.1 Modelo de Fleur

El modelo de Fleur es una versión desdoblada del modelo de Shannon y Weaver que trata de reflejar un flujo de la comunicación del emisor al receptor por la vía de los medios de comunicación colectiva y del receptor al emisor por la vía de los “instrumentos de feed-back”:

- a) Instrumentos y procesos con que cuenta el público para hacer llegar a los medios su “reacción” a la comunicación.
- b) Los propios procesos sociales suscitados a raíz de las comunicaciones.
- c) Las reacciones cuantificables del público (tendencias en el consumo de medios, índices y perfiles de audiencia, etc).

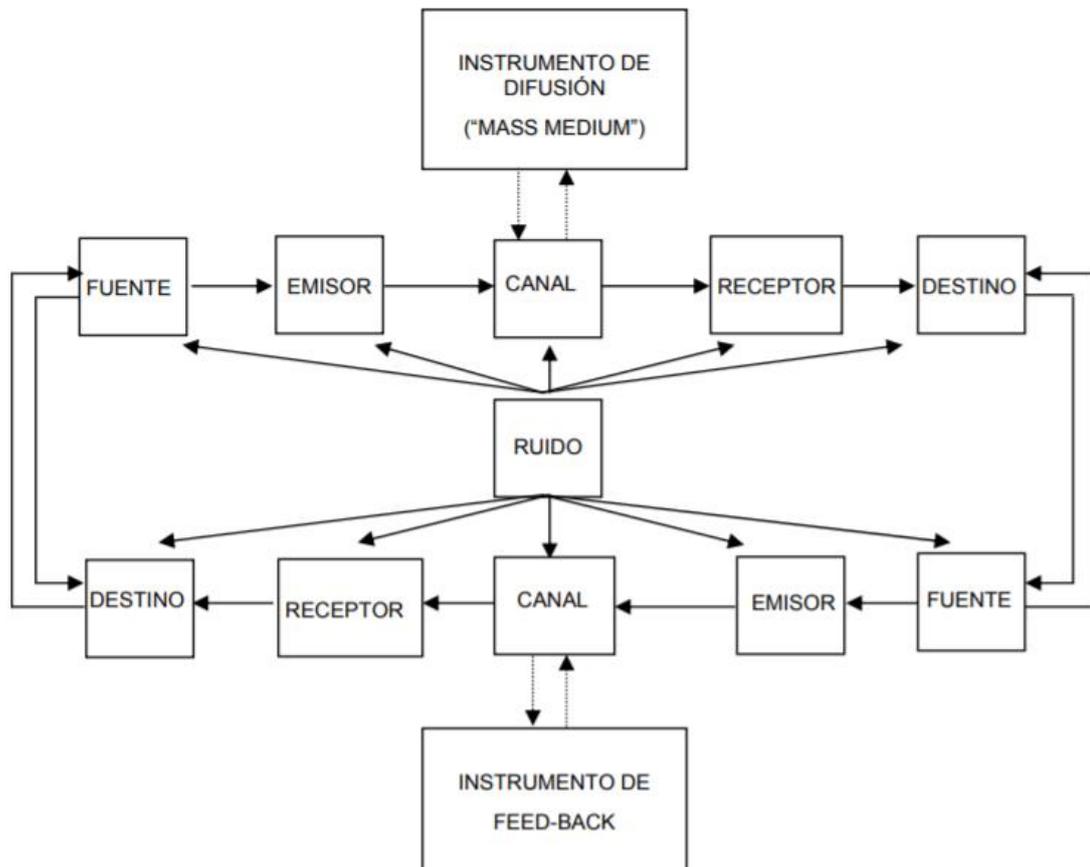


Figura 4. Modelo de De Fleur

Fuente: (Modelos básicos para el estudio de la comunicación colectiva)

Ruido es el factor que se puede presentar en cualquier etapa del proceso, desviando o cambiando la comunicación real del proceso. Por medio de este proceso se puede lograr una retroalimentación, y de esta forma obtener datos que pueden ayudar a darse cuenta, si se está cumpliendo con los objetivos planteados y en caso de no ser así se pueden modificar los datos que no estén dando resultados.

2.5.2 Modelo "Katz y Lazarsfeld"

Según Katz & Lazarsfeld (2006), su modelo muestra que el impacto de los medios de comunicación de masas no están fuerte, por lo que los mensajes que transmiten los medios de comunicación masiva no llegan directamente a las personas, sino que son mediados por líderes de opinión; de esta manera es el grupo primero o de liderazgo social el que

determina la formación de la opinión, pues éste recibe la información de los medios masivos de comunicación y es quien interactúa con ellos, para después llevarlo al resto del público o comunidad (Katz & Lazarsfeld, 2006).

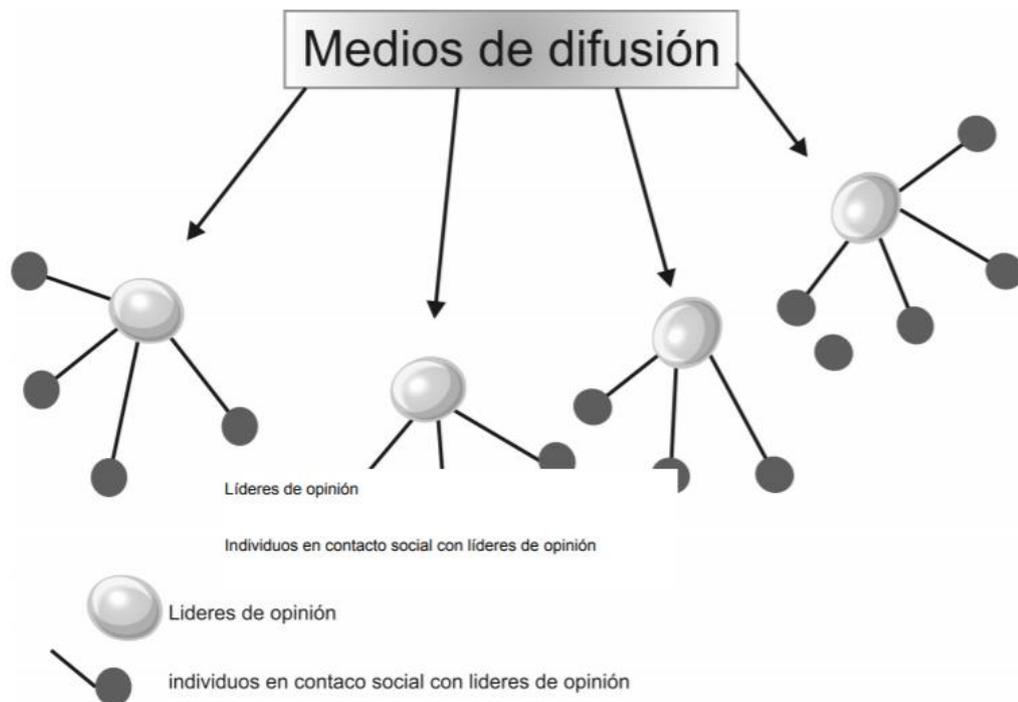


Figura 5. Modelo de Katz y Lazarsfeld
Fuente: (Castro y Zareth, 2006)

El objetivo de comunicarse es lograr resultados positivos de comunicación con los habitantes, es decir, que la comunicación sea efectiva, obteniendo resultados que produzcan los efectos que se deseen.

2.6 Teorías de la comunicación

2.6.1 Teoría de la comunicación comunitaria

Según Christians (1993), presenta una ética moral comunitaria, que parte de lo que el público espera de los medios, y lo que les pide para mantener su credibilidad (verdad y objetividad). Las normas éticas comunitarias se basan más en los valores del público que en los códigos de ética tradicionales, como la propia conciencia individual.

Además, pide que la comunicación se comprometa a formar ‘comunidades culturales’. Se preocupa por hacer presentes en los medios todos los grupos sociales, incluyendo los periféricos y marginales, las mujeres, etc., sea como protagonistas de noticias o como comentaristas del acontecer nacional y local” (Christians, 1993).

Esta teoría toma de los estudios críticos culturales la necesidad de lograr consensos morales y negociaciones en sociedades cada vez más y más conscientemente pluralistas. Pide que se reconozca el derecho de existencia a las diferentes identidades culturales para llegar a un paquete común de significados y a una filosofía pública, donde cada uno puede reconocer algo de su identidad.

2.6.2 Teoría de comunicación para el desarrollo

Según McQuail (2000), la teoría clásica de Comunicación para el desarrollo decía que los medios pueden ayudar a los países subdesarrollados. Pero de hecho han ayudado poco. Por ello se está reevaluando esta teoría. De acuerdo con esta teoría, los mensajes ingresan a la mente de las personas como si fueran una aguja que ingresa al torrente sanguíneo.

Esto explicaría cómo los medios masivos controlan aquello que perciben las personas, quienes sufren sus efectos de forma inmediata o luego de cierto tiempo.

Sin embargo, esta teoría se basaba en el razonamiento inductivo tradicional en lugar del razonamiento deductivo moderno respaldado por pruebas metódicas. En aquel momento, los estudiosos todavía estaban tratando de establecer métodos empíricos para probar las teorías del comportamiento (McQuail, 2000).

2.6.3 Teoría de Servicio Público

Según (McQuail, 2000) esta teoría es una variedad de la teoría de responsabilidad social, pero se diferencia en que ésta última conserva el principio libertario de la conciencia personal, como fundamento de la ética pública. En cambio, la teoría de servicio público se halla más en el ámbito de la colectividad social. Esto exige mejorar la calidad de los medios, diversificar su programación y tener en cuenta el interés nacional político o cultural. Establece que los medios están al servicio de todos los aspectos de la cultura y de todos los sectores de la sociedad. Finalmente especifica que deben servir especialmente a las artes, a los artistas y a la educación. Inclusive admite alguna supervisión pública en su financiación; esta teoría, el ente de servicio público debe tener un documento constitutivo, que defina sus deberes y derechos. Él establecería que los medios deben ayudar a unificar la nación, a formar una nación moderna, pero conservando y desarrollando la cultura nacional y respetando las minorías (McQuail, 2000).

2.6.4 Análisis de las teorías de comunicación

Tabla 2

Análisis de las teorías de comunicación

Teorías de Comunicación		
Teoría de comunicación para el desarrollo	Teoría de la comunicación comunitaria	Teoría de servicio público
Se basa en el razonamiento inductivo tradicional en lugar del razonamiento deductivo moderno respaldado por pruebas metódicas.	Se basa en los estudios críticos culturales la necesidad de lograr consensos morales y negociaciones en sociedades cada vez más y más conscientemente pluralistas de la sociedad.	Se basa más en el ámbito de la colectividad social, exige mejorar la calidad de los medios, diversificar su programación y tener en cuenta el interés nacional político o cultural de la sociedad.

Se basa en el razonamiento inductivo tradicional en lugar del razonamiento deductivo moderno respaldado por pruebas metódicas.

Se basa en los estudios críticos culturales la necesidad de lograr consensos morales y negociaciones en sociedades cada vez más y más conscientemente pluralistas de la sociedad. Se basa más en el ámbito de la colectividad social, exige mejorar la calidad de los medios, diversificar su programación y tener en cuenta el interés nacional político o cultural de la sociedad.

2.7 Las Autoridades

2.7.1 La Policía Nacional de Ecuador

Según Ministerio de Seguridad (2010), Ser policía es, ante todo, una vocación de servicio público en el marco de un Estado de derechos. Es un compromiso con el bien común, con el desarrollo de nuestro país, con el bienestar de la sociedad y, sobre todo, con la existencia misma del Estado ecuatoriano en el contexto regional y mundial.

La identidad policial es más que un reglamento de conducta, un manual de ética o una doctrina, es en esencia una práctica permanente acogida entre sus miembros y reflejada en su vida diaria. Por tanto, ser policía es tener una conducta irreprochable en el cumplimiento de nuestras funciones como en nuestra vida privada.

Ser policía es escoger una profesión cuyo fin es el honor de servir a la ciudadanía desde el anonimato cotidiano, sentir dolor cuando nuestros compañeros han caído en cumplimiento de su deber, pero también, es evitar la cadena de impunidad ante la labor de miembros policiales que traicionan nuestros principios y distorsionan su misión.

Por ello, quienes vestimos el uniforme de la Policía no podemos dejar de preguntarnos si nuestras acciones son justas, legales, correctas y éticas. Solo una conducta razonada, ética, transparente y responsable nos permitirá contar con la aceptación ciudadana necesaria para realizar de mejor forma nuestro trabajo. Ser policía es saber que somos parte de una noble institución que protege los derechos de todas las personas y colectivos legítimos y que reconoce a aquellos superiores que han sido ejemplo de mujeres y hombres disciplinados, honestos, valientes y sacrificados como seres humanos íntegros y capaces de dar su vida para honrar su juramento de servicio. (Gobierno, 2010)

2.7.2 Programas y servicios

La Policía Nacional del Ecuador, como Institución que brinda servicios de manera permanente y constante a la ciudadanía, y en virtud de los avances de tecnología y manejos de información, que permiten la integración de todos los servicios policiales en un único portal web para la Policía Nacional del Ecuador, permitirá alcanzar niveles de progreso y de maduración dentro de este ámbito, por lo que el grado de aceptación será primordial para alcanzar los objetivos planteados.



Figura 6. Programas y Servicios
Fuente: (Policía Nacional)

2.8 Marketing de Contenidos

Consiste principalmente en entender que necesitan saber tus clientes y entregárselos de manera pertinente y convincente.



Figura 7. Historia del Marketing de Contenidos
Elaboración (Schramm, 1954)

El marketing de contenidos es perfecto para que los usuarios encuentren lo que necesitan, cuando lo necesitan y de la forma adecuada. No solo se trata de entender estas necesidades de consumidor, también sus comportamientos: qué hacen, cómo se sienten y de qué son capaces. Lo expuesto anteriormente puede resultar como guía para nuestro

tema de investigación, dejando de lado el pensamiento equivoco de que ``el marketing solo puede ser usado para un fin comercial`` considero que es un materia que permitiría grandes cambios que como se indica en su definición el marketing de contenidos busca entender a las personas y es justamente lo que las autoridades deberían tomar como punto clave para mejorar la relación con los habitantes.



Figura 8. Relación Marketing de Contenidos
Fuente: Elaboración propia

2.8.1 Enfoque de contenidos orientados al usuario

Según Kotler (2003) considera que una buena opción sería micro segmentar, ya que los impactos generados dirigidos a un público específico son mucho más efectivos. Además, si se pueden micro segmentar los grupos que puedan reaccionar de forma diferente, se podrá obtener una conversión mucho mayor, (Kotler , 2003)

2.8.2 Canales de distribución del contenido

En los últimos años, el ritmo de evolución de las tecnologías e internet se ha acelerado a unos ritmos frenéticos. Cada vez hay más personas que utilizan internet con mayor frecuencia y con más tipos de dispositivos (Pc, móviles, tabletas, libros electrónicos...) para consultar todo tipo de servicios y aplicaciones.

2.8.3 Recomendaciones para publicaciones en cada medio de publicidad

	Características	Se debe	No se debe	Recomendación expertos
Email Marketing 	Crear campañas de correos. Newsletter...	<ul style="list-style-type: none"> ✔ Poner nombre en vez de empresa en el remitente: mayor cercanía ✔ Título que capte atención para querer abrirlo ✔ Poner el nombre del suscriptor al que se dirige el correo, genera más confianza y cercanía 	<ul style="list-style-type: none"> ✘ Enviar correos masivamente y con mucha frecuencia a los mismos lectores. ✘ Enviar los correos tipo spam, con publicidad intrusiva ✘ Crear mensajes largos 	Mailchimp
Blogs 	Importante y útil para conseguir conectar con la audiencia, dar a conocer la marca y aumentar su presencia online.	<ul style="list-style-type: none"> ✔ Publicar poco y de buena calidad. Utilizar contenidos visuales, pues son contenidos más virales ✔ Definir los temas y palabras clave de los contenidos, de acuerdo con tus objetivos 	<ul style="list-style-type: none"> ✘ Copiar contenidos de otros sitios o empresas ✘ Publicar con incoherencia o faltas de ortografía. Resulta menos creíble. ✘ Escribir párrafos extensos, puede causar aburrimiento y hacer que los lectores pierdan el interés 	Wordpress
Webinars: O seminarios web 	Son conferencias en directo, reuniones interactivas online donde los usuarios hacen preguntas sobre uno o varios temas.	<ul style="list-style-type: none"> ✔ Escoger y preparar muy bien los temas y quién los presenta ✔ Promover a través de las redes sociales y e-mail. ✔ Poner un límite de tiempo, de 45 minutos a 1 hora suelen ser los más recomendados. 	<ul style="list-style-type: none"> ✘ Enviar recordatorios diarios del evento puede provocar saturación y rechazo de los usuarios. ✘ Dificultar la inscripción webinar. Cuanto más arduo resule y más pasos haya que seguir, más interés se perderá en finalizar el proceso de registro. 	Go to webinar
Redes Sociales	Son las diferentes plataformas para entablar relaciones sociales (Facebook, Twitter, Instagram...)	<ul style="list-style-type: none"> ✔ Elegir el canal más adecuado a la empresa ✔ Planificar los temas periódicamente ✔ Crear una buena red de contactos 	<ul style="list-style-type: none"> ✘ Entrar en discusiones ✘ Saturar con demasiadas publicaciones ✘ Expresar opiniones extremas 	Hootsuite
E-books y WhitePapers	ebook (más corto) o whitepaper (más largo). El lector da sus datos, para así poder enfocar hacia un público específico, con el que podrá conectar de un modo mejor.	<ul style="list-style-type: none"> ✔ Pensar en buenos títulos para captar la atención del lector. ✔ Cuidar todos los detalles. Es esencial que el usuario perciba el contenido como algo de calidad. ✔ Promocionarlo en landing pages a cambio del correo electrónico del visitante. 	<ul style="list-style-type: none"> ✘ Crear un contenido con poca información o información sin importancia, solo para conseguir e-mails ✘ Olvidarse de los índices. ✘ Usar plantillas de baja calidad, es poco profesional 	Dependerá de las necesidades del usuario

Figura 9. Recomendaciones para publicaciones
 Fuente: (Chandler, 1962)

3 MARCO REFERENCIAL

Según Focas & Kessles (2015), es importante el estudio sobre los medios de comunicación y la inseguridad, ya que son dos variables que se pueden indagar directamente en la percepción de la inseguridad social, por tanto concluyen en este estudio que el sentimiento de inseguridad es un analizador válido para pensar las formas de percepción de la realidad, puesto que el individuo está obligado a definir cuán seguro o inseguro es el mundo a su alcance, y los medios desempeñan un importante papel en este proceso. La percepción de espacios, momentos y grados de inseguridad será un dato imprescindible para realizar o dejar de realizar determinadas acciones. No sólo las prácticas individuales, sino que una determinada definición de la seguridad se negocia en el ámbito privado-familiar, a fin de permitir o vedar comportamientos de los otros cercanos. Esta definición de la seguridad/inseguridad del entorno se le impone al individuo con la fuerza de lo real, sin ser un mero reflejo de la situación de seguridad objetiva del lugar en que se vive y se transita. Por otro lado, el temor al crimen permite pensar en cuestiones ligadas a la política, (Focas & Kessles, 2015).

Por lo tanto, según el estudio utilizado de referencia podemos concluir que el sentimiento o sensación de seguridad son un problema que se presenta con fuerza en la región de estudio.

En cuanto a los medios de comunicación se concluye que tienen un lugar en toda esta problemática, pero no pueden ser considerados culpables del todo, pero con esto no se busca decir que los medios no incidan en las tasas de delito altas, sin confianza en instituciones como la justicia y la policía.

3.2 Relación de las teorías con el tema de investigación

En cuanto a lo planteado en las teorías de soporte se entiende que tanto la inseguridad y falta de comunicación son factores que influyen en el buen desarrollo de un sector lo cual se relaciona con nuestro tema de investigación ya que en el Cantón Rumiñahui existen falencias para entender cada una de estas variables mismas que se encuentran inmersas en dicho fenómeno de inseguridad social que existe en el Cantón.

Ya que por un lado los habitantes desconocen lo que realmente hacen o no las autoridades para velar por ellos lo cual genera desconfianza e inseguridad. Sin dejar de la falta de comunicación de Autoridades hacia habitantes.

En el Cantón Rumiñahui, la delincuencia ha incrementado por lo cual al relacionar las teorías de soporte planteadas en el capítulo II se puede decir que los habitantes crean expectativas de ciertos lugares en base a experiencias de otras personas como vecinos o conocidos del mismo sector, sin duda existen sus excepciones, pero es claro que se siembra una duda de inseguridad social en el resto de personas que tal vez nunca han sido víctimas de actos delincuenciales.

Es importante mencionar que las teorías de la comunicación constituyen un proceso donde intervienen algunos agentes mismos que desempeñaran distintos papeles, pero con el fin de llevar a cabo una idea, información o mensaje. En cuanto al tema de investigación podríamos hablar que también en el Cantón Rumiñahui existe fuerte relación con lo planteado por las teorías acerca de la desconfianza y falta de interés por parte de las autoridades para escuchar y conocer las necesidades y problemas que tienen los habitantes, en cuanto al tema de inseguridad es claro que la Policía Nacional es la entidad encargada de velar por la seguridad ciudadana y a su vez ser voceros para los mismos,

logrando de esa manera establecer buenas comunicaciones de Autoridades hacia habitantes.

4 MARCO CONCEPTUAL

4.2 Inseguridad

Según Moreno (2016) define a la inseguridad como la falta de seguridad ya sea externa o interna y que puede afectar a la sociedad o a la persona en sí, creando un ambiente marcado por el miedo, vulnerabilidad, ansiedad y sensación de desamparo grupal o individual; también se usa para describir una característica de la personalidad de un individuo, marcada por la carencia de autoestima, confianza en sí mismo y temor ante el resto, la cual se puede trabajar mediante terapias con expertos para ayudar a que la persona vuelva a sentirse segura (Moreno Ponce, 2016) .

Según Goleman (2019) define la que dimensión psicológica es una de las más recurrentes entre la población; de hecho, la inseguridad está detrás de estados como la sensación de rechazo, la soledad, la ansiedad social e incluso la baja autoestima. Asimismo, entre los factores que la determinan están desde posibles traumas de la infancia hasta algo tan simple como una mala gestión de las habilidades sociales

(Goleman, 2019).

Ejemplo:

La falta de protección a la sociedad frente amenazas como la delincuencia se considera inseguridad, ya que se produce por la falta de medidas para enfrentar a lo que podría provocar daño grave, siendo un problema que requiere de la acción de autoridades donde la sociedad percibe como inseguro aquello que le puede provocar daño o un alto

nivel de riesgo, como por ejemplo la delincuencia o una carretera mal construida donde se dan muchos accidentes, en ambos casos esa inseguridad podría ser solucionada por la buena intervención de las autoridades de cada barrio o sector.

4.3 Percepción de inseguridad social

Según Kessler (2009), señala que la percepción de inseguridad es una emoción que requiere una base cognitiva y un juicio axiológico en el sentido de que se debe considerar que lo temido es algo peligroso o amenazante por ciertas razones. En este contexto, “la base cognitiva, aunque es socialmente compartida, no necesariamente es homogénea” y la temporalidad es central, a partir de que la emoción de miedo “no es fija, sino dinámica y resinifica hechos del pasado”. Se tiene miedo a algo que se considera una amenaza y nos hace sentir vulnerables ante el riesgo; sin embargo, no es una estructura socialmente homogénea, y se transforma de un individuo a otro (Kessler G. , 2009).

Según Stanko (Stanko, 1986) señala que la percepción de la inseguridad está relacionada con un sentimiento que hace sentir vulnerables a los individuos. Afirma que se asocia con “la preocupación por estar fuera de la casa, probablemente en una zona urbana, solo y potencialmente vulnerable a daños personales”, es decir, el simple hecho de estar fuera de casa hace sentir a los individuos más vulnerables e incluso hay lugares en los que definitivamente las personas se sienten potencialmente vulnerables (Stanko, 1986).

Ejemplo:

La percepción de inseguridad puede concebirse como tal una percepción, en cuanto a que la persona se sitúa frente a las circunstancias y emite un juicio sobre las posibilidades de ser víctima de un delito, como por ejemplo cuando una persona o un grupo de personas

se sienten inseguros se repliegan en sus casas o trabajos. Se disminuye significativamente la posibilidad de convivencia ciudadana y de generar cohesión social, asimismo limita la vigilancia informal de las personas que circulan en las calles, y esto a su vez genera oportunidad para quienes delinquen, es decir, la percepción de inseguridad puede generar otros problemas, por lo que debe abordarse como un problema público.

4.4 Ciudadano

Según Fernández (1998), define ser ciudadano significa participar activamente en la vida social, política y económica de tu comunidad y de la sociedad.

Como ciudadano puedes y debes informarte sobre lo que sucede a tu alrededor para aportar ideas, promover y apoyar cambios, mejoras y expresar tus opiniones con libertad y respeto (Fernández 1998).

Según Goleman (1999), el término ciudadano es un concepto político-jurídico aplicado a cualquier persona que pertenece a una nación específica. Normalmente, el concepto de ciudadano implica la convivencia en comunidad con otros ciudadanos, los cuales en conjunto conforman un determinado tipo de sociedad que, para organizarse debe estar ordenada jurídica y políticamente (Goleman, 1999).

4.5 Autoridad

Según Laswell & Kaplan (1963) la definición de autoridad conlleva una serie de identificaciones, demandas y expectativas que se vinculan a la fórmula política. Afirmar que una persona tiene autoridad significa que es poseedora del poder que le asigna la "fórmula política" y que aquellos que se adhieren a ésta, consideran que se ejerce en forma justa y apropiada (Laswell & Kaplan, 1943).

Según Kojéve (2006), defiende que es un término muy utilizado en diferentes ámbitos tanto educativo como político, pero, no se ha estudiado de forma rigurosa ni profunda, la autoridad está relacionada con la disciplina, la obediencia, el miedo y el castigo (Kojéve, 2006).

4.6 Comunidad

Según Moreno (1998) se define como un conjunto de hablantes que comparten efectivamente, al menos, una lengua, pero que además comparten un conjunto de normas y valores de naturaleza sociolingüística: comparten unas mismas actitudes lingüísticas, unas mismas reglas de uso, un mismo criterio a la hora de valorar socialmente los hechos lingüísticos, unos mismos patrones sociolingüísticos (Moreno, 1998).

Según Ibid (1998), este concepto requiere precisar los límites de la comunidad y su grado de heterogeneidad para que sea realmente una comunidad de habla. De esta forma, resume que una comunidad “es básicamente una comunidad de consenso, de sintonía entre grupos e individuos diferentes, donde el conflicto está minimizado (Ibid, 1998).

4.7 Comunicación

Borden y Stone (1982), señalan que, es posible describir la comunicación como un deporte de contacto. Se trata de la única manera de que disponemos para ponernos en contacto con los demás y, aun cuando no nos demos cuenta de cuánto dependemos de ella, constituye el centro de nuestra existencia. Nuestros sentidos captan las señales transmitidas por otros y a partir de ellas creamos significados.

Borden y Stone (1982) señalan que, es posible describir la comunicación como un deporte de contacto. Se trata de la única manera de que disponemos para ponernos en contacto con los demás y, aun cuando no nos demos cuenta de cuánto dependemos de

ella, constituye el centro de nuestra existencia. Nuestros sentidos captan las señales transmitidas por otros y a partir de ellas creamos significados.

Según Moreu Carbonell (2005), manifiesta que la comunicación pública se ha convertido, en la actualidad, en una actividad administrativa heterogénea, muy difícil de delimitar y categorizar que se puede identificar como «un cajón de sastre» en el que caben manifestaciones tales como la información política, las relaciones públicas, la información general sobre servicios administrativos, el diálogo interpersonal o la publicidad institucional (Moreu Carbonell, 2005).

Según Aristóteles (citado en Flores de Gortari, 1998), define a la comunicación como “la búsqueda de todos los medios posibles de persuasión”. Es decir, lograr e el emisor logre los receptores un mismo punto de vista.

4.8 Comunicación Social

Según Mata (1988) desde una perspectiva académica, se entiende la “la disciplina que estudia las relaciones entre los cambios sociales y los cambios comunicativos” (Mata, 1988).

Según Diaz (2012), se entiende la **Comunicación Social** como “la disciplina que estudia las relaciones entre los cambios sociales y los cambios comunicativos”. La Comunicación Social no sólo estudia el uso del Mensaje o del Formato de la comunicación, sino que también se interesa por el uso de las herramientas de comunicación como fórmula de empoderamiento. La relación entre comunicación y cambio social es bidireccional, no se plantea de una manera reduccionista. Por eso se puede afirmar que la comunicación afecta a la sociedad como la sociedad a la comunicación (Diaz, 2012).

4.9 Seguridad

Según Gray, Buzan, & Hansen (2011), entienden la seguridad como medio y no como fin. Se presenta pues el término como un medio para la consolidación de la soberanía, y su ejercicio implica la eliminación de amenazas (tanto internas como externas) y el control sobre el territorio. La noción de seguridad ha inspirado los enfoques de estrategia militar más usados para estudiar el fenómeno (Gray, Buzan, & Hansen, 2011).

De acuerdo con Michel Foucault (2010), la seguridad es un concepto que nace junto al liberalismo, y se refiere a una forma de gobernar con el objetivo de “garantizar que los individuos o la colectividad estén expuestos lo menos posible a los peligros”, lo que lleva a la implementación de procedimientos de control, coacción y coerción en torno a la salud (control de enfermedades e higiene), el crimen, así como el combate a las conductas “antisociales” y la defensa frente a amenazas externas (Michel Foucault, 2010).

CAPITULO III

5 MARCO METODOLÓGICO

5.2 Enfoque de investigación

La investigación tendrá un enfoque cuantitativo, según mencionaron Hernández, Fernández y Baptista (2010), el “enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”. El objetivo primordial del estudio es establecer hipótesis, determinar variables, diseñar un plan para probarlas, utilizar métodos estadísticos y elaborar conclusiones en base a las hipótesis (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010) con el fin de comprobar si efectivamente la percepción de los sobre inseguridad social tiene relación con la comunicación brindada por las autoridades.

5.3 Tipología de investigación

5.3.1 Por su finalidad

La finalidad de una investigación se establece a través del objetivo de estudio y su alcance, es decir si la investigación tiene fines teóricos o aplicativos (Burgue, 2004). Para esto hay dos tipos de investigación, la primera se llama investigación aplicada y “sirve para tomar decisiones y establecer políticas y estrategias”, una de las características más importantes de esta investigación es la importancia que se le da a la resolución de problemas y que las decisiones que se toman son a largo a plazo. Mientras que el segundo tipo de investigación se denomina pura o científica que es “una investigación sistemática, controlada, empírica y crítica de propuestas hipotéticas acerca de presuntas relaciones entre fenómenos naturales” (Namakforoosh, 2005).

A la investigación pura, Rodríguez (2005) la denominó como investigación básica o fundamental “es un proceso formal y sistemático, coordina el método científico, de análisis y generalización con las fases deductiva e inductivas del razonamiento”. Por otro lado, la investigación aplicada como su nombre lo indica “se aplica a problemas concretos, en circunstancias y características concretas”, se encuentra estrechamente relacionada con el tipo de investigación anterior ya que para la toma de decisiones y resolución de problemas es necesario contar con los hallazgos y aportes teóricos que la investigación pura le brinda al estudio (Rodríguez, 2005).

5.3.2 Por las fuentes de información

Para la investigación se empleará principalmente fuentes de información secundarias que “es información que ya existe y que se encuentra en el momento que se la necesita (Grande & Abascal, 2009) “es proporcionada por personas que no observaron directamente la situación. Estos datos se encuentran en enciclopedias, diarios, revistas, publicaciones periódicas y otros materiales” (Rodríguez, 2005). En efecto para la investigación se buscará información secundaria tanto en papers, como en artículos de revistas, artículos científicos, bases de datos, libros, documentos online, entre otros.

5.3.3 Por las unidades de análisis

Hombres y mujeres de 15 años en adelante que residen en el Cantón General Rumiñahui.

5.3.4 Por el control de las variables

La investigación no experimental es la que se va a llevar a cabo en nuestro estudio, según lo mencionó Hernández et al. (2010), éstos son “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en las que solo se observa los fenómenos en su

ambiente natural para después analizarlos”, es decir que en el proceso de análisis no se aplica ningún tipo de tratamiento o experimento al grupo que va a ser analizado. En este caso tanto la variable independiente (comunicación) como la dependiente (inseguridad social) serán estudiadas en su entorno natural sin realizar ningún tipo de modificaciones.

Otro punto a considerar es que será una investigación transversal, en la cual “la recolección de datos se la realiza en un solo momento, en un tiempo único”, y no en varios momentos y a diferentes públicos como lo establece la investigación longitudinal. Esta investigación se la aplica debido a que únicamente en el momento en que se realice la encuesta, se generarán los resultados para analizar la influencia del marketing olfativo en la decisión de compra en las tiendas deportivas (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010).

5.3.5 Por el alcance

El alcance que tendrá la investigación será correlacional, como lo menciona Hernández et al. (2010) “tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular”, además que la investigación correlacional busca analizar cómo reacciona y actúa una variable al conocer y comprender el comportamiento de las demás variables (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010).

En este caso se va a determinar la relación que existe entre la inseguridad social y la comunicación que existe entre las autoridades y habitantes del Cantón Rumiñahui. Esta relación puede ser positiva o negativa y si no hay correlación entre las variables, “ello nos indica que éstas fluctúan sin seguir un patrón sistemático entre sí (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010).

5.4 Hipótesis

H1: La comunicación tiene influencia sobre la percepción de inseguridad de los habitantes del Cantón Rumiñahui.

H0: La comunicación no tiene influencia sobre la percepción de inseguridad de los habitantes del Cantón Rumiñahui.

5.5 Procedimiento para la recolección y análisis de datos

En esta etapa (Chávez, 2008) se realiza los pasos que se detallan a continuación:

1. Desarrollo de un cronograma, en el mismo que se identifique el tiempo en el que se recopilará las encuestas.
2. Identificación del personal que va a realizar el trabajo de campo, que en este estudio serán los mismos investigadores.
3. Definición del sector o área de aplicación del cuestionario.
4. Aplicación del cuestionario
5. Revisión y control de la información recolectada en el trabajo de campo.
6. Ingreso en una base de datos la información de la encuesta.

Una vez se haya recolectado todos los datos según la muestra, es necesario validarlos, es decir revisar si las encuestas están bien llenadas, no hay tachones, borroneos o respuestas incoherentes; para de esta manera continuar con la tabulación. Para este paso primero se debe codificar cada una de las preguntas a través de una matriz de codificación, la cual facilitará la tabulación de datos, este proceso se llevará a cabo por medio del programa estadístico conocido como SPSS. El análisis de datos incluirá análisis univariado y bivariado, así como también la comprobación de las hipótesis.

5.6 Instrumentos

Las técnicas de recolección dependerán de “las características básicas, la naturaleza y en qué consiste la información”. Existen varios instrumentos de recolección y para esta investigación se empleará las encuestas que “consisten en un conjunto articulado y coherente de preguntas que se formulan a las personas sobre la base de un cuestionario, se puede realizar por correo, teléfono, frente a frente, en la calle, en establecimientos comerciales y en sus domicilios” (Grande & Abascal, 2009) .

Cuando se va a llevar a cabo una encuesta se debe hacer una prueba piloto. “En esta prueba se analiza si las instrucciones se comprenden y si los ítems funcionan de manera adecuada, los resultados se utilizan para medir la confiabilidad y validez del instrumento”. Una vez que se haya realizado las revisiones, correcciones y mejoras necesarias, la encuesta está lista para ser llevada a cabo (Gómez & García, 2012).

5.7 Población y muestra

En el estudio del “Impacto de la falta de comunicación e inseguridad en los habitantes del cantón Rumiñahui”, las variables tienen índole cualitativa pero la investigación aquí desarrollada también se enfocará de manera cuantitativa ya que la recolección de datos, análisis de información y resultados obtenidos se basará en técnicas matemáticas y estadísticas.

El estudio tendrá lugar en los 5 sectores del Cantón Rumiñahui que son: Sangolquí, San Pedro de Taboada, San Rafael, Cotogchoa y Rumipamba.

La población de Rumiñahui en su conjunto es relativamente joven. El 50.6 por ciento de los habitantes tiene un promedio entre 20 y 54 años; el 37 por ciento tiene menos de 20 y, el 13 por ciento, 55 años en adelante.

La población económicamente activa, PEA, del cantón, está compuesta por 42.408 personas, de las cuales 18.707 son mujeres y 23.701 hombres. Los rubros más altos de actividad son: el comercio al por mayor y menor, en la que trabajan 7.951 personas, igual al 18 por ciento. La industria manufacturera ocupa a 6.638, 15 por ciento. Siguen rubros tales como construcción, 2.756, 6.5 por ciento; enseñanza, 2.687, 6.3 por ciento; y administración pública y defensa, 2.255, 5.3 %.

De acuerdo con fuentes nacionales oficiales el número de turistas que visitan los mencionados destinos son:

Tabla 3
Población del Cantón Rumiñahui

Sectores del Cantón Rumiñahui	Número de Habitantes	Fuente
Sangolquí	59.196	INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) en el año 2010
San Pedro de Taboada	11.982	INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) en el año 2010
San Rafael	9.962	INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) en el año 2010
Cotogchoa	3.937	INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) en el año 2010
Rumipamba	775	INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) en el año 2010

Utilizando los datos de la tabla se obtendrá el tamaño de la muestra, siendo el universo el número total de habitantes que se asientan en el Cantón Rumiñahui.

Para la recolección de datos se usará la encuesta, técnica que será aplicada a los habitantes tanto de las parroquias urbanas como rurales y por medio de su análisis se

obtendrá información para calcular el nivel de inseguridad y la falta de comunicación que existe en los habitantes del Cantón Rumiñahui.

Para la aplicación de las encuestas es necesario calcular la muestra con la que se va a trabajar, esta se obtendrá de manera estratificada, es decir, luego de obtener la muestra total se hallará para cada sector una muestra equivalente de manera proporcional al número de la población total.

Tabla 4
Población de estudio por estratos

Sectores del Cantón Rumiñahui	Número de Habitantes
Sangolquí	43478
San Pedro de Taboada	8803
San Rafael	7315
Cotogchoa	2894
Rumipamba	568

5.8 Fórmula:

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

Aplicación de la fórmula:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 63058}{(0,04^2 * (63058 - 1)) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

Total de encuestas: 600 Personas.

5.9 Estratificación

Fórmula:

$$nh1 = n * \frac{N(h1)}{N}$$

Sangolquí:

$$n1 = 600 * \frac{43478}{63058}$$

$$n1 = 415 \text{ encuestas}$$

San Pedro de Taboada:

$$n2 = 600 * \frac{8803}{63058}$$

$$n2 = 84 \text{ encuestas}$$

San Rafael:

$$n3 = 600 * \frac{7315}{63058}$$

$$n3 = 70 \text{ encuestas}$$

Cotogchoa:

$$n4 = 600 * \frac{2894}{63058}$$

$$n4 = 28 \text{ encuestas}$$

Rumipamba:

$$n5 = 600 * \frac{568}{63058}$$

$$n5 = 3 \text{ encuestas}$$

5.10 Confiabilidad y validez

La confiabilidad permite conocer “el grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio,

2010) , que ayuda al investigador a demostrar cuán confiable es la herramienta que utiliza para la recolección de datos y análisis de la información.

En este estudio se realizó una prueba piloto a 20 personas, las mismas que hicieron distintas correcciones y modificaciones a la encuesta, principalmente en lo que concierne a la redacción y comprensión de la terminología utilizada en el cuestionario. Con los resultados obtenidos se elaboró una matriz de confiabilidad, con la cual se obtuvo un valor alfa Cronbach correspondiente a 0,828 (Ver Apéndice D), que demostró que el instrumento que se utilizó en la investigación es fiable.

Por otro lado, la validez se refiere al “grado en que aparentemente un instrumento de medición mide la variable en cuestión, de acuerdo con expertos” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010). Para este caso, se precisó el apoyo de profesionales relacionados que contribuyeran con sus conocimientos y experiencia a la investigación en cuanto a las variables de estudio que son el marketing olfativo y la decisión de compra.

La encuesta fue el instrumento de recolección seleccionado para este estudio, el cual fue analizado por ocho expertos desde distintas perspectivas como la psicología, el marketing, el neuromarketing, la programación neurolingüística e incluso desde el ámbito de la metodología de la investigación; con el fin de verificar no solo el contenido del cuestionario sino también claridad y la consistencia del mismo.

CAPITULO IV

6 RESULTADOS

6.1 Análisis Univariado

Tabla 5
Pregunta 1

¿Considera usted que existe inseguridad en el cantón Rumiñahui?					
Válido	Si	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		600	100,0	100,0	100,0

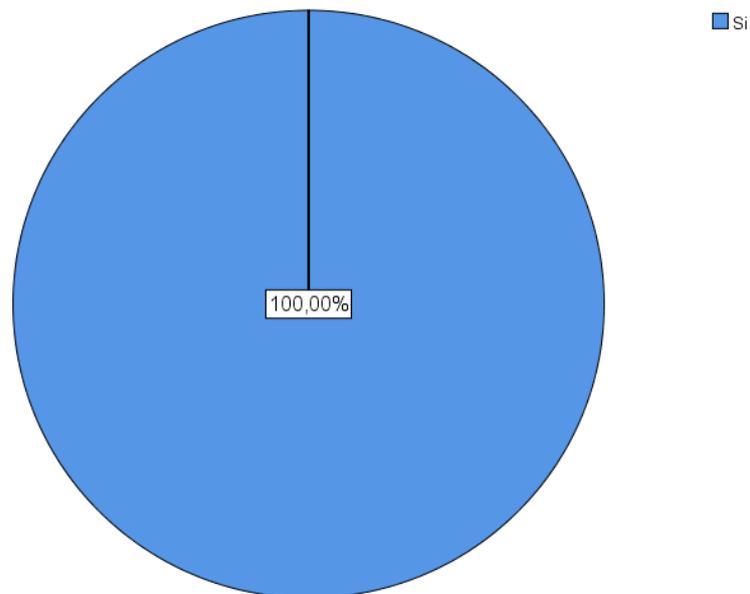


Figura 10. Pregunta 1: ¿Considera usted que existe inseguridad en el Cantón Rumiñahui?

De las 600 personas encuestadas, el 100% consideran que existe inseguridad social en el Cantón Rumiñahui. Por lo tanto, se puede evidenciar que el total de los encuestados presenta al menos una percepción de inseguridad en los distintos sectores donde se desempeñan día a día y a su vez este podría representar un problema social de gran interés para los habitantes y autoridades. (Ver Figura 10).

Tabla 6
Pregunta 2

¿Ha presenciado o escuchado sobre algún hecho delictivo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	533	88,8	88,8	88,8
	No	67	11,2	11,2	100,0
	Total	600	100,0	100,0	

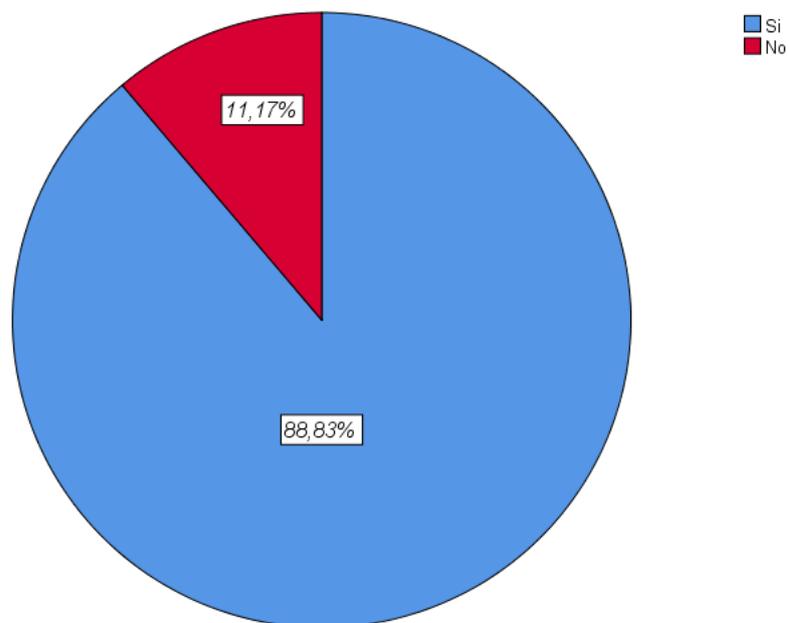


Figura 11. Pregunta 2: ¿Ha presenciado o escuchado sobre algún hecho delictivo?

De las 600 personas encuestadas, el 88,8% responde que, si ha presenciado o escuchado sobre algún hecho delictivo, mientras que el 11,2% menciona no haber presenciado o escuchado sobre algún hecho delictivo. Entonces según los resultados se evidencia que el índice de inseguridad social es alto ya que más de la mitad de encuestados conoce sobre hechos delictivos suscitados a su alrededor (Ver Figura 11).

Tabla 7
Pregunta 3

¿Ha sido víctima de la delincuencia?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	291	48,5	48,5	48,5
	No	309	51,5	51,5	100,0
	Total	600	100,0	100,0	

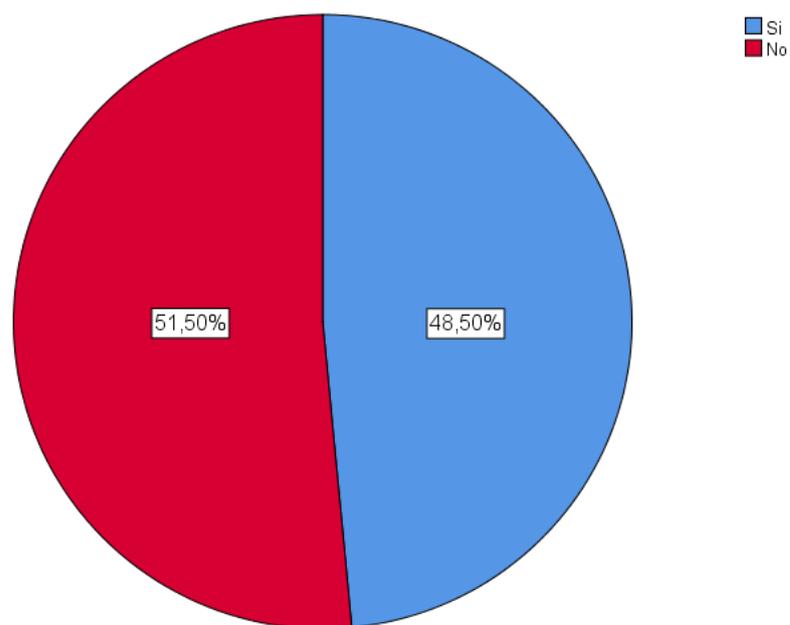


Figura 12. Pregunta 3: ¿Ha sido víctima de la delincuencia?

De las 600 personas encuestadas, 291 de ellas que corresponden al 48.5% han sido víctima de la delincuencia, mientras que 309 personas que corresponde el 51.5% no han sido víctima de la delincuencia. Según los resultados se evidencia que el nivel de percepción de inseguridad es superior al número de personas que realmente han sido víctima de la delincuencia (Ver figura 12).

Tabla 8
Pregunta 4

¿Cuál de los siguientes hechos delictivos considera se dan con más frecuencia?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Robo de viviendas	101	16,8	16,8	16,8
	Robo de vehículos	149	24,8	24,8	41,7
	Robo de locales comerciales	77	12,8	12,8	54,5
	Homicidio	7	1,2	1,2	55,7
	Violación	5	,8	,8	56,5
	Robo en transportes públicos	155	25,8	25,8	82,3
	Asalto en la vía pública	106	17,7	17,7	100,0
	Total	600	100,0	100,0	

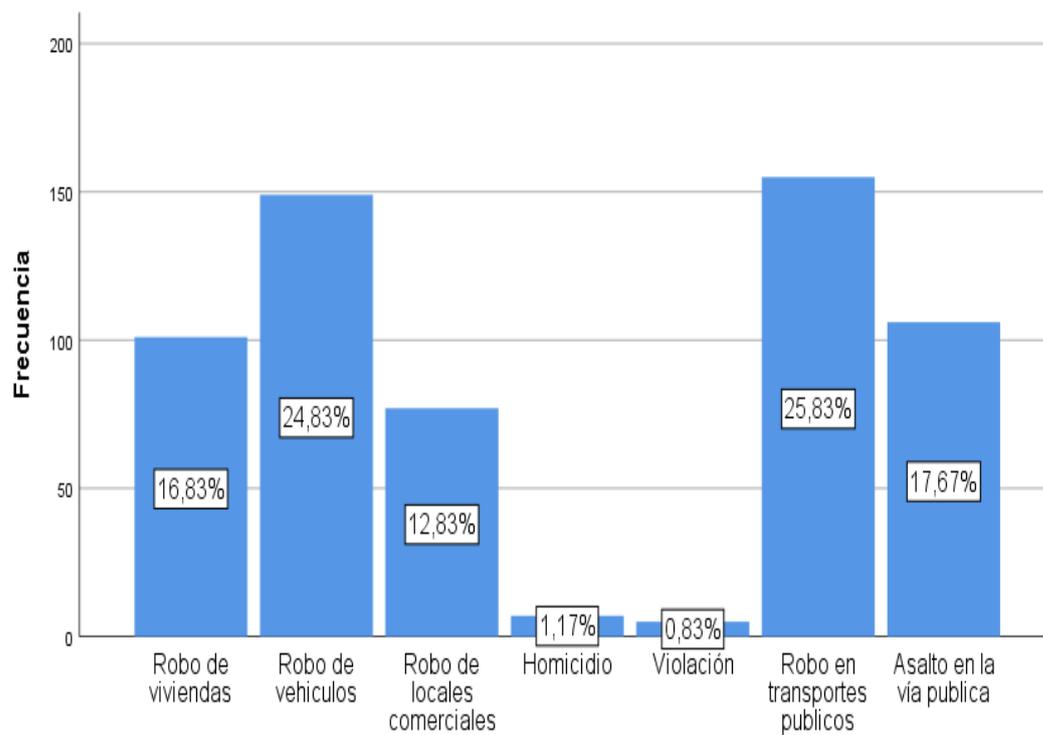


Figura 13. Pregunta 4: ¿Cuál de los siguientes hechos delictivos considera se dan con más frecuencia?

De las 600 personas encuestadas, el 25.8% considera que el robo en transporte público se da con más frecuencia, el 24.8% considera que es el robo de vehículos, el 17.7% considera que es el asalto en la vía pública, el 16.8% considera el robo de viviendas, el 12.8%

considera el robo en locales comerciales, el 1.2% considera que es el homicidio y el 0.8% considera que los hechos delictivos se da por violación. Según los resultados se puede evidenciar que los tres principales hechos delictivos son, el robo en transportes públicos, el robo de vehículos y asalto en la vía pública (Ver figura 13).

Tabla 9
Pregunta 5

		¿Cuál de las siguientes alternativas de seguridad tiene en su barrio?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Botón de Pánico	72	12,0	12,0	12,0
	Alarmas Comunitarias	140	23,3	23,3	35,3
	Cámaras de Vigilancia	48	8,0	8,0	43,3
	Unidades de Policía Comunitaria	173	28,8	28,8	72,2
	Líderes Barriales	15	2,5	2,5	74,7
	Ninguna de las anteriores	149	24,8	24,8	99,5
	Todas las anteriores	3	,5	,5	100,0
	Total	600	100,0	100,0	

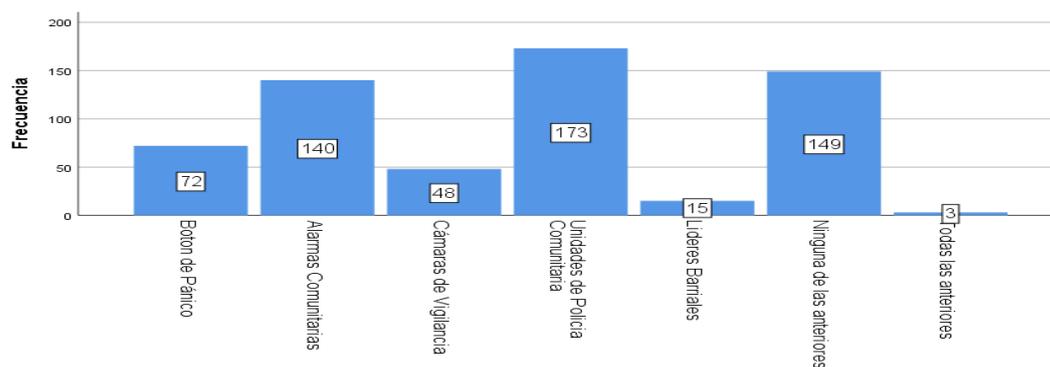


Figura 14. Pregunta 5: ¿Cuál de las siguientes alternativas de seguridad tiene en su barrio?

De las 600 personas encuestadas, el 28.8% utilizan como medida de seguridad las unidades de policía comunitaria, el 24.8% no utiliza ninguna medida de seguridad, el 23.3% utilizan alarmas comunitarias, el 12% utilizan botón de pánico, el 8% utilizan

cámaras de vigilancia, y el 0.5% utilizan todas las medidas de seguridad. Según los resultados se puede evidenciar que la medida de seguridad en varios más relevante son las Unidades de Policía Comunitaria (Ver figura 14).

Tabla 10
Pregunta 6

En relación del año 2018 al 2019 considera que la delincuencia:					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Aumento	486	81,0	81,0	81,0
	Se Mantuvo	102	17,0	17,0	98,0
	Disminuyo	12	2,0	2,0	100,0
	Total	600	100,0	100,0	

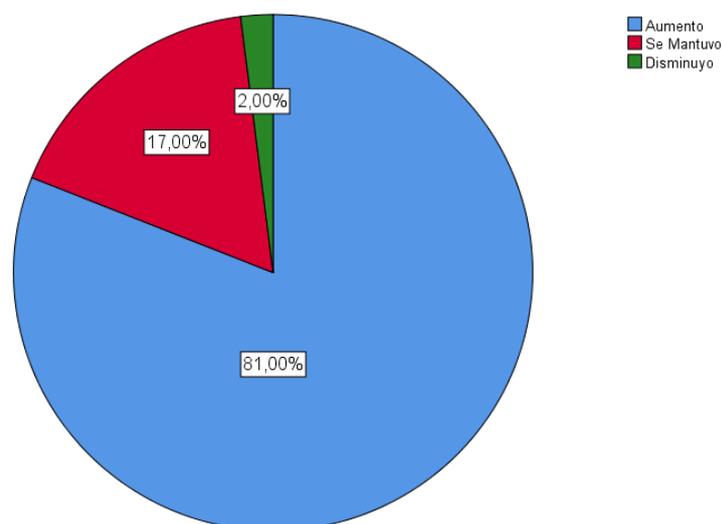


Figura 15. Pregunta 6: En relación del año 2018 al 2019 considera que la delincuencia:

De las personas encuestadas, el 81,0% consideran que en relación del año 2018 al 2019 la delincuencia aumentos en el Cantón Rumiñahui. (Ver Figura 15).

Tabla 11
Pregunta 7

¿Cuál de los siguientes problemas sociales considera es la causa de la inseguridad social en el Cantón Rumiñahui?						
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido	Migración	133	22,2	22,2	22,2	
	Falta de empleo	211	35,2	35,2	57,3	
	Poco interés de organización por parte de la ciudadanía	31	5,2	5,2	62,5	
	Comunicación entre autoridades habitantes	225	37,5	37,5	100,0	
	Total	600	100,0	100,0		

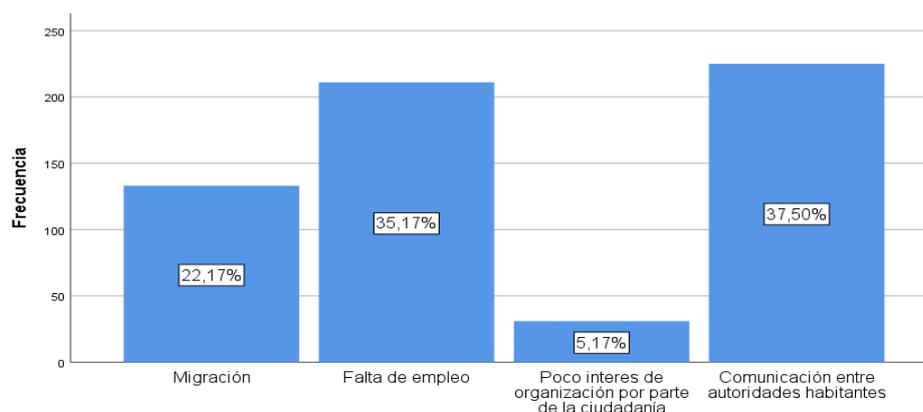


Figura 16. ¿Cuáles considera son las causas de la inseguridad social en el Cantón Rumiñahui?

De las personas encuestadas, el 37.5% considera que la causa mayor de la inseguridad social en el Cantón Rumiñahui es la comunicación entre las autoridades y habitantes, el 35.2% corresponde la falta empleo, 22.2% corresponde a la migración, mientras que el 5.2% consideran que corresponde al poco interés de organización por parte de la ciudadanía (Ver Figura 16).

Tabla 12
Pregunta 8

¿Considera que existe buena relación entre el GAD (Gobiernos Autónomos Descentralizados) y la POLICÍA NACIONAL?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	144	24,0	24,0	24,0
	No	456	76,0	76,0	100,0
	Total	600	100,0	100,0	

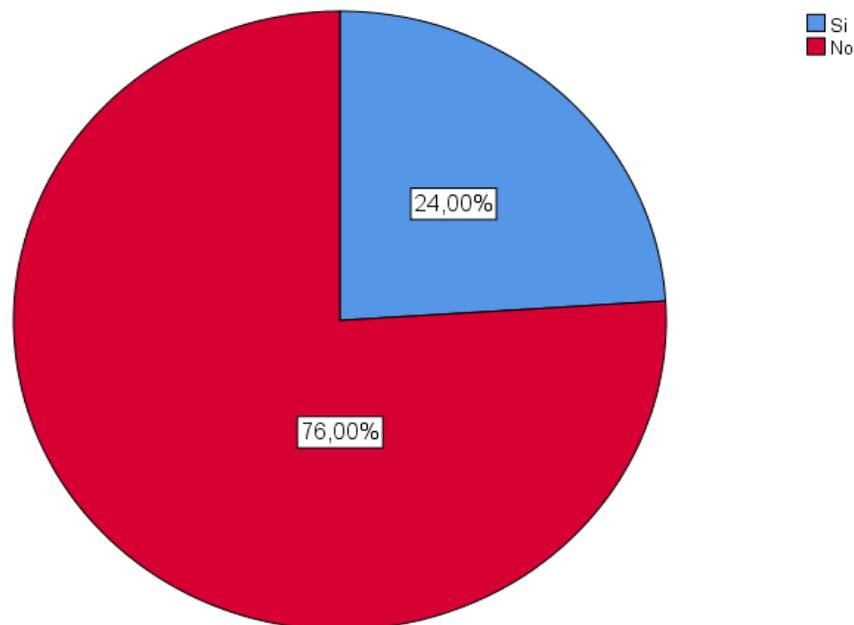


Figura 17. Pregunta 8: ¿Considera que existe buena relación entre el GAD (Gobiernos Autónomos Descentralizados) y la POLICIA NACIONAL?

Del total de personas encuestadas, el 76% considera que NO existe una buena relación entre el GAD y la POLICIA NACIONAL, mientras que el 24% considera que SI existe una buena relación entre el GAD y la POLICIA NACIONAL (Ver figura 17).

Tabla 13
Pregunta 9

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Redes Sociales	511	85,2	85,2	85,2
	Televisión	42	7,0	7,0	92,2
	Radio	24	4,0	4,0	96,2
	Periódicos	17	2,8	2,8	99,0
	Por familiares y vecinos	6	1,0	1,0	100,0
	Total	600	100,0	100,0	

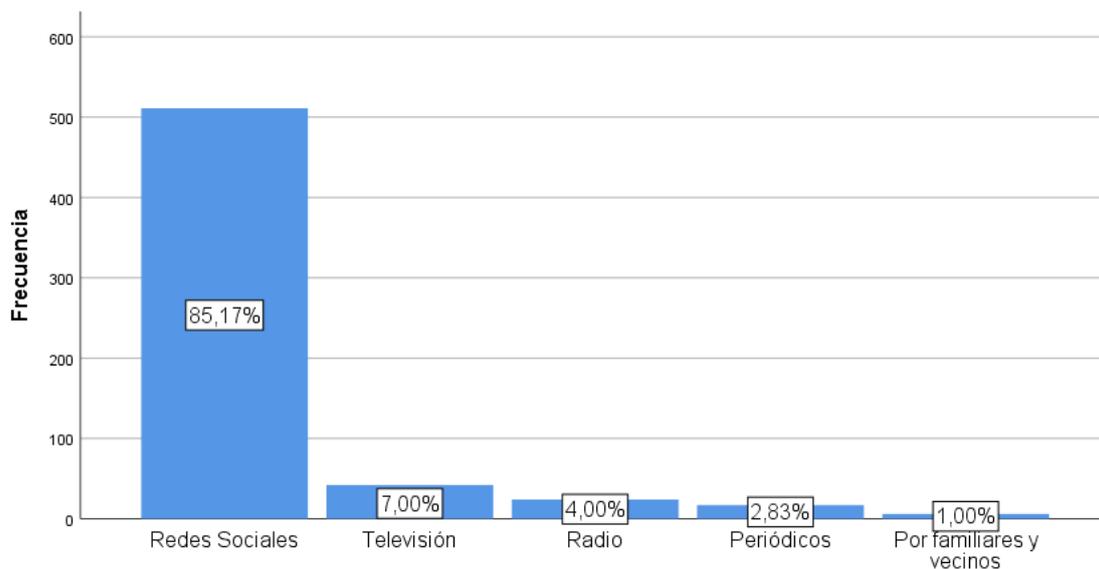


Figura 18. Pregunta 9: ¿Cuál de las siguientes opciones usa con más frecuencia para el intercambio de información?

Del total de encuestados 511 personas que representan el 85.2% consideran que el medio de comunicación que se usa con más frecuencia para el intercambio de información son las Redes Sociales. Por lo tanto, podemos concluir que en la actualidad la tecnología juega un papel bien importante pues están poco a poco dejando de lado los medios tradicionales como son la los periódicos, la radio y la televisión. (Ver figura 18).

Tabla 14
Pregunta 10

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Claros	204	34,0	34,0	34,0
	Precisos	51	8,5	8,5	42,5
	Concisos	69	11,5	11,5	54,0
	Todas las anteriores	127	21,2	21,2	75,2
	Ninguna de las anteriores	149	24,8	24,8	100,0
	Total	600	100,0	100,0	

En relación a las opciones mencionadas en la pregunta 9, considera que los mensajes en cuanto a temas de seguridad e inseguridad impartidos por dichos medios son:

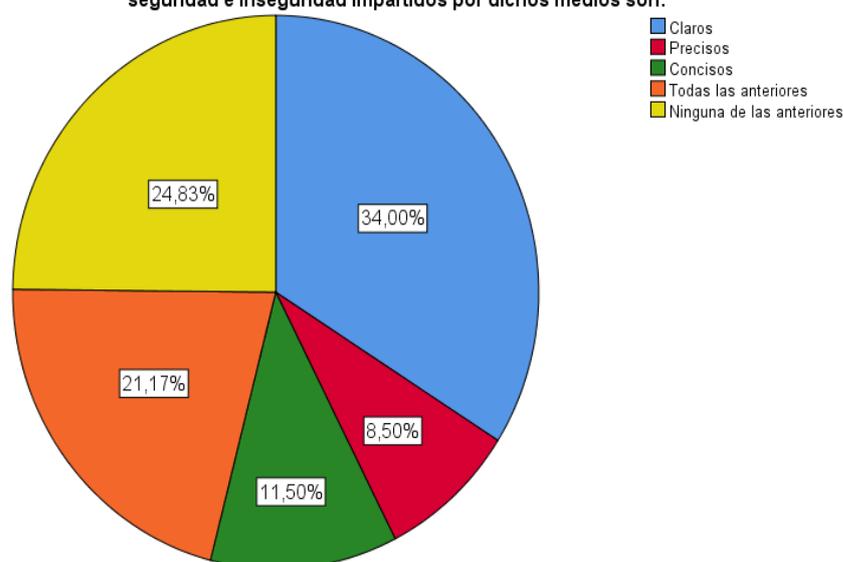


Figura 19. Pregunta 10: En relación a las opciones mencionadas en la pregunta 9, considera que los mensajes en cuanto a temas de seguridad e inseguridad impartidos por estos medios son:

De las personas encuestadas, el 34% considera que los mensajes en cuanto a temas de seguridad e inseguridad impartidos por los medios de comunicación son claros, mientras que el 24.8% consideran que no cumple ninguna de las características descritas. (Ver figura 19).

Tabla 15
Pregunta 11

La información que recibe usted en cuanto a seguridad social por parte de las autoridades y medios resulta:					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Confiable	15	2,5	2,5	2,5
	Confiable	35	5,8	5,8	8,3
	Indiferente	110	18,3	18,3	26,7
	Poco Confiable	327	54,5	54,5	81,2
	Nada Confiable	113	18,8	18,8	100,0
	Total	600	100,0	100,0	

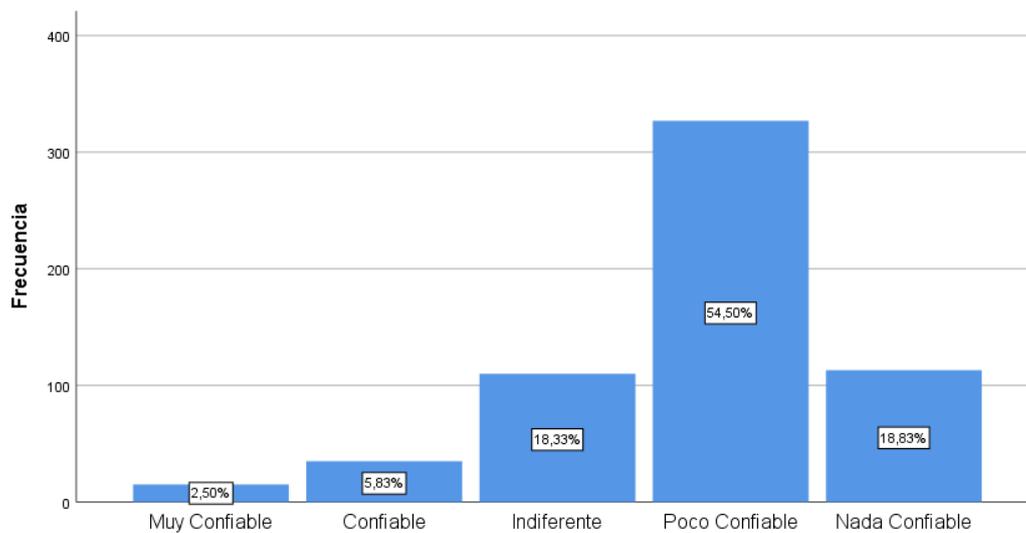


Figura 20. Pregunta 11: La información que recibe en cuanto a seguridad social por parte de las autoridades y los medios le resulta:

Del total de encuestados, 327 personas que representan el 54,5% califican como poco confiable a la información impartida por las autoridades y medios, el 18,8% no tienen confianza en dicha información, al 18,3% le es indiferente, el 5,8% de personas considera que la información es confiable, mientras que el 2,5% responde que la información impartida es muy confiable. (Ver figura 20).

Tabla 16
Pregunta 12

En el último año, ¿Ha tenido conocimiento sobre algún programa o plan de seguridad social?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	83	13,8	13,8	13,8
	No	517	86,2	86,2	100,0
	Total	600	100,0	100,0	

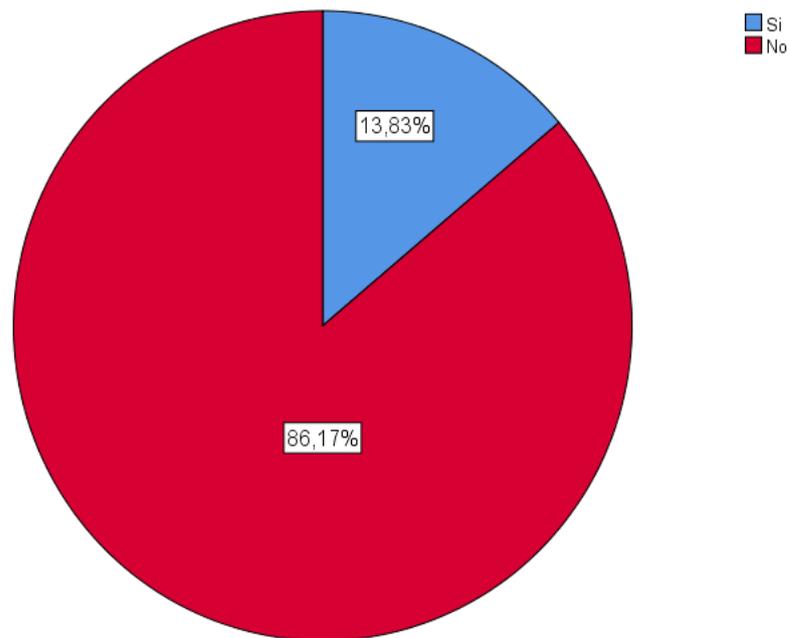


Figura 21. Pregunta 12: En el último año ¿Ha tenido conocimiento sobre algún programa o plan de seguridad social?

De las personas encuestadas, el 13.8% SI han tenido conocimiento sobre algún programa o plan de seguridad social, mientras que el 86.2 % NO han tenido conocimiento sobre algún programa o plan de seguridad social (Ver Figura 21).

Tabla 17
Pregunta 13

¿Considera que el Ministerio del Interior debe involucrarse con el GAD para combatir la delincuencia?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	568	94,7	94,7	94,7
	No	32	5,3	5,3	100,0
	Total	600	100,0	100,0	

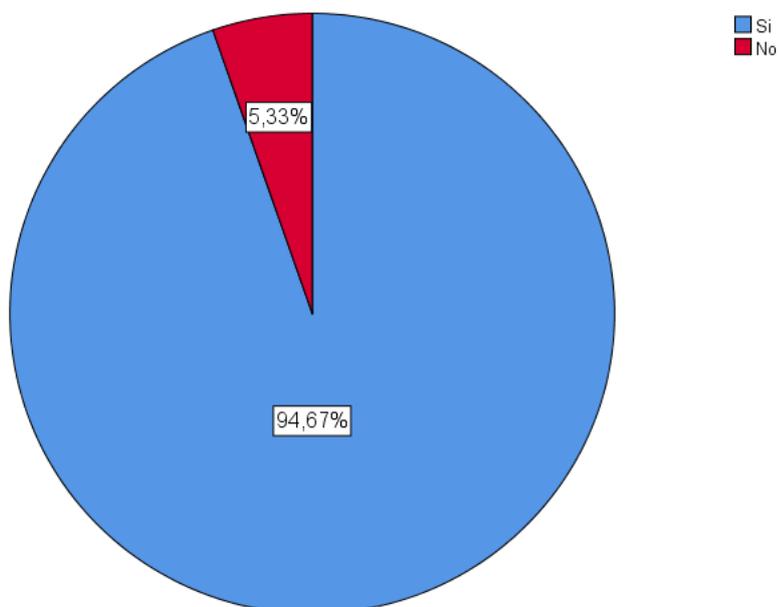


Figura 22. Pregunta 13: ¿Considera que el Ministerio de Interior debe involucrarse con el GAD para combatir la delincuencia?

De las personas encuestadas, el 94.7 % considera que el Ministerio del Interior debe involucrarse con el GAD para combatir la delincuencia. (Ver Figura 22).

6.2 Análisis Bivariado

Según (2019) es la forma en que se relacionan la variable dependiente y la variable independiente, para determinar la asociación y relación entre las dos variables. El interés de este tipo de análisis se centra principalmente en la forma en que se distribuye la variable dependiente en función de las diferentes categorías o valores de la variable independiente (Field, 2019).

Tablas de Cruzadas

Tabla 18

*Pregunta 2 * Pregunta 4*

		<i>Tabla cruzada ¿Ha presenciado o escuchado sobre algún hecho delictivo?*¿Cuál de los siguientes hechos delictivos considera se dan con más frecuencia?</i>							
		<i>Recuento</i>							
		<i>¿Cuál de los siguientes hechos delictivos considera se dan con más frecuencia?</i>							
		<i>Robo de viviendas</i>	<i>Robo de vehículos</i>	<i>Robo de locales comerciales</i>	<i>Homicidio</i>	<i>Violación</i>	<i>Robo en transportes públicos</i>	<i>Asalto en la vía pública</i>	
<i>¿Ha presenciado o escuchado sobre algún hecho delictivo?</i>	<i>Si</i>	87	130	74	7	5	136	94	533
	<i>No</i>	14	19	3	0	0	19	12	67
<i>Total</i>		101	149	77	7	5	155	106	600

Análisis:

En la investigación mediante el cruce de variables sobre si ha presenciado o escuchado sobre algún hecho delictivo y cuál de los siguientes hechos delictivos considera se dan con más frecuencia, se muestra que el mayor contingente asocia y relaciona las variables; por consiguiente, el mayor contingente de 136 ayuda a determinar que, 136 personas de un total de 600 personas encuestadas han presenciado o escuchado sobre algún hecho delictivo, donde se considera que el robo en transportes públicos es más frecuente.

Tabla 19
*Pregunta 3 * Pregunta 6*

Recuento		En relación del año 2018 al 2019 considera que la delincuencia:			
		Aumento	Se Mantuvo	Disminuyo	Total
¿Ha sido víctima de la delincuencia?	Si	239	50	2	291
	No	247	52	10	309
Total		486	102	12	600

Análisis:

En la investigación mediante el cruce de variables sobre si ha sido víctima de la delincuencia y en relación del año 2018 al 2019 considera que la delincuencia, se muestra que el mayor contingente asocia y relaciona las variables; por consecuente, el mayor contingente de 247 ayuda a determinar que, 247 personas de un total de 600 personas encuestadas NO han sido víctima de la delincuencia, sin embargo, se considera que en relación del año 2018 al 2019 considera que la delincuencia aumento.

Tabla 20
*Pregunta 4 * Sector de Residencia.*

		Tabla cruzada ¿Cuál de los siguientes hechos delictivos considera se dan con más frecuencia?*Sector_Residencia					
Recuento		Sector_Residencia					
		San Pedro de					
		Sangolquí	Taboada	San Rafael	Cotogchoa	Rumipamba	Total
¿Cuál de los siguientes hechos delictivos considera se dan con más frecuencia?	Robo de viviendas	54	11	30	6	0	101
	Robo de vehículos	105	29	8	7	0	149
	Robo de locales comerciales	31	17	16	10	3	77
	Homicidio	3	0	4	0	0	7
	Violación	5	0	0	0	0	5
	Robo en transportes públicos	132	18	0	5	0	155
	Asalto en la vía pública	85	9	12	0	0	106
Total		415	84	70	28	3	600

Análisis:

En la investigación mediante el cruce cuál de los siguientes hechos delictivos considera se dan con más frecuencia y sector de residencia, se muestra que el mayor contingente asocia y relaciona las variables; por consecuente, el mayor contingente de 132 ayuda a determinar que, 132 personas de un total de 600 personas encuestadas consideran que el hecho delictivo que se da con más frecuencia es el robo en transportes públicos en el sector de Sangolquí.

Tabla 21
*Pregunta 5 * Sector de Residencia.*

		Tabla cruzada ¿Cuál de las siguientes alternativas de seguridad tiene en su barrio?*Sector_Residencia					
Recuento		Sector_Residencia					
		San Pedro de					
		Sangolquí	Taboada	San Rafael	Cotogchoa	Rumipamba	Total
¿Cuál de las siguientes alternativas de seguridad tiene en su barrio?	Botón de Pánico	46	5	19	2	0	72
	Alarmas Comunitarias	98	30	7	4	1	140
	Cámaras de Vigilancia	34	6	6	2	0	48
	Unidades de Policía Comunitaria	123	24	16	8	2	173
	Líderes Barriales	12	0	2	1	0	15
	Ninguna de las anteriores	99	19	20	11	0	149
	Todas las anteriores	3	0	0	0	0	3
Total		415	84	70	28	3	600

Análisis:

En la investigación mediante el cruce cuál de las siguientes alternativas de seguridad tiene su barrio y sector de residencia, se muestra que el mayor contingente asocia y relaciona las variables; por consecuente, el mayor contingente de 123 ayuda a determinar que, 123 personas de un total de 600 personas encuestadas consideran que poseen como alternativa de seguridad las Unidades de Policía Comunitaria en el sector de Sangolquí.

Tabla 22

*Pregunta 6 * Pregunta 7*

Tabla cruzada En relación del año 2018 al 2019 considera que la delincuencia: *¿Cuáles considera son las causas de la inseguridad social en el Cantón Rumiñahui?							
Recuento		¿Cuáles considera son las causas de la inseguridad social en el Cantón Rumiñahui?					Total
		Migración	Falta de empleo	Poco interés de organización por parte de la ciudadanía	Comunicación entre autoridades habitantes		
En relación del año 2018 al	Aumento	101	178	21	186	486	
2019 considera que la	Se Mantuvo	32	31	7	32	102	
delincuencia:	Disminuyo	0	2	3	7	12	
Total		133	211	31	225	600	

Análisis:

En la investigación mediante el cruce cuál de las siguientes alternativas de en relación del año 2018 al 2019 considera que la delincuencia y cuáles considera son las causas de la inseguridad social en el cantón Rumiñahui, se muestra que el mayor contingente asocia y relaciona las variables; por consecuente, el mayor contingente de 186 ayuda a determinar que, 186 personas de un total de 600 personas encuestadas

consideran que en relación del año 2018 al 2019 la delincuencia aumento debido a la falta de comunicación entre autoridades y habitantes.

Tabla 23

*Pregunta 6 * Pregunta 7*

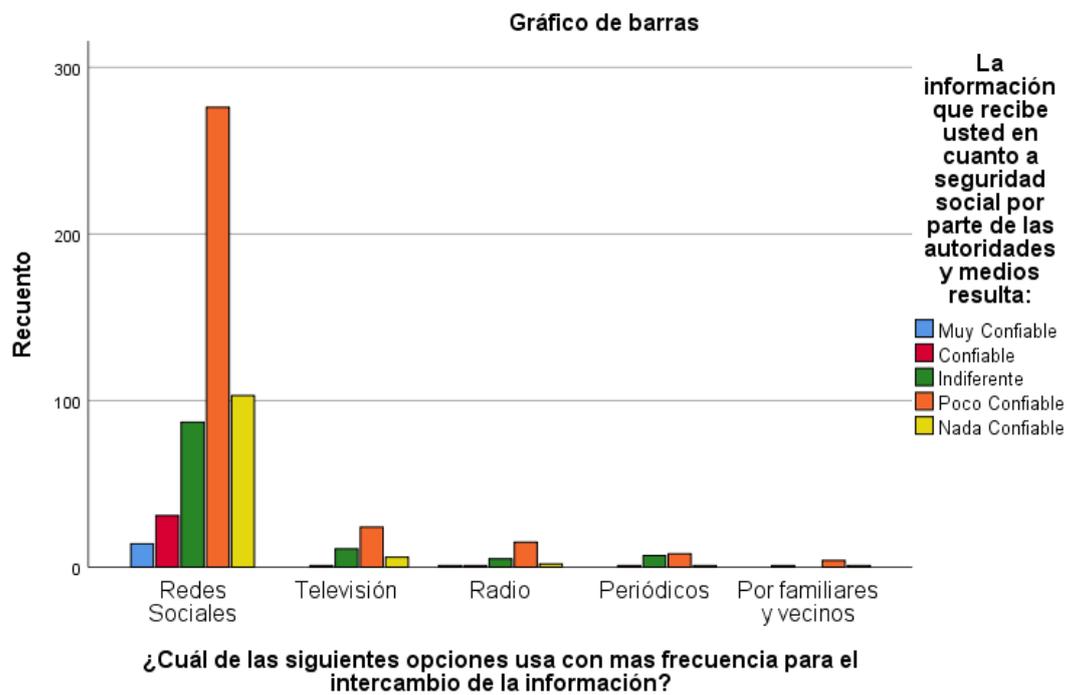
Tabla cruzada ¿Cuál de las siguientes opciones usa con más frecuencia para el intercambio de la información?*En relación a las opciones mencionadas en la pregunta 9, considera que los mensajes en cuanto a temas de seguridad e inseguridad impartidos por dichos medios son:							
Recuento		En relación a las opciones mencionadas en la pregunta 9, considera que los mensajes en cuanto a temas de seguridad e inseguridad impartidos por dichos medios son:					
		Claros	Precisos	Concisos	Todas las anteriores	Ninguna de las anteriores	Total
¿Cuál de las siguientes opciones usa con más frecuencia para el intercambio de la información?	Redes Sociales	170	42	59	110	130	511
	Televisión	18	3	5	4	12	42
	Radio	8	3	3	8	2	24
	Periódicos	5	2	2	5	3	17
	Por familiares y vecinos	3	1	0	0	2	6
Total		204	51	69	127	149	600

Análisis:

En la investigación mediante el cruce cuál de las siguientes opciones usa con más frecuencia para el intercambio de información y considera que los mensajes en cuanto a temas de seguridad e inseguridad impartidos por estos medios son, se muestra que el mayor contingente asocia y relaciona las variables; por consecuente, el mayor contingente de 130 ayuda a determinar que, 130 personas de un total de 600 personas encuestadas consideran que una de las opciones que se usa con más frecuencia para el intercambio de información son las redes sociales, sin embargo no consideran que los mensajes en cuanto a temas de seguridad e inseguridad impartidos por estos medios en su mayoría son claros.

Tabla 24
*Pregunta 9 * Pregunta 11*

Recuento		La información que recibe usted en cuanto a seguridad social por parte de las autoridades y medios resulta:					
		Muy Confiable	Confiable	Indiferente	Poco Confiable	Nada Confiable	Total
¿Cuál de las siguientes opciones usa con más frecuencia para el intercambio de la información?	Redes Sociales	14	31	87	276	103	511
	Televisión	0	1	11	24	6	42
	Radio	1	1	5	15	2	24
	Periódicos	0	1	7	8	1	17
	Por familiares y vecinos	0	1	0	4	1	6
Total	15	35	110	327	113	600	



Análisis:

En la investigación mediante el cruce cuál de las siguientes opciones usa con más frecuencia para el intercambio de información y la información que recibe en cuanto a seguridad social por parte de las autoridades y los medios le resulta, se muestra que el mayor contingente asocia y relaciona las variables; por consecuente, el mayor contingente de 511 ayuda a determinar que, 511 personas de un total de 600 personas encuestadas consideran que una de las opciones que se usa con más frecuencia para el intercambio de información son las redes sociales, sin embargo la información que recibe en cuanto a seguridad social por parte de las autoridades y medios resulta poco confiable.

6.2.1 Chi Cuadrado

Tabla 25

*Hechos delictivos * Sector de residencia*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	142,134 ^a	24	,000

HIPOTESIS HECHOS DELICTIVOS * SECTOR DE RESIDENCIA

H0: El sector de residencia no influye en el tipo de hechos delictivos.

H1. El sector de residencia si influye en el tipo de hechos delictivos.

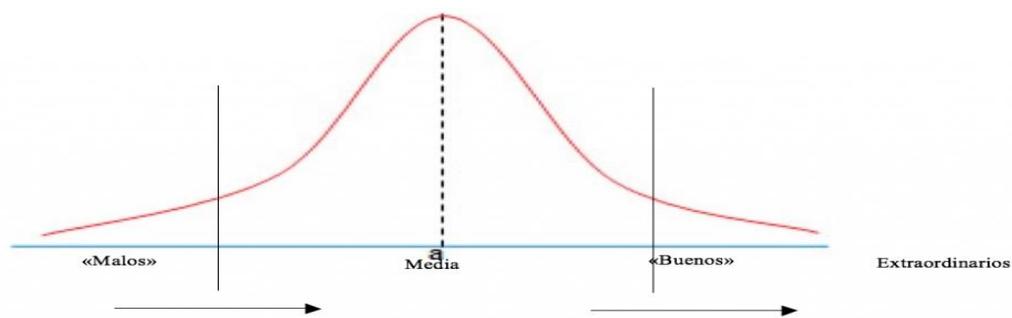


Figura 23. Análisis CHI CUADRADO, Hechos Delictivos * Sector de Residencia.

Resultados: $0.00 < 0.05$. Por lo tanto, se rechaza H_0 y se acepta H_1 .

Análisis:

De acuerdo al planteamiento de las hipótesis podemos evidenciar que el sector de residencia si tiene incidencia en los hechos delictivos, por lo tanto, podemos indicar que la infraestructura de un lugar puede determinar o influir de cierta forma en la frecuencia de los hechos delictivos.

Tabla 26

Sector de residencia Alternativas de seguridad*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	39,707 ^a	24	,023

SECTOR DE RESIDENCIA * ALTERNATIVAS DE SEGURIDAD

- HIPOTESIS**
- H0:** El sector de residencia no influye en las alternativas de seguridad que puedan tener los habitantes del cantón Rumiñahui.
- H1:** El sector de residencia si influye en las alternativas de seguridad que puedan tener los habitantes del cantón Rumiñahui.

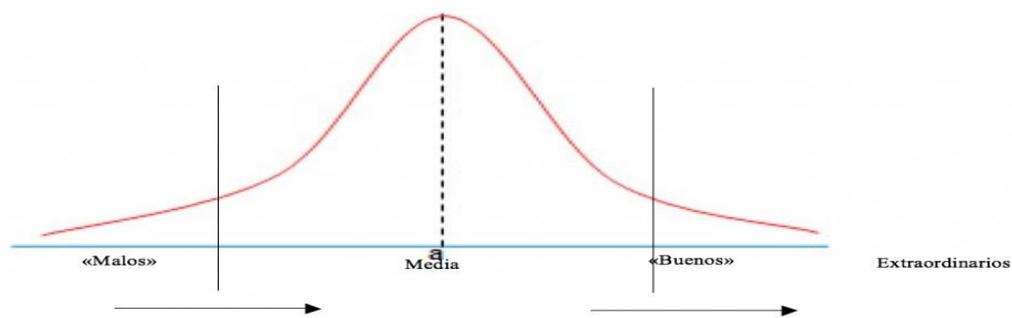


Figura 24. Análisis CHI CUADRADO, Alternativas de Seguridad * Sector de Residencia.

Resultados: $0.023 < 0.05$. Por lo tanto, se rechaza H_0 y se acepta H_1 .

Análisis: De acuerdo al planteamiento de las hipótesis podemos evidenciar que el sector de residencia si tiene incidencia en los métodos o alternativas de seguridad, por lo tanto, podemos indicar que en estas interrogantes influye el nivel económico para tener mejor seguridad.

Tabla 27

Problemas sociales Delincuencia del año 2018 – 2019*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	21,967 ^a	6	,001

PROBLEMAS SOCIALES * DELINCUENCIA DEL AÑO 2018 - 2019

HIPOTESIS **H0:** Los problemas sociales no influyen en el nivel de inseguridad en que exista en el Cantón Rumiñahui.

H1: Los problemas sociales si influyen en el nivel de inseguridad en que exista en el Cantón Rumiñahui.

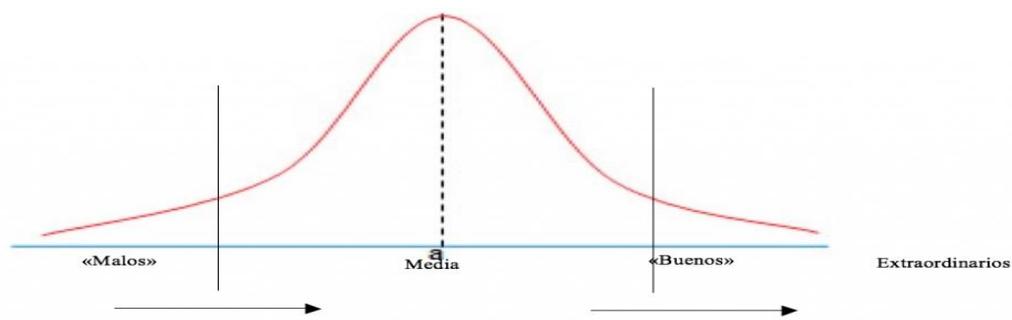


Figura 25. Problemas Sociales Vs Delincuencia del Año 2018 – 2019.

Resultados: $0.00 < 0.05$. Por lo tanto, se rechaza H_0 y se acepta H_1 .

Análisis: De acuerdo al planteamiento de las hipótesis podemos evidenciar que los problemas sociales existentes están ligados directamente con el nivel de seguridad que se evidencia con el pasar del tiempo.

6.2.2 Correlaciones

Las correlaciones con el coeficiente de Spearman, busca determinar si existe relación lineal entre dos variables ordinales. Buscando de esa manera que sea estadísticamente significativa.

Tabla 28
Hipótesis – Correlación Spearman

Correlaciones				
			¿Cuál de las siguientes opciones usa con más frecuencia para el intercambio de la información?	
Rho de Spearman	En relación del año 2018 al 2019 considera que la delincuencia:	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	En relación del año 2018 al 2019 considera que la delincuencia:	¿Cuál de las siguientes opciones usa con más frecuencia para el intercambio de la información?
			1,000	,017
			.	,681
			600	600
			,017	1,000
			,681	.
			600	600

HIPOTESIS En relación del año 2018 al 2019 considera que la delincuencia: VS
 Cual de las siguientes opciones usa con más frecuencia para el intercambio de información.

H0: Los medios para intercambiar información no influyen en el nivel de percepción de inseguridad.

H1: Los medios para intercambiar información si influyen en el nivel de percepción de inseguridad.

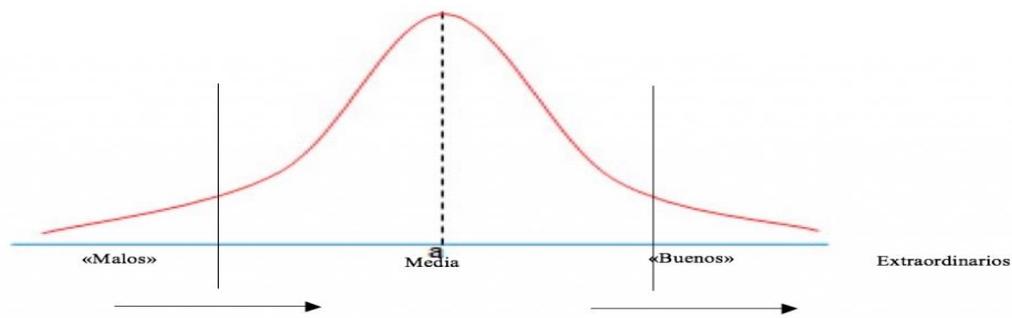


Figura 26. Análisis CORRELACIÓN DE SPERMAN, En relación del año 2018 al 2019, Considera que la delincuencia: * Cual de las siguientes opciones usa con más frecuencia para el intercambio de información.

Resultados: $0.017 < 0.05$. Por lo tanto, se rechaza H_0 y se acepta H_1 .

Análisis: En la correlación planteado podemos evidenciar que con el pasar del tiempo se incrementan nuevas tecnologías las cuales mantienen infamados a todas las personas las cuales tienen relación directa con la percepción al tema de inseguridad social, ya que en la actualidad las personas han dejado de lado los medios tradicionales para hacer uso constante sobre todo en el intercambio de información por medio de las redes sociales.

6.3 Estrategia y Propuesta

Las estrategias son aquellas que viabilizan el camino a seguir para lograr un determinado objetivo, lo cual hace referencia a la pregunta ¿Cómo se va a realizar? determinado trabajo o proyecto, por lo que es necesario escoger las correctas estrategias por poder cumplir con las metas planteadas.

Según Chandler (1962) la estrategia ‘La determinación de metas básicas de largo plazo y objetivos de una empresa, la adopción de cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para alcanzar estas metas’, (Chandler, 1962)

Según Pine & Gilmore (1998), en el Marketing de Experiencias lo que se desea lograr es que el cliente viva una experiencia única, memorable y sostenible en el tiempo, es por ello que las estrategias que se propongan y apliquen deben estar alineadas con esos objetivos principalmente, (Pine & Gilmore, 1998)

Por lo tanto, lo citado por podemos hacer referencia con el tema de estudio ya que las autoridades deberían manejar o implementar estrategias que logren disminuir el delito y a su vez la percepción al mismo.

Según D'Adamo, Garcia Beaudoux, & Freidenberg, (2000), las teorías de los efectos ideológicos plantean que gracias a la penetración sistemática de los mensajes homogéneos que entregan los medios se produce un fenómeno de “cultivo” o “aculturación” en el que la ciudadanía se forma imágenes determinadas sobre el entorno. Plantean también que los mensajes de los medios abonan la existencia de ciertos sistemas de creencias y producen efectos ideológicos porque la estructura latente de los mensajes distorsiona la realidad, perpetuando los intereses de la estructura de poder dominante. Lo interesante aquí es que estas teorías plantean que esta influencia no es necesariamente intencional, sino que se debe a ciertos patrones “cotidianos” de funcionamiento; y que, por tanto, no obedece a acciones conspirativas sino de naturaleza social, (D'Adamo, Garcia Beaudoux, & Freidenberg, 2000)

De esta forma, tendría relevancia todo tipo de mensaje comunicacional que se presenta en los medios, pues todos ellos contribuyen a formar o perpetuar determinadas imágenes de mundo. Por esto, sería conveniente iniciar acciones específicas que contribuyan a diversificar los mensajes entregados y, por tanto, a pluralizar las imágenes de mundo y respecto a la violencia y criminalidad.

Marketing Social

Según Kotler (2003), plantea que “en la actualidad el marketing es una disciplina que excede el ámbito comercial para detectar y satisfacer necesidades de consumo y uso de bienes y servicios, ya que también es útil para divisar y compensar carestías de tipo social, humanitarias y espirituales” (Kotler , 2003)

Según Kotler (2003), El término Marketing Social fue acuñado por primera vez en 1971, refiriéndose al uso de los principios y técnicas del marketing para hacer progresar una idea o conducta sociales. Desde entonces, el marketing social ha llegado a significar una tecnología de gestión del cambio social que incluye el diseño, la puesta en práctica y el control de programas orientados a aumentar la aceptabilidad de una idea o práctica social en uno o más grupos de adoptantes en la planificación integrada y un marco de acción. Utiliza los avances en las tecnologías objetivo. Se apoya de las comunicaciones y las habilidades del marketing. (Kotler , 2003)

Componentes de una campaña de cambio social

Es importante tener claro cuáles son las características que conforman una idea o un plan de ayuda social por lo cual a continuación se detalla cinco aspectos importantes:

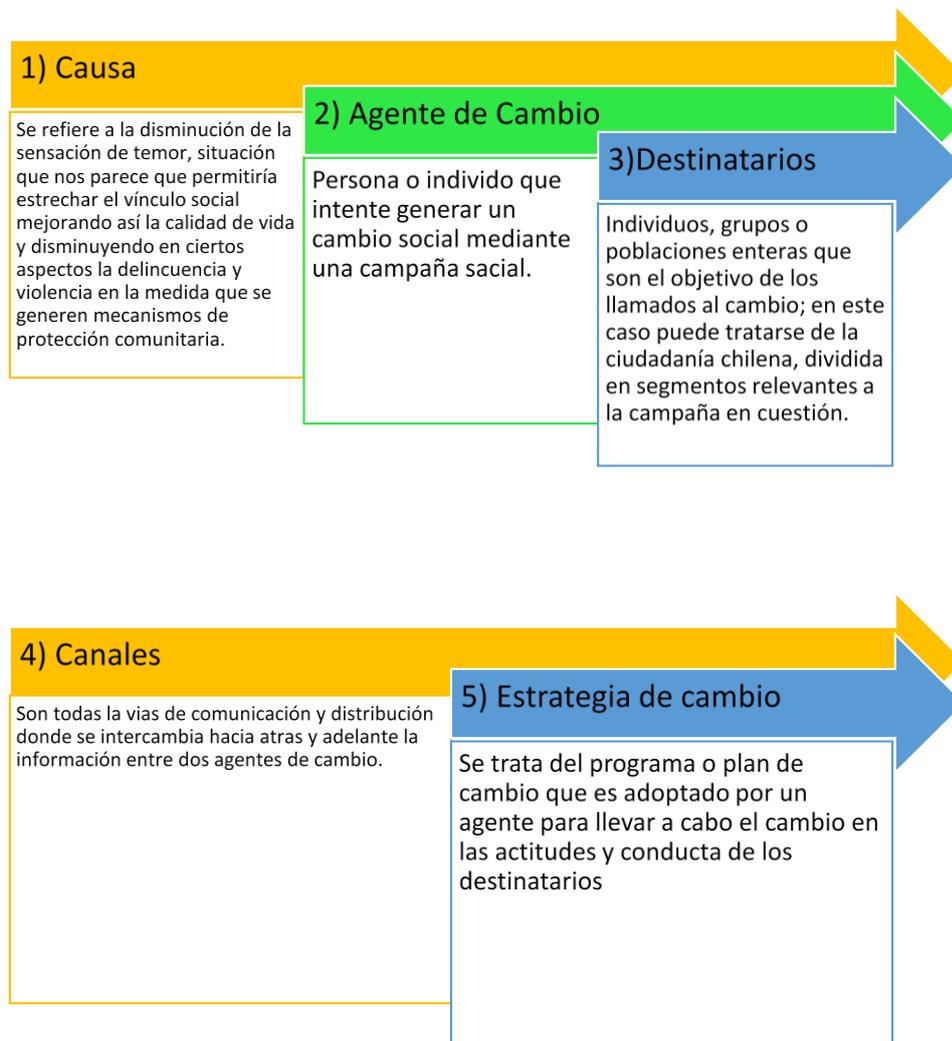


Figura 27. Componentes para una campaña social
Fuente: Elaboración propia

6.3.1 Propuesta

<i>OBJETIVOS</i>	<i>ESTRATEGIAS</i>	<i>INICIATIVA O PROYECTO</i>	<i>METAS</i>	<i>KPI</i>	<i>PRESUPUESTO</i>
<p><i>Crear un método de comunicación amigable para que autoridades y habitantes puedan interactuar generando contenido que ayude a prevenir y combatir la inseguridad social.</i></p>	<p>Desarrollo de publicidad en la red de Facebook.</p> <p>Generar contenido de concienciación cívica de respeto a los valores esenciales de la sociedad.</p> <p>Involucrar a las autoridades para que generen apoyo y brinden estrategias de seguridad y comunicación a la comunidad.</p>	<p>Crear un Hash tag que permita a las autoridades y habitantes a compartir contenido que contribuya a prevenir y combatir la inseguridad social.</p> <p>#menosinseguridadmascomunicacion</p> 	<p>Concienciar a las personas sobre la importancia de usar las redes de manera positiva.</p> <p>Motivar a las autoridades y habitantes a trabajar en conjunto.</p>	<p>Número de publicaciones.</p> <p>Número de respuestas positivas a las publicaciones.</p> <p>Numero de hashtag posteados mensualmente.</p>	<p>\$ -</p>

CONTINÚA

<i>OBJETIVOS</i>	<i>ESTRATEGIAS</i>	<i>INICIATIVA O PROYECTO</i>	<i>METAS</i>	<i>KPI</i>	<i>PRESUPUESTO</i>
<p><i>Crear un grupo social que ayude a incrementar la confianza de los habitantes en las autoridades y en su labor diaria.</i></p>	<p>Aprovechar una aplicación que tiene acogida de la mayoría de las personas para mejorar la comunicación.</p> <p>Crear relación directa de las autoridades habitantes la cual ayude permanecer seguridad e inseguridad social.</p>	<p>Crear un grupo de whatsapp con los habitantes en donde las autoridades serán los encargados de administrar esta herramienta la cual será utilizada para que las personas puedan dar alerta sobre sus necesidades logrando una respuesta positiva de las autoridades es decir conseguir que los habitantes puedan ser escuchados.</p> 	<p>Mejorar el nivel de confianza entre autoridades y habitantes.</p> <p>Mejorar los metas de trabajo de las autoridades.</p> <p>Lograr que la policía mejore su manera de trabajar con la sociedad.</p>	<p>Número de mensajes positivos.</p> <p>Número problemas solucionados.</p> <p>Numero de mensajes respondidos por parte de las autoridades.</p>	<p>\$ -</p>

CONTINÚA

<i>OBJETIVOS</i>	<i>ESTRATEGIAS</i>	<i>INICIATIVA O PROYECTO</i>	<i>METAS</i>	<i>KPI</i>	<i>PRESUPUESTO</i>
<p><i>Brindar a la comunidad una asesoría profesional se convierta en el vocero y apoyo de la comunidad en general.</i></p>	Conocer la opinión y las situaciones de las comunidades.	<p>Contratar un Community Manager para que después de conocer las necesidades de una comunidad pueda brindar soluciones o direccionamiento tanto a las autoridades y habitantes para mejorar los problemas que los aquejan.</p> 	Obtener soluciones a problemas.	Número problemas solucionados.	<p>\$ 900 mensuales.</p>
	Actuar de manera oportuna para solucionar problemas.		Mejorar la comunicación.	Número propuestas que generen cambio.	
	Asesorar y escuchar a una comunidad en todo momento.		Educar a la comunidad en temas de inseguridad social.	Número de personas con percepción de inseguridad.	
	Conocer las necesidades para generar cambios y ayuda.		Encontrar alternativas de cambio.		

CAPITULO V

7 Conclusiones

- De acuerdo a la investigación realizada y las teorías de soporte utilizadas para el presente trabajo podemos concluir que la inseguridad social es un tema con gran incidencia en la sociedad.
- También podemos concluir de acuerdo a los datos arrojados en la encuesta realizada que el robo en transportes públicos, el robo de vehículos, y asalto en la vía pública son los tres delitos con mayor índice en los hechos delictivos suscitados en el cantón Rumiñahui.
- De acuerdo a la investigación los habitantes del cantón Rumiñahui consideran que las redes sociales en su mayoría y la televisión son los medios idóneos para transmitir o intercambiar información.
- Por otro lado, están los problemas sociales que también juegan un papel importante en los hechos delictivos, según nuestra encuesta después de la falta de comunicación el 35,17% considera que la falta de empleo es una de los problemas causantes de inseguridad social, mientras que el 22,17 cree que la migración es el problema de este fenómeno social.
- Por último se concluye que el nivel de confianza acerca de la información varía de acuerdo al medio en el cual se recepta la información, pero de acuerdo los resultados es importante tener en cuenta que la mayoría de personas a pesar de que prefieren a las redes sociales como medio de comunicación consideran a la información poco confiable tanto en redes como en el resto de medios.

8 Recomendaciones

- Es recomendable que se realice mayor control en los tipos de asalto que se dan con mayor frecuencia utilizando también alguna de las alternativas planteadas en nuestra propuesta para disminuir la incidencia de este tipo de hechos delictivos.
- Concienciar a los habitantes sobre el contenido que difunde en redes como también los mensajes que comparten entre vecinos, familiares o conocidos para que no tergiversen la información la cual va creando una percepción negativa en los habitantes.
- Es importante que las autoridades se acerquen a la comunidad, les permitan expresar sus necesidades los cual creara un vínculo que permita a los habitantes involucrarse y en conjunto combatir la inseguridad social y a su vez esto incrementara el nivel de confianza.
- Generar en la actitud de la policía o las autoridades en general para escuchen más a la sociedad y generen soluciones tal vez no siempre inmediatas pero que logren cambios ya sea a corto o largo plazo, ya que es evidente que la falta de confianza radica que las autoridades se muestran ausentes ante los problemas que aqueja la sociedad.

Bibliografía

- Araujo, X. (2012). Una revisión básica sobre conceptos y teorías de gobernabilidad. *Goenseñanza*, 9, 203-212.
- Badejo, A., & Oluyemi, S. (2012). Predisposing factors yo youth involvement in electoral violence in Lagos metropolis . En A. Badejo, & S. Oluyemi, *Journal of Emerging Trends in Educational Research and Policing Studies*. 3 (págs. 312-316).
- Barthey. (1982).
- Belli, S. (2010). La construccion de una emocion y su relación con el lenguaje: revisión y discusión de un area importante de las ciencias sociales. *Theoria*, 18,, 15-42.
- Bizer, Larsen, & Petty. (2010). Exploring the valence framing effect: negative framing enhances attitude strength. *Political psychology* 32, 59-80.
- Bolivar , C., Contreras, J., Jimenez , M., & Chaux, E. (2010). Desentendimiento moral y dinamicas del robo pre escolar. *Revista de Criminologia* 52, 249-261.
- Burgue, M. (2004). *La investigación científica*. Barcelona: Siglo XXI Editores.
- Carreon Guillen , J., & Cruz García , L. (2013). Teoria de la fiabilidad social . *Teorias de la seguridad pública y percepción del delito*, 10-11.
- Castel, R. (2004). La Inseguridad Social . En C. Robert, *La Inseguridad Social* (pág. 120). Buenos Aires: El Manantial.
- Chandler. (1962). Estrategias . *Determinacion de metas*.
- Chávez, D. (2008). *Conceptos y técnicas de recolección de datos en la investigación: Geocities*. Obtenido de Geocities:
<http://www.geocities.ws/jusbaniz/faseI/tesis/tecnicas1.pdf>
- Christians. (1993). Teoría de la comunicación comunitaria. *Teorías de la comunicación* .
- D'Adamo, Garcia Beaudoux, V., & Freidenberg, F. (2000). Medios de Comunicación, efectos políticos y opinión pública. En D'Adamo, V. Garcia Beaudoux, & F. Freidenberg, *¿Una imagen vale mas que mil palabras?* Argentina: Belgrano.
- Dastres , C., & Muzzoppa, E. (2003). La comunicación como estrategia para orientar a la ciudadanía frente a la violencia y la criminalidad. *La comunicación como estrategia para orientar a la ciudadanía frente a la violencia y la criminalidad*, 48.

- Diaz, A. (2012). Obtenido de <https://inventariacomunicacionsocial.wordpress.com/2012/03/31/que-es-la-comunicacion-social/>
- Festinger. (1957). Teoría de la disonancia cognitiva. *Disoancia Cognitiva*.
- Field. (2019).
- Flores. (2005).
- Focas, B., & Kessles, G. (2015). *Inseguridad y opinión pública: debates y líneas de investigación sobre el impacto de los medios*, 18.
- Friedman, & Carterette. (1982). Manual de Percepcion. En Friedman, & Carterette, *Manual de Percepcion*.
- Friedman, C. y. (1982). Enfoques teóricos sobre la percepción que tienen las personas. 22.
- Gobierno, M. d. (2010). *Policía Nacional Del Ecuador*. Obtenido de Policía Nacional Del Ecuador: <https://www.policiaecuador.gob.ec/contacto/>
- Goleman, D. (18 de Septiembre de 2019). *Prevención Integral*. Obtenido de <https://www.prevencionintegral.com/comunidad/blog/lideres-en-seguridad-vial/2016/07/07/daniel-goleman-inteligencia-emocional-seguridad-vial>
- Gómez, M., & García, C. (2012). Marketing sensorial. Cómo desarrollar la atmósfera del establecimiento comercial. En *MERCASA*. 40.
- Grande, I., & Abascal, E. (2009). *Fundamentos y técnicas de la investigación comercial*. Madrid: ESIC Editorial.
- Heider. (1958). Teoría de la Atribucion.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL.
- Hobbes, T. (2001). Forma y Poder de un Estado Eclesiastico y Civil. En T. Hobbes, *Forma y Poder de un Estado Eclesiastico y Civil*. Madrid : Alianza .
- Ibid. (1998). *El concepto de comunidad desde el punto de vista socio - histórico - cultural*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1813/181321553002.pdf>
- Informática, I. N. (19 de September de 2018). *International Household Survey Network* . Obtenido de International Household Survey Network : <http://catalog.ihsn.org/index.php/catalog/7286>
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (2006). Modelos de comunicación.
- Kessler, G. (2009). *El sentimiento de inseguridad*. Obtenido de Sociología del temor al delito, Siglo XXI:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1870730013723196#bib0040>

- Kessler, G. (2009). El sentimiento de inseguridad. *Sociología del temor al delito*.
- Kojève, A. (2006). *La noción de la autoridad*.
- Kotler, P. (2003). Marketing Social. En P. Kotler, *Marketing Social*. La Habana : Félix Varela.
- Laswell, & Kaplan. (1943). *Autoridad, Jerarquía, Individuo*. Obtenido de <http://www.filosofia.org/hem/dep/rdf/005p363.htm>
- Martínez de Velasco, A., & Nosnik, A. (1998). Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/martinez_c_gd/capitulo3.pdf
- Mata. (1988). "*Comunicación popular de la exclusión a la presencia*". Obtenido de https://nexosconexos.files.wordpress.com/2012/04/rvs_concepto-de-comunicacion.pdfhttps://nexosconexos.files.wordpress.com/2012/04/rvs_concepto-de-comunicacion.pdf
- McQuail. (2000). Teoría de comunicación para el desarrollo. *Teoría de la comunicación*.
- Moreno. (1998). *El concepto de comunidad desde el punto de vista socio - histórico - cultural*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1813/181321553002.pdf>
- Moreno Ponce, J. A. (2016). *La inseguridad ciudadana*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/desa/v28n2/v28n2a05.pdf>
- Moreu Carbonell, E. (2005). *La administración anunciante : régimen jurídico de la publicidad institucional*.
- Moya. (1999).
- Moya. (1999). Definición de la percepción. *La Percepción*.
- Namakforoosh, M. (2005). *Metodología de la investigación*. México: Limusa.
- Pine, I. B., & Gilmore, J. (1998). Welcome to the Experience Economy. . *Harvard Business Review*, 176.
- Rodríguez, E. (2005). *Metodología de la investigación*. México: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Schramm. (1954). *Teorías de comunicación*. Obtenido de <http://loquemepidiomiprofesora.blogspot.com/2013/03/modelo-de-schramm.html>
- Serrano, M. M. (1991). *Teoría de la comunicación 1. Epistemología y análisis de la referencia*.

Stanko, E. (1986). *Fear of Crime and Neighborhood Change*. Obtenido de *Crime and Justice*, 8, *Communities and Crime*:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1870730013723196#bib0040>

Zanden, V. (1998). *La Percepcion* . En V. Zanden.