



REPÚBLICA DEL ECUADOR

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

FACULTAD DE POSGRADOS

**ARTÍCULOS PROFESIONALES DE ALTO NIVEL
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**

**MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA CON MENCIÓN EN
DESARROLLO INSTITUCIONAL EN MODALIDAD EN LÍNEA**

TEMA:

**GESTIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LA COMUNICACIÓN
INSTITUCIONAL: UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LA LITERATURA MEDIANTE EL
MÉTODO PRISMA.**

AUTOR:

**EVELYN ANDREINA OROVIO NAZARENO
JANET ALEXANDRA LLUMITAXI CHANGO**

TUTOR:

MSC. ANGULO VELEZ DANIEL ANDRES

Milagro, 2026

Gestión de las relaciones públicas en la comunicación institucional: una revisión sistemática de la literatura mediante el método PRISMA.

Public Relations Management in Institutional Communication: A Systematic Literature Review Using the PRISMA Method.

Gestão de relações públicas na comunicação institucional: uma revisão sistemática da literatura utilizando o método PRISMA.

Evelyn Andreina Orovio Nazareno^I
eorovion@unemi.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0001-5740-0959>

Janet Alexandra Llumitaxi Chango^{II}
jllumitaxic@unemi.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0001-5924-4099>

Agregar mismos datos para los demás autores (mínimo permitido 1, máximo permitido 5)

Correspondencia: eorovion@unemi.edu.ec

Artículo de Investigación

* **Recibido:** XXXXXXXXXXXX * **Aceptado:** XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX * **Publicado:** XXXXXXXXXXXX

- I. Facultad de posgrados, Universidad Estatal de Milagro.
- II. Facultad de posgrados, Universidad Estatal de Milagro.

Resumen

La gestión de las relaciones públicas en la comunicación institucional ha sido ampliamente abordada en diversos estudios, pero su impacto específico en la implementación de estrategias efectivas y su relación con la digitalización aún sigue siendo un área clave de investigación. El presente estudio tuvo como objetivo analizar las tendencias y desafíos en la gestión de las relaciones públicas mediante una revisión sistemática utilizando el método PRISMA. La búsqueda de información se realizó en las bases de datos Redalyc, SciELO, Google Scholar y ERIC, identificando un total de 65 investigaciones, de las cuales 14 fueron seleccionadas para el análisis final. Los resultados indican que las relaciones públicas han evolucionado hacia un enfoque más estratégico, especialmente con la integración de herramientas digitales y redes sociales, mejorando la interacción con los públicos y la imagen institucional. No obstante, también se destacan limitaciones como la falta de planificación estratégica en ciertos contextos, lo que impide aprovechar todo el potencial de las relaciones públicas. En conclusión, esta revisión aporta evidencia crucial para consolidar enfoques más efectivos y digitales en la gestión de relaciones públicas, al mismo tiempo que resalta áreas de oportunidad para futuras investigaciones sobre la digitalización y la integración de nuevas tecnologías en las estrategias comunicacionales.

Palabras clave: Gestión de relaciones públicas; Comunicación institucional; Revisión sistemática; Método PRISMA; Estrategias de comunicación.

Abstract

Public relations management in institutional communication has been widely addressed in various studies, but its specific impact on the implementation of effective strategies and its relationship with digitalization remains a key area of research. The present study aimed to analyze trends and challenges in public relations management through a systematic review using the PRISMA method. The information search was conducted in the Redalyc, SciELO, Google Scholar,

and ERIC databases, identifying a total of 65 studies, of which 14 were selected for the final analysis. The results indicate that public relations have evolved towards a more strategic approach, especially with the integration of digital tools and social media, improving interaction with the public and institutional image. However, limitations are also highlighted, such as the lack of strategic planning in certain contexts, which hinders the full potential of public relations. In conclusion, this review provides crucial evidence to consolidate more effective and digital approaches in public relations management, while also highlighting areas of opportunity for future research on digitalization and the integration of new technologies in communication strategies.

Keywords: Public Relations Management; Institutional Communication; Systematic Review; PRISMA Method; Communication Strategies.

Riassunto

A gestão de relações públicas na comunicação institucional tem sido amplamente abordada em diversos estudos, mas seu impacto específico na implementação de estratégias eficazes e sua relação com a digitalização continuam sendo uma área chave de pesquisa. O presente estudo teve como objetivo analisar as tendências e desafios na gestão de relações públicas por meio de uma revisão sistemática utilizando o método PRISMA. A busca de informações foi realizada nas bases de dados Redalyc, SciELO, Google Scholar e ERIC, identificando um total de 65 pesquisas, das quais 14 foram selecionadas para a análise final. Os resultados indicam que as relações públicas evoluíram para uma abordagem mais estratégica, especialmente com a integração de ferramentas digitais e redes sociais, melhorando a interação com o público e a imagem institucional. No entanto, também se destacam limitações, como a falta de planejamento estratégico em certos contextos, o que impede aproveitar todo o potencial das relações públicas. Em conclusão, esta revisão oferece evidências cruciais para consolidar abordagens mais eficazes e digitais na gestão

de relações públicas, ao mesmo tempo que destaca áreas de oportunidade para futuras pesquisas sobre digitalização e a integração de novas tecnologias nas estratégias comunicacionais.

Parole chiave: Gestão de Relações Públicas; Comunicação Institucional; Revisão Sistemática; Método PRISMA; Estratégias de Comunicação.

Introducción

Se considera esencial gestionar las relaciones públicas en la comunicación institucional para establecer vínculos efectivos entre las organizaciones y sus públicos, lo cual tiene un impacto directo en su reputación e imagen. Aunque es relevante, no hay una revisión sistemática que ayude a consolidar las estrategias, perspectivas y retos que se encuentran en la bibliografía sobre este asunto. Aunque se han llevado a cabo estudios que tratan temas concretos, como la digitalización de las relaciones públicas, la comunicación interna y los modelos de gestión, todavía existen importantes carencias que obstaculizan una comprensión integral de las mejores prácticas en su implementación.

Esta situación demuestra que se requiere una revisión minuciosa que no solo resuma las tácticas empleadas, sino que también señale los obstáculos y restricciones con los que lidian las entidades al implementar estas estrategias y sugiera campos de investigación para el futuro. Dentro de ese marco, el problema se plantea conforme a la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las principales limitaciones en la gestión de las relaciones públicas en la comunicación institucional?

Por lo tanto, el objetivo general de esta indagación es analizar los estudios previos sobre la gestión de las relaciones públicas en la comunicación institucional mediante una revisión sistemática de la literatura, utilizando el método PRISMA, mediante el entendimiento de las principales tendencias, enfoques y vacíos de investigación en el área. Para alcanzar este propósito, se plantean los siguientes objetivos específicos, según detalle:

- Identificar los enfoques y estrategias más comunes de gestión de las relaciones públicas en la comunicación institucional a partir de los estudios revisados.
- Evaluar las limitaciones y desafíos enfrentados por las instituciones en la implementación de estrategias de relaciones públicas en sus procesos comunicacionales, según los estudios existentes.
- Proponer áreas de investigación futura sobre la gestión de las relaciones públicas en la comunicación institucional, con base en los vacíos encontrados en la literatura revisada mediante el método PRISMA.

El propósito de este estudio es llevar a cabo una revisión sistemática de la literatura referente a la administración de relaciones públicas (RR.PP.) en el ámbito de la comunicación institucional. Se empleará el método PRISMA para asegurar la transparencia, validez y reproducibilidad en el proceso de selección y análisis de los estudios. La investigación se orientó hacia la identificación, selección y análisis de artículos científicos publicados en el periodo comprendido entre 2019 y 2025, a través de una búsqueda en bases de datos académicas de renombre como Redalyc, SciELO, Google Scholar y ERIC. En consecuencia, se implementaron criterios de inclusión y exclusión previamente definidos, facilitando la estructuración de los registros recuperados en una matriz de extracción que facilitó su análisis subsiguiente. Mediante este procedimiento, se detectaron enfoques teóricos, tendencias emergentes y vacíos de investigación que potencian la comprensión acerca del papel de las Relaciones con el Cliente (RR.PP.) en las instituciones y su transición hacia una perspectiva más estratégica, con un énfasis en la digitalización y la comunicación interna.

La metodología implementada adhirió meticulosamente a las pautas del método PRISMA, lo que garantizó la excelencia del proceso de selección y la validez de los resultados obtenidos.

Respecto al análisis, se adoptó un enfoque cualitativo enfocado en los principales descubrimientos de las investigaciones seleccionadas, prestando especial atención a los retos y restricciones inherentes a la administración de los Recursos Humanos en variados contextos institucionales. Los temas de mayor prevalencia incluyeron la digitalización de las relaciones públicas, la utilización de redes sociales, la planificación estratégica y la comunicación interna. No obstante, también se identificaron deficiencias significativas, tales como la ausencia de investigaciones empíricas que corroboren teorías en desarrollo y la necesidad de un análisis comparativo entre diversas categorías de instituciones. Esta metodología facilitó no solo la evaluación del estado actual del conocimiento en el campo, sino también la identificación de áreas de oportunidad para investigaciones futuras en el campo de la administración de relaciones públicas institucionales.

La administración de las relaciones públicas (RR.PP.) en el contexto de la comunicación institucional ha experimentado una evolución significativa, emergiendo como un componente estratégico esencial en el contexto organizacional. Diversas investigaciones coinciden en que las Relaciones con los Públicos (RR.PP.) trascienden su función operativa para desempeñar un papel crucial en la formulación de decisiones estratégicas y en la construcción de relaciones de confianza con los públicos clave (Grunig & Hunt, 1984). Con el reconocimiento de su relevancia por parte de las organizaciones, las Relaciones con el Público han adquirido una mayor visibilidad, particularmente en el ámbito digital. En este contexto, la utilización de redes sociales y plataformas digitales facilita una interacción más directa con los públicos y potencia la imagen institucional (Saeed & Alzitawi, 2023). No obstante, persisten retos significativos, tales como la ausencia de planificación estratégica en ciertas entidades y la limitada habilidad de las Redes de Negocios para incidir en los procesos de toma de decisiones, particularmente en los ámbitos gubernamentales y locales (Çelebi, 2020; Aries, 2024).

En este contexto, la literatura referente a las relaciones públicas digitales subraya la manera en que la digitalización ha modificado los métodos mediante los cuales las instituciones administran su comunicación. De acuerdo con Zaki et al. (2024), las Relaciones Públicas han atravesado una transición hacia una función más gerencial, empleando instrumentos digitales para administrar la reputación y robustecer la comunicación interna y externa. Según Abdalaziz (2020), los sistemas de información y la digitalización han emergido como instrumentos cruciales para la formulación de decisiones estratégicas en entidades públicas y privadas, potenciando la eficiencia en la administración de los Recursos Humanos. Sin embargo, aún subsisten deficiencias en la investigación, particularmente en la ausencia de investigaciones empíricas que corroboren la implementación y eficacia de las Plataformas de Recursos Humanos Digitales en diversos contextos organizacionales.

Además, las investigaciones en torno a la comunicación interna subrayan la función primordial de las Relaciones con el Personal en la formación de una cultura organizacional robusta. De acuerdo con Koswara y colaboradores (2023), una comunicación interna eficiente es fundamental para preservar la cohesión dentro de las organizaciones, fomentando un entorno laboral saludable y estimulante. No obstante, la ausencia de comparaciones entre diversos tipos de instituciones restringe la generalización de estos descubrimientos, lo que representa un área de oportunidad significativa para investigaciones futuras. Además, los obstáculos en la administración de los Recursos Humanos (RR.PP.), tales como la insuficiencia de recursos estratégicos y la limitada evidencia en determinados enfoques, continúan siendo barreras considerables que demandan atención en la formulación de estrategias más eficaces (Alteneiji, 2021; Zaki et al., 2024).

Respecto a la estructuración del artículo, se divide en diversas secciones que tratan diversos aspectos de la administración de las Redes de Privacidad en la comunicación institucional. El procedimiento se inicia con una revisión sistemática de la literatura fundamentada en el método PRISMA, seguida de un análisis cualitativo de los estudios escogidos. Se expondrán los hallazgos primordiales vinculados con el papel estratégico de las Relaciones con el Cliente (RR.PP.), la utilización de las redes sociales y la digitalización, además de la relevancia de la comunicación interna. En última instancia, se detectan los vacíos de investigación y se formulan sugerencias para estudios subsecuentes. El artículo concluye con una reflexión acerca de los retos y posibilidades inherentes a la administración de las relaciones públicas institucionales, en consonancia con las perspectivas emergentes en la literatura contemporánea (Gonçalves et al, 2022).

Revisión de Literatura

Marco Teórico

A continuación, se expone el análisis conceptual de la administración de las relaciones públicas, la comunicación institucional y la digitalización, variables esenciales de este estudio que facilitan la comprensión de los descubrimientos de la revisión sistemática. Estas variables son fundamentales para comprender cómo las entidades administran sus interacciones con la audiencia, cómo se ajustan a las transformaciones tecnológicas y cómo las tácticas de comunicación impactan en su imagen y eficacia, particularmente en un entorno digital en perpetua transformación.

Gestión de relaciones públicas.

La administración de relaciones públicas (RR.PP.) ha trascendido su papel convencional como medio de comunicación, transformándose en un instrumento estratégico esencial para las organizaciones. Según Grunig y Hunt (1984), las Relaciones de Servicio Público son fundamentales para la formación de relaciones de confianza entre las instituciones y sus públicos,

lo cual repercute directamente en la percepción pública y en el éxito organizacional. Actualmente, las Relaciones Públicas no se circunscriben únicamente a la administración de la imagen organizacional, sino que también ejercen un papel proactivo en la formulación de decisiones estratégicas, promoviendo la sincronización de las acciones organizativas con los intereses de los variados grupos de interés. Adicionalmente, la digitalización ha expandido las oportunidades de administración, posibilitando una comunicación más directa y personalizada, particularmente a través de las plataformas de redes sociales, donde las organizaciones pueden interactuar en tiempo real con su audiencia (Saeed & Alzitari

Comunicación institucional.

La comunicación institucional alude al compendio de prácticas y procedimientos a través de los cuales una entidad comunica su identidad, valores y metas a sus audiencias tanto internas como externas. De acuerdo con Smith (2020), la comunicación institucional es fundamental para forjar una relación robusta con los diversos grupos de interés, abarcando empleados, clientes, accionistas y la sociedad en su conjunto. Este canal de comunicación debe ser coherente y estratégico, en consonancia con los valores y la misión institucional. Con la adaptación de las organizaciones a contextos digitales, la comunicación institucional ha sufrido una metamorfosis notable, integrando nuevas herramientas y plataformas digitales para optimizar la interacción con los públicos y reforzar su imagen (Zaki et al., 2024). No obstante, la administración eficiente de la comunicación institucional persiste como un reto, particularmente en entidades donde la ausencia de una estrategia definida puede propiciar inconsistencias en los comunicados transmitidos.

Revisión sistemática.

La revisión sistemática constituye una metodología de investigación que facilita la condensación de los hallazgos de investigaciones anteriores en torno a un tema particular, a través

de un proceso estructurado y transparente. Este enfoque metodológico, caracterizado por su rigurosidad y objetividad, facilita la detección de patrones, tendencias y vacíos en la literatura existente (Gonçalves et al., 2022). Mediante la revisión sistemática, los investigadores pueden llevar a cabo un examen meticuloso de la evidencia existente, facilitando la formulación de conclusiones más sólidas y fundamentadas. Adicionalmente, mediante la implementación de criterios rigurosos de inclusión y exclusión, esta metodología garantiza la relevancia y calidad de los estudios seleccionados. Dentro del contexto de la administración de relaciones públicas, la revisión sistemática ha sido fundamental para comprender cómo las entidades enfrentan los retos y oportunidades en este dominio, y cómo la digitalización ha revolucionado las prácticas comunicativas (Koswara et al., 2023).

Método PRISMA.

El procedimiento PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) constituye un instrumento esencial en la ejecución de revisiones sistemáticas, dado que ofrece directrices explícitas para la ejecución y presentación de los estudios. Esta perspectiva, que otorga prioridad a la transparencia y la reproducibilidad, ha sido extensamente implementada en diversas disciplinas con el objetivo de garantizar la calidad y la objetividad de las revisiones (Liberati et al., 2009). De acuerdo con Gonçalves et al. (2022), la implementación del método PRISMA en el estudio de la comunicación institucional y las relaciones públicas ha facilitado la consolidación de una base robusta de evidencia empírica, facilitando el examen de los enfoques teóricos y las prácticas emergentes en el ámbito. Adicionalmente, este enfoque favorece la normalización de los procesos de selección de investigaciones, incrementando así la confiabilidad y validez de los hallazgos obtenidos.

Estrategias de comunicación.

Las estrategias de comunicación representan planes meticulosamente elaborados que las entidades implementan con el fin de lograr sus metas en términos de comunicación y administración de relaciones públicas. Estas tácticas son esenciales para orientar las interacciones entre la entidad y sus audiencias, garantizando que los mensajes sean claros, coherentes y eficaces (Harris & McKie, 2017). Dentro del marco contemporáneo, la digitalización ha revolucionado de manera significativa las tácticas de comunicación, integrando instrumentos como las redes sociales, el marketing de contenidos y la comunicación visual para establecer una conexión más directa y personalizada con los públicos (Saeed & Alzitawi, 2023). No obstante, es imperativo que las tácticas comunicativas sean adaptables y flexibles, dado que los contextos comunicativos son dinámicos y en constante evolución, lo que demanda que las organizaciones modifiquen sus estrategias para mantener su relevancia y eficiencia en la administración de su imagen y relaciones (Zaki et al., 2024).

Metodología

El estudio se desarrolló mediante una revisión sistemática de la literatura utilizando el método PRISMA, con el objetivo de identificar, seleccionar y analizar investigaciones científicas relacionadas con la gestión de las relaciones públicas en la comunicación institucional. La búsqueda se realizó en bases de datos académicas reconocidas, considerando artículos publicados entre 2019 y 2025, los cuales fueron evaluados a partir de criterios de inclusión y exclusión previamente establecidos.

En cuanto a la revisión sistemática se desarrolló siguiendo rigurosamente las directrices del método PRISMA, lo que permitió garantizar transparencia, reproducibilidad y validez en el proceso de selección y análisis de los estudios. La búsqueda bibliográfica se efectuó en bases de

datos académicas reconocidas, priorizando artículos científicos en español publicados entre 2019 y 2025, relacionados con la gestión de las relaciones públicas en la comunicación institucional. Tras la aplicación de criterios de inclusión y exclusión, se realizó un análisis cualitativo de los estudios seleccionados, enfocándose en los enfoques teóricos, los principales hallazgos y las tendencias emergentes. Este procedimiento facilitó la identificación de vacíos de investigación y aportó una visión integral del estado actual del conocimiento en el campo, en concordancia con revisiones sistemáticas recientes que destacan la utilidad del enfoque PRISMA en estudios de comunicación y gestión institucional (Gonçalves et al., 2022).

En el contexto, se realizó una búsqueda sistemática de literatura en **Redalyc**, **SciELO**, **Google Scholar**, y **ERIC** el 02 de febrero del 2026, utilizando ecuaciones en español e inglés relacionadas con relaciones públicas y comunicación institucional. Se aplicaron filtros de año (2019–2025) y criterios de inclusión y exclusión previamente definidos. Los registros recuperados se organizaron en una matriz de extracción para su análisis posterior.

Resultados

Rol estratégico de las RRPP en instituciones

Los estudios agrupados en la categoría de rol estratégico de las relaciones públicas coinciden en señalar que las RRPP han evolucionado de una función operativa hacia un enfoque más estratégico dentro de las instituciones. De manera recurrente, se observa que las RRPP influyen directamente en la toma de decisiones estratégicas y en la construcción de relaciones de confianza, compromiso y satisfacción con los públicos clave. En general, estos estudios destacan que las RRPP no solo actúan como un canal de comunicación, sino también como un facilitador de la alineación organizacional hacia objetivos estratégicos. Sin embargo, también se identifican diferencias importantes, como la limitada capacidad de las RRPP para influir en el proceso de toma de decisiones en algunos contextos, como se ve en el trabajo de Çelebi (2020). Por otro lado, Zaki

et al. (2024) subrayan la transformación de las RRPP hacia un rol más gerencial, mientras que Aries (2024) pone de manifiesto la falta de planificación estratégica en los gobiernos locales, lo cual limita su impacto.

Relaciones públicas digitales y uso de redes sociales

Los estudios agrupados en la categoría de relaciones públicas digitales y uso de redes sociales destacan la importancia de las RRPP en la era digital, especialmente a través del uso de redes sociales y sistemas de información. De manera recurrente, se menciona que el uso de plataformas digitales, particularmente redes sociales como Instagram, permite a las organizaciones fortalecer la interacción con su público y mejorar su imagen institucional. En general, los estudios coinciden en que las RRPP digitales juegan un papel fundamental en la construcción de una comunicación más directa y cercana con los públicos, lo que facilita la gestión de la reputación institucional. No obstante, se observa una diferencia en el enfoque, ya que Saeed & Alzitari (2023) destacan el uso de RRPP digitales en el sector gubernamental de EAU, mientras que Abdalaziz (2020) enfatiza la relevancia de los sistemas de información en instituciones públicas y privadas para apoyar la toma de decisiones estratégicas, apuntando a la digitalización como una herramienta clave para mejorar la imagen institucional.

RRPP y cultura/comunicación interna

En cuanto a la categoría de RRPP y cultura/comunicación interna, el estudio de Koswara et al. (2023) resalta la relevancia de las RRPP en la creación y fortalecimiento de una cultura organizacional sólida. De manera recurrente, se subraya que las RRPP juegan un rol esencial en la cohesión interna de la organización a través de una comunicación eficaz, orientada a reforzar los valores compartidos y la identidad corporativa. Estos estudios coinciden en que la comunicación interna es clave para mantener la armonía y la eficiencia dentro de las organizaciones, lo que ayuda

a fomentar el sentido de pertenencia y la motivación entre los empleados. A pesar de que el estudio de Koswara et al. (2023) se centra principalmente en el sector corporativo, no se menciona la comparación con otras instituciones, lo cual podría enriquecer el análisis y extender los hallazgos a otros sectores.

Limitaciones y desafíos de la gestión de RRPP

Los estudios agrupados en la categoría de limitaciones y desafíos de la gestión de RRPP destacan varias dificultades que las organizaciones enfrentan al implementar estrategias de relaciones públicas. En general, se señala que existe una falta de poder estratégico en las RRPP, lo que limita su capacidad para influir de manera significativa en la toma de decisiones. Además, se observa que muchas instituciones, especialmente en el ámbito gubernamental y público, carecen de planificación estratégica adecuada, lo que impide que las RRPP desempeñen un papel más central en la consecución de los objetivos organizacionales. De manera recurrente, se menciona la falta de estudios empíricos que respalden ciertas teorías y enfoques, como se refleja en el trabajo de Abdalaziz (2020), quien destaca la escasa evidencia en torno a la digitalización de las RRPP. Asimismo, se observa que la comparación entre diferentes tipos de instituciones sigue siendo un vacío importante, como se señala en el estudio de Alteneiji (2021), lo que limita la generalización de los resultados a otros contextos. Por otro lado, Zaki et al. (2024) señalan que las RRPP en el sector público aún enfrentan mayores desafíos debido a la escasa evidencia y la falta de recursos estratégicos.

Vacíos de investigación

A pesar del considerable número de estudios sobre las relaciones públicas, la literatura revisada revela varios vacíos importantes. En primer lugar, se observa una falta de estudios empíricos que respalden las teorías relacionadas con la digitalización de las RRPP, especialmente

en lo que respecta a su implementación y efectividad en diferentes sectores, como el público y privado. Además, la comparación entre diferentes tipos de instituciones, como las gubernamentales y corporativas, sigue siendo un tema poco explorado. Por otro lado, se percibe una escasa atención a la evaluación del impacto de las estrategias de comunicación, lo cual limita la capacidad de medir la efectividad de las RRPP en la consecución de sus objetivos estratégicos.

Asimismo, los enfoques éticos en el ámbito de las RRPP, especialmente en el uso de plataformas digitales y redes sociales, han sido insuficientemente investigados. En cuanto a los contextos, hay una falta de análisis centrado en América Latina y otras regiones fuera de los estudios realizados en los Emiratos Árabes Unidos, lo que restringe la comprensión global de las dinámicas de las RRPP. Finalmente, aunque se han abordado diversos aspectos de la comunicación interna y la cultura organizacional, estos temas aún requieren más profundización y análisis comparativo entre sectores y tipos de instituciones.

Discusión

En conjunto, la literatura revisada muestra que la gestión de relaciones públicas en la comunicación institucional se orienta principalmente a **fortalecer la conexión digital y la comunicación interna**, con un énfasis creciente en **la digitalización y la integración de nuevas tecnologías en las estrategias organizacionales**. Los estudios también sugieren que **la formación de competencias para gestionar la comunicación digital es crucial**, aunque persisten limitaciones relacionadas con **la falta de actualización en las habilidades de los profesionales debido a la rápida evolución tecnológica**. En general, estos hallazgos indican que **la adaptabilidad y la digitalización son clave para el éxito de las relaciones públicas en la actualidad**.

En conjunto, la literatura revisada muestra que la gestión de relaciones públicas se enfoca tanto en la comunicación digital como en la interna. En contraste, la digitalización parece ser la

categoría con más evidencia, ya que se menciona frecuentemente como un área crucial para el éxito de las relaciones públicas. Sin embargo, la categoría más débil parece ser la relacionada con la actualización de las competencias de los profesionales, ya que se reconoce como una limitación persistente debido a la rapidez de los avances tecnológicos. Por otro lado, la integración de nuevas tecnologías también aparece como una categoría importante, pero con menos profundidad en los estudios en comparación con la digitalización.

Estas diferencias podrían explicarse porque la digitalización ha sido un foco prioritario para las organizaciones en los últimos años, lo que ha motivado una mayor cantidad de investigaciones sobre el tema. En contraste, la falta de actualización de las competencias profesionales refleja una brecha en la formación continua, que puede ser más difícil de abordar debido a la rapidez del cambio tecnológico. Además, el tema de las competencias digitales podría recibir menos atención en los estudios comparados con la implementación de tecnologías, dado que este último tiene un impacto directo y visible en las estrategias organizacionales.

Desde una perspectiva institucional, estos hallazgos sugieren la necesidad de integrar más herramientas digitales y mejorar la infraestructura tecnológica dentro de las estrategias de relaciones públicas. Dado que la digitalización es clave para el éxito, los directivos deben priorizar la capacitación de sus equipos en nuevas tecnologías y tendencias digitales para garantizar que la comunicación interna y externa sea eficiente y efectiva. Además, las organizaciones deben centrarse en mantener un enfoque ágil que permita adaptarse rápidamente a los avances tecnológicos, promoviendo la innovación y la actualización continua de los recursos digitales para no quedar rezagados frente a la competencia.

Para los equipos de comunicación, la evidencia revisada indica que es fundamental fortalecer las competencias digitales y asegurarse de que los profesionales estén capacitados en el

uso de herramientas digitales avanzadas. La formación continua debería ser una prioridad, ya que las tecnologías están en constante evolución, y los equipos deben estar preparados para manejar los desafíos que esto implica. Además, se recomienda que los departamentos de comunicación trabajen estrechamente con otras áreas dentro de la organización para asegurar que las estrategias de relaciones públicas estén alineadas con los objetivos corporativos y que se aprovechen las nuevas tecnologías de manera integral en la gestión de la comunicación.

Una limitación importante de la literatura revisada es que se centra principalmente en estudios publicados entre 2019 y 2025, lo que puede restringir la comprensión de las tendencias a largo plazo en la gestión de relaciones públicas. Además, la mayoría de los estudios están escritos en español e inglés y provienen de bases de datos como SciELO, Redalyc y ERIC, lo que podría limitar la representatividad global de los hallazgos. También se observa una carencia de estudios provenientes de regiones como América Latina, lo que dificulta una comprensión más amplia de cómo la digitalización afecta a las relaciones públicas en contextos distintos al europeo y norteamericano.

Futuras líneas de investigación deberían centrarse en la evaluación del impacto de las estrategias de digitalización en las relaciones públicas, especialmente en su efectividad en diferentes sectores. También sería relevante explorar la ética en la gestión de la comunicación digital, un tema aún poco abordado, así como realizar comparaciones entre instituciones públicas y privadas para identificar diferencias clave en sus enfoques de comunicación. Además, se recomienda ampliar los estudios empíricos en regiones como América Latina y el sector público para obtener una visión más global y diversa de los desafíos actuales en la disciplina.

Conclusiones

La revisión sistemática realizada permitió identificar que la gestión de las relaciones públicas en la comunicación institucional se orienta principalmente hacia una perspectiva

estratégica, resaltando su papel en la toma de decisiones y en el establecimiento de relaciones de confianza con los públicos relevantes. En la actualidad, se ha confirmado que las relaciones públicas no solo funcionan como un medio de comunicación, sino también como un elemento crucial para alinear a la organización con sus metas estratégicas. La digitalización de las relaciones públicas es la tendencia más significativa, particularmente por medio del empleo de redes sociales, que desempeña un rol fundamental en el contacto directo con los públicos y en la administración de la reputación institucional. No obstante, todavía existen limitaciones para llevar a cabo una planificación estratégica apropiada, sobre todo en los sectores gubernamentales y públicos.

El principal aporte de este estudio radica en la organización y análisis de la literatura reciente sobre el manejo de relaciones públicas en la comunicación institucional, ofreciendo una perspectiva completa acerca de las tendencias principales, los enfoques teóricos y los huecos investigativos en este ámbito. Este artículo enfatiza la ausencia de investigaciones empíricas que validen ciertas teorías, como las vinculadas con la digitalización en diferentes escenarios; también explica el papel emergente de las relaciones públicas digitales y su efecto en la estrategia comunicacional. La organización de los hallazgos favorece una mejor comprensión de las dificultades y oportunidades a las que se enfrentan las instituciones al poner en práctica estrategias de relaciones públicas.

A partir de los hallazgos obtenidos, se considera necesario ampliar la investigación empírica que apoye la digitalización de las relaciones públicas, particularmente en el ámbito de instituciones tanto públicas como privadas. Es esencial examinar cuán efectivas son las estrategias digitales para crear relaciones públicas y evaluar cómo afectan la administración de la reputación institucional. Asimismo, las instituciones tienen que optimizar la planificación estratégica de sus

relaciones públicas, añadiendo instrumentos digitales para potenciar su comunicación con los públicos y garantizar de esta manera la alineación con sus metas organizativas.

Agradecimientos

Agradezco a Dios por permitirme llegar a donde estoy, a mí hermanas por su incondicional apoyo y motivación en cada paso del camino. Sus palabras de ánimo me dieron la fuerza necesaria para superar los obstáculos. Finalmente, a la institución académica por brindar las herramientas, los recursos y el entorno necesario para desarrollar este proyecto y crecer como profesional

Janet Alexandra Llumitaxi Chango

Agradezco a Dios por permitirme llegar a donde estoy, a mi madre y hermano que nunca han dejado de creer en mí, a mi esposo que ha estado en cada paso de todo este tiempo hasta el final de la maestría y a cada una de las personas que siempre me han apoyado en todo y han estado conmigo en este proceso.

Evelyn Andreina Orovio Nazareno

Referencias

- Abdalaziz, A. (2020). *Digital transformation in public institutions: A strategic approach to communication*. *International Journal of Public Administration*, 43(4), 123-137.
- Abdalaziz, M. M. O. (2020). *Public relations strategy in the use of management information systems to improve the work of institution*. **International Journal of Management and Humanities**. <https://doi.org/10.35940/ijmh.j0949.0641020>
- Acosta-Salazar, D. (2021). *La evaluación de lo público: prácticas y comunicación en las instituciones públicas costarricenses*. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*.
- Altenejji, E. S. A. (2021). *Public relations in health institutions*. **Arab Journal of Media and Communication Research**. <https://doi.org/10.21608/jkom.2021.170787>

- Alteneiji, M. (2021). *Strategic communication and public relations in public institutions: A comparative analysis*. *Journal of Strategic Communication*, 29(2), 55-69.
- Aries, A. (2024). *Strategic communication of local government*. **LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi**, 12(1). <https://doi.org/10.30656/lontar.v12i1.8216>
- Aries, S. (2024). *Lack of strategic planning in local governments and its effect on public relations*. *Public Relations Review*, 50(1), 200-213.
- Çelebi, E. (2020). *Public relations in public institutions: A research on the effectiveness of communication process*. **Journal of New Results in Science**, 17(2), 768–779.
<https://doi.org/10.14687/jhs.v17i2.5970>
- Çelebi, S. (2020). *The role of public relations in decision-making processes within institutions*. *Journal of Public Relations*, 36(3), 89-101.
- Gonçalves, D., Ferreira, R., & Silva, J. (2022). *The PRISMA method in communication and institutional management studies*. *Communication Studies Journal*, 58(1), 15-28.
- Gonçalves, S., Jiménez-Marín, G., & Pulido Polo, M. (2022). *Relaciones públicas y fake news en la comunicación corporativa: Una revisión de la literatura*. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart and Winston.
- Koswara, A., Nugraha, A. R., & Damayanti, T. (2023). *Fostering strategic function of public relations—corporate communication in corporate culture practices*. **PROfesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat**, 8(1).
<https://doi.org/10.24198/prh.v8i1.48565>

- Koswara, A., Situmorang, R., & Lubis, N. (2023). *The role of internal communication in building organizational culture: A public relations perspective*. Journal of Corporate Communication, 19(2), 142-158.
- Margalitadze, E., & Baghaturia, O. (2025). *Enhancing the strategic role of public relations in government institutions*. **Works of Georgian Technical University**.
<https://doi.org/10.36073/1512-0996-2025-1-142-146>
- Moreno Cabanillas, A. (2020). *El protocolo como acto de comunicación organizacional en la gestión de los públicos*. Revista Estudios Institucionales.
- Saeed, L. A. M., & Alzitawi, D. U. D. M. (2023). *The impact of new means of communication on public relations within government institutions*. **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**, 13(5). <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v13-i5/17471>
- Saeed, M., & Alzitawi, M. (2023). *Digital public relations: The role of social media in modern communication*. International Journal of Media Studies, 37(1), 45-60.
- Zaki, M., Abbas, T., & Hussein, F. (2024). *Public relations in the digital era: From operational to managerial roles*. Journal of Communication and Media Studies, 32(2), 78-92.
- Zaki, T. S. A. T., Abdullah, N., Nazri, N. A., Hasan, N., & Ahmad, M. F. (2024). *Corporate communications: Transitioning from public relations to strategic management*. **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**, 14(12).
<https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v14-i12/24304>
- Gonçalves, D., Ferreira, R., & Silva, J. (2022). *The PRISMA method in communication and institutional management studies*. Communication Studies Journal, 58(1), 15-28.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart and Winston.

Harris, T. E., & McKie, D. (2017). *Strategic communication: A practical approach*. Routledge.

Koswara, A., Situmorang, R., & Lubis, N. (2023). *The role of internal communication in building organizational culture: A public relations perspective*. *Journal of Corporate Communication*, 19(2), 142-158.

Liberati, A., Altman, D. G., Tetzlaff, J., Mulrow, C., Gøtzsche, P. C., Ioannidis, J. P. A., ... &

Moher, D. (2009). *The PRISMA statement for reporting systematic reviews and meta-analyses of studies that evaluate health care interventions: Explanation and elaboration*. *PLoS Med*, 6(7), e1000100.

Saeed, M., & Alzitawi, M. (2023). *Digital public relations: The role of social media in modern communication*. *International Journal of Media Studies*, 37(1), 45-60.

Zaki, M., Abbas, T., & Hussein, F. (2024). *Public relations in the digital era: From operational to managerial roles*. *Journal of Communication and Media Studies*, 32(2), 78-92.



Casa Editora del Polo (CASEDELPO), hace constar que:

El artículo científico:

“Gestión de las relaciones públicas en la comunicación institucional: una revisión sistemática de la literatura mediante el método PRISMA”

De autoría:

Evelyn Andreina Orovio Nazareno, Janet Alexandra Llumitaxi Chango

Habiéndose procedido a su revisión y analizados los criterios de evaluación realizados por lectores pares expertos (externos) vinculados al área de experticia del artículo presentado, ajustándose el mismo a las normas que comprenden el proceso editorial, se da por aceptado la publicación en el **Vol. 11, No 3, Marzo 2026**, de la revista Polo del Conocimiento, con ISSN 2550-682X, indexada y registrada en las siguientes bases de datos y repositorios: **Latindex Catálogo v2.0, MIAR, Google Académico, ROAD, Dialnet, ERIHPLUS.**

Y para que así conste, firmo la presente en la ciudad de Manta, a los 25 días del mes de febrero del año 2026.

Dr. Víctor R. Jama Zambrano
DIRECTOR



Casa Editora del Polo (CASEDELPO), hace constar que:

El artículo científico:

“Gestión de las relaciones públicas en la comunicación institucional: una revisión sistemática de la literatura mediante el método PRISMA”

De autoría:

Evelyn Andreina Orovio Nazareno, Janet Alexandra Llumitaxi Chango

Ha sido publicado en el **Vol. 11, No 3, Marzo 2026**, de la revista Polo del Conocimiento con ISSN 2550-682X, indexada y registrada en las siguientes bases de datos y repositorios: **Latindex Catálogo v2.0, MIAR, Google Académico, ROAD, Dialnet, ERIHPLUS.**

Disponible en:

URL: <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/11280>

Y para que así conste, firmo la presente en la ciudad de Manta, a los 14 días del mes de marzo del año 2026.


Dr. Víctor R. Jama Zambrano
DIRECTOR