



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA**

Relaciones públicas y su influencia en la producción legislativa de
congresistas peruanos, Julio 2022 - Junio 2023, Lima

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa

AUTORA:

Heredia Vasquez, Esluvia Mercedes (orcid.org/0009-0007-6760-0878)

ASESORES:

Dr. Aliaga Loyola, Luis Javier (orcid.org/0000-0002-7034-0786)

Mtra. Agreda Romero, Lourdes Zhuleim (orcid.org/0000-0003-2812-4817)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO - PERÚ

2023

Dedicatoria

“Con el amor más puro, a mis tesoros: J. Bryan, J. Steph y María Fe; por motivar mi vida para lograr más metas cada día. Dedicarles mi tesis no suple la atención que esta tesis les quitó. Amores míos, solo decirles que, con perseverancia y esfuerzo, siempre se logra lo que se anhela. Por eso, busquen siempre la superación en todo, perseveren sus sueños, pero recuerden: todo se puede y nada es imposible, con fe y de la mano de Dios”.

Esluvia

Su mamá 4x4

Agradecimiento

A mis catedráticos (as) de la maestría en RRPP e IC, por su guía y enseñanzas, por su apoyo para lograr mi grado y plasmar en la presente, todo lo aprendido para poder decir: objetivo cumplido. ¡Si se pudo!



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, ALIAGA LOYOLA LUIS JAVIER, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "RELACIONES PÚBLICAS Y SU INFLUENCIA EN LA PRODUCCIÓN LEGISLATIVA DE CONGRESISTAS PERUANOS, JULIO 2022 - JUNIO 2023, LIMA", cuyo autor es HEREDIA VASQUEZ ESLUVIA MERCEDES, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 14.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 01 de Agosto del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ALIAGA LOYOLA LUIS JAVIER DNI: 07927638 ORCID: 0000-0002-7034-0786	Firmado electrónicamente por: LALIAGA20 el 18-08- 2023 23:38:01

Código documento Trilce: TRI - 0635121



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, HEREDIA VASQUEZ ESLUVIA MERCEDES estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "RELACIONES PÚBLICAS Y SU INFLUENCIA EN LA PRODUCCIÓN LEGISLATIVA DE CONGRESISTAS PERUANOS, JULIO 2022 - JUNIO 2023, LIMA", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
ESLUVIA MERCEDES HEREDIA VASQUEZ DNI: 07841223 ORCID: 0009-0007-6760-0878	Firmado electrónicamente por: ESLUVIAHEREDIAV el 26-07-2023 23:53:11

Código documento Trilce: TRI - 0620853

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Declaratoria de Autenticidad del Asesor	iv
Declaratoria de Originalidad de la Autora	v
Índice de contenidos	vi
Índice de tablas.....	vii
Índice de figuras	viii
Índice de gráficos.....	ix
Resumen	x
Abstract.....	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	9
III. METODOLOGÍA.....	20
3.1. Tipo y Diseño de Investigación	20
3.2. Variables y Operacionalización	22
3.3. Población, Muestra y Muestro	23
3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	25
3.5. Procedimientos.....	26
3.6. Método de Análisis de Datos:.....	27
3.7. Aspectos Éticos:.....	28
IV. RESULTADOS	29
V. DISCUSIÓN	40
VI. CONCLUSIONES.....	45
VII. RECOMENDACIONES	46
REFERENCIAS	47
ANEXOS.....	53

Índice de Tablas

Tabla 1 Perfiles de la Población	23
Tabla 2 Distribución de la Población de Estudio Según Sexo	24
Tabla 3 Distribución de la Muestra Según Región de Procedencia.....	24
Tabla 4 Niveles de la variable Relaciones Públicas	29
Tabla 5 Niveles de la variable Producción Legislativa.....	30
Tabla 6 Prueba de normalidad Shapiro-wilk para las variables Relaciones públicas y Producción legislativa.....	32
Tabla 7 Prueba de correlación de Pearson entre las variables Relaciones públicas y Producción legislativa.....	34
Tabla 8 Coeficiente de determinación	34
Tabla 9 Prueba de correlación de Pearson entre las variables Relaciones públicas y Producción legislativa frente a su desempeño legislativo (electores)	36
Tabla 10 Coeficiente de determinación	36
Tabla 11 Prueba de correlación de Pearson entre las variables Relaciones públicas y Producción legislativa con referencia a sus pares.....	37
Tabla 12 Coeficiente de determinación	37
Tabla 13 Prueba de correlación de Pearson entre las variables Relaciones públicas y Relación con medios de comunicación regional y nacional.....	39
Tabla 14 Coeficiente de determinación	39

Índice de figuras

Figura 1 Diseño de investigación	21
Figura 2 Población	23
Figura 3 Debate de sesión plenaria.....	32
Figura 4 Imagen deteriorada ante la sociedad	32
Figura 5 PL aprobado sigue en comisión	33
Figura 6 PL que la sociedad mira no beneficia	33
Figura 7 Estadística de producción legislativa.....	35
Figura 8 V1 sobre V2 con referencia a sus pares	37
Figura 9 Participación en medios de comunicación	38

Índice de gráficos

Gráfico 1 Recolección de datos.....	25
Gráfico 2 Histograma de los puntajes de las Relaciones Públicas.....	31
Gráfico 3 Histograma de los puntajes de las Producción Legislativa	31

Resumen

En la presente investigación el objetivo general, determinar qué influencia existe entre las relaciones públicas y la producción legislativa de los congresistas desarrollada en el Congreso de la República del Perú desde el mes de julio 2022 a junio 2023. La población es un parlamento unicameral de 130 congresistas, la muestra censal es 30% de la población, el método empleado es cuantitativo. Esta investigación usa el diseño descriptivo porque busca determinar relaciones de influencia entre dos variables. La información recogida de manera personalizada en el periodo de julio 2022 a junio 2023, se desarrolló aplicando el instrumento: encuesta con preguntas cerradas a los 39 congresistas de las regiones Piura (7), Ancash (5), Lima (21), Puno (5) y Madre de Dios (1) y para sus respuestas se usó escala de Likert, 10 preguntas por variable y sus dimensiones. Los resultados se presentan gráfica y textualmente. Los resultados demuestran que existe evidencia de influencia moderada pero significativa. Donde se concluye que: las Relaciones Públicas influyen sobre la producción legislativa de la muestra (39), julio 2022, junio 2023; habiéndose determinado un coeficiente de correlación de Pearson, lo que representa un nivel de moderada correlación.

Palabras clave: Desempeño legislativa, cobertura mediática, relevancia.

Abstract

In the present investigation, the general objective is to determine what influence exists between public relations and the legislative production of congressmen developed in the Congress of the Republic of Peru from July 2022 to June 2023. The population is a unicameral parliament of 130 congressmen, the census sample is 30% of the population, the method used is quantitative. This research uses the descriptive design because it seeks to determine influence relationships between two variables. The information collected in a personalized way in the period from July 2022 to June 2023, and was developed applying the instrument: survey with closed questions to the 39 congressmen from the Piura (7), Ancash (5), Lima (21), Puno (5) and Madre de Dios (1) and for their answers a Likert scale was used, 10 questions per variable and their dimensions whose results are presented graphically and textually. The results show that there is evidence of a moderate but significant influence. Where it is concluded that: Public Relations influences the legislative production of the sample (39), July 2022, June 2023; having determined a Pearson correlation coefficient, which represents a level of moderate correlation.

Keywords: Legislative performance, media coverage, relevance.

I. INTRODUCCIÓN

La realización de la presente Tesis se ocupa de las Relaciones Públicas y su influencia en la producción legislativa de congresistas peruanos Julio 2021-junio 2022. Lima. En los últimos tiempos, la política peruana marca el primer tema preocupante y de interés en nuestra sociedad, por ello el desarrollo de la presente, se basa en investigación, recolección de datos y conocimiento de la realidad problemática, siendo relevante indicar que las relaciones públicas son una variable fundamental, pues, si en este ámbito político se usara de manera adecuada y permanente, favorecería el incremento de producción legislativa pero además en calidad de proyectos y se reflejaría en bien de ciudadanos de todas las regiones y para todos los sectores socioeconómicos del país.

En esta investigación, se afianza la teoría que es fundamental comprender lo relevante que puede ser su influencia para la sociedad, quedando demostrado que si empleamos una buena comunicación y nuestras relaciones interpersonales son buenas, podemos asegurar el éxito comunicacional y contribuir a mejorar la buena práctica de las relaciones públicas. (Edward L. Bernays 1928).

Para que las relaciones públicas, no solo en la teoría sino también en la práctica se desarrolle de manera positiva y constructiva, debe verse como una disciplina, siendo así, cualquier variable como en esta investigación, dada en el ámbito político sirva para mejorar que los congresistas peruanos produzcan mejores leyes. (Scott Cutlip 1985).

La presente Tesis, se ocupa de los representantes parlamentarios del Perú, el mismo que se encuentra en Lima que es la capital del país.

El Congreso de la República, data sus orígenes del 20 de septiembre de 1822, pero desde julio de 1995 es un parlamento unicameral, inicialmente con 120 congresistas y hoy son 130 los congresistas miembros de este importante Poder del Estado peruano.

En los últimos años, la política peruana, específicamente el actual Parlamento peruano tiene baja aceptación en la sociedad, esto quizá por la pluralidad en ideologías, credo, oficios, profesiones. Pero, esta pluralidad se da en democracia, promoviendo la participación política, siendo que la misma es influyente en la política y la democracia. (Robert A. Dahl 1971).

El pueblo peruano elige congresistas para representar a la nación por 5 años según la Constitución, con funciones de fiscalización y para ejercer control político y dar leyes, pero sea porque la tecnología ayuda a difundirlo todo, por sus iniciativas legislativas o por algún incumplimiento del Reglamento que los rige, hacen noticia negativa cada día.

Por ello, luego de un minucioso conocimiento de lo que acontece con el desenvolvimiento de los congresistas en su labor parlamentaria, el problema real es complejo, los congresistas electos no tienen conocimiento y menos manejo de las relaciones públicas, por ello nos preguntamos cual es el problema general ¿Cuál es la influencia que existe entre las relaciones públicas y la producción legislativa de congresistas peruanos, de julio 2022 a junio 2023? y específicamente: a) ¿Cuál es la influencia que existe entre las relaciones públicas y la producción legislativa en favor de sus electores (región) julio 2022 a junio 2023? b) ¿Cuál es la influencia que existe entre las relaciones públicas y la producción legislativa con referencia a sus pares, julio 2022 a junio 2023? c) ¿Cuál es la influencia que existe entre las relaciones públicas y la relación con los medios de comunicación regional y nacional, julio 2022 a junio 2023?

Dado que la representación es nacional, es decir hay congresistas representantes de manera proporcional a la población electoral de cada región, por lo que la procedencia de los congresistas es de todas las regiones del país, sus colaboradores que acompaña para la realización de sus labores parlamentarias, en su mayoría desconocen el Derecho Constitucional, Derecho parlamentario, las relaciones interpersonales y hasta como relacionarse con la prensa. Pero, la facultad de cada congresista es tener personal de confianza y los mismos muchas veces no califican con nivel cultural, muchos son recomendados por el partido político que están afiliados

y que por ello apoyaron en campaña a cambio de un puesto laboral, esto es notorio en su desarrollo laboral en la administración pública como las funciones que cada quien realiza dentro de recinto parlamentario, es pobre y por ende las iniciativas legislativas que presentan buen porcentaje de congresistas son proyectos de Ley que carecen de fundamento legal y que éstos busquen bienestar para la población y con ello la productividad de leyes son en su mayoría modificatorias, mayormente son declarativas, es decir no son de mucho beneficio a la sociedad y no ayudan al desarrollo socioeconómico del país.

Conociendo esta realidad problemática, para poder determinar la influencia que existe entre las variables en estudio de los miembros del Parlamento peruano, es importante saber que esta disciplina debe estar en estrecha reciprocidad: Relaciones Públicas y producción legislativa, que de manejarlas bien conllevaría al buen desenvolvimiento de su función de cada uno de los congresistas miembros del Poder Legislativo entre julio 2022 a junio 2023.

Como referencia de cómo se desarrolla el aspecto político a nivel mundial, este tema siempre ha protagonizado crisis en diferentes gobiernos, dejando escenarios de pobreza social y económica, además de la imagen como país.

A nivel internacional en los últimos años inclusive antes de la crisis pandémica ya los Congresos de la República de diferentes países hacían protagonismo, haciendo sentir su “poder”, usando incluso para destituir a mandatarios.

En Sudamérica, tomaremos como referencia el hermano país de Paraguay, que en junio del 2012 el Congreso de ese país, protagonizó una crisis política para tapar la labor parlamentaria deficiente que venían haciendo y tratar de congraciarse con la sociedad. En política se dice que todo descuido pasa factura, es decir, los congresistas, presidentes y/o ministros son vulnerables al mínimo error que cometan política o mediáticamente, por ello el Congreso Paraguayo aprovechó un enfrentamiento violento entre la policía y campesinos, donde resultaron muertas varias personas y para acusar al hoy ex presidente Fernando Lugo dijeron que desempeñaba mal su cargo y que no cumplía sus funciones. Iniciaron un proceso de destitución argumentando

que debió cuidar el orden jurídico en el país. Si bien el Congreso no fue responsable de los actos de desorden, pero su papel relevante para destituirlo fue de manera rápida (dos días). Esa crisis en el hermano país causó mucha controversia a nivel nacional e internacional, se cuestionó la legalidad del proceso y se describió como un golpe parlamentario, más que de un juicio político legítimo y todo eso para cubrir ante la sociedad su baja productividad legislativa.

A nivel nacional, nuestro país en la última década, la crisis política se agudiza cada vez más, los congresistas provocan de manera permanente al hacer uso de herramientas políticas como interpelar, voto de confianza, censurar a presidente (s) y ministros y con ello desencadena una serie de protestas y tensiones en el país. Al dar espacio a este tipo de forma de hacer política o “control político”, no dedican espacio a fiscalizar, presentar iniciativas constructivas para el país, más bien es todo lo contrario, perjudican la economía del país, así el país da mala imagen internacional dificultando las relaciones internacionales, tanto que se deja de ser un país confiable en seguridad jurídica y estabilidad política.

Todo este tipo de protagonismo negativo de los congresistas lleva a opinar desde un ciudadano de a pie hasta un profesional del Derecho Parlamentario e inclusive dando apreciación sobre sueldo inmerecido y beneficios a los congresistas (J. Cevalco 2023).

Luego, de conocer el problema general, se ha formulado objetivos que tiene como mira buscar la mejor alternativa de solución con referencia al problema y que estén acorde al desarrollo de la labor de cada congresista de dicho recinto parlamentario, pero que deberá ser reflejado en la eficiencia con relación a mejorar sus proyectos de Ley de modo que el índice de productividad en iniciativas legislativas sea de beneficio para la sociedad.

La importancia de la variable independiente con referencia a la producción legislativa toma valor en estos tiempos de permanente crisis política, donde los congresistas deben con mayor énfasis y transparencia demostrar el trabajo que realizan. Los congresistas en la actualidad, necesitan de las relaciones públicas como la planta del agua, con la finalidad de mejorar la

percepción desfavorable frente a la sociedad, mejorar sus estrategias de comunicación y actuar con mayor transparencia en lo que realicen, esto dentro de las dimensiones de socialización de sus propuestas, lograr tener empatía con sus electores y en general con la sociedad, acostumbrarse a trabajar con retroalimentación para satisfacer las necesidades de sus electores y plasmarlas en cada iniciativa legislativa propuesta, acrecentar la confianza de la ciudadanía demostrando buen desempeño en su función, proponer proyectos relevantes y que estos estén alineados a una buena representación de manera efectiva y sobre todo causen impacto a través de medios de comunicación, siendo percibidos como hombres legisladores honestos y transparentes, con ello mejorar la imagen del parlamento peruano frente a la sociedad nacional e internacional.

Este estudio contribuirá a mejorar el trabajo de los congresistas en las diferentes etapas legislativas que son elegidos, brindar el conocimiento tomada de la experiencia para que en bien de un Poder del Estado sirva para que la institución suba la imagen de percepción negativa que tiene en la actualidad la sociedad peruana, brindar aportes teóricos para ser plasmados en la práctica y que sea además servirá para otras investigaciones que guarden relación con las variables en investigación.

Quizá, anteriormente no se realizaron investigaciones sobre este tema tan de coyuntura, sobre todo porque se trata de una entidad donde estudiar y analizar las dimensiones para analizar las relaciones públicas (socialización, empatía y retroalimentación) y para comprender la producción legislativa (desempeño legislativo, relevancia y cobertura mediática) es así que se investigó las relaciones públicas, sobre producción legislativa de congresistas peruanos.

Por lo dicho anteriormente se plantea como objetivo general: Determinar la influencia que existe entre las relaciones públicas y la producción legislativa de congresistas peruanos en Lima julio 2022 a junio 2023. Y los específicos: a) Determinar la influencia que existe entre las relaciones públicas y la producción legislativa en favor de sus electores (región) julio 2022 a junio 2023; b) Evaluar la influencia que existe entre las relaciones públicas y la

producción legislativa con referencia a sus pares de julio 2022 a junio 2023; c) Describir la influencia que existe entre las relaciones públicas y la relación con medios de comunicación regional y nacional para socializar sus proyectos legislativos de julio 2022 a junio 2023.

Se considera entonces en el desarrollo de esta investigación la hipótesis general e dice que existe una influencia significativa entre las relaciones públicas y la producción legislativa de congresistas peruanos; y las específicas a) Existe una influencia significativa entre las relaciones públicas y la producción legislativa de congresistas peruanos en favor de sus electores (región) de julio 2022 a junio 2023; b) Existe una influencia significativa entre las relaciones públicas y la producción legislativa de congresistas peruanos con referencia a sus pares en julio 2022 a junio 2023; c) Existe una influencia significativa entre las relaciones públicas y la relación con medios de comunicación regional y nacional para socializar sus proyectos legislativos de julio 2022 a junio 2023.

Por todo lo investigado, se hizo uso del método cuantitativo para contrastar las hipótesis, siendo relevante comprobar toda la información recopilada, la data analizada y sean relevantes las propuestas para demostrar la influencia entre las dos variables, luego proponer alternativas que podrían ser tomadas en cuenta para mejorar las relaciones públicas en el desenvolvimiento de la labor parlamentaria, con ello mejorar la producción legislativa, que prioricen necesidades de la población y que logren el binomio perfecto “legislador-elector” para bienestar y desarrollo del país.

A partir de lo expuesto y teniendo claramente la problemática general en la presente tesis, se reitera que se buscará investigar: ¿Cuál es la influencia que existe entre las relaciones públicas y la producción legislativa de congresistas peruanos, julio 2022 – junio 2023?, Se tiene como problemática específica, reitero, los siguientes cuestionamientos: ¿Cuál es la influencia que existe entre las Relaciones Públicas y la producción legislativa en favor de sus electores (región) julio 2022 – junio 2023?, ¿Cuál es la influencia que existe entre las relaciones públicas y la producción legislativa con referencia a sus pares, julio 2022 – junio 2023?, ¿Cuál es la influencia que existe entre

las relaciones públicas y la relación con medios de comunicación regional y nacional para socializar sus proyectos legislativos, julio 2022 – junio 2023?

La mencionada problemática nos permitirá establecer un punto de partida para poder analizar y establecer conclusiones de tal manera que sirva de aporte a la actual práctica parlamentaria, si bien quedará en documento teórico, espero sirva de inicio para que nuevas investigaciones contribuyan a enmendar todo acto negativo que perjudique la labor de un representante del Estado peruano, por ello reitero que tengo muy presente los siguientes Objetivos de investigación que permitirán establecer las más acercadas respuestas a las problemáticas planteadas y así lograr recomendar quizá hasta modificatorias de ley de ser necesario a los organismos autónomos. Como objetivo general Determinar la influencia que existe entre las relaciones públicas y la producción legislativa de congresistas peruanos, julio 2022 - junio 2023, como objetivos específicos Determinar la influencia que existe entre las relaciones públicas y la producción legislativa en favor de sus electores (región) julio 2022 – junio 2023, Medir la influencia que existe las relaciones públicas y la producción legislativa con referencia a sus pares, julio 2022 – junio 2023, Describir la influencia que existe entre las relaciones públicas y la relación con medios de comunicación regional y nacional para socializar sus proyectos legislativos, julio 2022 – junio 2023.

- Las Hipótesis de investigación se establecen a partir de los objetivos planteados en este trabajo como los supuestos que se consideran para su comprobación. Para su mejor entender, se reitera la hipótesis general que es existe una influencia significativa entre las relaciones públicas y la producción legislativa de congresistas peruanos, julio 2022 - junio 2023, dentro de las hipótesis específicas tenemos existe una influencia significativa entre las relaciones públicas y la producción legislativa de congresistas peruanos en favor de sus electores (región) julio 2022 – junio 2023, Existe una influencia significativa entre las relaciones públicas y la producción legislativa de congresistas peruanos, con referencia a sus pares,

julio 2022 – junio 2023, Existe una influencia significativa entre las relaciones públicas y la relación con medios de comunicación regional y nacional para socializar sus proyectos legislativos, julio 2022 – junio 2023.

II. MARCO TEÓRICO

Las relaciones públicas durante años no han sido tomadas muy en cuenta, pero en la última década desempeñan un papel crucial en las organizaciones, sobre todo en instituciones públicas, hoy de manera efectiva se usan promover una comunicación fluida y una gestión de la imagen positiva ante el público objetivo. Estas organizaciones, que incluyen instituciones gubernamentales y entidades públicas en general, donde es vital tener que mantener una reputación sólida y una relación confiable con sus audiencias clave. En este sentido, las relaciones públicas se convierten en una herramienta esencial para lograr estos objetivos.

En primer lugar, buenas relaciones permiten establecer y mantener una comunicación bidireccional con la sociedad. A través de diversos canales de comunicación, como conferencias de prensa, boletines informativos, redes sociales y comunicados de prensa, estas organizaciones pueden difundir información relevante sobre sus acciones, políticas y programas. Al mismo tiempo, pueden recibir comentarios, sugerencias y críticas de la comunidad, lo que les permite mejorar sus servicios y fortalecer su legitimidad. Pero además de estos canales sigue siendo relevante para tener contacto directo entre interlocutores y comunicarse con claridad.

Además, las relaciones públicas construyen imagen positiva y confiable para las organizaciones públicas. Al utilizar estrategias de comunicación y relaciones con los medios, pueden destacar los logros, impacto social y transparencia de sus acciones. Estas actividades permiten generar confianza y credibilidad entre la ciudadanía, lo que a su vez fomenta el apoyo a las políticas y proyectos implementados por la organización pública.

Por otro lado, las variables investigadas también juegan un rol crucial en tiempos de crisis en las organizaciones públicas. En momentos de contingencias o situaciones negativas, como escándalos, errores o desastres naturales, las relaciones públicas pueden ayudar a gestionar la comunicación de manera efectiva, minimizando los daños a la reputación y manteniendo la

confianza de la sociedad. A través de estrategias de manejo de crisis y comunicación de crisis, las organizaciones públicas pueden abordar rápidamente las preocupaciones y proporcionar información precisa y oportuna.

Las relaciones públicas se basan en una serie de conceptos fundamentales que guían su práctica y su efectividad en la comunicación y gestión de la imagen de una organización. Conocer teorías sólidas, aplicar estrategias y técnicas relacionadas con las variables en investigación es clave por ello conceptualizando, tenemos:

Comunicación: Es un elemento central en las relaciones públicas, y se refiere al intercambio de mensajes entre una organización y sus diferentes audiencias. Según Grunig y Hunt (2017), coadyuva al éxito de las relaciones públicas, ya que implica transmitir mensajes claros, coherentes y persuasivos que generen comprensión y confianza.

Relaciones con los públicos: Se centran en establecer y mantener conexiones sólidas con diversos públicos objetivo de una organización. Cutlip, Center y Broom (2017) señalan que el enfoque en las relaciones implica escuchar activamente a los públicos, comprender sus necesidades y expectativas, y desarrollar estrategias de comunicación adecuadas para establecer vínculos duraderos y mutuamente beneficiosos.

Imagen y reputación: La imagen y la reputación son conceptos estrechamente relacionados en las relaciones públicas. La imagen es la presentación en una organización, mientras que la reputación se basa en la evaluación de la credibilidad y confiabilidad de la organización en función de su desempeño pasado (Grunig & Hunt, 2017). Ambos conceptos son vitales para construir una buena relación, con ello una imagen positiva y una reputación sólida en el público.

Comunicación de crisis: La comunicación de crisis se enfoca en la gestión de situaciones de emergencia o problemas que pueden afectar negativamente la reputación de una organización. Coombs (2018) destaca la importancia de la preparación y la respuesta rápida y efectiva durante una crisis, así como la transparencia y la honestidad en la comunicación con los públicos afectados. Estos son solo algunos de los conceptos esenciales, su comprensión y aplicación adecuada son fundamentales para lograr una comunicación

efectiva, mantener relaciones sólidas con los públicos objetivo y salvaguardar la figura y el buen nombre de una organización.

Por otro lado, la producción legislativa se refiere al proceso mediante el cual se elaboran, discuten, modifican y aprueban leyes en un sistema jurídico. Es un proceso normativo y fundamental en la democracia y en el funcionamiento de un Estado de derecho. A lo largo del tiempo, se han desarrollado diferentes conceptualizaciones y enfoques para comprender y analizar la producción legislativa. A continuación, se presentan algunas de las conceptualizaciones claves que contribuyen a comprender el funcionamiento de este proceso.

Un término ligado a la producción legislativa es el proceso legislativo, el cual constituye el marco general en el que se lleva a cabo la producción legislativa. Se refiere a las etapas y procedimientos establecidos para la elaboración y aprobación de leyes. Según Smith (2017), el proceso legislativo incluye actividades como la presentación de propuestas legislativas, la discusión y negociación entre los legisladores, y la votación final en el parlamento.

El ciclo legislativo se refiere a la secuencia cronológica de etapas y fases por las que pasa un proyecto ley presentado hasta su promulgación como ley. Según Cotta y Verzichelli (2018), el ciclo legislativo comprende fases como la iniciativa, la elaboración, la deliberación, la aprobación y la promulgación de una ley.

Los actores legislativos están en el desarrollo de producción legislativa. Esto incluye a los legisladores, comisiones parlamentarias, grupos de trabajo, grupos de interés, funcionarios gubernamentales y expertos. Según Tsebelis (2018), el análisis de los actores legislativos es crucial para comprender cómo interactúan, negocian y toman decisiones en el proceso de producción legislativa.

Por otro lado, existen diversos factores que influyen en la producción legislativa. Estos pueden incluir factores políticos, económicos, sociales y culturales. Por ejemplo, la ideología política, los intereses de los grupos de presión y las demandas de la sociedad respaldan como se elaboran y aprueban las leyes (Bawn et al., 2018).

Estas conceptualizaciones proporcionan una base para comprender y analizar la producción legislativa en diferentes contextos y sistemas jurídicos. Al considerar el proceso legislativo, el ciclo legislativo, los actores legislativos y los factores influyentes, se visualiza mejor la elaboración y aprobación de leyes en una sociedad.

La producción legislativa de los gobernantes desempeña un papel fundamental en el desarrollo de un país y en la implementación de políticas públicas. Analizar esta producción es esencial para comprender la labor de los líderes políticos, evaluar su desempeño y entender el impacto de sus decisiones en la sociedad.

Metodológicamente, producción legislativa según la bibliografía y por el tema controvertido socialmente es de:

- **Análisis cuantitativo:** El análisis cuantitativo de la producción legislativa se basa en vivencias laborales, en recopilación de datos objetivos, como el número de proyectos de ley presentados, aprobados o rechazados, así como su duración en debate y / o aprobación. Esta metodología proporciona una visión general de la actividad legislativa y permite comparar el desempeño de diferentes gobernantes en términos de productividad y eficiencia (Smith, 2015).
- **Análisis cualitativo:** El análisis cualitativo en el espíritu de la ley y examina su calidad, relevancia y coherencia con los objetivos y debe priorizar las necesidades del país. Esta metodología implica un examen detallado de los debates legislativos, las justificaciones de los gobernantes y los impactos previstos de las propuestas legislativas (Johnson, 2018). El análisis cualitativo proporciona una comprensión más profunda de las motivaciones y estrategias de los gobernantes en la producción legislativa.

Para realizar este análisis en la producción de documentos, se pueden aplicar herramientas tecnológicas, tales como:

- **Minería de texto:** Son algoritmos y técnicas de procesamiento de lenguaje natural para obtener data relevante en grandes cantidades de documentos legislativos. Esta herramienta permite identificar patrones, temas recurrentes y relaciones entre los

proyectos de ley, facilitando el análisis de la producción legislativa de los gobernantes (Jones et al., 2019).

- Análisis de redes: Refiere en las relaciones entre actores y las conexiones entre los proyectos de ley. Esta herramienta visualiza la interacción entre los legisladores, los partidos políticos y otros actores relevantes, proporcionando una visión integral de la dinámica legislativa y la influencia de los gobernantes en el proceso (García, 2017).

A partir de las conceptualizaciones y acercamientos a las dos variables de investigación presentadas, se revisan investigaciones desarrolladas en ámbitos nacional e internacional que muestran hallazgos relevantes que aportan al presente trabajo.

Interrelacionarse es importante para la producción legislativa al facilitar la comunicación efectiva y la interacción entre los legisladores, el gobierno y el público en general. La naturaleza de la producción legislativa implica la elaboración de leyes que tienen repercusión social y las relaciones públicas desempeñan un papel fundamental promoviendo claridad, intervención ciudadana y logro de consensos en este proceso.

En primer lugar, las relaciones públicas pueden aportar en la producción legislativa a través de estrategias de comunicación, como la difusión de información sobre proyectos de ley, audiencias públicas, foros y debates parlamentarios, se puede fomentar la transparencia y permitir que los ciudadanos estén informados y participen en el proceso legislativo. Esto promueve una mayor confianza en el sistema y ayuda a evitar la percepción de decisiones opacas o influencias indebidas (Grindle, 2018).

Además, las relaciones públicas pueden facilitar la participación ciudadana en la producción legislativa. Al comunicar de manera efectiva y clara las oportunidades y los mecanismos en la formulación de políticas, se fomenta la inclusión y se enriquece el debate democrático. Esto puede lograrse a través de audiencias públicas, consultas ciudadanas y la utilización de plataformas en línea para recopilar comentarios y sugerencias (Bryer, 2019). Asimismo, las relaciones públicas pueden ayudar a construir consensos y promover el diálogo constructivo en el proceso legislativo. Al utilizar técnicas de comunicación efectiva, como la negociación en la gestión de conflictos y

la facilitación de la misma, las relaciones públicas pueden contribuir a la construcción de puentes entre diferentes actores y grupos de interés. Esto es especialmente relevante en contextos legislativos donde existen opiniones divergentes y se requiere el desarrollo de acuerdos y compromisos (Papa, Singhal y Papa, 2018).

En este panorama expuesto, las relaciones públicas tienen rol clave en la producción legislativa al promover los valores, a integración social y el acuerdo de consensos. A través de estrategias de comunicación efectiva, las relaciones públicas facilitan la difusión de información, el desarrollo social y el diálogo constructivo entre los actores involucrados en el proceso legislativo.

Cornejero, Delgado y Gómez (2018) establecen en su tesis “Aplicación de estrategia de comunicación digital para la gestión de la imagen institucional de instituciones públicas: estudio de caso del fan page de la PNP durante el período 2015 – 2017” con ello lograr un grado académico de Licenciatura en Gestión con mención en Gestión Empresarial, la necesidad de desarrollar las relaciones públicas en las instituciones gubernamentales como es la Policía Nacional. Este trabajo tuvo por objetivo valorar los seguidores de página web de la Policía Nacional del Perú en relación con la estrategia de comunicación digital durante el periodo 2015-2017.

Este trabajo se desarrolló como una investigación exploratorio-descriptivo de enfoque cualitativo. Los autores realizaron una investigación aplicando entrevistas, análisis de documentos y observación. Como resultados se identificó que esta institución es de servicio al pueblo peruano y se encuentra ligada a diversos riesgos, pero también a importantes oportunidades, una de las cuales fue aprovechada oportunamente y logró gran desarrollo de este importante medio de comunicación que les ha permitido mostrar una imagen institucional de acorde a los objetivos planteados y muestra una gestión eficiente y una evolución del proceso de redes sociales de la institución.

De esa misma manera este estudio mostró como el empoderamiento de las personas gestoras de buenas relaciones en una institución, permitió romper la rigidez del sistema tradicional y obtener beneficios importantes como el acercamiento de la institución a la población por medio de su labor informativa y correctiva.

Díaz, Aspajo y Dávila (2021) en su trabajo titulado “Marketing de contenidos, relaciones públicas en usuarios de una Municipalidad en San Martín – Perú” plantean como determinar la influencia del marketing de contenidos en las relaciones públicas con los usuarios de la Municipalidad Distrital de Morales, durante el año 2020. Tuvo un enfoque cuantitativo de tipo aplicativo, descriptivo correlacional evaluando ambas variables. De diseño no experimental, con corte transversal porque no se manipuló variables. La población total fue de 20,525, ambos sexos y de 18 a 61 años, su muestra de 377 usuarios. Su variable marketing de contenidos usó el instrumento del autor Farromeque (2018) y la variable relaciones públicas propuesto por el autor Alcahuaman, (2018), instrumentos validados por juicio de expertos, se comprobó su fiabilidad a través del Alpha de Cronbach, 0.969 para la variable Marketing de Contenidos y para las Relaciones Públicas 0.976; lo que indica que la confiabilidad es buena. Los resultados muestran que si existe relación significativa del Marketing de Contenidos en las Relaciones Públicas con los usuarios ($r=,905^{**}$: $p < 0,00$); se concluyó que a mayor marketing de contenidos mejor será las relaciones públicas. Este estudio muestra la importancia del trabajo en las entidades estatales y su impacto en organizaciones.

Rodríguez (2020) en su tesis de grado titulada Implementación de la oficina de relaciones públicas en el Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú. Año 2020, presenta como objetivo buscar la trascendencia estratégica de la implementación de una Oficina de Relaciones Públicas en el Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú. En esta investigación usó enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo), de diseño de tipo aplicativo, transversal, de nivel descriptivo, empleándose los métodos inductivo, analítico y hermenéutico. La muestra estuvo compuesta por 20 participantes, 10 funcionarios del Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú y 10 profesionales expertos. Las técnicas para recolectar datos fueron entrevista y plantilla de observación. Se concluyó que era levante implementar una Oficina de Relaciones Públicas en el Ministerio de Relaciones Exteriores cuyo fin era de gestionar adecuadamente la comunicación interna y externa del Ministerio y fomentar relacionales positivas de la Institución con sus públicos. Se propone la

estructura y funciones de la oficina, así como el perfil de profesionales. Esta experiencia permite confirmar el valor para establecer las relaciones públicas en entidades del Estado en busca de una mejor comunicación con la ciudadanía y permitiendo mantener una buena imagen institucional de acuerdo a la labor realizada.

Valdés (2019) en su trabajo titulado *Las relaciones públicas en las campañas electorales en el contexto mexicano*, expone aspectos relevantes sobre el tema desde el objetivo de describir la importancia en las campañas electorales. El autor centra en realizar conceptos de las relaciones públicas y establece conexión estrecha que guarda con la coyuntura (general y electoral). El autor establece su investigación que las relaciones públicas tienen protagonismo al impulsar campañas electorales, que contribuyen a conocer a su gente y ver formas de conseguir su voto y así evitar que otra fuerza política logre arribar posiciones de representación pública. El autor concluye que, el éxito o fracaso de una campaña electoral depende como se trate a algún simpatizante u organizaciones a fin de lograr un manejo creativo, oportuno e inteligente de las relaciones públicas.

Este trabajo presenta diferentes aportes sobre el concepto de las relaciones públicas y como su desenvolvimiento eficiente tienen un impacto relevante en la sociedad, tomando como caso los procesos electorales. De la misma manera podemos establecer que la producción legislativa con el buen uso de las relaciones públicas podría fortalecerse y permitir una mejor comunicación entre los legisladores y los ciudadanos, permitiendo que se conozca oportunamente y permitiendo la participación ciudadana que es tan necesaria en los momentos políticos en los cuales el país se encuentra actualmente.

La tesis doctoral española, elaborada por Puentes (2017) titulada *Las relaciones públicas al servicio de la comunicación política: los gabinetes de comunicación en las Diputaciones Provinciales y Forales*, establece como objetivo describir y profundizar el conocimiento de cómo funcionan los equipos de asesores en lo interno y externo de una entidad. La investigación se abordó desde un método exploratorio de carácter descriptivo, con un componente mixto, pero cuantitativo, su aplicación de un instrumento, y con una evaluación cualitativa a raíz de todos los datos obtenidos de entrevistas semiestructuradas.

La investigación consideró un universo de 41 diputaciones españolas, de las cuales el 100% respondió el cuestionario aplicado. A partir de la información recopilada el investigador incluye que los gabinetes son un equipo de comunicación, las cuales coordinan con la alta dirección de las instituciones dependiendo de la presidencia provincial. La particularidad de estos equipos de comunicación es que casi todos se encuentran contratados como cargos de confianza o asesores, lo cual los libera de estar sujetos a los gobiernos de turno, y una proporción menor tiene un equipo mixto, con personal de planta y otros contratados según el gobierno del momento. Se confirmó también que los profesionales que conforman los equipos de comunicación poseen una capacitación sólida y de características similares en casi todos los casos, siendo en promedio entre 12 y 8 personas quienes conforman estos equipos. A su vez se identificó que no se considera a estos profesionales como “Relacionistas públicos” sino se les considera como “equipos de comunicación” con lo cual se reconoce que existe una preferencia por contratar profesionales de perfil de periodismo más que de relaciones públicas. También revela que la comunicación de estos organismos está constituida de manera directa con el público a través de la social media de manera unidireccional, dentro de las cuales consideran como medio principal el Twitter. También se encontró que los actos institucionales públicos de contacto directo con la población tienen gran importancia para estos equipos y su preparación ocupan gran parte de su tiempo. Un aspecto resaltante en sus hallazgos que se denota es que al parecer las organizaciones parecen desarrollarse en forma “inconsciente” se puede decir no se reflexiona sobre la organización y finalidad de las mismas, sino que se desarrollan como actos de costumbre. Con ello el autor concluye la importancia del reconocimiento de la interdisciplina fundamental y reconocimiento de sus labores para poder establecer organismos más eficientes y con objetivos mejor definidos.

Destacó el importante peso de tener asesores o de profesionales de confianza en las labores de comunicación de las diputaciones provinciales y forales el tamaño de los gabinetes en función en línea del gobierno que dirige la diputación o la absoluta presencia de las relaciones públicas en las actividades como disciplina profesional, es decir, la presencia de

profesionales en Publicidad y Relaciones Públicas en el seno de la asesoría no existe.

Los aspectos identificados en esta investigación son relevantes para este trabajo en la medida en que nos permiten reflexionar sobre la necesidad del reconocimiento de la profesión, funciones y acciones. También estos hallazgos nos permiten tener información del funcionamiento de esta profesión en otros contextos que nos proporcionan información para reflexionar sobre la importancia de sus funciones y la posibilidad de desarrollo que posee la profesión.

Bárcena (2018) en su trabajo titulado “¿Cómo evaluar el desempeño legislativo? Una propuesta para la clasificación de las iniciativas de Ley en México y en América latina” propone la elaboración del instrumento para medir de la producción legislativa. El autor considera que existe una necesidad imperante de hacer un cálculo del desempeño parlamentario a partir de las iniciativas parlamentarias establecidas estableciendo una clasificación entre las que cataloga como triviales y de gran calado. El autor concluye que efectivamente existen muchas metodologías que tratan de acercarse al cálculo de la producción legislativa, pero que éstas no tienen aspectos comunes y el tiempo político que viven los diferentes países. Dentro de su propuesta se encuentra al análisis del nivel de coordinación de las propuestas, el objeto de transformación (cuál es el impacto sobre los ciudadanos), profundidad del cambio propuesto (relevancia de la iniciativa). Bajo estos tres criterios el autor propone un análisis cualitativo de las propuestas legislativas como una forma de acercamiento a la realidad. El autor concluye que su propuesta pretende realizar un acercamiento a una forma diferente de evaluar la producción legislativa, dejando de lado la forma tradicional del conteo cuantitativo de las propuestas sino clasificarlas por su calidad y que puedan ser contabilizadas solo las que generan un impacto relevante en el beneficio de la población.

Esta propuesta es importante por cuanto muestra un punto de vista diferente a los conocidos para analizar la producción legislativa desde el contexto mexicano. Estas dimensiones propuestas proporcionan la curiosidad para observar la producción legislativa desde el análisis de las normas establecidas y su impacto para la sociedad a la cual sirven.

Todas las teorías que pude ver, guardan similitud en los hechos políticos, por ello, en el Perú, en los actuales tiempos todos vivimos de alguna manera pendiente de la coyuntura política, con mayor relevancia del Poder Legislativo actual, es observado y criticado por los diferentes sectores de la sociedad. En el Perú, especialmente en el Poder Legislativo, urge tomar las recomendaciones que se deja, con ello, el uso y manejo de las relaciones públicas servirá para mejorar el desenvolvimiento en escenario político y así todo representante del pueblo cumplan sus funciones a cabalidad.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación: Esta tesis, es de tipo básica, por todo el bagaje recolectado de información y de experiencias compartidas laboralmente, pero constatando que no se hace lo que se necesita para la sociedad, por ello cabe la necesidad de cambiar las prácticas parlamentarias para mejor desarrollo de la labor de un congresista y esta con la importancia de que todo nuevo conocer sirve para desarrollarse mejor. Siendo como lo sustenta al respecto Cívicos, A y Hernández M. (2007)

Lo que busca además es ver que tanto es influyente la interdisciplinaria “relaciones públicas”, de ahí que la correlación de una variable con la otra es vital ya que si guardan estrecha relación es beneficioso para la sociedad.

Esta investigación si bien se muestra como cuantitativa, por manifestar una relación de influencia, es decir si no usan la variable uno, no sucede la variable dos; también manifiesta tener algo de cualitativa y eso porque se describe cómo influye una sobre la otra.

Así también se dice que es descriptiva correlacional, porque la investigación, aunque tenga connotación política tiene mucho de social y ello se describe inclusive más allá de este nivel, son situaciones concretas que caracterizan a una institución del Estado peruano que es la única que legisla por los Derechos de la sociedad, por eso también las llaman investigaciones diagnósticas (Morales 2010).

Para agregar, sobre los estudios correlacionales, las preguntas realizadas en la tesis y que se busca que sean respondidas con sinceridad, tienen propósito de medir grado de influencia entre la conceptualización de las variables (Porras 2013).

Bien las representamos como:

Variable X: relaciones públicas

Variable Y: producción legislativa

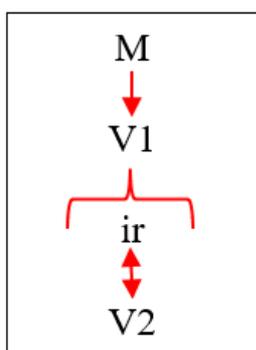
El enfoque que se ha dado a la presente tesis es cuantitativo, por lo mismo que se desea investigar temas específicos que bien lo venimos enunciando V1 y V2, así mismo el planteamiento en la hipótesis. Pero, los datos han sido vital en para medir, es objetiva y debe seguir lineamientos, utilizar la lógica y el razonamiento deductivo (Murillo 2011).

Diseño de investigación

De enfoque cuantitativo, diseño no experimental, porque se comprueba lo que dice Hernández (2010), si bien queremos cambiar la forma no se realizan manipulando variables, solo se puede conocer lo que sucede entre las variables para luego analizarlas, además los datos se han recolectado en un solo momento y tiempo único con cada individuo de la muestra. Así mismo cabe resaltar que se nota el diseño transversal al recabar datos en un determinado momento con referencia a relación que tienen las variables y esto no basado ya solo en hipótesis, sino en datos comprobados.

Figura 1

Diseño de investigación



Donde:

M = muestra

V₁ = variable relaciones públicas

V₂ = variables producción legislativa

Ir = influencia relacionada

3.2. Variables y operacionalización

Variable relaciones públicas

Conceptualización: Según Grunig J. y Hunt T. (2017): Es el intercambio de la comunicación con la que se puede la construir relaciones que sean de beneficio entre organizaciones, públicos y directamente entre los interlocutores, claro que usando estrategias de comunicación que se programen y operativicen de manera que logre el objetivo comunicacional.

Definición operacional de la variable relaciones públicas: será medida empleando como instrumento de evaluación la encuesta, las preguntas sobre las dimensiones y son: para ver como socializan con sus electores, que tanta empatía tienen con sus pares y que la retroalimentación para mantener o modificar la visión de los proyectos de Ley. Los resultados de las respuestas se analizarán por escala de Likert.

Variable producción legislativa

Conceptualización: Según Dahl R. (2001): Refiere que la producción legislativa como labores de un parlamento legislativo o congreso, y que éstas son íntegramente para crear, modificar y aprobar leyes y regulaciones que tienen como propósito regular y gobernar una sociedad. En el Perú la labor legislativa va desde el proceso de fiscalizar, elaborar proyectos de ley, discutir y debatir en sesiones ordinarias y plenarias, votación y si se aprueba, su promulgación como Ley. Entre otras es la de proteger derechos de la sociedad.

Definición operacional de la variable producción legislativa: será medida empleando como instrumento de evaluación la encuesta basada en las dimensiones de la variable: desempeño legislativo, relevancia y cobertura mediática, regidas por la escala de Likert.

3.3. Población, muestra y muestro

Población:

Para Hernández, Fernández y Baptista (2006), sustenta: población es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las unidades poseen características en común, las cuales se estudian y dan origen a los datos de la investigación.

Esta tesis, la investigación es realizada a los representantes del Congreso de la República, los que son 130 congresistas electos por votación popular y representan a las 24 regiones del país, para lo cual se fijó los siguientes criterios:

- Por inclusión: Todo congresista hábil y en ejercicio de sus funciones en la legislatura vigente.
- Por exclusión: Todo congresista suspendido o por licencia sin goce de haber dentro del periodo de legislatura vigente.

Figura 2
Población

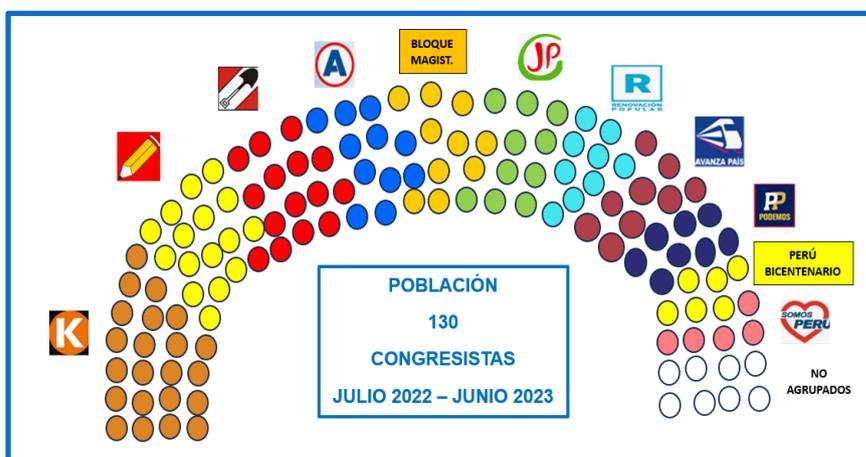


Tabla 1
Perfiles de la población

ESTUDIOS EN:	Nº CONGRESISTAS
Derecho	40
Educación	16
Medicina	10
Ingeniería	9
Administración	9
Estudios Sin Concluir	8

Otras Carreras Relacionadas a la Salud	7
Ciencias Militares Y Policiales	6
Secundaria Completa	5
Ciencias De La Comunicación	3
Ciencias Sociales	3
Otras Carreras De Ciencias	4
Arquitectura	2
No Registra Estudios	3
Secundaria Completa	2
Primaria	1
Estudiante	2

Tabla 2

Distribución de la población de estudio según sexo

Sexo	Varones	Mujeres
Cantidad	81	49

Muestra

Es una parte de la población o subgrupo a los que se le aplica el instrumento y de quienes se recolectará los datos, representando a la población (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

La muestra seleccionada por conveniencia de los miembros representantes del Congreso de la República son 39, que representan al 30% de la población, pero, además para poder conocer bien la realidad del problema se ha seleccionado congresistas del norte (Piura), del centro (Ancash y Lima capital), del sur del país (Puno) y 1 región del oriente (Madre de Dios), esta última siendo una región con baja representatividad (1), pero de alto potencial económico inexplorado.

Tabla 3

Distribución de la muestra según región de procedencia

Región	Piura	Ancash	Lima	Puno	Madre de Dios
Cantidad	7	5	21	5	1
Total	39				

Muestreo:

En la presente tesis, se tomó el muestreo por conveniencia que consiste en seleccionar para la muestra del estudio estadístico a los congresistas que no estaban de viaje y por ende se encontraban más al alcance.

Sustentado por Arias (2006) sostuvo que el muestro es “un proceso en el que se conoce la probabilidad que tiene cada elemento de integrar la muestra”. Este procedimiento fue mediante muestreo no probabilístico.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica de recolección de datos

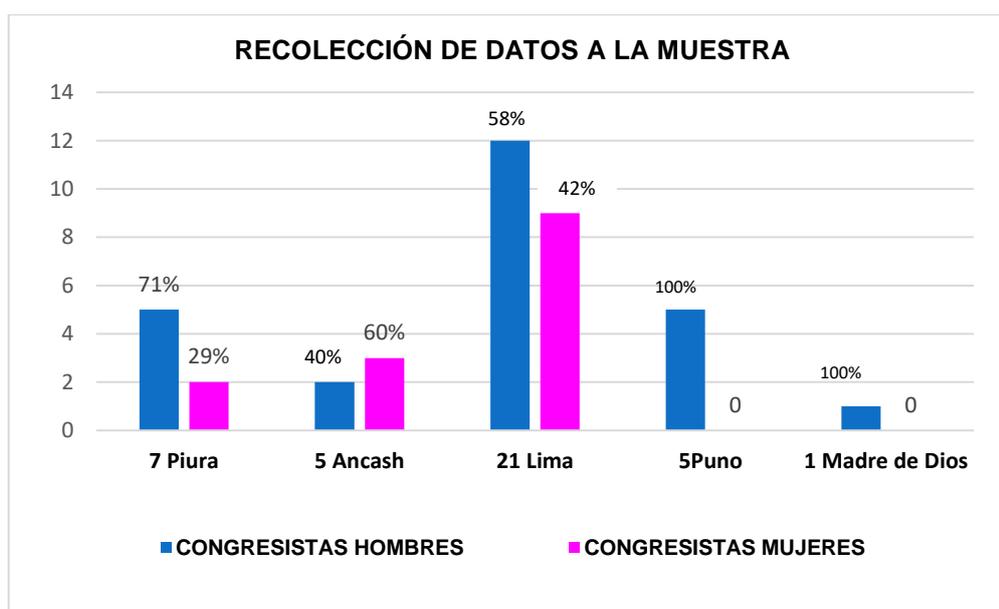
En la presente tesis, la técnica se realizó mediante el uso de la técnica de encuesta y usando con registro un formato impreso para cada encuestados de manera individual.

Como sostuvo Arias (2006), “las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la información”. Por ello, como la agenda de los congresistas no es fija, se realizó de manera individual y dual en diferentes espacios y tiempos.

Con la aplicación de la encuesta podremos medir diferentes indicadores para poder plantear recomendaciones.

Gráfico 1

Recolección de datos



Instrumento de recolección de datos

En esta tesis cuantitativa, se usó el método para recolectar información vital para lograr el objetivo de las variables.

La presente tesis, el instrumento que se ha usado para recolectar la valiosa información son las encuestas. Instrumento vital de esta investigación que nos sirvió para con precisión identificar los cuestionamientos o preguntas que se ha seleccionado para tal fin.

Según Paladines (2010) sostenía que es relevante precisar y delimitar el tamaño de la muestra y su instrumento. Por ello al elegir con que instrumento se recolectaba los datos, se optó por la encuesta porque facilitaba el entrar en contacto con las personas seleccionadas para realizar las mismas. En este tipo de instrumento cada individuo puede responder lo que considere sobre el tema objeto de estudio y puede mostrar o no su voluntad de responder sinceramente o no a las preguntas.

La encuesta usada para cuantificar la variable relaciones públicas y producción legislativa de los 39 congresistas de la República, se formuló a través de 20 preguntas, separando 10 para cada variable y cada una con sus respectivas dimensiones y estas a su vez con sus indicadores. En esta encuesta para ambas variables se ha usado la escala de Lickert: Siempre (5), Casi siempre (4), Algunas Veces (3), Muy pocas veces (2) y Nunca (1)

3.5. Procedimientos:

Para recolectar los datos para la presente tesis, primero tuvo dos momentos:

1º. Pedir cita presencial o llamar por teléfono para explicar a cada congresista de la muestra (39), agendar día para toma de encuesta.

2º. Improvisar tomar la muestra al culminar alguna sesión ordinaria o ir a sus despachos congresales.

Antes de la aplicación de la encuesta se llevó a cabo un procedimiento de ser evaluado o validado por tres expertos, obviamente antes ya se había operacionalizado en la matriz del mismo nombre. Para esta validación de juicio de expertos, fue

solicitada a profesionales con amplia expertis relacionado a las variables, con grado de magister en su especialidad.

Luego de aprobada y recibida la validación, se realizó una prueba de manera experimental (10 congresistas) y comprobada la normalidad en la prueba, se procedió a aplicar a la muestra (39 congresistas de las regiones de Piura (7), Ancash (5), Lima (21), Puno (5) y Madre de Dios (1)).

La aplicación de la encuesta se realizó de manera individual y directa a cada congresista. Se entregó a la mano la encuesta a cada congresista según el momento que correspondía y la misma constaba de dos hojas, una para cada variable: relaciones públicas y producción legislativa respectivamente, ambas con 10 ítems cada una, haciendo un total de 20 preguntas.

La encuesta estaba estipulada en 10 preguntas para cada una de las variables.

Al término de la recolección de las encuestas se dio inicio al vaciado de datos en un cuadro excel y posteriormente trabajados en el programa de SPSS V.27 y así se obtuvo el resultado quedando listo para ser analizado y lo que corresponda.

3.6. Método de análisis de datos:

Analizando el resultado que obtuvimos mediante la toma de data a los 39 congresistas, se ha hecho uso de la estadística, ciencia que nos sirvió para lograr tener el resultado numérico de las variables consultadas, es decir el % de la influencia de una variable sobre la otra e inclusive de manera inversa para comprobar con certeza lo que la muestra dio en la encuesta.

Analizar los datos sirvió también para comparar con los antecedentes que se tomó como referencia.

Lo obtenido en el resultado, se ha descrito de modo tal que, mediante las tablas de frecuencia dadas, los gráficos y su interpretación de manera descriptiva ayudó a interpretar toda la data recopilada y analizada.

Prueba de hipótesis:

Mediante los resultados obtenidos denotamos que la hipótesis planteada al tomarla estadísticamente se comprueba que la prueba de correlación muestra que si hay influencia e inclusive las variables la influencia de manera inversa.

Debo acotar que el resultado según la contrastación de las hipótesis en la presente tesis ha mostrado los resultados que se propuso en las hipótesis, por ello ahora al tenerlas ya comprobadas, se puede decir a cabalidad que las variables son influyentes: la variable uno sobre la variable dos; es decir el grado de influencia se obtuvo certeramente a utilizar el programa científico SPSS V27.

Coefficiente de correlación de Rho de Pearson: En la presente tesis, se usó la medida de dependencia lineal entre las variables relaciones públicas y la variable producción legislativa. Es medida estadística es independiente de la escala de medidas, es decir mide la influencia de cambio en una variable cuando la otra también cambia. Estas variables cuantitativas poseen una distribución normal bivariado conjunta (Anderson 1999).

3.7. Aspectos éticos:

En la tesis se respeta el derecho a la propiedad intelectual, respeto a la confidencialidad de los datos recolectados, cumplimiento de la norma APA 7ma. edición. La presente tesis es con fines educativos y específicamente esta tesis. Además, se guarda estricta confidencialidad de la respuesta de los congresistas de la muestra (39).

Además, para la presente tesis se ha tomado en consideración el código de ética de la UCV de la Resolución N° 0126-2017/UCV, donde se considera la independencia y el respeto a los individuos y se tienen los valores basados siempre en principios éticos, siendo consecuentes, transparentes, veraces y justos donde se respeta la diversidad en cada uno de sus ámbitos, la pluralidad cultural, las opiniones y creencias en base a las normas establecidas.

IV. RESULTADOS

Luego de haber recogido la información en las encuestas realizadas a los 39 congresistas peruanos conformantes de la muestra, del periodo julio 2022 - junio 2023, tenemos los siguientes resultados:

NIVELES ACTUALES DE LAS VARIABLES:

Tabla 4

Niveles de la variable Relaciones Públicas

Niveles	N°de congresistas	% de congresistas
Malo	27	69%
Regular	12	31%
Bueno	0	0%
Total	39	100%

Nota: Resultados de encuesta aplicadas a los congresistas peruanos

De la tabla 4 se denota que, de los 39 congresistas peruanos, el 69% (27) indican que las Relaciones Públicas en el Congreso peruano es mala y el 31% (12) indican que las Relaciones Públicas en el Congreso peruano es regular. Por lo expuesto se pudo afirmar que los congresistas peruanos que respondieron la encuesta consideran que las Relaciones Públicas en la labor congresal es pobre, que la relación entre parlamentarios carece de buenas relaciones interpersonales, por lo que se puede describir que tienen un nivel bajo o malo.

Tabla 5*Niveles de la variable Producción Legislativa*

Niveles	N°de congresistas	% de congresistas
Malo	22	56%
Regular	17	44%
Bueno	0	0%
Total	39	100%

Nota: Encuestas aplicadas a los congresistas peruanos

De la tabla 5 observamos que, de los 39 congresistas peruanos de la muestra, el 56% (22) indican que la producción legislativa es baja o mala, el 44% (17) manifiestan que la Producción legislativa regular. Por lo se pudo afirmar que los mismos congresistas peruanos de la muestra son conscientes que al haber sido encuestados y donde respondieron la encuesta a con veracidad y honestidad sobre la producción legislativa en el Congreso peruano, salta a la vista que la labor que realizan es deficiente por varios factores, pero sobre todo por falta de buenas relaciones a todo nivel por lo que se consideró que su producción es baja o mala.

Gráfico 2

Histograma de los puntajes de las Relaciones Públicas

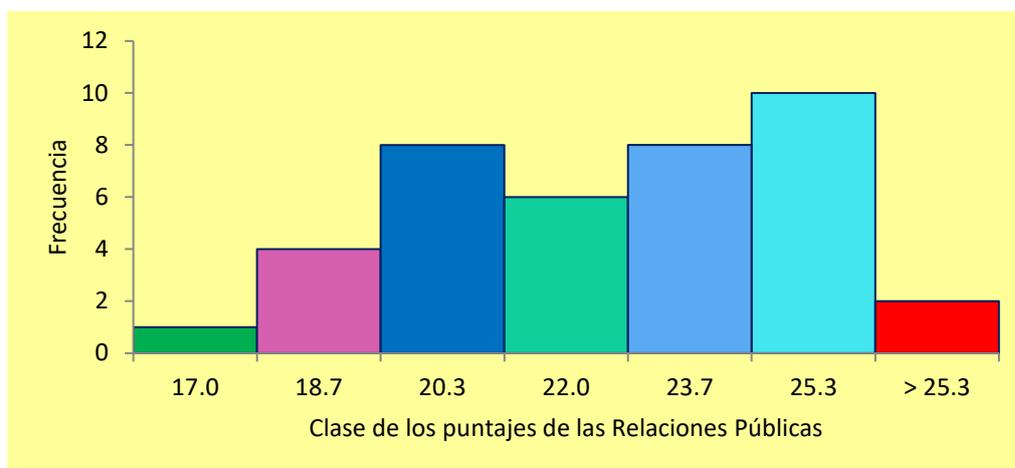
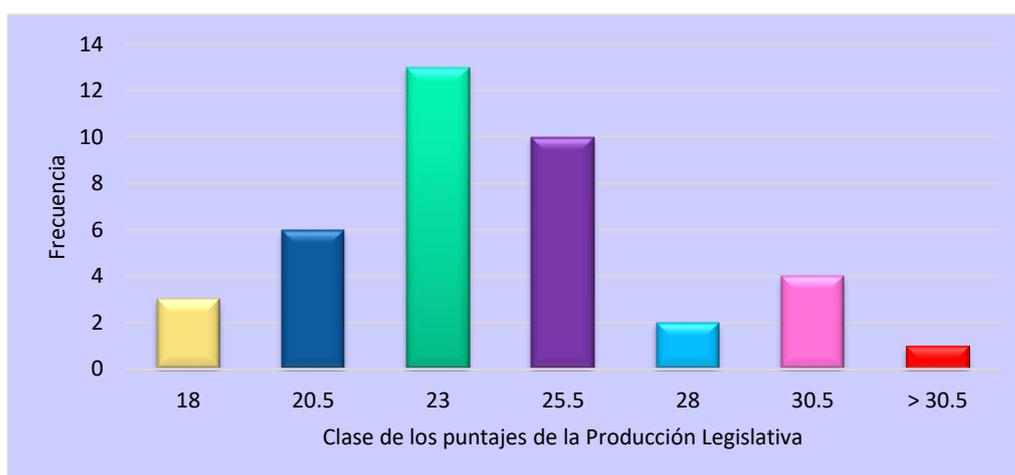


Gráfico 3

Histograma de los puntajes de las Producción Legislativa



En gráficos 2 y 3, en los resultados que se presentan en los histogramas de frecuencias de los puntajes, podemos apreciar que en la distribución de la variable Relaciones públicas existe un pequeño sesgo positivo (cola a la derecha), mientras que la variable producción legislativa se asemeja a una campana de Gauss.

Prueba de normalidad:

Tabla 6

Prueba de normalidad Shapiro-wilk para las variables Relaciones públicas y Producción legislativa

Variab les	Estadístico	gl	Sig.
Relaciones Públicas	0.952	39	0.096
Producción Legislativa	0.950	39	0.080

Debido que el número de encuestados es menor a 50, se aplicó la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk. De ahí que los resultados visibles en la Tabla N° 6 se puede afirmar que las variables Relaciones Públicas e Producción Legislativa tienen distribución normal.

Al seguir así, se usará la prueba de correlación de Pearson, contrastar hipótesis en la investigación.

Prueba de hipótesis

Hipótesis general: Existe una influencia significativa entre las relaciones públicas y la producción legislativa de congresistas peruanos, julio 2022 - junio 2023.

Figura 3

Debate de sesión plenaria



Figura 4

Imagen deteriorada ante la sociedad



Con la figura 3, sustentamos la hipótesis general planteada a priori, donde las relaciones públicas en el Congreso de la República, se ven aparentemente buenas porque se lleva sesiones plenarias altas, lo que significaría que, al haber comunicación buena, las relaciones públicas deberían ser buenas.

Pero en la figura 4, notamos todo lo contrario, que la prensa investiga que aprueban en las sesiones reservadas o a veces en las sesiones del pleno. La sociedad manifiesta permanentemente su descontento en las afueras del Congreso. Mientras existen programas como hambre cero, la ironía es que los

congresistas peruanos tienen almuerzos que bien podrían parecer banquetes para un ciudadano de a pie.

Po esa razón, muchas veces o casi siempre las relaciones públicas son efímeras.

Figura 5

PL aprobado sigue en comisión



Figura 6

PL que la sociedad mira no beneficia



En la figura 5, vemos que existen Proyectos de Ley en comisiones y con dictamen favorable, pero, no son puestas a debate del pleno de manera rápida y oportuna para con la misma generar mayor economía y empleo digno para los ciudadanos y así el Congreso de la República subir su nivel de aprobación.

En la figura 6, vemos que en las sesiones plenarias aprueban proyectos de Ley que la sociedad lo ve como perjuicio a la económica, por no generar trabajo los días que cierran los negocios o pagan doble a su personal.

Tabla 7

Prueba de correlación de Pearson entre las variables Relaciones públicas y Producción legislativa

			Relaciones públicas	Producción legislativa
Rho de Pearson	Relaciones públicas	Coeficiente de correlación	1	0.435
		Sig. (bilateral)		0.006
		N	39	39
	Producción legislativa	Coeficiente de correlación	0.435	1
		Sig. (bilateral)	0.006	
		N	39	39

Tabla 8

Coefficiente de determinación

Modelo	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error Estándar de Estimación
Relaciones públicas = α + producción legislativa en favor de sus electores + Producción legislativa con referencia a sus pares + relación con medios de comunicación regional y nacional	18.24%	0.11	2.44

En la tabla 7 y 8, la prueba de correlación de Pearson se muestra que la variable Relaciones Públicas influye sobre la variable Producción Legislativa y se puede observar que existe una influencia significativa, esto quiere decir que, a mayores valores de Relaciones públicas, mayor es la Producción legislativa.

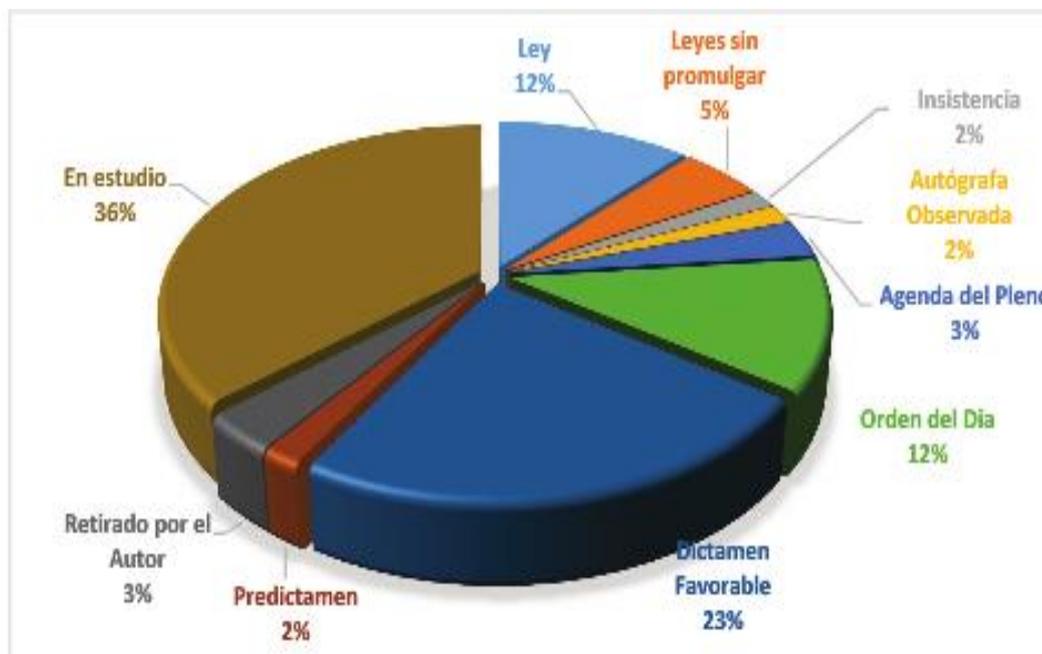
De la tabla 7, podemos observar que se obtuvo un Sig. (bilateral) de 0.006, que al ser menor a 0.05, indica que la hipótesis nula y no es aceptada, por lo que podemos afirmar que existe estadísticamente significativa una influencia entre las Relaciones Públicas y la Producción Legislativa. Para complementar, se puede indicar que el Rho de Pearson calculado para las variables mencionadas indica también que existe una baja correlación (0.435).

En la tabla 8, respecto a la evaluación del coeficiente de determinación, el valor del Coeficiente de Determinación nos indica que las relaciones públicas influyen en un 18.24% sobre la producción legislativa.

Hipótesis específica 1: Existe una influencia significativa entre las relaciones públicas y la producción legislativa de congresistas peruanos en favor de sus electores (región) julio 2022 – junio 2023.

Figura 7
Estadística de producción legislativa

PRODUCCIÓN LEGISLATIVA



Nota: Elaborado por Departamento de comisiones (comisión energía y minas)

En la figura 7, vemos claramente que la hipótesis planteada es bastante directa, porque si usaran más relaciones públicas, tuviera mejor desempeño y por ende mayor producción legislativa de congresistas peruanos, pero la producción de leyes es escasa al servicio de la sociedad, solo el 12% son leyes ya dadas, lo demás aún sigue en dictamen o estudio y en el mejor de los casos en orden del día.

Pero esto tiene una connotación frente a los electores, significa que su desempeño legislativo y la relevancia que le dan para producir leyes favorables es de bajo o nivel malo.

Tabla 9

Prueba de correlación de Pearson entre las variables Relaciones públicas y Producción legislativa frente a su desempeño legislativo (electores)

			Relaciones públicas	Desempeño legislativo
Rho de Pearson	Relaciones públicas	Coeficiente de correlación	1	0.0318
		Sig. (bilateral)		0.049
		N	39	39
	Producción legislativa en favor de sus electores	Coeficiente de correlación	0.0318	1
		Sig. (bilateral)	0.049	
		N	39	39

Tabla 10

Coefficiente de determinación

Modelo	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error Estándar de Estimación
Relaciones públicas = α + producción legislativa en favor de sus electores	10.08%	0.08	2.48

Se ratifica que en la figura 7 se aprecia claramente, como la variable Relaciones Públicas y Producción legislativa muestra un desempeño legislativo bajo en favor de sus electores y observo que existe una correlación negativa, esto quiere decir que, a mayor falta de Relaciones públicas, menor es la Producción legislativa dentro de su desempeño legislativo frente a sus electores.

De la tabla 9, podemos observar que se obtuvo un Sig. (bilateral) de 0.049, que al ser menor a 0.05, indica que la hipótesis nula no es aceptada, por lo que podemos afirmar que existe relación lineal estadísticamente significativa entre las Relaciones Públicas y la Producción legislativa frente a su desempeño legislativo (electores). Para complementar, se puede indicar que el Rho de Pearson calculado para las variables mencionadas indica también que existe influencia significativa, pero baja correlación (0.0318).

Respecto a la evaluación del coeficiente de determinación, en la Tabla N°10, es posible ver el resultado del R2 para cada variable. El valor del coeficiente de Determinación es 10.08 % que significa el porcentaje explicado por la regresión en la varianza, también es bajo.

Hipótesis específica 2: Existe una influencia significativa entre las relaciones públicas y la producción legislativa de congresistas peruanos, con referencia a sus pares, julio 2022 – junio 2023.

Figura 8

V1 sobre V2 con referencia a sus pares

RRPP SOBRE PRODUCCIÓN LEGISLATIVA FRENTE A SUS PARES

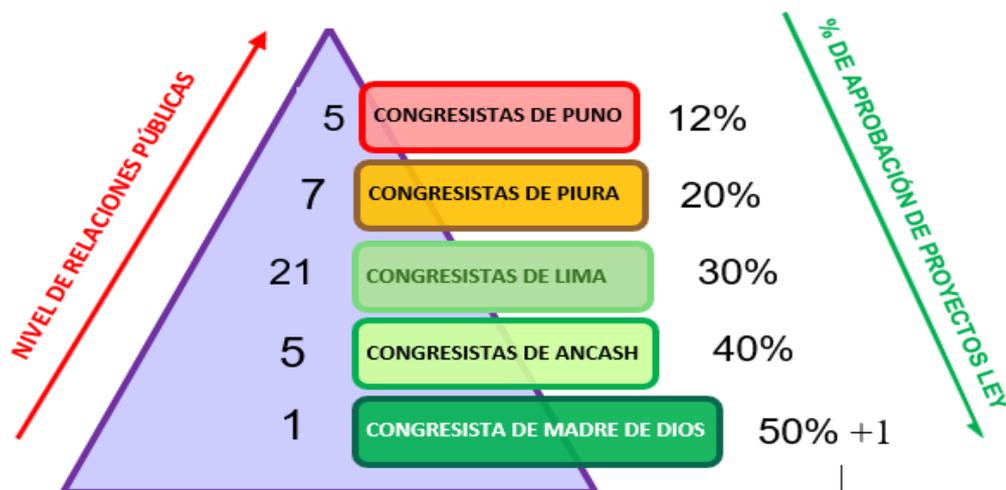


Tabla 11

Prueba de correlación de Pearson entre las variables Relaciones públicas y Producción legislativa con referencia a sus pares

			Relaciones públicas	Producción legislativa con referencia a sus pares
Rho de Pearson	Relaciones públicas	Coeficiente de correlación	1	0.177
		Sig. (bilateral)		0.282
		N	39	39
	Producción legislativa con referencia a sus pares	Coeficiente de correlación	0.177	1
		Sig. (bilateral)	0.282	
		N	39	39

Tabla 12

Coeficiente de determinación

Modelo	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error Estándar de Estimación
Relaciones públicas = α + producción legislativa con referencia a sus pares	3.12%	0.01	2.58

En la Figura 8 se muestra que la variable Relaciones Públicas sobre la variable producción legislativa con referencia a la relevancia que tienen su producción legislativa frente a sus pares y se puede observar que no existe una correlación lineal entre las dos variables. De ahí que en la tabla 11 podemos observar que se obtuvo un Sig. (bilateral) de 0.282, que al ser mayor a 0.05, indica que la hipótesis nula es aceptada, por lo que podemos afirmar que existe relación estadísticamente significativa entre las Relaciones Públicas y la Producción legislativa con referencia a la relevancia de su producción legislativa con referencia a sus pares.

Respecto a la evaluación del coeficiente de determinación, en la Tabla 12, es posible ver el resultado del R2 para la regresión de las variables. El valor del coeficiente de Determinación es 3.12% que significa el porcentaje explicado por la regresión en la varianza.

Hipótesis específica 3: Existe una influencia significativa entre las relaciones públicas y la relación con medios de comunicación regional y nacional para socializar sus proyectos legislativos, julio 2022 – junio 2023.

Figura 9

Participación en medios de comunicación



Tabla 13

Prueba de correlación de Pearson entre las variables Relaciones públicas y Relación con medios de comunicación regional y nacional

			Relaciones públicas	Relación con medios de comunicación regional y nacional
Rho de Pearson	Relaciones públicas	Coeficiente de correlación	1	0.137
		Sig. (bilateral)		0.405
		N	39	39
	Relación con medios de comunicación regional y nacional	Coeficiente de correlación	0.137	1
		Sig. (bilateral)	0.405	
		N	39	39

Tabla 14

Coefficiente de determinación

Modelo	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error Estándar de Estimación
Relaciones públicas = α + Relación con medios de comunicación regional y nacional	1.88%	-0.01	2.60

En la Figura 9 se muestra la variable Relaciones Públicas y su relación con los medios de comunicación regional y nacional donde se observa que no existe una correlación positiva. De la tabla 13 podemos observar que se obtuvo un Sig. (bilateral) de 0.405, que al ser mayor a 0.05, indica que la hipótesis nula es aceptada, por lo que podemos afirmar que no existe relación estadísticamente significativa entre las Relaciones Públicas y la relación con medios de comunicación regional y nacional.

Respecto a la evaluación del coeficiente de determinación, en la Tabla 14, es posible ver el resultado del R² para la regresión de ambas variables. El valor del coeficiente de determinación es 1.88 % que significa el porcentaje bajo explicado por la regresión en la varianza.

V. DISCUSIÓN

Esta tesis, tiene el objetivo, determinar la influencia que existe entre las relaciones públicas y la producción legislativa de congresistas peruanos, en el periodo desde julio 2022 a junio 2023 en Lima. Luego de haberse planteado las variables, así como las dimensiones de cada una, se plantearon hipótesis para luego todo lo planteado a priori se pueda contrastar con la data recolectada a la muestra que constó de 39 congresistas de diferentes regiones del país, de una población de 130.

En la presente tesis se corrobora lo sostenido por Cornetero, Delgado y Gómez (2018) que establecieron en su tesis “Aplicación de estrategia de comunicación digital para la gestión de la imagen institucional de instituciones públicas: estudio de caso del fan page de la PNP durante el período 2015 – 2017” para optar el grado académico de Licenciatura en Gestión con mención en Gestión Empresarial, que realmente hay necesidad de desarrollar las relaciones públicas en las instituciones gubernamentales como es la Policía Nacional y en la presente tesis en el Congreso de la República.

Los resultados de la presente investigación han demostrado que, la hipótesis planteada, aunque no parezca cierto, la variable relaciones públicas por las respuestas dadas en las encuestas, si influyen significativamente aun siendo moderada sobre la variable producción legislativa. Por ello, hoy se puede decir que la importancia significativa que tiene la variable relaciones públicas es de influir en la labor que desarrollan los congresistas de la República, porque por no fomentar esta materia interdisciplinaria no les permite tener mejor presencia ante la sociedad de manera positiva.

Los resultados en la presente tesis, corrobora los que sostuvo Rodríguez (2020) en su tesis de Maestría titulada “Implementación de la oficina de relaciones públicas en el Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú. Año 2020” donde presenta como objetivo de trascendencia estratégica la implementación de una Oficina de Relaciones Públicas en el Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú. Por ello en esta investigación de enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo, se concluye que es trascendental fomentar una buena comunicación de tal manera que se refleje en relacionales positivas de los congresistas dentro del Congreso de la República y con sus públicos.

La importancia de fomentar buenas relaciones públicas en las instituciones del Estado sirva para mejorar la imagen, la empatía y que vaya de acorde con la labor realizada.

Los hallazgos encontrados en la presente tesis son moderadamente negativos, pero pudiendo cambiar si atienden a las recomendaciones dadas. Con referencia a la hipótesis general, se ha puesto en evidencia clara que la variable relaciones públicas si tiene influencia directa y significativa sobre la variable producción legislativa, siendo que, si existe mejores relaciones públicas (interpersonales) entre los representantes del Congreso de la República (muestra 39 congresistas), entonces tendrán mejor producción legislativa.

La dimensión de empatía, mejora las relaciones públicas, mejora en todo aspecto ante la sociedad, porque tendrían mejor aceptación, al utilizar la dimensión socializadora también mejora la aceptación y mejor opinión sobre los proyectos de Ley que propone cada legislador, y quizá hasta haciendo uso de la dimensión, explicarían y reexplicarían las propuestas legislativas a los que los eligieron como sus representantes dándoles mayor confianza y hasta mejorarían su imagen que hoy está bastante deteriorada.

Podemos decir, que la hipótesis general y específicas planteadas a priori se han comprobada como verdaderas y que no permite refutar lo planteado, por el contrario, permite recomendar el manejo de la variable independiente.

Los resultados encontrados en la presente tesis, coincide con lo que sostuvo, Grunig y Hunt (2017) cuando decía que la comunicación es un elemento central en las relaciones públicas, y hacía referencia al intercambio de mensajes entre una organización y sus diferentes públicos. Se puede decir que, si los congresistas usan una comunicación efectiva en el desarrollo de sus funciones, entonces tendrán éxito en el uso de las relaciones públicas, generando así comprensión mutua, confianza y buenas relaciones con sus grupos de interés.

La teoría sostenida por Cutlip, Center y Broom (2017), guarda estrecha relación con lo encontrado en los resultados y planteadas a priori en las hipótesis, donde decía que es importante las relación con los públicos, que es importante mantener relaciones sólidas con los diferentes públicos objetivos, por lo que hemos encontrado en los datos recogidos y en los resultados, que

la muestra estudiada hace todo lo contrario a la teoría en mención, no usando estrategias para escuchar, dialogar, comprender y hasta satisfacer necesidades sociales mediante leyes que estén de acorde a satisfacer la sociedad y ésta se vea beneficiada, y si y solo así crearán relaciones duraderas con los que lo eligieron y con quienes comparten funciones.

En los resultados también se corrobora la hipótesis planteada que refiere la cobertura en medios de comunicación y que es de nivel bajo, es decir la percepción que tienen los medios de toda la población y en especial de la muestra de congresistas (39) es negativa, pero en ese campo de cobertura mediática priman varios factores como: experiencia política, empatía personal, labor social en sus regiones, ente otros, pero eso no quiere decir que aun de eso se de bajo nivel. Por ello, se debe cuidar la imagen y la buena reputación como persona y más como político, dar muestras de confiabilidad y credibilidad en el desempeño como sostiene Grunig & Hunt (2017).

También se evidenció, la influencia estadística y significativa moderada entre la variable relaciones públicas y lo que refiere al desarrollo de la producción de leyes, esta actividad dentro de la normativa vigente y el cumplimiento de las funciones en el proceso legislativo. Requiere presentar propuestas para ser discutidas y negociadas entre todos los miembros del parlamento y culminar en la votación para ser leyes o no, así o sustenta Smith (2017).

Con referencia a la dimensión desempeño legislativo, ésta se desarrolla dentro de periodos fijados, tal como lo afirmado por Cotta y Verzichelli (2018), que el ciclo legislativo es una secuencia cronológica de etapas y fases por las que pasa una propuesta legislativa desde su presentación hasta su promulgación como ley. Según este ciclo legislativo comprende fases como la iniciativa, la elaboración, la deliberación, la aprobación y la promulgación de una ley.

La dimensión relevancia, va de acorde con lo que dijo Tsebelis (2018), analizar sobre los actores legislativos es crucial para comprender cómo interactúan, negocian y toman decisiones en el proceso de producción legislativa.

Los actores legislativos son personas e instituciones que están ligados directamente con el proceso de producción legislativa. Siendo legisladores, comisiones parlamentarias, grupos de trabajo, grupos de interés, funcionarios gubernamentales y expertos.

En esta tesis, vemos el estudio de las relaciones públicas como un medio facilitador para la convivencia y el desarrollo de la labor parlamentaria, tanto así que si plantearemos a otros actores relacionados que debe surgir cambios en la legislación peruana para mejorar las relaciones públicas y la influencia en la producción legislativa.

Para la dimensión cobertura mediática, cotejando con Valdés (2019) en su trabajo titulado “Las relaciones públicas en las campañas electorales” en el contexto mexicano, lo dice claramente que las relaciones públicas juegan un rol estratégico en las campañas electorales. El desarrollo de la labor parlamentaria busca aparecer en medios, buscando estrechar la comunicación con lo político, es decir la socialización de sus propuestas de Ley, buscando además conocer a los electores. En política se dice que, el éxito o fracaso de una campaña electoral dependerá de la capacidad que se tenga como individuo o como organizaciones para lograr aparecer en medios de manera oportuna y además ser aceptado marcando buenas relaciones públicas.

La metodología usada en la presente tesis, de enfoque cuantitativo, cobra mayor relevancia al haber permitido recolectar datos para luego analizar resultados con referencia a la variable relaciones públicas y a la variable producción legislativa siendo que en las hipótesis se ha contrastado lo planteado antes de analizar los datos. El instrumento encuesta ha sido vital para obtener el análisis estadístico. Haber realizado una investigación cuantitativa, de manera objetiva y seguido un patrón ha sido una fortaleza, con criterio lógico y un razonamiento deductivo como refiere Murillo (2011).

El enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, como dice Hernández (2010), servirá no manipular variables, sino darnos cuenta que es una gran debilidad en nuestras relaciones humanas la falta de una buena comunicación y que por ello se debe proponer cambios en la legislación peruana.

Considero que, a partir de la presente tesis, surja nuevos estudios sobre el tema, es de relevancia por tratarse del tema político y que sin duda atañe a la sociedad en su conjunto, sabiendo que debemos construir mejores relaciones interpersonales en el lugar donde se construye leyes para defender los derechos de todos los ciudadanos. Hoy solo el 18% tiene como influencia en la variable relaciones públicas sobre la variable producción legislativa y ese bajo nivel considerado como moderado pero que en realidad debía preocuparnos para que

en el futuro se promueva mejores formas de relacionarnos, de buscar ser empático el uno con el otro.

Sinterizando, digo que, en esta coyuntura política y social en que el país vive, es de vital importancia que tomemos conciencia de los que significa las relaciones públicas, que el reflejo de ponerlas en práctica se refleja en la conducta de quienes nos rodean cada día, desde nuestra familia hasta el ámbito laboral y social. En el Perú, la sociedad ha dejado de confiar en sus autoridades, en los políticos y eso porque no se sabe construir los lazos de buenas relaciones, la búsqueda de mejor imagen, de volver a depositar confianza, de ser creíble por todos los que nos relacionamos, necesitamos volver a encontrarnos.

Finalmente, digo que, el compromiso de un buen peruano es ser solidario, empático y sociable con otro peruano, que demos los valores legados por nuestros ancestros desde hace ya 202 años de Independencia, que mostremos la calidez que nos caracteriza a los peruanos.

Los resultados encontrados en la presente tesis, nos deja una tarea inmensa para poder cumplirla con la sociedad, construir cada día relaciones interpersonales sanas, cultivar los valores con el peruano y el foráneo. En el parlamento peruano la larga tarea de trabajar a conciencia para defender o favorecer los derechos de los que más necesitan. Trabajemos en practicar las relaciones públicas sanas, para resolver problemas psicológicos, sociales y mediáticos. La ciencia a través de la estadística, nos ha dado a conocer la gran falencia que tenemos en un poder del Estado peruano, nos ha puesto delante del rostro el gran problema que tienen nuestros padres de la patria.

Ver los resultados obtenidos en la presente tesis, nos hace reflexionar y nos compromete a cada uno de los profesionales a promover las relaciones públicas, pero también pasa por valorar a quien promueve esta interdisciplina de las relaciones públicas.

Finalmente, acotar que dejemos que los resultados moderadamente negativos influyan en el buen actuar frente a los demás. Que construyamos un mundo para las futuras generaciones lleno de esperanza de buena convivencia y que las relaciones públicas sean el soporte de una sociedad sin conflictos, pero con ansias de ser cada día un país próspero y orgulloso de su riqueza natural.

VI. CONCLUSIONES

- Primera:** La presente investigación demuestra que las relaciones públicas tienen influencia significativa sobre la producción legislativa de los congresistas peruanos, julio 2022 – junio 2023. Lima, habiéndose determinado un Coeficiente de correlación Rho de Pearson 0.435, que representa el 18.24%, de influencia de las relaciones públicas sobre la variable producción legislativa marcando nivel de **correlación moderada**.
- Segunda:** También se demuestra que las relaciones públicas se relacionan escasamente con la dimensión desempeño legislativo de la producción legislativa de los congresistas peruanos, julio 2022 – junio 2023. Lima; habiéndose determinado un coeficiente de correlación Rho de Pearson 0.318, lo que representa el 10.08% de influencia de las relaciones públicas con referencia al desempeño de su labor legislativa con referente a sus electores, siendo un nivel de **correlación escasa**.
- Tercera:** Se demuestra que las relaciones públicas no influyen significativamente con la dimensión relevancia de la producción legislativa de los congresistas peruanos, julio 2022 – junio 2023. Lima; habiéndose determinado un Coeficiente de correlación Rho de Pearson 0.177, lo que representa el 3.12% de influencia de las relaciones públicas con referencia a la relevancia de sus propuestas legislativas con referencia a sus pares, haciendo un nivel de **correlación ínfima**.
- Cuarta:** Finalmente se demuestra que las relaciones públicas no tienen influencia significativa con la dimensión de cobertura mediática con relación a medios de comunicación regional y nacional para socializar su producción legislativa de los congresistas peruanos, julio 2022 – junio 2023; habiéndose determinado un Coeficiente de correlación Rho de Pearson 0.137, lo que representa el 1.88% de influencia de las relaciones públicas, dando un nivel de **correlación ínfima**.

VII. RECOMENDACIONES

- Para mejorar la percepción se debe actuar con transparencia.



- Se debe promover la participación ciudadana en la sociedad.



- Tener comunicación efectiva con los actores sociales a fin de evitar conflictos.



- Los organismos normativos competentes en materia electoral deben promover iniciativas para poner requisitos más exigentes a los candidatos a representantes de elección popular.



- Fiscalizar a los partidos políticos para que promuevan escuela líderes políticos (partida presupuestal).

REFERENCIAS

- Alcántara Sáez, Manuel et. al. (2005), *Funciones, procedimientos y escenarios: un análisis del poder legislativo en América Latina*, Salamanca, Ediciones Universidad de Salamanca. [Links]
- Arrigo, A. (2000). *Comunicación política y producción legislativa para el Río de la Plata durante la procuraduría cortesana de Manuel de Frías (1614–1618)*.
http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0524-97672022000200019&lang=es
- Arzuaga-Williams, M. (2019). *Perspectivas latinoamericanas sobre el rol de los profesionales de la comunicación organizacional y las relaciones públicas. Anagramas-Rumbos y sentidos de la comunicación-*, 17(34), 135-154.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1692-25222019000100135&script=sci_arttext
- Bárcena Juárez, S. A. (2019). *¿Cómo evaluar el desempeño legislativo? Una propuesta metodológica para la clasificación de las iniciativas de ley en México y América Latina. Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 64(235), 395-425.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-19182019000100395
- Blancas, C (2017). *Derecho Constitucional. Colección Lo Esencial del Derecho*. Fondo Editorial Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Black, S. (2013). *Practice of public relations*. Routledge (4th ed.). *Practice of Public Relations - Sam Black - Google Libros*
- Bernays, E. L. (2022). *Biography of an Idea: The Founding Principles of Public Relations. Internet Archive*.
Biography Of An Idea The Founding Principles Of Public Relations (Edward L. Bernays) (z Lib.org) : Free Download, Borrow, and Streaming : Internet Archive
- Bernays, E. L. (2014). *Crystallizing public opinion*. Open Road Media *Crystallizing Public Opinion (wordpress.com)*

- Castillo Esparcia, A. (2010). Introducción a las relaciones públicas. España, Instituto de Investigación en Relaciones Públicas (IIRP).
<https://ftp.isdi.co.cu/Biblioteca/BIBLIOTECA%20UNIVERSITARIA%20DE%20ISDI/COLECCION%20DE%20LIBROS%20ELECTRONICOS/LE-0466/LE-0466.pdf>
- Center, A. H., Jackson, P., Smith, S., & Stansberry, F. R. (2008). Public relations practices: Managerial case studies and problems. Pearson Prentice Hall. Microsoft Word - MPPR-605_01_PR Case Studies_Bernhards Fall 2015-WO Contact.docx (georgetown.edu)
- Cívicos, A. y Hernández, M. (2007). *Algunas reflexiones y aportaciones en torno a los enfoques teóricos y prácticos de la investigación en trabajo social*. México: (s.e)
- Cobos Campos, A. P. (2018). La evaluación legislativa y la credibilidad social en el quehacer parlamentario. *Revista de El Colegio de San Luis*, 8(15), 237-268.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1665-899X2018000100237&script=sci_arttext
- Croft, A. C. (2013). *Managing a public relations firm for growth and profit*. Routledge (2nd ed.).
 Managing a Public Relations Firm for Growth and Profit - A. C. Croft - Google Libros
- De Regt, A., Barnes, S. (2020). Virtual Reality Branding Campaigns, Impact and Public Perception: An Abstract
https://www.researchgate.net/publication/342195602_Virtual_Reality_Branding_Campaigns_Impact_and_Public_Perception_An_Abstract
- Doorley, J., & Garcia, H. F. (2015). *Reputation management: The key to successful public relations and corporate communication*. Routledge (4th ed.). *Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate ...* - John Doorley, Helio Fred Garcia - Google Libros
- Edwards, Lee (2018). *Understanding Public Relations: Theory, Culture and Society*. London: SAGE Publications Ltd

- Eyun, J., Jeong, N. y Ledingham, J. (2015). Public relations as relationship management: A relational approach to the study and practice of public relations: Second edition
https://www.researchgate.net/publication/286265190_Public_relations_as_relationship_management_A_relational_approach_to_the_study_and_practice_of_public_relations_Second_edition
- García-Orosa, Berta (2019). "25 years of research in online organizational communication. Review article". *El profesional de la información*, v. 28, n. 5, e280517. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.17>
- Green, A. (2009). *Creativity in public relations*. Kogan Page Publishers (4th ed.).
 Creativity in Public Relations - Andy Green - Google Libros
- Grunig, J. y Grunig, L. (1992). *Models of public relations and communication*
https://www.researchgate.net/publication/313119200_Models_of_public_relations_and_communication
- Grunig, L. A., & Grunig, J. E. (2014). *Public Relations Research Annual: Volume 3*. Routledge.
 Public Relations Research Annual | Volume 3 | Larissa A. Grunig, James (taylorfrancis.com)
- Hellín-Ortuño, Pedro; Trindade, Eneus; García-López, Javier (2019). "Latin-American perceptions on definitions and arguments about crossmedia and transmedia in advertising". *El profesional de la información*, v. 28, n. 4, e280408. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.jul.08>
- Hodges, C. y Hidalgo, J. (2013). *Public relations practice in Latin America*
https://www.researchgate.net/publication/233955363_Public_relations_practice_in_Latin_America
- Jahng, R., Lee, H. y Rochadiat, A. (2020). Public relations practitioners' management of fake news: Exploring key elements and acts of information authentication
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0363811120300345>
- Kitchen, P. J., & Burgmann, I. (2015). Integrated marketing communication: making it work at a strategic level. *Journal of Business Strategy*, 36(4), 34-39. Integrated marketing communication: making it work at a strategic level | Emerald Insight

- Kowalski, R., Esteve, M., & Mikhaylov, S. J. (2017). Application of Natural Language Processing to Determine User Satisfaction in Public Services. arXiv preprint arXiv:1711.08083.
[1711.08083] Application of Natural Language Processing to Determine User Satisfaction in Public Services (arxiv.org)
- Manfredi-Sánchez, Juan-Luis (2020). "Globalization and power: the consolidation of international communication as a discipline. Review article". *El profesional de la información*, v. 29, n. 1, e290111. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.ene.11>
- Mañas-Viniegra, Luis; Jiménez-Gómez, Isidro (2019). "Evolución del perfil profesional del community manager durante la década 2009-2018". *El profesional de la información*, v. 28, n. 4, e280403. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.jul.03>
- Matilla, Kathy; Cuenca-Fontbona, Joan; Compte-Pujol, Marc (2017). "An analysis of the university curricula of Spanish 'dircoms' from a public relations approach". *Public relations review*, v. 43, n. 3, pp. 624-634. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.04.003>
- Matin, A., Todua, N. y Khoshtaria, T. (2022). The Impact of Social Media Influencers on Brand Awareness, Image and Trust in their Sponsored Content: An Empirical Study from Georgian Social Media Users. https://www.researchgate.net/publication/361865268_The_Impact_of_Social_Media_Influencers_on_Brand_Awareness_Image_and_Trust_in_their_Sponsored_Content_An_Empirical_Study_from_Georgian_Social_Media_Users
- Moore, S. (2014). *Public relations and the history of ideas*. Routledge. *Public Relations and the History of Ideas - Simon Moore - Google Libros*
- Morales, F. (2010). Tipos de Investigación. Recuperado de: <http://manuelgross.bligoo.com/conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa>
- Murillo, Z. (2011.p.1). Enfoques cuantitativo y cualitativo de la investigación en ciencias sociales. Recuperado de:

http://www.tlalpan.uvmnet.edu/oiid/download/Enfoques%20cualitativo%20cuantitativo_04_CS0_PSIC_PICS_E.pdf

Orduña, O. I. R. (2008). Relaciones públicas: la eficacia de la influencia. Esic Editorial.

<https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=j-8nzu2pGL4C&oi=fnd&pg=PA15&dq=relaciones+publicas+y+producci%C3%B3n+legislativa&ots=DsNH6BtQpt&sig=GdQMhrveSYD2T8T3nEB5DCrhhfl#v=onepage&q&f=false>

Plataforma digital única del Estado Peruano (2021). Recuperado de:

<https://www.gob.pe/8172-jurado-nacional-de-elecciones-conoce-como-funciona-el-voto-congresal/>

Palencia-Lefler, M. (2011). 90 técnicas de comunicación y relaciones públicas: Manual de Comunicación Corporativa. Profit Editorial.

https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=17nBTmPEcwIC&oi=fnd&pg=PA9&dq=relaciones+publicas+y+producci%C3%B3n+legislativa&ots=t3nkPDH9PA&sig=pf6wLlxkeolkRYSS0xsb11M_gA8#v=onepage&q&f=false

Reglamento del Congreso de la República. Recuperado de:

<https://www.congreso.gob.pe/Docs/files/reglamento/Reglamento/index.html>

Real Academia Española [RAE] (2018): Diccionario de la Lengua Española. Voz "política". <https://dle.rae.es/?id=Ta2HMYR>

Relaciones Públicas Eficaces», Primera Edición, de Cutlip Scott, Center Allen y Broom Glen, Ediciones Gestión 2000, 2001, Pág. 37.

Relevancia". Autor: Equipo editorial, Etecé. De: Argentina. Para: Concepto.de.

Disponibile en: <https://concepto.de/relevancia/>. Última edición: 2 de febrero de 2022. Consultado: 19 de julio de 2023 <https://concepto.de/relevancia/#ixzz87w1dtCey>

Rodríguez, R. (2000). El proceso de producción legislativa. Un procedimiento de diseño institucional. Isonomía, (13), 191-204.

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-02182000000200191&script=sci_arttext

- Simin, A. (2019). Crisis Communication in the Digital Age
<https://www.cambridgescholars.com/resources/pdfs/978-1-5275-2156-8-sample.pdf>
- Schmidt, L. (2018). A Cross-Cultural Comparison Of Perceptions By Public Relations Practitioners In The United States And Germany
<https://ir.library.illinoisstate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1885&context=etd>
- Scott Cutlip y Allen Center (2001:44) en su obra Effective Public Relations: “
 Marcilla, Gema, "Sobre Contribución para una Teoría de la Legislación de Manuel Atienza", Isonomía, núm. 10, octubre, ITAM-Fontamara, México, 1999
- Sriramesh, K., & Verčič, D. (2012). Relaciones públicas globales: teoría, investigación y práctica (Vol. 22). Editorial UOC.
<https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=-1iFFmAa4EwC&oi=fnd&pg=PA11&dq=relaciones+publicas+y+producci%C3%B3n+legislativa&ots=jlwIORbdZN&sig=ygGPuwBhNIZUuyHCirOwkyLW0e0#v=onepage&q&f=false>
- Stacks, D. W. (2016). Primer of public relations research. Guilford Publications.
 Primer of Public Relations Research, Third Edition - Don W. Stacks - Google Libros
- Watzlawick, P., Bavelas, J. B., & Jackson, D. D. (2011). Pragmatics of human communication: A study of interactional patterns, pathologies and paradoxes. WW Norton & Company. Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns ... - Paul Watzlawick, Janet Beavin Bavelas, Don D. Jackson - Google Libros
- Zepeda, A. V., Rodríguez, C. L. B., & Guzmán, M. M. (2018). Las relaciones públicas y la comunicación en los desastres naturales. El caso del sismo del 19 de septiembre de 2017 en México. Revista latina de comunicación social, (73), 447-461.
<https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/565>

ANEXOS

ANEXO 1

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
RELACIONES PÚBLICAS	Según Grunig J. y Hunt T. (2017): Las relaciones públicas es el intercambio de la comunicación con la que se puede la construir relaciones que sean de beneficio entre organizaciones, públicos y directamente entre los interlocutores, claro que usando estrategias de comunicación que se programen y operativicen de manera	La variable: relaciones públicas será medida empleando como instrumento de evaluación la encuesta, en la cual las preguntas están basadas en las dimensiones y son: para ver como socializan con sus electores, que tanta empatía tienen con sus pares y que la retroalimentación para mantener o modificar la visión de los proyectos de Ley. Los resultados de las respuestas se	Socialización	-Índice de percepción ciudadana regional. -Cantidad de viajes a su región -Prueba de medición de valores morales (Test de Allport)	O R D I N A L (Lickert)
			Empatía	-Índice de habilidades de comunicación con sus colegas -Test de relaciones interpersonales: pares, voceros, Ejecutivo (Test de los colores o test de Lúscher. -Indicador de impacto político en su región. -Índice de satisfacción con sociedad civil regional y nacional.	
			Retroalimentación		

que logre el objetivo comunicacional. analizarán por escala de Likert, el cual se usará los respectivos indicadores a la hora de medirla.

**PRODUCCION
N
LEGISLATIVA**

Según Dahl R. (2001): Refiere que la producción legislativa son las actividades que realizan los miembros de un parlamento legislativo o congreso, y que éstas son íntegramente para crear, modificar y aprobar leyes y regulaciones que tienen como propósito regular y gobernar una sociedad. En el Perú la

La variable: producción legislativa, será medida empleando como instrumento de evaluación la encuesta, en el cual las preguntas están basadas en las dimensiones de la variable que es: desempeño legislativo, relevancia y cobertura mediática, también cuenta en con un tipo de respuestas las que están regidas por la escala de

Desempeño legislativo

Relevancia

Cobertura mediática

- Índice de eficiencia legislativa (cada cuanto tiempo presenta una iniciativa)
- Índice de productividad legislativa (Cantidad de proyectos de Ley presentados y cantidad de proyectos de Ley aprobados).
- Porcentaje de producción legislativa meramente declarativos.
- Porcentaje de proyectos con rigurosidad técnica.
- Índice de impacto en medios de comunicación regional.

labor legislativa va Likert, el cual se usará los desde el proceso de respectivos indicadores a fiscalizar, elaborar la hora de medirla. proyectos de ley, discutir y debatir en sesiones ordinarias y plenarias, votación y si se aprueba, su promulgación como Ley. Entre otras es la de proteger los derechos individuales y colectivos, de la sociedad.

-Índice de aparición en medios de comunicación nacional para socializar sus proyectos de Ley.

ANEXO 2 INSTRUMENTOS

ENCUESTA V1: RELACIONES PÚBLICAS

Para responder la presente encuesta, manifieste lo que realmente siente en el cargo que viene desempeñando como congresista. No se considera respuestas correctas o incorrectas, refleje su criterio. Las preguntas tienen 5 niveles de respuesta, solo marque con x la alternativa de su elección, no puede marcar dos opciones. Sus respuestas son absolutamente confidenciales y anónimas. Agradezco anticipadamente su gentil colaboración.

siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	nunca
1	2	3	4	5

ITEMS		Alternativas de respuestas				
		1	2	3	4	5
Dimensión: Socialización						
1	¿Cuándo viaja a su región, siente que es el mismo que el día que salió elegido congresista?					
2	¿Su agenda es solo para eventos de su región?					
3	¿Comparte iniciativas propuestas por el Ejecutivo?					
Dimensión: Empatía						
4	¿Cree que sus electores lo volverían a elegir el 2026?					
5	¿Tiene amigos en todas las bancadas?					
6	¿Colegas de otras bancadas apoyan sus iniciativas legislativas sin mayor explicación, ni solicitud?					
7	¿Tiene buena relación con autoridades de su región?					
Dimensión: Retroalimentación						
8	¿Sus electores le piden que explique usted sus PL?					
9	¿Toma en cuenta el nivel cultural de sus electores para explicarles una iniciativa legislativa?					
10	¿Le gusta asistir a medios de señal nacional?					

FIHA TÉCNICA – CUESTIONARIO RELACIONES PÚBLICAS

Tipo de instrumento:	Encuesta
Autor:	Según Hernández, Fernández y Baptista definen la encuesta como el instrumento más utilizado para recolectar datos, la misma que consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir.
Año:	2006
Título de la encuesta:	Encuesta a congresistas peruanos
Objetivo de la encuesta:	Determinar mediante la recopilación de datos sobre las relaciones públicas que mantuvieron los congresistas en el recinto parlamentario peruano en el periodo julio 2022 a junio 2023, se pretende determinar un parámetro a nivel general sobre la percepción ciudadana que tienen dentro del Congreso de la República y la relación que lleva con sus electores, sus pares y con medios de comunicación. Adicionalmente afianzar retroinformación sobre las relaciones públicas para determinar la influencia de sus conductas y que estos cambios planificados en actitudes ayuden en su desarrollo dentro de la estructura organizacional que se desarrollan como padres de la patria.
Población:	Congresistas de la República del Perú.
Número de ítem:	10
Aplicación:	Directa (individual)
Tiempo de administración:	5 minutos
Normas de aplicación:	El congresista marcará en cada ítem de acuerdo lo que estime.
Escala:	De Likert, permite a los encuestados contestar a la interrogante planteada.

ENCUESTA V2: PRODUCCIÓN LEGISLATIVA

Para responder la presente encuesta, manifieste lo que realmente siente en el cargo que viene desempeñando como congresista. No se considera respuestas correctas o incorrectas, refleje su criterio. Las preguntas tienen 5 niveles de respuesta, solo marque con x la alternativa de su elección, no puede marcar dos opciones. Sus respuestas son absolutamente confidenciales y anónimas. Agradezco anticipadamente su gentil colaboración.

siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	nunca
1	2	3	4	5

ITEMS		Alternativas de respuestas				
		1	2	3	4	5
Dimensión: Desempeño legislativo						
1	¿Su producción legislativa va en la línea de su profesión?					
2	¿Sus electores, comparten sus iniciativas legislativas?					
3	¿Sus electores conocen cuantos proyectos de Ley ha presentado usted desde julio 2022 a junio 2023?					
4	¿Su bancada marca la pauta de la producción legislativa?					
Dimensión: Relevancia						
5	¿Cuándo presenta una iniciativa legislativa, piensa en los electores solo de su región por ser su representante?					
6	¿Las iniciativas legislativas, post pandemia deben tener prioridad solo en la economía social?					
7	¿Se debe priorizar iniciativas legislativas en educación?					
Dimensión: Cobertura mediática						
8	¿Cuándo viaja a su región, los medios de comunicación están atentos a sus actividades de representación?					
9	¿Da muchas entrevistas a medios fuera de su región?					
10	¿Analiza antes de ir a una entrevista que medio lo invita?					

FIHA TÉCNICA – CUESTIONARIO PRODUCCIÓN LEGISLATIVA

Tipo de instrumento:	Encuesta
Autor:	Según Hernández, Fernández y Baptista definen la encuesta como el instrumento más utilizado para recolectar datos, la misma que consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir.
Año:	2006
Título de la encuesta:	Encuesta a congresistas peruanos
Objetivo de la encuesta:	Determinar mediante la recopilación de datos sobre la variable PRODUCCIÓN LEGISLATIVA que desarrollaron los congresistas en su labor dentro del parlamento peruano en el periodo julio 2022 a junio 2023, y se pretende determinar un índice de eficiencia en la producción de proyectos Ley dentro del Congreso de la República. Así mismo ver la rigurosidad técnica en sus proyectos de Ley para ser tomados en cuenta o apoyados por las diferentes bancadas o sus pares y la repercusión en la sociedad.
Población:	Congresistas de la República del Perú.
Número de ítem:	10
Aplicación:	Directa (individual)
Tiempo de administración:	5 minutos
Normas de aplicación:	El congresista marcará en cada ítem de acuerdo lo que estime.
Escala:	De Likert, permite a los encuestados contestar a la interrogante planteada.

ANEXO 3: INSTRUMENTO DE JUICIO DE EXPERTOS



UNIVERSIDAD
CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA

VALIDEZ POR JUICIO DE EXPERTOS

Señor:

AGRIPINO TEODORO LLALLIHUAMAN ANTÚNEZ

Lic. en Ing. Industrial - Mg. en Gestión Pública

Presente

Asunto: Validación de instrumentos a través de juicio de experto

Me es grato saludar a usted y expresarle la estima de siempre, así también hacer de su conocimiento que, siendo estudiante del Programa Académico de Maestría en Relaciones Públicas e Imagen institucional de la Universidad César Vallejo, en la sede Trujillo, requiero validar el instrumento encuesta, con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi trabajo de investigación.

El título nombre del proyecto de investigación es: RELACIONES PÚBLICAS Y SU INFLUENCIA EN LA PRODUCCIÓN LEGISLATIVA DE CONGRESISTAS PERUANOS, JULIO 2022 – JUNIO 2023. LIMA y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar el instrumento en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas relacionados a la administración y gestión pública.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por su fina atención a la presente.

Atentamente


ESUVIA HEREDIA VÁSQUEZ
DNI N° 07841223





ESCUELA DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA

1. Datos generales del Juez

Nombre del juez:	AGRIPINO TEODORO LLALLIHUAMAN ANTÚNEZ
Grado profesional:	Maestría (x) Doctor ()
Área de formación académica:	Clinica () Social () Educativa () Organizacional (x)
Áreas de experiencia profesional:	Administración y Gestión Pública
Institución donde labora:	DEVIDA Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas Jefe de la Oficina General de Administración
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Título de estudios revisado
DNI N°:	32913966
Firma del experto:	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Encuesta
Autora:	Esluvia Mercedes Heredia Vásquez
Objetivo:	Determinar la influencia de las relaciones
Administración:	Individual
Año:	2023
Ámbito de aplicación:	Congresistas de la República representantes de Piura (7), Ancash (5), Puno (5), Lima (21) y Madre de Dios (1).
Dimensiones:	Socialización, empatía, retroalimentación
Niveles o rango:	Buena: (38 - 50) Regular: (24 - 37) Bajo: (10 - 13)
Cantidad de ítems:	10 ítems
Tiempo de aplicación:	5 minutos

4. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento la Guía de Encuesta de relaciones públicas y producción legislativa, elaborada por Heredia Vásquez, Esluvia Mercedes en el año 2023 de acuerdo con los siguientes indicadores para que usted califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORIA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 5 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

- 4: Alto nivel
- 3: Moderado nivel
- 2: Bajo Nivel
- 1: No cumple con el criterio

INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 01: RELACIONES PÚBLICAS

Definición de la variable:

Las relaciones públicas son el esfuerzo planeado para influenciar la opinión mediante el buen carácter y la ejecución responsable, basados en una comunicación de dos direcciones mutuamente satisfactorias (Scott Cutlip y Allen Center 2001)

Dimensión 1: Socialización

La acción social solo se da como conducta del o de los actores individuales. Es decir, deriva de acciones individuales. Esto lo lleva a plantear la relación entre individuos e instituciones o estructuras (Weber M. 1905).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-Índice de percepción ciudadana regional.	1	4	4	4	
-Cantidad de viajes a su región	2, 3	4	4	4	

Dimensión 2: Empatía

La empatía es la actitud que tiene una persona para reconocer las emociones en los demás, es decir, es la capacidad de comprender los sentimientos de los otros y poder leer sus mensajes no verbales (Goleman D. 1995).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-Prueba de medición de valores morales (Test de Allport)	4	4	4	4	
-Índice de habilidades de comunicación con sus colegas.	5, 6	4	4	4	
-Test de relaciones interpersonales: pares, voceros, Ejecutivo (Test de colores o test de Lüscher)	7	4	4	4	

Dimensión 3: Retroalimentación

La intención es ofrecer retroalimentación formativa para que el estudiantado pueda reflexionar sobre sus producciones y desempeños y, a su vez, pueda mejorarlos. De allí que los protocolos permiten a los y las docentes hacer foco y ordenar en poco tiempo la conversación" (Anijovich, 2019).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-Índice de impacto político en su región.	8, 9	4	4	4	
-Índice de satisfacción con sociedad civil regional y nacional.	10	4	4	4	



MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 5 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

- 4: Alto nivel
- 3: Moderado nivel
- 2: Bajo Nivel
- 1: No cumple con el criterio

INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 02: PRODUCCIÓN LEGISLATIVA

Definición de la variable:

La producción legislativa es un proceso de interacción entre distintos elementos (editores, destinatarios, sistema jurídico, fines y valores) y que, además, puede examinarse desde distintas perspectivas o ideas de racionalidad (lingüística, lógico-formal, pragmática, teleológica y ética) por los autores de nomas; los destinatarios o las personas a quienes la ley está dirigida (Marcilla, G. 1999).

Dimensión 1: Desempeño legislativo

El desempeño legislativo es la labor que realiza un congresista de manera individual o en grupos de trabajo, sean temporales o permanentes (comisiones). Su labor la estructura a partir de temáticas cuyo fin es promover una mayor eficiencia en el desempeño de los asuntos propios de sus funciones parlamentarias, mereciendo análisis (predictámenes), estudio(dictámenes), redacción de documentos para en su momento ser sometidos a consideración del pleno de la legislatura. (Alcántara M. 2005)

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Índice de eficiencia legislativa (cada cuánto tiempo presenta una iniciativa legislativa)	1, 2	4	4	4	
Índice de productividad legislativa (Cantidad de proyectos de Ley presentados y cantidad de proyectos de Ley aprobados).	3, 4	4	4	4	

Dimensión 2: Relevancia

Es algo o cosas que tienen importancia, visibilidad o significación, y por lo tanto es importante tenerlas en cuenta (Etece 2022).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-Porcentaje de producción legislativa meramente declarativos.	5	4	4	4	
-Porcentaje de proyectos con rigurosidad técnica.	6,7	4	4	4	

Dimensión 3: Cobertura mediática

Cobertura mediática es aquello que se transmite a la opinión pública, puede ser una imagen positiva o negativa, casi siempre de eventos negativos. Sirve a los medios para comercializar y ejercer presión económica sobre sus protagonistas. (Bennett L.1983)

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-Índice de impacto en medios de comunicación regional.	8, 9	4	4	4	
-Índice de aparición en medios de comunicación nacional para socializar sus proyectos de Ley.	10	4	4	4	



ESCUELA DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA

1. Datos generales del Juez

Nombre del juez:	AGRIPINO TEODORO LLALLIHUAMAN ANTÚNEZ
Grado profesional:	Maestría (x) Doctor ()
Área de formación académica:	Clinica () Social () Educativa () Organizacional (x)
Áreas de experiencia profesional:	Administración y Gestión Pública
Institución donde labora:	DEVIDA Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas Jefe de la Oficina General de Administración
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Título de estudios revisado
DNI N°:	32913966
Firma del experto:	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Encuesta
Autora:	Esluvia Mercedes Heredia Vásquez
Objetivo:	Medir la producción legislativa
Administración:	Individual
Año:	2023
Ámbito de aplicación:	Congresistas de la República representantes de Piura (7), Ancash (5), Puno (5), Lima (21) y Madre de Dios (1).
Dimensiones:	Desempeño legislativa, relevancia, cobertura mediática
Niveles o rango:	Buena: (38 - 50) Regular: (24 - 37) Bajo: (10 - 13)
Cantidad de ítems:	10 ítems
Tiempo de aplicación:	5 minutos

4. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento la Guía de Encuesta de relaciones públicas y producción legislativa, elaborada por Heredia Vásquez, Esluvia Mercedes en el año 2023 de acuerdo con los siguientes indicadores para que usted califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORIA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

VALIDEZ POR JUICIO DE EXPERTOS

Señora:

CARLA SANTA CRUZ SANDOVAL

Lic. en Relaciones Públicas – Mg. en RS y Liderazgo Sostenible

Presente

Asunto: Validación de instrumentos a través de juicio de experto

Me es grato saludar a usted y expresarle la estima de siempre, así también hacer de su conocimiento que, siendo estudiante del Programa Académico de Maestría en Relaciones Públicas e Imagen institucional de la Universidad César Vallejo, en la sede Trujillo, requiero validar el instrumento encuesta, con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi trabajo de investigación.

El título nombre del proyecto de investigación es: RELACIONES PÚBLICAS Y SU INFLUENCIA EN LA PRODUCCIÓN LEGISLATIVA DE CONGRESISTAS PERUANOS, JULIO 2022 – JUNIO 2023. LIMA y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes y/o profesionales especializados para poder aplicar el instrumento en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas relacionados a la comunicación y relaciones públicas.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por su fina atención a la presente.

Atentamente



ESLUVIA HEREDIA VÁSQUEZ
DNI N° 07841223



ESCUELA DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA

1. Datos generales del Juez

Nombre del juez:	CARLA SANTA CRUZ SANDOVAL
Grado profesional:	Maestría (x) Doctor ()
Área de formación académica:	Clinica () Social () Educativa () Organizacional (x)
Áreas de experiencia profesional:	Relaciones Públicas y Gestión Pública
Institución donde labora:	PETROPERÚ Gerente Corporativo Comunicaciones y Relaciones Instit.
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Título de estudios revisado
DNI N°:	10719790
Firma del experto:	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Encuesta
Autora:	Esluvia Mercedes Heredia Vásquez
Objetivo:	Determinar la influencia de las relaciones públicas
Administración:	Individual
Año:	2023
Ámbito de aplicación:	Congresistas de la República representantes de Piura (7), Ancash (5), Puno (5), Lima (21) y Madre de Dios (1).
Dimensiones:	Socialización, empatía, retroalimentación
Niveles o rango:	Buena: (38 - 50) Regular: (24 - 37) Bajo: (10 - 13)
Cantidad de ítems:	10 ítems
Tiempo de aplicación:	5 minutos

4. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento la Guía de Encuesta de relaciones públicas y producción legislativa, elaborada por Heredia Vásquez, Esluvia Mercedes en el año 2023 de acuerdo con los siguientes indicadores para que usted califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 5 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

- 4: Alto nivel
- 3: Moderado nivel
- 2: Bajo Nivel
- 1: No cumple con el criterio

INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 01: RELACIONES PÚBLICAS

Definición de la variable:

Las relaciones públicas son el esfuerzo planeado para influenciar la opinión mediante el buen carácter y la ejecución responsable, basados en una comunicación de dos direcciones mutuamente satisfactorias (Scott Cutlip y Allen Center 2001)

Dimensión 1: Socialización

La acción social solo se da como conducta del o de los actores individuales. Es decir, deriva de acciones individuales. Esto lo lleva a plantear la relación entre individuos e instituciones o estructuras (Weber M. 1905).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-Índice de percepción ciudadana regional.	1	4	4	4	
-Cantidad de viajes a su región	2,3	4	4	4	

Dimensión 2: Empatía

La empatía es la actitud que tiene una persona para reconocer las emociones en los demás, es decir, es la capacidad de comprender los sentimientos de los otros y poder leer sus mensajes no verbales (Goleman D. 1995).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-Prueba de medición de valores morales (Test de Allport)	4	4	4	4	
-Índice de habilidades de comunicación con sus colegas	5,6	4	4	4	
-Test de relaciones interpersonales: pares, voceros, Ejecutivo (Test de colores o test de Lüscher)	7	4	4	4	

Dimensión 3: Retroalimentación

La intención es ofrecer retroalimentación formativa para que el estudiantado pueda reflexionar sobre sus producciones y desempeños y, a su vez, pueda mejorarlos. De allí que los protocolos permiten a los y las docentes hacer foco y ordenar en poco tiempo la conversación" (Anijovich, 2019).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-Índice de impacto político en su región.	8,9	4	4	3	
-Índice de satisfacción con sociedad civil regional y nacional	10	4	4	4	



ESCUELA DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA

1. Datos generales del Juez

Nombre del juez:	CARLA SANTA CRUZ SANDOVAL
Grado profesional:	Maestría (x) Doctor ()
Área de formación académica:	Clinica () Social () Educativa () Organizacional (x)
Áreas de experiencia profesional:	Administración y Gestión Pública
Institución donde labora:	PETROPERÚ Gerente Corporativo Comunicaciones y Relaciones Instit.
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Título de estudios revisado
DNI N°:	10719790
Firma del experto:	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Encuesta
Autora:	Esluvia Mercedes Heredia Vásquez
Objetivo:	Medir la producción legislativa
Administración:	Individual
Año:	2023
Ámbito de aplicación:	Congresistas de la República representantes de Piura (7), Ancash (5), Puno (5), Lima (21) y Madre de Dios (1).
Dimensiones:	Desempeño, relevancia, cobertura mediática
Niveles o rango:	Buena: (38 - 50) Regular: (24 - 37) Bajo: (10 - 13)
Cantidad de ítems:	10 ítems
Tiempo de aplicación:	5 minutos

4. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento la Guía de Encuesta de relaciones públicas y producción legislativa, elaborada por Heredia Vásquez, Esluvia Mercedes en el año 2023 de acuerdo con los siguientes indicadores para que usted califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 5 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

- 4: Alto nivel
- 3: Moderado nivel
- 2: Bajo Nivel
- 1: No cumple con el criterio

INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 02: PRODUCCIÓN LEGISLATIVA

Definición de la variable:

La producción legislativa es un proceso de interacción entre distintos elementos (editores, destinatarios, sistema jurídico, fines y valores) y que, además, puede examinarse desde distintas perspectivas o ideas de racionalidad (lingüística, lógico-formal, pragmática, teleológica y ética) por los autores de nomas; los destinatarios o las personas a quienes la ley está dirigida (Marcilla, G. 1999).

Dimensión 1: Desempeño legislativo

El desempeño legislativo es la labor que realiza un congresista de manera individual o en grupos de trabajo, sean temporales o permanentes (comisiones). Su labor la estructura a partir de temáticas cuyo fin es promover una mayor eficiencia en el desempeño de los asuntos propios de sus funciones parlamentarias, mereciendo análisis (predictámenes), estudio(dictámenes), redacción de documentos para en su momento ser sometidos a consideración del pleno de la legislatura. (Aicántara M. 2005)

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Índice de eficiencia legislativa (cada cuánto tiempo presenta una iniciativa legislativa)	1, 2	4	4	4	
Índice de productividad legislativa (Cantidad de proyectos de Ley presentados y cantidad de proyectos de Ley aprobados)	3, 4	4	4	4	

Dimensión 2: Relevancia

Es algo o cosas que tienen importancia, visibilidad o significación, y por lo tanto es importante tenerlas en cuenta (Etece 2022).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-Porcentaje de producción legislativa meramente declarativos	5	4	4	4	
-Porcentaje de proyectos con rigurosidad técnica	6, 7	4	4	3	

Dimensión 3: Cobertura mediática

Cobertura mediática es aquello que se transmite a la opinión pública, puede ser una imagen positiva o negativa, casi siempre de eventos negativos. Sirve a los medios para comercializar y ejercer presión económica sobre sus protagonistas. (Bennett L. 1983)

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-Índice de impacto en medios de comunicación regional	8, 9	4	4	4	
-Índice de aparición en medios de comunicación nacional para socializar sus proyectos de Ley	10	4	4	4	



ESCUELA DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA

VALIDEZ POR JUICIO DE EXPERTOS

Señor:

ANDIOLO ZEVALLOS NIVIN

Lic. en periodismo- Mg. en Gobierno y Gestión Pública

Presente

Asunto: Validación de instrumentos a través de juicio de experto

Me es grato saludar a usted y expresarle la estima de siempre, así también hacer de su conocimiento que, siendo estudiante del Programa Académico de Maestría en Relaciones Públicas e Imagen institucional de la Universidad César Vallejo, en la sede Trujillo, requiero validar el instrumento encuesta, con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi trabajo de investigación.

El título nombre del proyecto de investigación es: RELACIONES PÚBLICAS Y SU INFLUENCIA EN LA PRODUCCIÓN LEGISLATIVA DE CONGRESISTAS PERUANOS, JULIO 2022 – JUNIO 2023. LIMA y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar el instrumento en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas relacionados a la administración y gestión pública.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por su fina atención a la presente.

Atentamente

ESLUVIA HEREDIA VÁSQUEZ
DNI N° 07841223



ESCUELA DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA

1. Datos generales del Juez

Nombre del juez:	ANDIOLO ZEVALLOS NIVIN
Grado profesional:	Maestría (x) Doctor ()
Área de formación académica:	Clinica () Social () Educativa () Organizacional (x)
Áreas de experiencia profesional:	Administración y Gestión Pública
Institución donde labora:	FONDO DE COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO SOCIAL. FONCODES Unidad de comunicación e Imagen
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Título de estudios revisado
DNI N°:	06995160
Firma del experto:	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Encuesta
Autora:	Esluvia Mercedes Heredia Vásquez
Objetivo:	Determinar la influencia de las relaciones públicas
Administración:	Individual
Año:	2023
Ámbito de aplicación:	Congresistas de la República representantes de Piura (7), Ancash (5), Puno (5), Lima (21) y Madre de Dios (1).
Dimensiones:	Socialización, empatía, retroalimentación
Niveles o rango:	Buena: (38 - 50) Regular: (24 - 37) Bajo: (10 - 13)
Cantidad de ítems:	10 ítems
Tiempo de aplicación:	5 minutos

4. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento la Guía de Encuesta de relaciones públicas y producción legislativa, elaborada por Heredia Vásquez, Esluvia Mercedes en el año 2023 de acuerdo con los siguientes indicadores para que usted califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORIA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 5 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

- 4: Alto nivel
- 3: Moderado nivel
- 2: Bajo Nivel
- 1: No cumple con el criterio

INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 01: RELACIONES PÚBLICAS

Definición de la variable:

Las relaciones públicas son el esfuerzo planeado para influenciar la opinión mediante el buen carácter y la ejecución responsable, basados en una comunicación de dos direcciones mutuamente satisfactorias (Scott Cutlip y Allen Center 2001)

Dimensión 1: Socialización

La acción social solo se da como conducta del o de los actores individuales. Es decir, deriva de acciones individuales. Esto lo lleva a plantear la relación entre individuos e instituciones o estructuras (Weber M. 1905).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-Índice de percepción ciudadana regional.	1	4	4	4	
-Cantidad de viajes a su región	2,3	4	4	4	



Dimensión 2: Empatía

La empatía es la actitud que tiene una persona para reconocer las emociones en los demás, es decir, es la capacidad de comprender los sentimientos de los otros y poder leer sus mensajes no verbales (Goleman D. 1995).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-Prueba de medición de valores morales (Test de Allport)	4	4	4	4	
-Índice de habilidades de comunicación con sus colegas.	5,6	4	4	4	
-Test de relaciones interpersonales: pares, voceros, Ejecutivo (Test de colores o test de Lüscher)	7	4	4	4	

Dimensión 3: Retroalimentación

La intención es ofrecer retroalimentación formativa para que el estudiantado pueda reflexionar sobre sus producciones y desempeños y, a su vez, pueda mejorarlos. De allí que los protocolos permiten a los y las docentes hacer foco y ordenar en poco tiempo la conversación” (Anijovich, 2019).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-Índice de impacto político en su región.	8,9	4	4	3	
-Índice de satisfacción con sociedad civil regional y nacional.	10	4	4	4	



ESCUELA DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA

1. Datos generales del Juez

Nombre del juez:	ANDIOLO ZEVALLOS NIVIN
Grado profesional:	Maestría (x) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa () Organizacional (x)
Áreas de experiencia profesional:	Administración y Gestión Pública
Institución donde labora:	FONDO DE COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO SOCIAL. FONCODES Unidad de comunicación e Imagen
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Título de estudios revisado
DNI N°:	06995160
Firma del experto:	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Encuesta
Autora:	Esluvia Mercedes Heredia Vásquez
Objetivo:	Medir la producción legislativa
Administración:	Individual
Año:	2023
Ámbito de aplicación:	Congresistas de la República representantes de Piura (7), Ancash (5), Puno (5), Lima (21) y Madre de Dios (1).
Dimensiones:	Desempeño, relevancia, cobertura mediática
Niveles o rango:	Buena: (38 - 50) Regular: (24 - 37) Bajo: (10 - 13)
Cantidad de ítems:	10 ítems
Tiempo de aplicación:	5 minutos

(Handwritten mark)

4. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento la Guía de Encuesta de relaciones públicas y producción legislativa, elaborada por Heredia Vásquez, Esluvia Mercedes en el año 2023 de acuerdo con los siguientes indicadores para que usted califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORIA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 5 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

- 4: Alto nivel
 3: Moderado nivel
 2: Bajo Nivel
 1: No cumple con el criterio

INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 02: PRODUCCIÓN LEGISLATIVA
Definición de la variable:

La producción legislativa es un proceso de interacción entre distintos elementos (editores, destinatarios, sistema jurídico, fines y valores) y que, además, puede examinarse desde distintas perspectivas o ideas de racionalidad (lingüística, lógico-formal, pragmática, teleológica y ética) por los autores de nomas; los destinatarios o las personas a quienes la ley está dirigida (Marcilla, G. 1999).

Dimensión 1: Desempeño legislativo

El desempeño legislativo es la labor que realiza un congresista de manera individual o en grupos de trabajo, sean temporales o permanentes (comisiones). Su labor la estructura a partir de temáticas cuyo fin es promover una mayor eficiencia en el desempeño de los asuntos propios de sus funciones parlamentarias, mereciendo análisis (predictámenes), estudio(dictámenes), redacción de documentos para en su momento ser sometidos a consideración del pleno de la legislatura. (Alcántara M. 2005)



Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Índice de eficiencia legislativa (cada cuánto tiempo presenta una iniciativa legislativa)	1, 2	4	4	4	
Índice de productividad legislativa (Cantidad de proyectos de Ley presentados y cantidad de proyectos de Ley aprobados).	3, 4	4	4	4	

Dimensión 2: Relevancia

Es algo o cosas que tienen importancia, visibilidad o significación, y por lo tanto es importante tenerlas en cuenta (Etece 2022).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-Porcentaje de producción legislativa meramente declarativos.	5	4	4	4	
-Porcentaje de proyectos con rigurosidad técnica.	6, 7	4	4	3	

Dimensión 3: Cobertura mediática

Cobertura mediática es aquello que se transmite a la opinión pública, puede ser una imagen positiva o negativa, casi siempre de eventos negativos. Sirve a los medios para comercializar y ejercer presión económica sobre sus protagonistas. (Bennett L.1983)

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-Índice de impacto en medios de comunicación regional.	8, 9	4	4	4	
-Índice de aparición en medios de comunicación nacional para socializar sus proyectos de Ley.	10	4	4	4	