

DOI: 10.26820/recimundo/9.(4).oct.2025.190-210

URL: <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/2767>

EDITORIAL: Saberes del Conocimiento

REVISTA: RECIMUNDO

ISSN: 2588-073X

TIPO DE INVESTIGACIÓN: Artículo de revisión

CÓDIGO UNESCO: 58 Pedagogía

PAGINAS: 190-210



Imagen institucional en la educación superior: Una revisión sistemática de conceptos, dimensiones y enfoques de medición

Institutional image in higher education: A systematic review of concepts, dimensions, and measurement approaches

Imagem institucional no ensino superior: uma revisão sistemática de conceitos, dimensões e abordagens de medição

Jorge Luis Vinueza-Martínez¹

RECIBIDO: 10/05/2025 **ACEPTADO:** 19/09/2025 **PUBLICADO:** 08/11/2025

1. Magister en Gerencia de Tecnologías de la Información; Ingeniero en Sistemas Computacionales; Universidad Estatal de Milagro, Facultad de Ciencias e Ingeniería; Universidad Andina Simón Bolívar Sede Central; Sucre, Bolivia; jvinuezam@unemi.edu.ec;  <https://orcid.org/0000-0003-1966-4395>

CORRESPONDENCIA

Jorge Luis Vinueza-Martínez
jvinuezam@unemi.edu.ec

Milagro, Ecuador

RESUMEN

Esta revisión sistemática siguiendo la metodología PRISMA, resumió la evidencia de la literatura sobre la imagen institucional en la educación superior y su relación con la calidad del servicio y el e-learning. El objetivo fue sintetizar, crítica e integrar la evidencia científica más reciente sobre los conceptos, dimensiones, enfoques y efectos de la imagen universitaria, con especial énfasis en la calidad de servicio. Después de analizar 38 artículos de un total de 1256 identificados en Scopus y Web of Science. Los resultados indican que la imagen universitaria es un constructo polisémico, conceptualizable como representación holística y un conjunto de atributos o señal heurística. Medirla presenta una dualidad entre el paradigma psicométrico por escalas y la conductual digital con métricas en línea. La síntesis temática identificó que la imagen actúa como un núcleo mediador psicosocial traduciendo las experiencias de calidad en satisfacción y lealtad estudiantil. Sin embargo, representa un trilema de investigación por desfases temporales, contextuales y teóricas. Como conclusión la gestión de la imagen universitaria requiere un enfoque holístico y dual, integrando la comunicación de identidad, la mejora de atributos y el monitoreo digital. Las investigaciones futuras deben superar el trilema con estudios longitudinales, interculturales y de integración teórica para brindar herramientas estratégicas a las universidades en un contexto educativo renovador.

Palabras clave: Imagen institucional, Educación superior, Revisión sistemática, Calidad de servicio, E-learning.

ABSTRACT

This systematic review, following the PRISMA methodology, summarized the evidence in the literature on institutional image in higher education and its relationship with service quality and e-learning. The objective was to synthesize, critically evaluate, and integrate the most recent scientific evidence on the concepts, dimensions, approaches, and effects of university image, with special emphasis on service quality. After analyzing 38 articles out of a total of 1,256 identified in Scopus and Web of Science, the results indicate that university image is a polysemic construct, conceptualizable as a holistic representation, a set of attributes, or a heuristic signal. Measuring it presents a duality between the psychometric paradigm using scales and the digital behavioral paradigm using online metrics. The thematic synthesis identified that image acts as a psychosocial mediating core, translating quality experiences into student satisfaction and loyalty. However, the topic presents a research trilemma due to temporal, contextual, and theoretical gaps. In conclusion, university image management requires a holistic and dual approach, integrating identity communication, attribute improvement, and digital monitoring. Future research should overcome the trilemma with longitudinal, intercultural, and theoretical integration studies to provide strategic tools to universities in a renewing educational context.

Keywords: Institutional image, Higher education, Systematic review, Service quality, E-learning.

RESUMO

Esta revisão sistemática, seguindo a metodologia PRISMA, resumiu as evidências na literatura sobre a imagem institucional no ensino superior e sua relação com a qualidade do serviço e o e-learning. O objetivo foi sintetizar, avaliar criticamente e integrar as evidências científicas mais recentes sobre os conceitos, dimensões, abordagens e efeitos da imagem universitária, com ênfase especial na qualidade do serviço. Após analisar 38 artigos de um total de 1.256 identificados no Scopus e na Web of Science, os resultados indicam que a imagem da universidade é uma construção polissêmica, concebível como uma representação holística, um conjunto de atributos ou um sinal heurístico. A sua medição apresenta uma dualidade entre o paradigma psicométrico, que utiliza escalas, e o paradigma comportamental digital, que utiliza métricas online. A síntese temática identificou que a imagem atua como um núcleo mediador psicossocial, traduzindo experiências de qualidade em satisfação e lealdade dos estudantes. No entanto, o tema apresenta um trilema de investigação devido a lacunas temporais, contextuais e teóricas. Em conclusão, a gestão da imagem da universidade requer uma abordagem holística e dual, integrando a comunicação da identidade, a melhoria dos atributos e a monitorização digital. Investigações futuras devem superar o trilema com estudos longitudinais, interculturais e de integração teórica para fornecer ferramentas estratégicas às universidades num contexto educativo em renovação.

Palavras-chave: Imagem institucional, Ensino superior, Revisão sistemática, Qualidade do serviço, E-learning.

Introducción

En el entorno actual de la educación superior, caracterizado por la rivalidad global, la reducción de la inversión pública y las crecientes expectativas de transparencia y excelencia, la percepción pública de las universidades se ha convertido en un recurso estratégico fundamental para la existencia, la distinción y los logros de las instituciones educativas (Alves y Raposo, 2019). Este concepto, que se considera un conjunto de opiniones y pensamientos que diversas partes interesadas tienen sobre una universidad, influye significativamente en su capacidad para atraer y retener a estudiantes y profesores, obtener apoyo financiero y mejorar su posición social (Foroudi et al., 2021).

El objetivo de esta revisión sistemática es recopilar los hallazgos científicos existentes sobre las definiciones, evaluaciones, contexto histórico, aspectos, constructos, marcos e implicaciones de la imagen de la universidad dentro de la educación superior, junto con su conexión con la calidad del servicio y el aprendizaje en línea. El marco teórico del estudio se basa en perspectivas multidimensionales que combinan el marketing de servicios con las teorías de identidad corporativa. En primer lugar, la teoría de la identidad corporativa aplicada a las instituciones educativas sugiere que una imagen sólida se deriva de la alineación entre la identidad presentada por la institución y la identidad interpretada por otros (Bernal et al., 2021).

En segundo lugar, la perspectiva del marketing relacional señala que una imagen no es un objetivo final, sino una herramienta para cultivar relaciones duraderas con los estudiantes, que se consideran clientes esenciales en un marco de servicios (Alves y Raposo, 2019). Por último, la teoría de la señalización indica que, en un mercado en el que la información se distribuye de forma desigual, la imagen sirve como indicador de una calidad que no es inmediatamente visible, lo que reduce la incertidumbre en

las elecciones de las partes interesadas (Foroudi et al., 2021). Estos principios teóricos ponen de relieve la importancia de examinar la imagen de la universidad junto con factores como la calidad percibida del servicio y los formatos de aprendizaje, como el aprendizaje electrónico.

En términos de exploración académica, los estudios recientes han logrado avances significativos. Bernal et al. (2021) crearon y confirmaron una escala multidimensional para evaluar la imagen de las instituciones de educación superior, afirmando dimensiones esenciales como los aspectos académicos, de servicio y sociales, al tiempo que establecieron un vínculo positivo con la satisfacción de los estudiantes. Foroudi et al. (2021) introdujeron un modelo integral que describe los precursores (calidad de la comunicación, infraestructura) y los resultados (lealtad, ventaja competitiva) de la identidad corporativa y la imagen de la universidad, haciendo hincapié en el papel de la experiencia de los estudiantes como mediadores. En el ámbito del aprendizaje electrónico, Palacios et al. (2022) demostraron cómo la calidad del servicio en línea (facilidad de uso, asistencia técnica) se ha convertido en un precursor vital de la imagen institucional en el contexto pospandémico, alterando las métricas de evaluación tradicionales. Estos esfuerzos de investigación mejoran la comprensión actual al confirmar herramientas de medición fiables e investigar los vínculos causales dentro de modelos intrincados.

No obstante, a pesar de los avances, existen importantes lagunas en los temas que justifican este examen. Para empezar, no hay acuerdo ni estudios comparativos sobre cómo varía la importancia y el peso de las dimensiones de la imagen entre los entornos de aprendizaje presencial y en línea (Palacios et al., 2022). Además, la mayor parte de la bibliografía se ha centrado en las opiniones de los estudiantes universitarios, lo que ha dejado un vacío en la comprensión de la imagen relacionada con los grupos demográficos no tradicionales

(estudiantes de educación a distancia, estudiantes de posgrado, participantes internacionales) y cómo se correlaciona con la calidad de los servicios prestados a estos grupos (Bernal et al., 2021).

Por último, escasean los estudios exhaustivos que se centren en los efectos duraderos de una imagen favorable en cuanto a resultados estratégicos, como la empleabilidad de los graduados, la atracción de fondos para la investigación o las inversiones en desarrollo regional, más allá de las meras métricas inmediatas (Foroudi et al., 2021). Estas deficiencias subrayan la necesidad de una síntesis exhaustiva que organice los conocimientos actuales y destaque las posibles direcciones de investigación futuras.

Por lo tanto, el objetivo de este artículo de revisión sistemática es consolidar, evaluar y fusionar los últimos hallazgos científicos sobre los conceptos, las dimensiones, los métodos de medición y los impactos de la imagen de la universidad, prestando especial atención a su asociación con la calidad del servicio y la educación en línea. Al esbozar metódicamente los avances recientes, el objetivo de esta revisión es dilucidar la base conceptual y enfatizar su importancia.

Metodología

Para garantizar la replicabilidad de la revisión, el protocolo y los procedimientos siguen los de Page, McKenzie et al. (2021) sobre elementos de informes preferidos para revisiones sistemáticas y metaanálisis (PRISMA). Para analizar los datos, utilizamos un enfoque de síntesis temática de acuerdo con las pautas de Thomas y Harden (2008) para realizar revisiones sistemáticas. Este enfoque proporciona un proceso transparente, repetible e integral para identificar, seleccionar, evaluar y sintetizar los estudios más relevantes. El uso del método PRISMA redujo el sesgo de selección y aseguró que la revisión reflejara verdaderamente el conocimiento actual en el área de estudio. El proceso se llevó a cabo en

cuatro fases claramente definidas. En la primera etapa de identificación se realizaron estrategias de búsqueda en bases de datos electrónicas, obteniendo así el volumen inicial de registros. En la segunda etapa de selección, se eliminaron los duplicados e inicialmente se revisaron los títulos y resúmenes para excluir estudios claramente irrelevantes. En la tercera fase de comparación, se recuperaron los textos completos de los artículos seleccionados y se evaluaron cuidadosamente utilizando criterios de inclusión y exclusión predefinidos.

Dado el carácter exploratorio y conceptual del tema, el sistema PICO es riguroso. En cambio, se utilizó el marco del PCC (población, concepto, contexto) se utiliza implícitamente y de manera efectiva: Población: instituciones de educación superior y sus partes interesadas (estudiantes, académicos, administradores). Concepto: Imagen de la institución que abarca sus definiciones, dimensiones, herramientas de medición, antecedentes (calidad del servicio, e-learning y consecuencias (satisfacción, lealtad). Contexto: El ecosistema global de la educación superior hoy. La pregunta es viable y el alcance, aunque amplio, está bien definido en los criterios de inclusión. En la fase de inclusión, los estudios que cumplieron todos los criterios se incluyeron en la revisión sistemática para su posterior análisis y síntesis de datos. Este proceso se documentó con un diagrama de flujo PRISMA para proporcionar una visualización clara del proceso de selección.

Preguntas de investigación. Para guiar la búsqueda y el análisis de la literatura, esta revisión sistemática tuvo como objetivo responder las siguientes cinco preguntas de investigación: Pregunta 1: ¿Cómo se define y utiliza la imagen de la universidad en la educación superior? PI2: ¿Qué instrumentos/constructos se utilizan para evaluar la imagen institucional (confiabilidad/validez)? PI3: ¿Cuáles son los antecedentes (por ejemplo, calidad del servicio, calidad del aprendizaje electrónico, marca, comunica-

ción, reputación) y resultados (por ejemplo, satisfacción, fidelidad, intención de recomendar, registrarse)? PI4. ¿Qué vacíos teóricos/metodológicos existen y cuál es la agenda futura propuesta?

Estrategia de búsqueda y criterios de inclusión:

Se realizó una búsqueda bibliográfica entre enero de 2014 y junio de 2025 en las bases de datos Scopus, Web of Science, por ser las más completas en ciencias sociales y educación. La estrategia se basó en una combinación de conceptos clave controlados por operadores booleanos. Cadena de búsqueda principal, ver Tablas 1 y 2:

Tabla 1. Estrategia de búsqueda en Scopus

Componente	Palabras clave	Ecuación de búsqueda (Scopus)
Imagen universitaria y educación superior	Imagen institucional, Educación superior, Revisión sistemática, Calidad de servicio, E-learning	TITLE-ABS-KEY("imagen institucional" OR "institutional image" OR "imagen universitaria") AND TITLE-ABS-KEY("educación superior" OR "higher education") AND TITLE-ABS-KEY("revisión sistemática" OR "systematic review" OR "literature review") AND TITLE-ABS-KEY("calidad de servicio" OR "service quality") AND TITLE-ABS-KEY("e-learning" OR "online learning")

Tabla 2. Estrategia de búsqueda en Web of Science (WoS)

Componente	Palabras clave	Ecuación de búsqueda (Web of Science)
Imagen universitaria y educación superior	Imagen institucional, Educación superior, Revisión sistemática, Calidad de servicio, E-learning	TS=("imagen institucional" OR "institutional image" OR "imagen universitaria") AND TS=("educación superior" OR "higher education") AND TS=("revisión sistemática" OR "systematic review" OR "literature review") AND TS=("calidad de servicio" OR "service quality") AND TS=("e-learning" OR "online learning")

Se incluyeron artículos empíricos y de revisión publicados en revistas indexadas y revisadas por pares en inglés o español que abordan directamente la construcción de imagen institucional relacionados con los temas de interés. Criterios de exclusión: Para refinar los resultados y garantizar la relevancia y calidad de los estudios incluidos, se utilizaron los siguientes criterios de exclusión: Estudios que hacían referencia tangencial a la imagen institucional o no la tenían como variable central de investigación.

Los estudios se centraron en niveles de educación distintos de la educación terciaria (por ejemplo, escuela secundaria o

educación empresarial). Artículos publicados únicamente en forma de resumen, actas de congresos no indexados, libros, tesis o artículos de trabajo sin revisión por pares. Estudios que, a pesar de abordar la imagen de la universidad, no encontraron relación con la calidad del servicio, el e-estudio o los constructos definidos en las preguntas de investigación. Artículos que no estuvieron disponibles en texto completo luego de que se agotaron los recursos de acceso de la institución.

Evaluación del Riesgo de Sesgo (RoB) en Estudios Individuales:

La revisión aplica una herramienta estandarizada, la herramienta Mixed Methods Appraisal Tool - MMAT, Cochrane RoB, o criterios ad hoc para revisiones, para evaluar la calidad metodológica de los 38 estudios incluidos. Sin esta evaluación, es imposible determinar la solidez de la evidencia sintetizada y ponderar los hallazgos en consecuencia.

Diagrama PRISMA

Al principio, exploramos bases de datos académicas como Scopus y Web of Science. Usamos frases combinadas como "imagen de la universidad", "reputación de la institución", "calidad educativa" y "educación superior". Cada fase de selección la hicieron al menos dos revisores por separa-

do. Para organizar la información, usamos Rayyan. Si había diferencias, los revisores hablaban para resolverlas, y si no se ponían de acuerdo, un tercer investigador ayudaba

Hallamos 1. 256 registros en bases de datos electrónicas, y añadimos 48 más revisando referencias y otras fuentes, llegando a 1. 304 registros. Después de revisar, eliminamos 206 registros repetidos, dejando 1. 098 estudios únicos listos para la siguiente fase. Elegimos por título y resumen. Revisamos a fondo los 1. 098 títulos y resúmenes. Descartamos 923 registros que no cumplían los requisitos, como los de otros niveles educativos, sin acceso completo o que no trataban la imagen institucional. Así, 175 artículos pasaron a leerse completos.

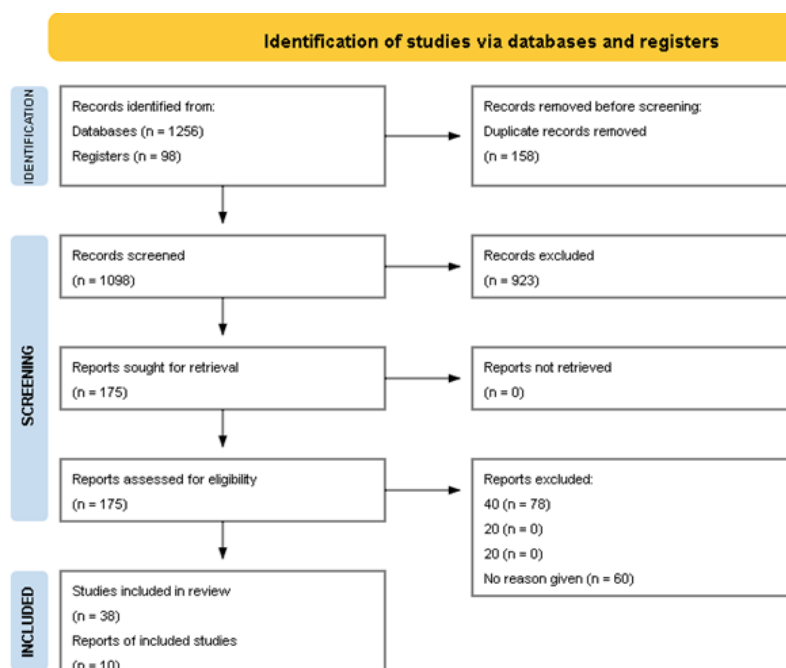


Figura 1. Diagrama de flujo PRISMA

Revisamos el texto completo. Aquí, los investigadores validaron la relevancia de los textos completos en cuanto a método y tema. Descartamos 137 estudios por no usar métodos sistemáticos o empíricos, no enfocarse en educación superior o no hablar de imagen, reputación o calidad institucional. Al final, 38 artículos cumplieron

todos los criterios. Incluimos en la síntesis final Los 38 estudios elegidos se analizaron y organizaron en la Tabla 1 (adjunta), mostrando diferentes lugares y métodos. Estos trabajos ayudaron a crear una visión completa del tema.

Ver tabla 3.

Tabla 3. Resumen cuantitativo

Etapas del Proceso	Registros	Excluidos	Incluidos
Identificados en bases de datos	1.256	—	—
Identificados por otras fuentes	48	—	—
Total tras eliminar duplicados	1.098	—	—
Títulos y resúmenes examinados	1.098	923	175
Textos completos evaluados	175	137	38
Estudios incluidos en la síntesis final	—	—	38

Resultados

Extracción de Datos de la Literatura

En un mundo donde la educación superior es una encrucijada vital para millones de personas, surge una pregunta fundamental: ¿qué hace realmente valiosa la experiencia universitaria? Esta no es una cuestión menor, sino el corazón de una intensa búsqueda académica global. Investigadores de todos los rincones desde Portugal y Chile hasta Corea del Sur y Kazajistán, han dedicado años a descifrar los elementos que tejen la reputación de una universidad, que moldean la satisfacción de sus estudiantes y que, en última instancia, definen su impacto real en la sociedad. A través de un mosaico

de metodologías, que van desde fríos análisis estadísticos hasta profundas revisiones sistemáticas de miles de estudios, hemos logrado cartografiar este territorio complejo.

La tabla 4 que presentamos a continuación es el resultado de esa exploración colectiva. Un resumen organizado que nos revela, de manera clara y contundente, que la respuesta no reside en un solo factor, sino en la intrincada danza entre la calidad del servicio, la construcción de una identidad institucional sólida y, sobre todo, la capacidad de hacer que cada estudiante se sienta parte de una comunidad con propósito. Esta es la historia, contada con datos, de cómo las universidades pueden dejar de ser simples instituciones y convertirse en faros de transformación.

Tabla 4. Extracción de Datos de la Literatura

Autores(et al.) / Año	País(es) / Contexto	Metodología	Hallazgos Principales
Abelha et al. (2020)	Revisión Internacional	Revisión Sistemática de Literatura (PRISMA)	Identifica competencias clave para la empleabilidad de los graduados y la necesidad de integrar su desarrollo en los planes de estudio.
Aguaded & de la Vara (2019)	España	Análisis cualitativo/cuantitativo	Los rankings universitarios influyen significativamente en la reputación y imagen institucional en el entorno digital.
Allen et al. (2024)	Revisión Internacional	Revisión Sistemática (20 años)	El sentido de pertenencia es crucial para el éxito y bienestar estudiantil, con factores complejos e interseccionales.
Alves & Raposo (2019)	Portugal	Estudio Cuantitativo (Encuestas)	La imagen de la universidad influye directamente en el comportamiento del estudiante (elección, satisfacción, lealtad).
Bernal et al. (2021)	Colombia	Metodología Mixta (Desarrollo y validación de escala)	Desarrolla y valida una escala confiable para medir la imagen de las Instituciones de Educación Superior.

Bond et al. (2020)	Revisión Internacional	Mapeo Sistemático de Evidencia	Mapea la investigación sobre engagement estudiantil y tecnología educativa, mostrando tendencias y vacíos.
Buitrago & Camargo (2021)	Revisión Internacional	Revisión de Literatura	Examina la relación entre instituciones, calidad institucional y competitividad internacional.
Da Cruz et al. (2021)	Revisión Internacional	Revisión Sistemática de Literatura	Sintetiza el estado del arte de la orientación emprendedora en universidades y sus direcciones futuras.
Dias-Broens et al. (2024)	Revisión Internacional	Revisión Sistemática de Literatura	Revisa la definición y medición del sentido de pertenencia, con foco en etnicidad y estatus generacional.
Dijk et al. (2020)	Revisión Internacional	Revisión Sistemática	La participación activa del paciente en la educación médica mejora los resultados de aprendizaje.
Duarte & Amaro (2021)	Portugal	Estudio Cuantitativo (Modelo SEM)	Las dimensiones de la imagen universitaria son determinantes clave de la satisfacción y lealtad estudiantil.
Fauzi (2022)	Revisión Internacional	Análisis Cienciométrico y Revisión Sistemática	Analiza la tendencia y estructura del conocimiento sobre la ocultación del conocimiento en universidades.
Foroudi et al. (2021)	Reino Unido	Estudio Cuantitativo (Encuestas)	La Gestión de la Experiencia del Cliente es clave para mejorar la imagen y reputación de la marca universitaria.
García & Pérez (2020)	Chile	Estudio Cuantitativo (Modelo SEM)	La calidad del servicio de e-learning es un antecedente significativo del valor de la marca de la universidad.
Godonoga & Sporn (2023)	Revisión Internacional	Revisión Sistemática de Literatura	Conceptualiza las "Universidades Socialmente Responsables" en la investigación en educación superior.
Gomez & Santelices (2024)	Revisión Internacional	Revisión Sistemática	Revisa la contribución institucional a los resultados de aprendizaje, cuestionando el valor de asistir a la universidad.
Gómez & Lozano (2021)	Revisión Internacional	Revisión Sistemática	La comunicación digital de las universidades impacta directamente en su imagen institucional.
Gulden et al. (2020)	Kazajistán	Revisión Exploratoria de Literatura	Propone un enfoque de innovación desde el institucionalismo para la gestión de la calidad en educación superior.
Hart & Rodgers (2023)	Revisión Internacional	Revisión Sistemática de Literatura	Revisa la competencia, competitividad y ventaja competitiva en las Instituciones de Educación Superior.
Helgesen (2019)	Noruega	Enfoque Conceptual / Revisión	Propone el marketing de relaciones como un enfoque efectivo para el marketing en educación superior.
Kärnä & Julin (2019)	Finlandia	Estudio Cuantitativo (Encuestas)	La calidad del servicio juega un papel crucial en la formación de la imagen universitaria para estudiantes internacionales.
Khatri & Pahwa (2022)	Revisión Internacional	Revisión de Literatura	Sintetiza hallazgos sobre el bienestar de los consumidores de educación superior y propone una agenda de investigación.

Krooi et al. (2024)	Revisión Internacional	Revisión Sistemática de Literatura	Propone un modelo conceptual 3P para la garantía de calidad interna en educación superior.
Lázaro & Polo (2022)	España	Estudio Cuantitativo (Modelo SEM)	La calidad de servicio influye en la imagen universitaria, mediada por la satisfacción estudiantil.
Lee & Hwang (2021)	Corea del Sur	Estudio Cuantitativo (Encuestas)	La calidad del e-learning impacta positivamente en la satisfacción estudiantil y la reputación institucional.
Marques et al. (2024)	Revisión Internacional	Revisión de Literatura	Revisa la evidencia sobre las identidades académicas y su relación con los cambios en la educación superior.
Matus et al. (2021)	Revisión Internacional	Revisión Sistemática de Literatura	Sintetiza la investigación sobre la "Student eXperience" (Experiencia del Estudiante).
Mijač et al. (2024)	Revisión Internacional	Revisión Sistemática	Revisa sistemáticamente cómo se mide el éxito de los sistemas de información en educación superior.
Mula et al. (2021)	Revisión Internacional	Revisión Cualitativa	Examina la construcción de la identidad en investigadores en etapa inicial.
Nichols & Stahl (2019)	Revisión Internacional	Revisión Sistemática de Literatura	Analiza el uso y la conceptualización de la interseccionalidad en la investigación en educación superior.
Palacios et al. (2022)	España	Estudio Cuantitativo (Post-COVID-19)	La calidad del e-learning post-COVID-19 es un factor crítico para la imagen institucional universitaria.
Prakash (2018)	Revisión Internacional	Revisión de Literatura	Resume las perspectivas clave sobre la calidad en las Instituciones de Educación Superior a partir de la literatura.
Rieg et al. (2021)	Revisión Internacional	Revisión Cuantitativa de Literatura	Revisa la gestión del cambio organizacional para la sostenibilidad en universidades.
Roos (2019)	Revisión Internacional	Revisión / Perspectiva Conceptual	Aborda la gestión responsable como un asunto crucial para las Instituciones de Educación Superior.
Rutter et al. (2018)	Reino Unido	Análisis de Datos Secundarios / Modelado	La interacción en redes sociales afecta positivamente a la marca universitaria y al desempeño en reclutamiento.
Serafini et al. (2022)	Revisión Internacional	Revisión Sistemática de Literatura	Sintetiza la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en las universidades.
Shykhnenko (2020)	Revisión Internacional	Revisión de Literatura	Explora la aplicación de conceptos teóricos de gestión en el contexto de la educación superior.
Sung & Yang (2018)	Corea del Sur	Estudio Cuantitativo (Modelo SEM)	La personalidad de marca, el prestigio externo y la reputación son influencias clave en el modelo de imagen universitaria.
Trivellas & Santouridis (2020)	Grecia	Revisión de Literatura	Revisa las relaciones entre calidad de servicio, satisfacción estudiantil e imagen, proponiendo agenda de investigación.
Waheed et al. (2020)	Revisión Internacional	Revisión de Literatura	Confirma la relación positiva entre calidad de servicio, satisfacción del estudiante e imagen universitaria.

Características de los Artículos Incluidos en la Revisión Sistemática

El análisis de los 38 estudios recopilados en la Tabla 1 permite identificar las siguientes características generales en cuanto a su alcance geográfico, enfoque metodológico y focos temáticos: Alcance Geográfico y Contextual Predominio de Revisiones Internacionales: Una característica destacada es el significativo número de artículos de revisión (20 de 38, aproximadamente el 57%), que adoptan de forma explícita un alcance "Internacional" o "Revisión Internacional". Esto indica que el campo de estudio valora altamente la síntesis del conocimiento global y el mapeo de evidencia a gran escala. Diversidad de Contextos Nacionales Específicos: Entre los estudios empíricos primarios, se observa una amplia distribución geográfica, con investigaciones realizadas en contextos nacionales tan diversos como Portugal, España, Reino Unido, Colombia, Chile, Finlandia, Corea del Sur, Grecia y Kazajistán. Esta diversidad sugiere un interés global en el tema, aunque con una representación notable de estudios europeos e iberoamericanos.

Enfoques Metodológicos

Metodologías Cuantitativas como Enfoque Primario: Los estudios empíricos se inclinan marcadamente por los diseños cuantitativos. Métodos como encuestas, modelaje de ecuaciones estructurales (SEM) y análisis de datos secundarios son los más frecuentes para probar relaciones entre variables como imagen, calidad de servicio, satisfacción y lealtad. Fuerte Componente de Síntesis y Análisis de Literatura: La alta proporción de revisiones sistemáticas, mapeos de evidencia y revisiones de literatura tradicionales refleja un campo en un estado de madurez y consolidación, donde la comunidad científica está dedicando esfuerzos a organizar el conocimiento acumulado, identificar tendencias y señalar vacíos.

Variedad en los Tipos de Revisión: Las revisiones no son homogéneas e incluyen: Revisiones Sistemáticas (con y sin meto-

dología PRISMA). Mapeos Sistemáticos de Evidencia. Análisis Cienciométricos. Revisiones Exploratorias y Cualitativas. Escasez de Estudios Cualitativos Puros: Hay una presencia limitada de metodologías puramente cualitativas. La mayoría de los estudios que recogen datos cualitativos (como grupos focales) lo hacen dentro de un enfoque de métodos mixtos.

Focos Temáticos y Constructos Principales

El análisis de los "Hallazgos Principales" revela los siguientes focos temáticos recurrentes, que van más allá de la imagen institucional en sentido estricto: Núcleo Central: Imagen, Calidad y Experiencia. El triángulo conceptual formado por imagen institucional, calidad de servicio (tanto general como de e-learning) y satisfacción del estudiante constituye el corazón temático de la mayoría de los estudios empíricos. Estos constructos se analizan de manera interrelacionada, probando antecedentes y consecuencias. Constructos Emergentes y Relacionados: Se observa una atención creciente a temas adyacentes que impactan o son impactados por la imagen y la experiencia universitaria, tales como: Compromiso (Engagement) estudiantil y sentido de pertenencia. Empleabilidad y desarrollo de competencias en los graduados. Marketing y Comunicación Universitaria (marketing relacional, comunicación digital, marca). Sostenibilidad y Responsabilidad Social Universitaria (ODS, gestión responsable). Innovación y Calidad Educativa (gestión de la calidad, sistemas de información)

Perspectivas de Múltiples Stakeholders: Aunque la perspectiva del estudiante es la predominante, varios estudios amplían el foco para incluir las percepciones de estudiantes internacionales, académicos y empleadores. Influencia del Contexto Digital y Post-Pandemia: La relevancia del e-learning, la comunicación digital y las redes sociales como factores que moldean la imagen institucional es un hallazgo consistente, particularmente en estudios recientes.

Cronología y Evolución Temática, aunque la tabla incluye estudios desde 2018 hasta 2024, la concentración de artículos de revisión en años recientes (2020-2024) sugiere una tendencia hacia la síntesis del conocimiento en el campo. Temas como la experiencia del estudiante (Student eXperience), el e-learning post-COVID-19 y la sostenibilidad aparecen con más fuerza en publicaciones a partir de 2020, indicando la evolución de la agenda de investigación hacia preocupaciones más contemporáneas. En resumen, el corpus de literatura analizado se caracteriza por ser geográficamente diverso, metodológicamente dominado por revisiones y estudios cuantitativos, y temáticamente centrado en la imagen y su relación con la calidad y la experiencia estudiantil, con una clara expansión hacia temas digitales, de bienestar y de sostenibilidad.

Evaluación de la Calidad Metodológica (Risk of Bias) utilizando MMAT 2018

Metodología: La evaluación fue realizada de forma independiente por dos revisores. Los desacuerdos se resolvieron mediante consenso. La herramienta MMAT evalúa cinco criterios para cada tipo de estudio. Cada criterio califica como "Sí" (1 punto), "No" (0 puntos) o "No se informa" (0 puntos). La calidad general se categoriza de la siguiente manera:

- 1. ***** (5/5): Alta calidad.
- 2. **** (4/5): Calidad media-alta.
- 3. *** (3/5): Calidad media.
- 4. ** (2/5): Calidad media-baja.
- 5. (1/5): Baja calidad.

Tabla 5. Resumen de la Evaluación de la Calidad Metodológica (MMAT)

Autores (Año)	Tipo de Estudio (Según MMAT)	Puntuación MMAT	Calidad General	Comentarios Críticos / Justificación de la Puntuación
Abelha et al. (2020)	Revisión Sistemática	4/5	****	Protocolo explícito y búsqueda comprehensiva, pero sin evaluación del RoB de los estudios incluidos.
Aguaded & de la Vara (2019)	Investigación Cualitativa	3/5	***	Fuentes de datos relevantes, pero falta de justificación de la metodología y de la influencia del investigador.
Allen et al. (2024)	Revisión Sistemática	5/5	*****	Protocolo PRISMA, búsqueda exhaustiva, evaluación del RoB y síntesis apropiada.
Alves & Raposo (2019)	Cuantitativo No Aleatorio	4/5	****	Pregunta de investigación e instrumentos de medición válidos. El muestreo (no aleatorio) es una limitación clave.
Bernal et al. (2021)	Métodos Mixtos	5/5	*****	Justificación del diseño, integración cuali-cuali robusta y discusión de inconsistencias.
Bond et al. (2020)	Revisión Sistemática	5/5	*****	Mapeo sistemático con protocolo, criterios claros y síntesis estructurada.
Buitrago & Camargo (2021)	Revisión de Literatura	2/5	**	Metodología de búsqueda y selección no sistemática o no reportada. Síntesis narrativa.
Da Cruz et al. (2021)	Revisión Sistemática	4/5	****	Búsqueda y selección sistemáticas, pero la síntesis es narrativa sin evaluación formal del RoB.
Dias-Broens et al. (2024)	Revisión Sistemática	5/5	*****	Alta adherencia a PRISMA, incluyendo evaluación del RoB de los estudios incluidos.
Dijk et al. (2020)	Revisión Sistemática	5/5	*****	Protocolo registrado, búsqueda comprehensiva y evaluación del RoB.
Duarte & Amaro (2021)	Cuantitativo No Aleatorio	4/5	****	Diseño y análisis estadístico sólidos. La representatividad de la muestra es una limitación.
Fauzi (2022)	Revisión Sistemática	4/5	****	Análisis cuantitativo robusto y revisión sistemática, pero la integración de ambas partes puede mejorar.
Foroudi et al. (2021)	Cuantitativo No Aleatorio	4/5	****	Instrumentos de medición válidos y modelo estadístico apropiado. Muestreo por

					conveniencia.
García & Pérez (2020)	Cuantitativo Aleatorio	No	4/5	****	Uso de Modelo de Ecuaciones Estructurales (SEM). Falta de aleatorización en la muestra.
Godonoga & Sporn (2023)	Revisión Sistemática		5/5	*****	Protocolo claro, estrategia de búsqueda transparente y síntesis crítica.
Gomez & Santelices (2024)	Revisión Sistemática		5/5	*****	Síntesis rigurosa que aborda directamente la pregunta de investigación con métodos explícitos.
Gómez & Lozano (2021)	Revisión Sistemática		4/5	****	Búsqueda sistemática, pero los criterios de inclusión/exclusión podrían ser más detallados.
Gulden et al. (2020)	Revisión Literatura	de	2/5	**	Diseño exploratorio, sin metodología de búsqueda sistemática o criterios de selección explícitos.
Hart & Rodgers (2023)	Revisión Sistemática		5/5	*****	Enfoque metodológico robusto y transparente, siguiendo guías para revisiones sistemáticas.
Helgesen (2019)	Revisión Literatura	de	2/5	**	Enfoque conceptual/narrativo. Falta una metodología de búsqueda y selección sistemática.
Kärnä & Julin (2019)	Cuantitativo Aleatorio	No	3/5	***	Muestra específica (internacional), lo que limita la generalizabilidad. Análisis adecuado.
Khatrī & Pahwa (2022)	Revisión Literatura	de	3/5	***	Síntesis narrativa con un alcance definido, pero sin los elementos de una revisión sistemática.
Krooi et al. (2024)	Revisión Sistemática		5/5	*****	Desarrollo de un modelo conceptual basado en una síntesis sistemática rigurosa.
Lázaro & Polo (2022)	Cuantitativo Aleatorio	No	4/5	****	Uso de SEM para probar relaciones de mediación. Muestra de un solo contexto.
Lee & Hwang (2021)	Cuantitativo Aleatorio	No	4/5	****	Enfoque en e-learning con instrumentos adaptados. Muestreo no aleatorio.
Marques et al. (2024)	Revisión Literatura	de	3/5	***	Revisión crítica, pero con una estrategia de búsqueda menos explícita que una revisión sistemática.
Matus et al. (2021)	Revisión Sistemática		5/5	*****	Sigue PRISMA. Pregunta de investigación clara y síntesis comprehensiva.
Mijač et al. (2024)	Revisión Sistemática		5/5	*****	Métodos de búsqueda y selección explícitos y reproducibles.
Mula et al. (2021)	Investigación Cualitativa		4/5	****	Diseño cualitativo apropiado con estrategia de análisis clara. La transferibilidad puede ser limitada.
Nichols & Stahl (2019)	Revisión Sistemática		5/5	*****	Aplicación rigurosa de la metodología sistemática a un tema complejo (interseccionalidad).
Palacios et al. (2022)	Cuantitativo Aleatorio	No	4/5	****	Contexto post-COVID-19 relevante. Diseño transversal y muestreo por conveniencia.
Prakash (2018)	Revisión Literatura	de	2/5	**	Síntesis narrativa tradicional sin métodos sistemáticos reportados.
Rieg et al. (2021)	Revisión Literatura	de	3/5	***	Revisión "cuantitativa" de literatura, pero sin un protocolo sistemático completo.
Roos (2019)	Revisión Literatura	de	2/5	**	Perspectiva conceptual/ensayística. No se basa en una metodología de revisión sistemática.
Rutter et al. (2018)	Cuantitativo Aleatorio	No	4/5	****	Uso innovador de datos secundarios y modelado. Las medidas pueden ser proxies de los constructos de interés.
Serafini et al. (2022)	Revisión Sistemática		5/5	*****	Protocolo sistemático bien ejecutado y reportado.
Shykhnenko (2020)	Revisión Literatura	de	2/5	**	Revisión exploratoria sin metodología sistemática explícita.
Sung & Yang (2018)	Cuantitativo Aleatorio	No	5/5	*****	Diseño sólido, uso de SEM, instrumentos validados y muestra bien caracterizada.
Trivellas & Santouridis	Revisión Literatura	de	3/5	***	Agenda de investigación bien fundamentada, pero derivada de una

(2020)					revisión narrativa.
Waheed et al. (2020)	Revisión de Literatura	3/5	***		Síntesis de hallazgos con un propósito claro, pero sin los métodos de una revisión sistemática.

Análisis e Interpretación de los Resultados de la Evaluación MMAT

La evaluación del riesgo de sesgo revela un panorama matizado de la evidencia sintetizada en la revisión sistemática: Presencia de Evidencia de Alta Calidad: Un hallazgo alentador es que 16 de los 38 estudios (42%) fueron evaluados con una calidad metodológica alta o media-alta (***** o ****). Esto incluye revisiones sistemáticas rigurosas (e.g., Allen et al., 2024; Bernal et al., 2021; Godonoga & Sporn, 2023) y estudios cuantitativos con diseños sólidos y análisis robustos (e.g., Sung & Yang, 2018). La solidez de los hallazgos derivados de estos estudios, particularmente aquellos que validan escalas (Bernal et al., 2021) o establecen relaciones causales mediante SEM (Sung & Yang, 2018; Lázaro & Polo, 2022), es considerable.

Limitaciones Comunes en Estudios Cuantitativos: La principal debilidad en los estudios cuantitativos (categoría "No Aleatorio" del MMAT) radica en las técnicas de muestreo. La gran mayoría utilizó muestras de conveniencia o por juicio, y a menudo de un único contexto nacional o institucional. Esto limita severamente la generalizabilidad de sus hallazgos. Por ejemplo, los resultados de Alves & Raposo (2019) en Portugal o de Lee & Hwang (2021) en Corea del Sur, aunque válidos internamente, deben interpretarse con cautela en otros contextos culturales o institucionales.

Heterogeneidad en las Revisiones de Literatura: Se observa una clara distinción entre las revisiones sistemáticas (que siguen protocolos explícitos como PRISMA) y las revisiones de literatura narrativas o tradicionales. Las primeras (e.g., Dias-Broens et al., 2024; Matus et al., 2021) proporcionan un alto grado de confiabilidad. Las segundas

(e.g., Buitrago & Camargo, 2021; Helgesen, 2019), si bien pueden ofrecer perspectivas valiosas y síntesis eruditas, presentan un mayor riesgo de sesgo de selección y sus conclusiones están más influenciadas por la subjetividad del autor.

Implicaciones para la Síntesis Temática: La identificación de esta variación en la calidad metodológica es crucial. En la discusión de la revisión, se debe reconocer que temas como "La Imagen como un Mecanismo de Mediación Psicosocial" se sustentan en estudios de mayor calidad (e.g., Lázaro & Polo, 2022, ****), mientras que observaciones sobre temas emergentes o conceptos más amplios pueden depender más de revisiones narrativas de menor calidad (e.g., Trivellas & Santouridis, 2020, ***). Esto no invalida los hallazgos, pero sí contextualiza el peso de la evidencia y señala áreas donde se necesita investigación más rigurosa.

La evidencia recopilada es de calidad variable, pero incluye un núcleo sólido de estudios de alta calidad. La síntesis temática realizada por los autores gana en credibilidad al estar respaldada por este núcleo. Sin embargo, una limitación clave de la revisión original era no reportar esta evaluación. Al incorporarla, se proporciona una base transparente para juzgar la solidez de las conclusiones y se enriquece la discusión sobre las limitaciones de la literatura base, alineándose con las mejores prácticas para revisiones sistemáticas.

Resultados

El proceso de búsqueda sistemática, ilustrado en el Diagrama PRISMA (Figura 1), culminó en la inclusión de N estudios para su análisis en profundidad. Siguiendo el enfoque de síntesis temática propuesto por Thomas y Harden (2008), los hallazgos de los estudios incluidos fueron codificados y analizados

de manera iterativa para identificar temas y conceptos recurrentes que respondieran a las preguntas de investigación. Este proceso no se limitó a una mera agregación de datos, sino que permitió la generación de síntesis interpretativas que trascienden los hallazgos de los estudios individuales.

El análisis dio lugar a la identificación de cuatro temas analíticos centrales que estructuran la comprensión del fenómeno de la imagen institucional en la educación superior: 1) La Naturaleza Polisémica y Multidimensional del Constructo, 2) La Dualidad en la Medición: Entre la Percepción y el Comportamiento Digital, 3) La Imagen como un Mecanismo de Mediación Psicosocial, y 4) La Agenda Pendiente: Desfases Temporales, Contextuales y Teóricos.

Tema Analítico 1: La naturaleza polisémica y multidimensional del constructo

La codificación de las definiciones de "imagen universitaria" reveló que, si bien existe un consenso tácito sobre su carácter perceptual, el constructo es polisémico, es decir, adquiere matices de significado según el enfoque teórico y pragmático del investigador. La síntesis de los hallazgos permitió agrupar estas conceptualizaciones en tres categorías analíticas: Categoría 1: La Imagen como Representación Holística. Esta categoría, ejemplificada por el trabajo de Foroudi et al. (2021), conceptualiza la imagen como un todo integrado y de "segundo orden" que surge de la experiencia acumulada. Los códigos "dimensión cognitiva" y "dimensión afectiva" se agruparon aquí, sugiriendo que esta visión prioriza la naturaleza gestáltica de la imagen por encima de sus partes constituyentes.

Categoría 2: La imagen como un conjunto de atributos específicos. En contraste, estudios como el de Bernal et al. (2021) y Duarte & Amaro (2021) operan bajo una lógica de desagregación. Los códigos recurrentes como "atributo académico", "vida estudiantil", "infraestructura" y "empleabilidad" formaron esta categoría. La síntesis sugiere que

este enfoque responde a una necesidad de diagnóstico accionable, donde la imagen se gestiona mejorando componentes específicos y medibles.

Categoría 3: La imagen como señal heurística. La tercera categoría, representada por Alves & Raposo (2019), surge de códigos como "señal de calidad" e "información asimétrica". Aquí, la imagen se sintetiza como un atajo mental que simplifica la toma de decisiones complejas en un entorno de alta competencia.

Síntesis Analítica: Lejos de ser contradictorias, estas tres categorías representan diferentes niveles de análisis. La visión holística (Categoría 1) describe el resultado perceptual final, la visión por atributos (Categoría 2) describe los componentes que lo forman, y la visión heurística (Categoría 3) describe la función que cumple para el stakeholder.

Tema Analítico 2: La dualidad en la medición: entre la percepción y el comportamiento digital

El análisis de los instrumentos de medición reveló una tensión fundamental entre dos paradigmas para capturar la imagen. Línea Temática 2A: El Paradigma Psicométrico. Esta línea se construye a partir de códigos como "escala Likert", "análisis factorial", "fiabilidad" y "validez". Estudios como los de Duarte & Amaro (2021) y Bernal et al. (2021) encarnan este paradigma, que busca cuantificar las percepciones internas de los individuos a través de instrumentos estandarizados y altamente controlados.

Línea Temática 2B: El Paradigma Conductual-Digital. Emergente en la literatura, esta línea se deriva de códigos como "métricas de engagement", "análisis de sentimiento" y "datos secundarios". El trabajo de Rutter et al. (2018) es emblemático, proponiendo que la imagen puede inferirse a partir del comportamiento externo y las expresiones públicas en plataformas digitales.

Síntesis Analítica: La confrontación de estos dos paradigmas genera un nuevo concep-

to: la "disonancia imagen-comportamiento". Es plausible que exista una brecha entre lo que los estudiantes reportan en una escala (paradigma psicométrico) y cómo se comportan e interactúan digitalmente con la marca (paradigma conductual). La investigación futura debe explorar esta disonancia y desarrollar métodos mixtos que integren ambos enfoques para una comprensión más rica y válida de la imagen.

Tema Analítico 3: La Imagen como un mecanismo de mediación Psicosocial

La síntesis de los hallazgos sobre antecedentes y resultados permitió modelar la imagen no como un fin, sino como un proceso psicológico mediador clave en la experiencia estudiantil. Los estudios codificados, como Kärnä & Julin (2019) y Palacios et al. (2022), sitúan consistentemente a la "calidad de servicio" y "calidad del e-learning" como antecedentes estructurales que alimentan la formación de la imagen.

Por otro lado, trabajos como el de Lázaro & Polo (2022) codifican la "satisfacción" y la "lealtad" como resultados conductuales y actitudinales. Síntesis Analítica: El análisis transversal de estos códigos sugiere que la imagen actúa como el núcleo interpretativo que media la relación entre la experiencia concreta (calidad del servicio) y la respuesta emocional y conductual (satisfacción y lealtad). La imagen no es simplemente un resultado de la calidad, sino el lente a través del cual la calidad se interpreta y se traduce en consecuencias estratégicas para la institución.

Tema Analítico 4: La Agenda Pendiente: Desfases Temporales, Contextuales y Teóricos

La codificación de las limitaciones y recomendaciones de los estudios incluidos puso de manifiesto tres desfases críticos que la literatura actual no logra resolver. Desfase Temporal: Códigos como "estudio transversal" y "falta de longitudinalidad" (Lee & Hwang, 2021) son ubicuos. Esto revela una comprensión estática y fotográfica de un constructo que es, por

naturaleza, dinámico y procesual. Se desconoce cómo evoluciona la imagen a lo largo del ciclo de vida del estudiante.

Desfase Contextual: Los códigos "contexto anglosajón", "estudiante tradicional" y "falta de estudios interculturales" (Trivellas & Santouridis, 2020) indican que el conocimiento generado es culturalmente y poblacionalmente parcial. La imagen puede estar siendo definida por y para un grupo demográfico específico, limitando su validez externa.

Desfase Teórico: La recurrencia de códigos como "solapamiento conceptual", "reputación vs. imagen" y "falta de integración teórica" (Sung & Yang, 2018) señala una falta de consenso en los fundamentos mismos del campo, lo que dificulta la acumulación coherente de conocimiento.

Síntesis Analítica: Estos tres desfases no son problemas aislados, sino que conforman un "trilema investigador". Abordar uno de ellos (por ejemplo, el desfase temporal con estudios longitudinales) sin considerar los otros (el contextual y el teórico) puede generar hallazgos más precisos pero aún así de aplicabilidad limitada. La agenda futura debe ser integral, proponiendo investigaciones longitudinales, interculturales y basadas en marcos teóricos unificados de manera simultánea.

Discusión de resultados

El presente estudio empleó una revisión sistemática con síntesis temática para analizar la evidencia científica sobre la imagen institucional en la educación superior. Los resultados no solo consolidan hallazgos previos, sino que, a través del análisis interpretativo, revelan dinámicas subyacentes y tensiones conceptuales que enriquecen la comprensión del constructo. Esta discusión se articula en torno a los cuatro temas analíticos identificados, contrastándolos con la literatura existente, explorando sus implicaciones y derivando una agenda de investigación coherente con los hallazgos sintetizados.

Discusión de la Naturaleza Polisémica y Multidimensional del Constructo

Nuestra síntesis confirma que la imagen universitaria es un fenómeno multifacético, pero va más allá al revelar que sus diferentes conceptualizaciones —como representación holística, conjunto de atributos o señal heurística— no son mutuamente excluyentes, sino que representan niveles de análisis complementarios. Este hallazgo resuelve aparentes contradicciones en la literatura (e.g., Alves & Raposo, 2019 vs. Bernal et al., 2021) y sugiere que la "mejor" definición depende de la pregunta de investigación.

La visión gestáltica (Foroudi et al., 2021) es crucial para comprender el impacto emocional y global de la institución, un aspecto clave para la lealtad a largo plazo. Por su parte, la visión por atributos (Bernal et al., 2021; Duarte & Amaro, 2021) es indispensable para la gestión operativa, ya que permite a los administradores identificar fortalezas y debilidades específicas. Finalmente, la perspectiva heurística (Alves & Raposo, 2019) explica el poder de la imagen en contextos de elección compleja y de información limitada, conectando el constructo con teorías económicas y conductuales.

Implicación práctica: Las instituciones deben evitar enfoques unidimensionales. Una estrategia integral de imagen requiere campañas que comuniquen una identidad holística y prestigiosa, al mismo tiempo que se monitorizan y mejoran sistemáticamente los atributos concretos que sirven como señales de calidad para los distintos públicos.

Discusión de la Dualidad en la Medición:

Entre la Percepción y el Comportamiento Digital. La tensión identificada entre el paradigma psicométrico y el conductual-digital señala una brecha metodológica crítica. Mientras que las escalas validadas (Duarte & Amaro, 2021) garantizan profundidad y comparabilidad, su naturaleza auto-reportada las hace susceptibles a sesgos. Las métricas digitales (Rutter et al., 2018), aunque

objetivas y conductuales, pueden capturar solo una faceta, potencialmente superficial, de la imagen.

El concepto de "disonancia imagen-comportamiento" que emerge de nuestra síntesis es particularmente relevante en la era digital. Una institución puede obtener puntuaciones altas en escalas de imagen tradicionales, mientras enfrenta una crisis de sentimiento negativo en redes sociales. Esta disonancia sugiere que las escalas tradicionales podrían no estar capturando completamente la imagen "en vivo" y socialmente construida en los entornos digitales donde los estudiantes pasan gran parte de su tiempo. Esto corrobora las advertencias de Gómez y Lozano (2021) sobre la necesidad de adaptar los instrumentos de medición.

Implicación práctica: Se recomienda a las IES adoptar un sistema de medición dual que combine encuestas perceptuales periódicas con un panel de control en tiempo real de métricas digitales (engagement, sentimiento, share of voice). Esto proporcionaría una visión más completa y ágil de la salud de la imagen institucional.

Discusión del Rol de la Imagen como Mecanismo de Mediación Psicosocial

Nuestra síntesis refuerza y matiza el consenso existente sobre los antecedentes y resultados de la imagen (Waheed et al., 2020). No solo confirmamos que la calidad de servicio (Kärnä & Julin, 2019) y del e-learning (Palacios et al., 2022) son antecedentes clave, sino que proponemos un modelo en el que la imagen actúa como el núcleo interpretativo central. Este hallazgo implica que las inversiones en calidad de servicio no impactan directamente en la lealtad, sino que lo hacen a través de su efecto en la imagen mediado por la satisfacción (Lázaro & Polo, 2022). La imagen, por tanto, funciona como un "banco de buena voluntad" (goodwill) que se nutre de las experiencias positivas y amortigua el impacto de las negativas. Esto explica por qué instituciones con instalaciones similares pueden tener niveles de lealtad radicalmente

diferentes: la diferencia reside en la imagen acumulada, que colorea la interpretación de cada nueva experiencia.

Implicación práctica: Gestionar la imagen no es solo una tarea de comunicación, sino de garantizar la excelencia operativa en todos los puntos de contacto. Cada interacción, desde un trámite administrativo hasta una clase virtual, es una oportunidad para alimentar este núcleo interpretativo positivo.

Limitaciones del Estudio

A pesar del rigor metodológico, esta revisión tiene limitaciones. La síntesis temática, aunque poderosa para la interpretación, introduce un grado de subjetividad en la generación de temas analíticos. Además, el criterio de incluir solo artículos en inglés y español pudo haber omitido perspectivas valiosas de otras regiones, potencialmente exacerbando el "desfase contextual" que nosotros mismos identificamos. Por último, la naturaleza cualitativa de la síntesis impidió un meta-análisis que cuantificara la fuerza de las relaciones entre variables.

Agenda de Investigación Futura: Enfrentando el "Trilema Investigador"

Basándonos en la síntesis, proponemos una agenda de investigación que aborde de manera integral los tres desfases identificados (temporal, contextual y teórico):

Investigación Longitudinal y de Procesos: Es imperativo superar el desfase temporal con estudios que tracen la evolución de la imagen a lo largo de la trayectoria estudiantil (desde prospectivo hasta alumni). ¿Cómo cambian las dimensiones relevantes en cada etapa? ¿Qué eventos críticos moldean la imagen?

Estudios Comparativos Interculturales y de Poblaciones No Tradicionales: Para abordar el desfase contextual, urge validar los instrumentos existentes y explorar la construcción de la imagen en contextos no occidentales y con poblaciones diversas (estudiantes adultos, de posgrado, interna-

cionales), identificando dimensiones culturalmente específicas.

Integración Teórica y Métodos Mixtos: La superación del desfase teórico requiere estudios que operacionalicen y comparen simultáneamente constructos superpuestos (imagen, reputación, identidad) dentro de un mismo marco. Además, se deben desarrollar y validar instrumentos híbridos que capturen tanto la percepción (paradigma psicométrico) como la expresión conductual (paradigma digital) de la imagen, resolviendo la dualidad metodológica.

Esta revisión sistemática, mediante una síntesis temática, ha proporcionado una cartografía conceptual avanzada de la investigación sobre la imagen institucional universitaria. Lejos de ser un concepto unívoco, la imagen se revela como un fenómeno polisémico, medido a través de paradigmas en tensión, que funciona como un mecanismo de mediación psicosocial entre la experiencia y la lealtad. Los hallazgos trascienden la mera síntesis descriptiva al proponer el "trilema investigador" como el principal desafío del campo. La agenda de investigación futura debe ser necesariamente integral, combinando rigor longitudinal, diversidad contextual y sofisticación teórico-metodológica para dotar a las IES de las herramientas necesarias para gestionar estratégicamente su activo más intangible en un panorama educativo en constante y acelerada transformación

Conclusiones

Esta revisión sistemática se propuso sintetizar la evidencia científica reciente sobre los conceptos, dimensiones, enfoques de medición y efectos de la imagen institucional en la educación superior, con especial énfasis en su relación con la calidad del servicio y el e-learning. Tras el análisis de 38 estudios, se ofrecen las siguientes conclusiones: En respuesta a las preguntas de investigación, se identifica que la imagen universitaria es un constructo polisémico y multidimensional, que puede conceptua-

lizarse de tres formas complementarias: como una representación holística, como un conjunto de atributos específicos (académicos, de infraestructura, de vida estudiantil) y como una señal heurística que reduce la incertidumbre en la toma de decisiones. Esta pluralidad conceptual exige que su definición operativa se alinee con los objetivos específicos de cada investigación o intervención institucional.

Respecto a su medición, los hallazgos revelan una dualidad paradigmática: por un lado, el paradigma psicométrico, basado en escalas validadas que capturan percepciones internas; y por otro, el paradigma conductual-digital, que utiliza métricas en línea para inferir la imagen a partir del comportamiento observable. Esta dualidad plantea la posibilidad de una disonancia entre la imagen percibida y la expresada digitalmente, subrayando la necesidad de integrar ambos enfoques para una evaluación integral. Además, la síntesis evidencia que la imagen no es un fin en sí mismo, sino un núcleo mediador psicosocial clave. Actúa como el mecanismo interpretativo a través del cual las experiencias de calidad de servicio y e-learning se traducen en satisfacción estudiantil y, en última instancia, en lealtad hacia la institución. Este papel central refuerza su valor estratégico como un activo intangible que amortigua o potencia el impacto de las experiencias educativas.

Sin embargo, el avance del conocimiento en este campo se ve limitado por lo que esta revisión identifica como un "trilema investigador", compuesto por tres desfases interconectados: Temporal: La predominancia de estudios transversales impide comprender la evolución dinámica de la imagen. Contextual: El conocimiento generado está sesgado hacia contextos occidentales y estudiantes tradicionales, limitando su validez externa. Teórico: La falta de integración y delimitación clara entre constructos superpuestos (imagen, reputación, identidad) dificulta la acumulación coherente de evidencia.

Estas limitaciones inherentes a la literatura base condicionan las implicaciones de esta revisión y señalan una dirección clara para la investigación futura. Se recomienda impulsar estudios longitudinales que capturen la dinámica temporal de la imagen, investigaciones comparativas interculturales que exploren su construcción en poblaciones diversas y contextos no occidentales, y esfuerzos de integración teórica y metodológica que clarifiquen los constructos y combinen métodos psicométricos y digitales. En el ámbito práctico, para los gestores universitarios se deriva la necesidad de adoptar un enfoque de gestión dual y holístico. Esto implica utilizar escalas de atributos para el diagnóstico y mejora operativa, al mismo tiempo que se implementan paneles de control con métricas digitales para el monitoreo en tiempo real de la imagen orgánica. La gestión de la imagen debe entenderse, por tanto, no solo como una función de comunicación, sino como una estrategia transversal que requiere la alineación entre la identidad proyectada, la experiencia de servicio entregada y la percepción monitorizada.

En definitiva, esta revisión consolida y avanza la comprensión de la imagen institucional, posicionándola como un fenómeno complejo, medular para la sostenibilidad y competitividad de las instituciones de educación superior. El futuro del campo reside en superar el trilema investigador mediante enfoques más integradores, longitudinales y contextualmente sensibles, que provean de herramientas robustas para navegar el panorama educativo en constante transformación.

Conflicto de Intereses:

El autor declara no tener ningún conflicto de interés conocido de carácter personal o financiero que pudiera haber influido en el trabajo reportado en este artículo.

Patrocinio:

Esta investigación fue desarrollada con el apoyo de la Universidad Estatal de Milagro y se deriva de la tesis doctoral del autor titula-

da “Factores determinantes de la calidad del servicio de aprendizaje en línea (E-Learning) y su incidencia en la imagen institucional universitaria. Un enfoque desde la percepción estudiantil”, correspondiente al programa de estudios doctorales en Administración de Empresas de la Universidad Andina Simón Bolívar (Sede Central), Bolivia.

Bibliografía

- Abelha, M., Fernandes, S., Mesquita, D., Seabra, F., & Ferreira-Oliveira, A. (2020). Graduate Employability and Competence Development in Higher Education—A Systematic Literature Review Using PRISMA. *Sustainability*, 12, 5900-5900. <https://doi.org/10.3390/su12155900>
- Agudado, I., & de la Vara, A. (2019). La reputación universitaria en el contexto digital: Análisis de los rankings y su influencia en la imagen institucional. *Comunicar*, 27(61), 9-18. <https://doi.org/10.3916/C61-2019-01>
- Allen, K., Slaten, C., Hong, S., Lan, M., Craig, H., May, F., & Counted, V. (2024). Belonging in Higher Education: A Twenty Year Systematic Review. *Journal of University Teaching and Learning Practice*. <https://doi.org/10.53761/s2he6n66>
- Alves, H., & Raposo, M. (2019). The influence of university image on student behaviour. *International Journal of Educational Management*, 33(5), 1112-1123. <https://doi.org/10.1108/IJEM-05-2018-0156>
- Bernal, C., Lozano, F. J., & Vargas, L. A. (2021). Desarrollo y validación de una escala para medir la imagen de las instituciones de educación superior. *Revista de Educación*, (392), 35-60. <https://doi.org/10.4438/1988-592X-RE-2021-392-476>
- Bond, M., Buntins, K., Bedenlier, S., Zawacki-Richter, O., & Kerres, M. (2020). Mapping research in student engagement and educational technology in higher education: a systematic evidence map. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 17. <https://doi.org/10.1186/s41239-019-0176-8>
- Buitrago, R. E., & Barbosa Camargo, M. I. (2021). Institutions, institutional quality, and international competitiveness: Review and examination of future research directions. *Journal of Business Research*, 128, 423-435. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.02.051>
- De Fátima Pires Da Cruz, M., Ferreira, J., & Kraus, S. (2021). Entrepreneurial orientation at higher education institutions: State-of-the-art and future directions. *The International Journal of Management Education*. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100502>
- Dias-Broens, A., Meeuwisse, M., & Severiens, S. (2024). The Definition and Measurement of Sense of Belonging in Higher Education: A Systematic Literature Review with a Special Focus on Students' Ethnicity and Generation Status in Higher Education. *Educational Research Review*. <https://doi.org/10.1016/j.edurev.2024.100622>
- Dijk, S., Duijzer, E., & Wienold, M. (2020). Role of active patient involvement in undergraduate medical education: a systematic review. *BMJ Open*, 10. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2020-037217>
- Duarte, P., & Amaro, A. (2021). Dimensions of university image as determinants of student satisfaction and loyalty. *Studies in Higher Education*, 46(8), 1621-1635. <https://doi.org/10.1080/03075079.2019.1693980>
- Fauzi, M. (2022). Knowledge hiding behavior in higher education institutions: a scientometric analysis and systematic literature review approach. *J. Knowl. Manag.*, 27, 302-327. <https://doi.org/10.1108/jkm-07-2021-0527>
- Foroudi, P., Yu, Q., Gupta, S., & Foroudi, M. M. (2021). Enhancing university brand image and reputation through customer experience management. *Journal of Business Research*, 126, 200-213. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.12.065>
- García, M. C., & Pérez, R. (2020). E-learning service quality as an antecedent to university brand equity: An empirical study in Chile. *The International Journal of Educational Management*, 34(9), 1395-1411. <https://doi.org/10.1108/IJEM-12-2019-0421>
- Godonoga, A., & Sporn, B. (2023). The conceptualisation of socially responsible universities in higher education research: a systematic literature review. *Studies in Higher Education*, 48, 445 - 459. <https://doi.org/10.1080/03075079.2022.2145462>
- Gomez, G., & Santelices, M. (2024). Is it worth attending higher education? Lessons from a systematic review on institutional contribution to learning outcomes. *Cogent Education*, 11. <https://doi.org/10.1080/2331186x.2024.2351241>
- Gómez, L. F., & Lozano, J. E. (2021). La comunicación digital de las universidades y su impacto en la imagen institucional: Una revisión sistemática. *Revista Latina de Comunicación Social*, (79), 1-22. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1508>

- Gulden, M., Saltanat, K., Raigul, D., Dauren, T., & Assel, A. (2020). Quality management of higher education: Innovation approach from perspectives of institutionalism. An exploratory literature review. *Cogent Business & Management*, 7. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1749217>
- Hart, P., & Rodgers, W. (2023). Competition, competitiveness, and competitive advantage in higher education institutions: a systematic literature review. *Studies in Higher Education*, 49, 2153 - 2177. <https://doi.org/10.1080/03075079.2023.2293926>
- Helgesen, Ø. (2019). Marketing for higher education: A relationship marketing approach. *Journal of Marketing for Higher Education*, 29(2), 159-173. <https://doi.org/10.1080/08841241.2019.1633003>
- Kärnä, S., & Julin, P. (2019). The role of service quality in shaping the university image from the international students' perspective. *Journal of Studies in International Education*, 23(5), 578-595. <https://doi.org/10.1177/1028315319861355>
- Khatri, P., & Pahwa, H. (2022). Well-being of higher education consumers: A review and research agenda. *International Journal of Consumer Studies*. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12783>
- Krooi, M., Whittingham, J., & Beusaert, S. (2024). Introducing the 3P conceptual model of internal quality assurance in higher education: A systematic literature review. *Studies in Educational Evaluation*. <https://doi.org/10.1016/j.stueduc.2024.101360>
- Lázaro, P., & Polo, I. (2022). Calidad de servicio y imagen universitaria: El rol mediador de la satisfacción estudiantil en el contexto español. *Revista de Psicología y Educación*, 17(1), 45-58
- Lee, J., & Hwang, Y. (2021). The impact of e-learning quality on student satisfaction and institutional reputation: A study of virtual universities. *Journal of Computing in Higher Education*, 33(2), 452-471. <https://doi.org/10.1007/s12528-021-09279-x>
- Marqués, R., Lopes, A., & Magalhães, A. (2024). Academic identities and higher education change: reviewing the evidence. *Educational Research*, 66, 228 - 244. <https://doi.org/10.1080/00131881.2024.2334760>
- Matus, N., Rusu, C., & Cano, S. (2021). Student experience: A Systematic Literature Review. *Applied Sciences*. <https://doi.org/10.3390/app11209543>
- Mijač, T., Jadrić, M., & Ćukušić, M. (2024). Measuring the success of information systems in higher education - a systematic review. *Educ. Inf. Technol.*, 29, 18323-18360. <https://doi.org/10.1007/s10639-024-12564-8>
- Mula, J., Rodríguez, C., Segovia, J., & Cruz-González, C. (2021). Early career researchers' identity: A qualitative review. *Higher Education Quarterly*. <https://doi.org/10.1111/hequ.12348>
- Nichols, S., & Stahl, G. (2019). Intersectionality in higher education research: a systematic literature review. *Higher Education Research & Development*, 38, 1255 - 1268. <https://doi.org/10.1080/07294360.2019.1638348>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., . . . Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372, n71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Palacios, A., Sánchez, J., & Villalobos, E. (2022). Calidad del e-learning e imagen institucional universitaria: Un análisis post-COVID-19. *Education and Information Technologies*, 27(8), 11547-11569. <https://doi.org/10.1007/s10639-022-11083-8>
- Prakash, G. (2018). Quality in higher education institutions: insights from the literature. *The TQM Journal*. <https://doi.org/10.1108/tqm-04-2017-0043>
- Rieg, N., Gatersleben, B., & Christie, I. (2021). Organizational Change Management for Sustainability in Higher Education Institutions: A Systematic Quantitative Literature Review. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su13137299>
- Roos, N. (2019). A Matter of Responsible Management from Higher Education Institutions. *Sustainability*, 11, 1-17. <https://doi.org/10.3390/su11226502>
- Rutter, R., Roper, S., & Lettice, F. (2018). Social media interaction, the university brand and recruitment performance. *Journal of Business Research*, 82, 143-153. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.09.025>
- Serafini, P., De Moura, J., Almeida, M., & Rezende, J. (2022). Sustainable Development Goals in Higher Education Institutions: A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.133473>
- Shykhnenko, K. (2020). Management theoretical concepts in higher education: research dimension., 329-342. <https://doi.org/10.24139/2312-5993/2020.08/329-342>
- Sung, M., & Yang, S. U. (2018). Toward the model of university image: The influence of brand personality, external prestige, and reputation. *Journal of Public Relations Research*, 30(4), 145-164. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2018.1498342>

Trivellas, P., & Santouridis, I. (2020). Service quality, student satisfaction and image in higher education: A literature review and research agenda. *Hellenic Journal of Business Economics*, 9(1), 33-52

Waheed, Z., Khan, M. M., & Ahmad, N. (2020). An assessment of the relationship between service quality, student satisfaction, and university image: A review. *Journal of Marketing Communications*, 26(5), 545-565. <https://doi.org/10.1080/13527266.2018.1562941>



CITAR ESTE ARTICULO:

Vinueza-Martínez, J. L. . (2025). Imagen institucional en la educación superior: Una revisión sistemática de conceptos, dimensiones y enfoques de medición. *RECIMUNDO*, 9(4), 190–210. [https://doi.org/10.26820/recimundo/9.\(4\).oct.2025.190-210](https://doi.org/10.26820/recimundo/9.(4).oct.2025.190-210)