



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

TITULO DEL ARTÍCULO

**ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL E IMAGEN
CORPORATIVA EN INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR**

AUTOR (A)

Jarrín Miranda, Jonathan Josué

**TRABAJO DE TITULACIÓN
Previo a la obtención del grado académico en
MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN**

TUTOR (A)

Veliz Arce, Alonso

Santa Elena, Ecuador

Año 2026



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por el Instituto de Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

**Acui. Mario Urgiles Pineda, Ph.D.
COORDINADOR DEL
PROGRAMA**

**Ing. Alonso Veloz Arce, Ph.D.
TUTOR**

**Lcda. Paola Cortez Clavijo, Ph.D.
ESPECIALISTA 1**

**Lcda. Armijos Triviño Norma
Allyson, Ph.D.
ESPECIALISTA 2**

**Ab. María Rivera González, Mgtr.
SECRETARIA GENERAL
UPSE**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

CERTIFICACIÓN:

Certifico que luego de haber dirigido científica y técnicamente el desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos, razón por el cual apruebo en todas sus partes el presente trabajo de titulación que fue realizado en su totalidad por Jonathan Josué Jarrín Miranda, como requerimiento para la obtención del título de Magíster en Comunicación.

Atentamente,

Ing. Alonso Veloz Arce, Ph.D.
C.I. 0916155112
TUTOR



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Jonathan Josué Jarrín Miranda

DECLARO QUE:

El trabajo de Titulación, Estrategias de comunicación digital e imagen corporativa en Instituciones de Educación Superior, previo a la obtención del título en Magíster en Comunicación, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Santa Elena, a los 7 días del mes de mayo de año 2026

Lic. Jonathan Jarrín Miranda, Mgtr.
C.I. 0928003722
AUTOR (A)



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

AUTORIZACIÓN

Yo, Jonathan Josué Jarrín Miranda

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de la investigación **Estrategias de comunicación digital e imagen corporativa en instituciones de educación superior** con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este informe de investigación dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Santa Elena, a los 7 días del mes de mayo de año 2026

Lic. Jonathan Jarrín Miranda, Mgtr.

C.I. 0928003722

AUTOR (A)



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

TEMA

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL E IMAGEN
CORPORATIVA EN INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN
SUPERIOR

Autor (a): Lic. Jonathan Jarrín, M.Ed.

Tutor (a): Ing. Alonso Veloz Arce, Ph.D.

RESUMEN

El presente artículo tiene como objetivo analizar las estrategias de comunicación digital y su influencia en la construcción de la imagen corporativa en las instituciones de educación superior (IES). Para ello, se desarrolló una revisión sistemática de literatura basada en el modelo PRISMA, considerando publicaciones entre 2016 y 2024 en bases de datos académicas como Google Scholar y SciSpace. Se seleccionaron 30 estudios mediante criterios de inclusión y exclusión previamente definidos, los cuales fueron analizados a través de técnicas de análisis documental y de contenido. Los resultados evidencian que la transformación digital, la multicanalidad y la personalización de contenidos constituyen las principales tendencias en la comunicación institucional universitaria. Asimismo, se identifica que el uso estratégico de redes sociales, el marketing de contenidos y la optimización de sitios web contribuyen significativamente al fortalecimiento de la reputación, el engagement

y la identidad corporativa. Sin embargo, persisten desafíos relacionados con la usabilidad, la accesibilidad, la gestión fragmentada de la comunicación y la limitada integración con los planes estratégicos institucionales. Se concluye que la comunicación digital, gestionada de manera estratégica e integrada, se posiciona como un elemento clave para la consolidación de la imagen corporativa en las IES, permitiendo mejorar su visibilidad, competitividad y relación con sus públicos de interés.

Palabras claves: Estrategias, comunicación digital, imagen corporativa, institución superior



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

TEMA

**DIGITAL COMMUNICATION STRATEGIES AND
CORPORATE IMAGE IN HIGHER EDUCATION
INSTITUTIONS**

Autor (a): Lic. Jonathan Jarrín, M.Ed.

Tutor (a): Ing. Alonso Veloz Arce, Ph.D.

ABSTRACT

This article aims to analyze digital communication strategies and their influence on the construction of corporate image in higher education institutions (HEIs). To this end, a systematic literature review was conducted based on the PRISMA model, considering publications between 2016 and 2024 from academic databases such as Google Scholar and SciSpace. A total of 30 studies were selected through previously defined inclusion and exclusion criteria and analyzed using documentary and content analysis techniques. The results show that digital transformation, multichannel communication, and content personalization are the main trends in university institutional communication. Likewise, the strategic use of social media, content marketing, and website optimization significantly contributes to strengthening reputation, engagement, and corporate identity. However, challenges persist regarding usability, accessibility, fragmented communication management,

and limited integration with institutional strategic plans. It is concluded that digital communication, when managed strategically and in an integrated manner, becomes a key element for consolidating the corporate image of HEIs, improving their visibility, competitiveness, and relationships with stakeholders.

Keywords: Strategies, digital communication, corporate image, higher, education institution.

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DE PUBLICACIÓN

Revista de Investigación, Formación y Desarrollo: Generando Productividad Institucional (RIF)	Revista de Investigación, Formación y Desarrollo: Generando Productividad Institucional (RIF) Link: ojs.formacion.edu.ec
--	---



REVISTA DE INVESTIGACIÓN, FORMACIÓN Y DESARROLLO: GENERANDO PRODUCTIVIDAD INSTITUCIONAL

RIF

CARTA DE ACEPTACIÓN

Por medio del presente se informa que el artículo titulado: **Estrategias de comunicación digital e imagen corporativa en instituciones de educación superior.**

De lo (s) autor (es):

Mgtr. Jonathan Jarrín Miranda

PhD. Alonso Veloz Arce

Ha sido **Aceptado** para su publicación en la **Revista de Investigación, Formación y Desarrollo: Generando Productividad Institucional**. Revista ubicada en catálogo LATINDEX 2.0, con Folio Electrónico 26510 e ISSN Electrónico 1390-9789. El mismo forma parte del Volumen 14, Número 1, del periodo enero-abril de 2026.

Sirva la presente para acreditar la aceptación de publicación del artículo agradeciendo cordialmente su colaboración a la revista.

Ecuador, Guayaquil 16 de abril de 2026

Como constancia firma:

PhD. Alejandro Nicolás Lema Cachinell

DIRECTOR GENERAL

@universitariodeformacion

