

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ**  
**FACULTAD DE PSICOLOGÍA**



**PUCP**

El impacto de una víctima única en la deshonestidad: emociones y autoconcepto

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO  
DE BACHILLER EN PSICOLOGÍA**

**AUTOR**

Jesus Eduardo Gastañaduy Fiestas

**ASESOR**

Jose Carlos Arellano Martorellet

2019

## Resumen

La deshonestidad, reflejada en actos como la corrupción, es considerada uno de los principales problemas en el Perú. Este estudio apeló al mecanismo de categorización para explorar si el hecho de ser consciente de quiénes serían las potenciales víctimas de actos deshonestos podría ser suficiente para reducirlos. La investigación fue conducida en un centro comercial en Lima, Perú. Para evaluar la deshonestidad, los participantes ( $n = 40$ ) realizaron la “tarea del dado” 20 veces. El grado de deshonestidad se midió de manera agregada, a nivel grupal. Adicionalmente, se evaluó cómo la exposición a un número distinto de víctimas influye en la deshonestidad. Para ello, se crearon tres condiciones experimentales iniciales: 0) control, 1) una víctima identificable; 2) dos víctimas identificables. Debido a razones metodológicas, la condición experimental 1) se subdividió en dos: a) un niño hombre de 2 años que tenía una grave condición de salud y b) una niña mujer de 4 años que tenía una grave condición de salud. Los resultados iniciales demuestran que los participantes, en general, fueron honestos; contrariamente a lo esperado en base a investigaciones previas. Solo en la condición experimental 1a) los participantes fueron deshonestos. Su deshonestidad, sin embargo, benefició a la víctima única a expensas de sus ganancias financieras personales. Estos resultados sugerirían posibles actos de altruismo, los cuales van más allá del alcance de este estudio. Futuras investigaciones incluirán una mayor muestra, así como mediciones psicológicas más precisas que permitan identificar los mecanismos de acción subyacentes a estos resultados preliminares.

*Palabras clave:* Deshonestidad, autoconcepto, altruismo

## **Abstract**

Acts of dishonesty, such as corruption, are considered among the main country-level problems in Peru. Appealing to the categorization mechanism, we wanted to know whether knowingly harming identifiable victims could reduce dishonest behavior. A pilot study was conducted in a shopping center in Lima, Peru. To assess dishonesty, participants (n=40) completed the “die task” 20 times. The degree of dishonesty was measured at group level. Additionally, we assessed how varying the number of victims influences dishonest behavior; inspired by previous research on the singularity effect. Three experimental conditions were created: 0) control; 1) one identifiable victim; 2) two identifiable victims. Due to methodological issues, experimental condition 1) was divided into a) one male, aged 2 with a serious health condition; and b) one female, aged 4 with a serious health condition. Initial results show participants were generally honest; contrary to what was expected given past research. Only in experimental condition 1a) participants were dishonest. Their dishonesty, however, benefited the victim in expense of their own financial earnings. These surprising results may suggest acts of altruism, which go beyond the scope of this study. Future work may include a larger sample size and more accurate psychological measurements, which could identify the mechanisms underlying these preliminary findings.

*Keywords:* Dishonesty, self-concept, altruism

## Tabla de contenidos

Introducción.....	1
Método.....	10
Participantes.....	10
Medición.....	10
Procedimiento.....	13
Análisis de datos.....	14
Resultados.....	15
Discusión.....	18
Referencias.....	22
Apéndices.....	27
Apéndice A: Consentimiento informado (a participantes del estudio).....	27
Apéndice B: Instrucciones C.E. 0.....	28
Apéndice C: Instrucciones C.E. 1A.....	29
Apéndice D: Instrucciones C.E. 1B.....	31
Apéndice E: Instrucciones C.E. 2.....	33
Apéndice F: Consentimiento informado (a madres).....	35
Apéndice G: Carta de consentimiento informado.....	36
Apéndice H: Compensación por participación en estudio realizado.....	37
Apéndice I: Carta de compensación.....	38

## Introducción

La deshonestidad se define como aquellas acciones que transgreden una norma social, formal o informal, en beneficio personal y a expensas de la sociedad (Mann et al., 2016a; Shu, Gino, & Bazerman, 2011). Este fenómeno se manifiesta de distintas maneras. Una de las que más aqueja a los peruanos es la corrupción (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2018). Esta, se sabe, tiene altos costos en derechos humanos, así como consecuencias enormes que ninguna sociedad puede soportar indefinidamente (Defensoría del Pueblo, 2017). A nivel macro, se estima que por corrupción se pierden más de doce mil millones de soles del presupuesto nacional cada año (Defensoría del Pueblo, 2017). Por su parte, a nivel micro, la corrupción es percibida como el segundo principal problema del país (Proética, 2017). Por ejemplo, el 50% de peruanos considera que actos como dar coimas a jueces o policías o acceder a un cargo público gracias al contacto de un familiar, ocurren frecuentemente (Instituto de Opinión Pública, 2017). Estas cifras y percepciones son evidencia de que la deshonestidad es prevalente en la sociedad peruana. Aunque la corrupción probablemente sea la más perniciosa, es importante comprender sus formas más básicas si se quiere, eventualmente, encontrar posibles soluciones.

Desde la teoría económica clásica o estándar, la deshonestidad se analiza a partir de la figura del “homo economicus” (Gneezy, 2005; Mazar & Ariely, 2006). Esta figura representa a un individuo racional, a quien únicamente le importa maximizar su propia utilidad (Mazar & Ariely, 2006). Dos implicancias se desprenden de este presupuesto: 1) siempre se optará por mentir en tanto sea de beneficio propio, sin importar el efecto que ello pueda tener en otra persona y 2) no existe ninguna consecuencia negativa asociada con mentir per se (Gneezy, 2005). Desde esta perspectiva, no hay dilema alguno en torno a la decisión de ser deshonesto; la cual depende únicamente de los costos y beneficios externos esperados (Mazar & Ariely, 2006). En relación a los costos, las únicas variables a considerar serían la probabilidad de ser descubierto y la magnitud del castigo esperado (Becker, 1968). Por su parte, en relación a los beneficios, se esperaría que el grado de deshonestidad sea mayor mientras las recompensas también sean mayores (Gneezy, 2005).

Evidencia experimental, en cambio, sugiere que esta perspectiva presenta carencias en muchos de sus postulados. Diversos estudios han demostrado que, aunque las personas mienten, no lo hacen tanto como se esperaría; al menos no como la perspectiva económica estándar predeciría (Mann et al., 2016b; Mazar et al., 2008b, 2008a). Así, los experimentos de Mazar et al. (2008b) demostraron que incluso cuando no existe la posibilidad de ser detectado y/o castigado, las personas actúan deshonestamente en una magnitud relativamente baja en relación con lo hipotéticamente esperado (desde 6.7% hasta 20% de lo máximo esperable). Estos hallazgos han sido replicados en una serie de experimentos (Gino et al., 2009; Jiang, 2013; Shu et al., 2011), e incluso han sido validados por investigaciones transculturales realizadas en China, Colombia, Alemania, Portugal y Estados Unidos (Mann et al., 2016b).

Desde la psicología, una aproximación que ha buscado explicar por qué las personas mienten en cierta medida, aunque no tanto como podrían, es la teoría de mantenimiento del autoconcepto (Mazar et al., 2008b). En principio, se parte de que mantener una imagen moral respecto a sí mismo es central para la mayoría de personas (Aquino & Reed, 2002). Actualmente, incluso, algunos investigadores consideran a la moralidad como una necesidad psicológica básica (Prentice et al., 2019). Así, la amenaza al autoconcepto, que supone la realización de un acto deshonesto, sirve como un potencial regulador del comportamiento. No obstante, no solo es verdad que las personas desean mantener un autoconcepto positivo de sí mismas, sino que también desean obtener los beneficios que traen el actuar deshonestamente (Mazar & Ariely, 2006). Así, experimentan dos fuerzas motivacionales opuestas: por un lado, beneficiarse a partir de la deshonestidad; por otro, mantener un autoconcepto positivo (Aronson, 1969). Frente a este dilema, la teoría de mantenimiento del autoconcepto propone que las personas son capaces de encontrar un equilibrio entre estas dos fuerzas motivacionales contrarias, de tal manera que actúen deshonestamente para obtener beneficios financieros, pero solo hasta el punto en que todavía logren mantener un autoconcepto positivo de sí mismas (Mazar et al., 2008b).

Aquella aparente contradicción (actuar deshonestamente y mantener un autoconcepto positivo sobre sí mismo) es posible debido a dos mecanismos: la categorización y la atención prestada a los propios estándares morales (Mazar et al., 2008b). El primer mecanismo

comprende dos aspectos importantes: su maleabilidad y su límite. La maleabilidad, frecuentemente determinada por el contexto, se refiere a la reinterpretación de comportamientos de manera beneficiosa para uno mismo (Mazar et al., 2008b). Así, mientras mayor sea el grado en que una acción se practique dentro de una sociedad (e.g., coimear a un policía de tránsito), mayores serán las probabilidades que dichas acciones tengan un alto grado de maleabilidad (Mann et al., 2016a). En otras palabras, conforme la maleabilidad aumenta, también aumenta la deshonestidad que una persona puede cometer sin tener que actualizar su autoconcepto (Mazar et al., 2008b). Por su parte, el segundo aspecto de la categorización se refiere al límite de la misma. Este significa que los procesos de categorización solo pueden darse hasta cierto umbral, más allá del cual las personas ya no pueden evitar sentirse bien o mal por la realización de sus actos (Mazar et al., 2008b).

El segundo mecanismo propuesto por la teoría de mantenimiento del autoconcepto señala que cuando los estándares morales son más accesibles, las personas necesitarán confrontar el significado de sus acciones inmediatamente (Mazar et al., 2008b). Específicamente, propone que cuando las personas prestan atención a sus propios estándares morales, será menos probable que realicen una acción deshonestas o, de realizarla, será más probable que evalúen dicha acción de manera desfavorable en relación a su autoconcepto (Ayal, Gino, Barkan, & Ariely, 2015; Mazar et al., 2008b). En este sentido, una mayor atención a los estándares morales significaría un menor rango de acción para la deshonestidad; de tal manera que, en caso las personas decidan actuar deshonestamente, dicha magnitud sea lo suficientemente pequeña para evitar una actualización negativa del autoconcepto (Mazar et al., 2008b).

Diversas investigaciones sustentan esta teoría. Así, los estudios de Mazar et al. (2008b) demostraron que incrementar la flexibilidad con la cual las personas categorizan sus propias acciones (e.g., cuando la recompensa monetaria se da en objetos que pueden ser canjeados por dinero pero que no son dinero en sí mismos) promueve la deshonestidad; mientras que dirigir la atención a estándares morales (e.g., recitar los 10 mandamientos o un código de honor antes de realizar una tarea) la mitiga. En la misma línea, otros estudios han demostrado que incrementar la saliencia de la moralidad al momento de tomar una decisión (e.g., firmar un documento antes de, en vez de después de, tener la oportunidad de mentir),

así como implementar diferencias sutiles en el uso del lenguaje, las cuales categorizan la realización de determinada acción como diagnóstico de un autoconcepto no deseable (e.g., “Por favor no seas un tramposo”, en comparación a “Por favor no hagas trampa”), previenen la realización de diversos actos deshonestos (Bryan, Adams, & Monin, 2013; Shu, Mazar, Gino, Ariely, & Bazerman, 2012).

Teniendo en cuenta estos resultados, es importante volver a destacar la propuesta de Mazar et al. (2008a): “si la deshonestidad es fuertemente influenciada por la categorización, el desafío consiste en disminuir la maleabilidad de las acciones y/o darles a las personas menos espacio a diversas interpretaciones con respecto a sus propias acciones”. Asimismo, “si la causa de deshonestidad es la inatención prestada a los propios estándares morales, el desafío consiste en implementar estímulos contextuales previo al momento de tentación” (Mazar et al., 2008a). Tomando como base estas premisas, y la evidencia que las sustenta, es importante entender por qué la sola presencia de estímulos contextuales es capaz de prevenir la deshonestidad.

Tal como se ha mencionado, existe un nivel aceptable de deshonestidad en donde las personas no tienen que confrontar las implicaciones de sus actos y, por lo tanto, no tienen que actualizar su autoconcepto (Mazar et al., 2008b, 2008a). Sin embargo, pasado cierto límite, se activan una serie de mecanismos de recompensa internos que influyen en el autoconcepto y se sabe son los mayores disuasores de los actos de deshonestidad (Mann et al., 2016a; Mazar et al., 2008b; Mazar & Ariely, 2006). Estos mecanismos operan producto de la internalización de estándares morales una vez que los individuos se han identificado con su sociedad (Campbell, 1964; Wenzel, 2004). La no-conformidad con estos estándares provee recompensas negativas, a través de la experiencia de emociones denominadas “autoconscientes” (Haidt, 2003; Mazar et al., 2008b; Niedenthal & Ric, 2017; Tangney, Stuewig, & Mashek, 2007).

Las emociones autoconscientes derivan de la habilidad de emitir juicios de valor acerca del sí mismo (Niedenthal & Ric, 2017). En otras palabras, el sí mismo autoevalúa sus acciones como buenas o malas en relación a si cumple o no con los estándares y normas de la sociedad; como consecuencia, recibe una recompensa interna inmediata sobre el propio comportamiento (Lewis, 2016; Tangney et al., 2007). Dos emociones autoconscientes

fundamentales son la culpa y la vergüenza de sí mismo; ambas se experimentan de manera distinta y tienen patrones de acción también distintos (Lewis, 2016; Niedenthal & Ric, 2017; Tangney et al., 2007).

Por un lado, la emoción de culpa surge cuando una persona reconoce que ha cometido una acción que transgrede los estándares de la sociedad (Lewis, 2016). Específicamente, surge después de evaluar acciones específicas como inaceptables, más no a toda la persona (Lewis, 1971, 2016). Por su parte, la vergüenza de sí mismo también surge cuando una persona reconoce que ha transgredido los estándares de la sociedad; sin embargo, es considerada más dolorosa que la culpa en tanto comprende la evaluación de todo el sí mismo como inaceptable y no únicamente a la conducta transgresora (Tangney et al., 2007). Tal como señala Niedenthal & Ric (2017), ambas evaluaciones se dan en torno al sí mismo; sin embargo, el objeto de evaluación es distinto: en la culpa, “me siento culpable por mi comportamiento”; en la vergüenza de sí mismo, “me siento avergonzado de mí mismo”.

Esta distinción entre culpa y vergüenza de sí mismo es importante. Cuando se juzga la acción como inaceptable, las personas buscan reparar los daños ocasionados a través de actividades proactivas y constructivas; mientras que cuando se juzga a toda la persona como inaceptable, las personas buscan protegerse a sí mismas a partir de una actitud defensiva y de separación interpersonal (Niedenthal & Ric, 2017; Tangney et al., 2007). Estudios demuestran que aquellos individuos que son propensos a experimentar culpa reportan mayor empatía y toma de perspectiva; a diferencia de quienes son más propensos a experimentar vergüenza de sí mismos (Cohen, Wolf, Panter, & Insko, 2011). Asimismo, en situaciones en donde existe una ausencia de presiones para cumplir con las normas sociales o un riesgo de ser castigado, se ha encontrado que la anticipación a sentir culpa promueve el comportamiento prosocial (Cohen, Panter, & Turan, 2013). En el ámbito de la deshonestidad, sin embargo, pocos estudios han diferenciado entre la influencia que ejercen la culpa y la vergüenza de sí mismo en la comisión de este tipo de actos (Cohen et al., 2011). Así pues, esta investigación buscará esclarecer dicha distinción.

Por otra parte, evidencia no solo ha descartado el postulado de que no exista consecuencia negativa con ser deshonesto (e.g., emociones autoconscientes), sino también que “siempre se optará por mentir en tanto sea de beneficio propio, sin importar el efecto que

ello pueda tener en otra persona” (Gneezy, 2005). Así, se ha hallado que, al momento de tomar una decisión con respecto a actuar deshonestamente o no, las personas también toman en consideración las consecuencias que dichos actos tienen sobre los demás (Gino, Ayal, & Ariely, 2013; Gino & Pierce, 2009; Gneezy, 2005). Por ejemplo, los estudios de Gino et al. (2013) demostraron que las personas mienten tanto para beneficiarse únicamente a sí mismas, como para beneficiar únicamente a los demás; y que, cuando los beneficios son compartidos, la deshonestidad aumenta conforme el número de beneficiarios aumenta (de una a dos personas). De manera similar, los estudios de Gino & Pierce (2009) demostraron que las personas son capaces de realizar actos deshonestos con el fin de beneficiar a otros y que dichos actos son mediados por sentimientos de empatía.

De esta manera, parece ser que los sentimientos de empatía también están involucrados en el fenómeno de la deshonestidad (Gino & Galinsky, 2012; Gino & Pierce, 2009). Ahora bien, con respecto a la empatía, hay dos procesos emocionales que vale la pena diferenciar: 1) la empatía (per se) y 2) la preocupación empática (Jordan, Amir, & Bloom, 2016). El primero hace referencia a la angustia o tristeza personal experimentada, producto de presenciar el sufrimiento de otra persona; el segundo, se refiere a una emoción orientada hacia los demás, que es provocada por y es congruente con el bienestar percibido de alguien que lo necesita (Batson, Hakananson, Chermok, Hoyt, & Ortiz, 2007). De acuerdo con Goetz, Keltner, & Simon-Thomas (2010) y Jordan et al. (2016), la empatía hace referencia únicamente a la experiencia vicaria respecto a las emociones de los demás. Bajo esta perspectiva, desear que el estado emocional de otras personas mejore refiere principalmente a un proceso psicológico distinto; el cual frecuentemente se denomina compasión o preocupación empática (Goetz et al., 2010; Jordan et al., 2016).

Esta distinción, aunque aparentemente sutil, es importante. Muestra de ello son los hallazgos de Jordan et al. (2016), quienes encontraron que los individuos que son propensos a experimentar empatía (sentir lo que los otros sienten), no necesariamente están predispuestos a sentir preocupación empática (preocuparse por el bienestar de los demás). Asimismo, sus estudios encontraron que la preocupación empática y la empatía predijeron la cooperación; sin embargo, cuando ambas variables fueron consideradas en un modelo de regresión múltiple, solo la preocupación empática predijo mayores conductas prosociales

(Jordan et al., 2016). Por su parte, los estudios de Klimecki, Leiberg, Ricard, & Singer (2013) demostraron que recibir un entrenamiento en empatía condujo a experimentar aflicción empática, lo cual se sabe es un factor de riesgo para el agotamiento emocional y puede llevar a conductas evitativas. En contraste, quienes recibieron un entrenamiento en compasión (preocupación empática) no solo exhibieron mayores conductas prosociales, sino que también experimentaron mayor afecto positivo, resiliencia y una mejor gestión de las situaciones estresantes (Klimecki et al., 2013).

Pese a que la preocupación empática pareciera tener mayores efectos positivos tanto para los demás como para uno mismo, en el ámbito de las donaciones hacia víctimas se ha demostrado que el malestar generado por la empatía está relacionado con un incremento en las donaciones (Kogut & Ritov, 2005). Específicamente, se ha encontrado que las personas suelen empatizar más y ser más caritativos con un individuo que con un grupo de individuos (Bloom, 2016; Slovic, 2007). Por ejemplo, los estudios de Kogut & Ritov (2005) demostraron que las donaciones aumentan cuando la persona beneficiaria es una víctima única identificable, en comparación a cuando es una víctima no identificable o un grupo de víctimas. De manera más sorprendente aún, los estudios de Small, Loewenstein, & Slovic (2007) demostraron que el agregar víctimas estadísticas a una víctima única no solo no aumentó las donaciones, sino que las disminuyó. Ello suele explicarse debido a que las víctimas estadísticas no son más que un número, mientras que las víctimas identificadas tienen un rostro, un nombre y una historia que permiten experimentar mayores sentimientos de empatía (Small et al., 2007).

Frente a estos hallazgos, Bloom (2016) critica la influencia de la empatía en tanto muchas veces termina favoreciendo a la minoría a costa de la mayoría; tal como se ha demostrado en el ámbito de las donaciones hacia víctimas (Kogut & Ritov, 2005; Small et al., 2007). No obstante, en el ámbito de la deshonestidad, pareciera que lo opuesto es verdad. Mientras mayores son los posibles beneficiarios, mayores serán las conductas deshonestas destinadas a ayudar (Gino et al., 2013). Ahora bien, antes de esbozar una conclusión, es importante tener en cuenta una precisión: los estudios realizados en deshonestidad solo han incluido la presencia de personas que no son identificadas explícitamente como víctimas (Gino et al., 2013; Gino & Pierce, 2009). Asimismo, en los estudios de Gino et al. (2013), la

realización de conductas deshonestas beneficiaba tanto a otra(s) persona(s), como a uno mismo. En este sentido, no se evaluó qué ocurre con la deshonestidad cuando solo una parte puede beneficiarse en mayor o menor medida en perjuicio de la otra. En otras palabras, cuando la mentira beneficia a uno, pero perjudica a otro. Así pues, resulta pertinente esclarecer en qué situaciones específicas se es deshonesto cuando el bienestar de otra(s) persona(s) está involucrado.

Tomando en cuenta todo lo mencionado hasta ahora, este estudio buscó explorar cómo influye la presencia de potenciales víctimas en la realización de conductas deshonestas. Específicamente, se quiso establecer una relación directa entre la posible realización de actos deshonestos y las personas perjudicadas por dichos actos. Para ello, a través de un diseño experimental, se crearon dos condiciones experimentales en donde los participantes tenían la posibilidad de mentir para beneficiarse a sí mismos en mayor medida; teniendo en cuenta que ello disminuiría las ganancias correspondientes a: 1) una víctima identificable o 2) dos víctimas identificables. Adicionalmente, se incluyó una condición control en donde no se explicitó la presencia de víctima alguna. Considerando el efecto de la víctima única, replicado en una serie de experimentos en el ámbito de las donaciones (Kogut & Ritov, 2005; Small et al., 2007), se hipotetizó que la deshonestidad sería menor en la condición experimental 1) y mayor en la condición control.

Adicionalmente, este estudio buscó responder a dos objetivos específicos. El primero tuvo como propósito identificar la influencia de distintos rasgos emocionales (culpa/vergüenza de sí mismo, empatía/preocupación empática) en la realización de actos deshonestos. Teniendo como referencia los estudios de Cohen et al. (2011) y Jordan et al. (2016), se hipotetizó que la propensión a sentir culpa y la preocupación empática predecirían menores niveles de deshonestidad en todas las condiciones. La respuesta a dicha hipótesis permitirá identificar qué rasgo emocional es el mayor disuasor de deshonestidad; independientemente de las emociones generadas en el momento por las víctimas (e.g., empatía hacia la víctima única). Por su parte, el segundo objetivo específico buscó explorar cómo se actualiza el autoconcepto después de realizadas conductas que podrían tornarse deshonestas y perjudicar directamente a otras personas. Teniendo como base la teoría de mantenimiento del autoconcepto (Mazar et al., 2008b), se hipotetizó que las personas

actuarían de tal manera que puedan mantener un autoconcepto positivo de sí mismas en todas las condiciones. En este sentido, se hipotetizó que no habría diferencias significativas en la actualización del autoconcepto entre las distintas condiciones.



## Método

### Participantes

La muestra estuvo conformada por 40 adultos peruanos residentes en Lima, de los cuales 17 fueron hombres y 23 mujeres. Sus edades fluctuaron entre 17 y 52 años, con una edad promedio de 23.18 (DE = 7.98). El total de participantes se dividió en 3 grupos: grupo control 0 (n = 12), grupo exp. 1 (n= 17) y grupo exp. 2 (n = 11). Debido a cuestiones metodológicas (i.e., controlar posibles efectos de las características propias de los estímulos) el grupo exp. 1 se subdividió en: grupo exp. 1a. (n = 10) y grupo exp. 1b. (n= 7). Es importante mencionar que todos los participantes fueron informados de la naturaleza del estudio mediante un consentimiento informado escrito y accedieron voluntariamente a participar del mismo.

### Medición

**Materiales.** Para responder a las preguntas formuladas en esta investigación, se utilizó una variación del “juego mental”; desarrollado inicialmente por Jiang (2013) y utilizado como medición de deshonestidad generalizada en los experimentos de Mann et al. (2016b) y Ariely, Garcia-Rada, Gödker, & Hornuf (2019). Este juego supone lanzar un dado físico por un número definido de intentos (20 intentos en el caso de esta investigación). En cada intento, a los participantes se les instruye que escojan mentalmente un lado del dado- superior o inferior- antes de lanzar el mismo. Los participantes deben recordar su elección, lanzar el dado y, una vez el resultado es visible, indicar qué lado escogieron. De acuerdo al lado que reportan haber escogido, corresponden ciertas ganancias monetarias. Esta tarea permite hacer trampa en condiciones en donde es imposible distinguir inmediatamente la deshonestidad de la buena fortuna de los participantes. No obstante, una vez agregadas las respuestas individuales y colectivas de los participantes, es posible evaluar la magnitud de la deshonestidad a partir de la diferencia entre la proporción de “lanzadas altas” reportadas y la proporción de “lanzadas altas” que se esperarían por azar (Mann et al., 2016b). Por otro lado, se utilizaron fotografías reales de un niño y una niña de 2 y 4 años respectivamente, ambos con una condición grave de salud. Debido a la enfermedad que padecían, leucemia linfoblástica aguda, se consideró apropiado catalogarlas (en nombre del experimento) como

“víctimas.” Tanto las madres del niño, como de la niña, accedieron voluntariamente a que sus hijos sean fotografiados. Al finalizar el experimento, se les prometió que el dinero recaudado iría donado a los mismos.

**Autoconcepto.** Después de culminar la tarea experimental, los participantes respondieron a la pregunta: “En comparación con el día de ayer, ¿Cuán buena persona sientes que eres?” en una escala Likert de 10 puntos (0 = Mucho peor, 10 = Mucho mejor). Esta pregunta, con ligeras modificaciones, ha sido utilizada en los estudios de Mazar et al. (2008b), Gino et al. (2013) para evaluar el mantenimiento del autoconcepto en los participantes después de que han sido expuestos a tareas que evaluaban la deshonestidad.

**Propensión a sentir culpa y vergüenza de sí mismo.** La propensión a sentir culpa y vergüenza de sí mismo se midió utilizando la versión en español del Guilt and Shame Proneness Scale (GASP) (Alabernia-Segura, Feixas-Viaplana, & Gallardo-Pujol, 2018). Esta escala, la cual consta de 16 ítems que se dividen en 4 subescalas con una opción de respuesta Likert de 7 puntos (1 = Muy improbable, 7 = Muy probable), evalúa rasgos emocionales (propensión a sentir culpa y vergüenza de sí mismo), en lugar de estados emocionales (sentimientos de culpa y vergüenza de sí mismo producto de las condiciones del momento) (Cohen et al., 2011). Para ello, utiliza situaciones hipotéticas que las personas pueden encontrar en su día a día, seguidas de reacciones típicas ante dichas situaciones. Es importante tener en cuenta que los coeficientes de alpha tienden a mostrar una menor confiabilidad en mediciones que involucran escenarios hipotéticos; esto debido a que cada ítem contiene varianza única para el escenario específico y varianza común para el constructo psicológico subyacente (Tangney & Dearing, 2002). En tanto el GASP es una medición basada en escenarios hipotéticos, los autores originales de la escala establecieron como valor de referencia un alpha de Cronbach superior a 0.60 para evaluar la confiabilidad interna de las subescalas (Cohen et al., 2011). No obstante, en este estudio todas las subescalas presentaron coeficientes alpha inadecuados ( $\alpha < 0.60$ ). Así, los coeficientes alpha de las dos subescalas que evaluaron la propensión a sentir culpa fueron: a) evaluación negativa de los comportamientos (NBE) ( $\alpha = 0.14$ ) y b) respuestas reparadoras a transgresiones privadas ( $\alpha = 0.35$ ). Por su parte, los coeficientes alpha de las otras dos subescalas que evaluaron la propensión a sentir vergüenza de sí mismo fueron: c) evaluación negativa del sí mismo (NSE)

( $\alpha = 0.44$ ) y d) respuestas de retraimiento a transgresiones públicas ( $\alpha = 0.12$ ). Si bien en este estudio los coeficientes alpha no pudieron interpretarse como confiables, es importante mencionar que esta escala fue validada en España con una muestra de estudiantes universitarios y que, en dicho país, sí mostró coeficientes adecuados; con alphas alrededor de 0.60 (Alabernia-Segura et al., 2018).

**Preocupación empática y empatía disposicional.** Para medir la empatía y la preocupación empática disposicional se utilizó la versión en español del “Interpersonal Reactivity Index (IRI)” (Pérez-Albéniz, de Paúl, Montes, & Torres, 2003). Esta escala consta de 28 ítems, los cuales se dividen en 4 subescalas con una opción de respuesta Likert de 5 puntos (1 = no me describe bien, 5 = me describe muy bien). En este estudio, los coeficientes alpha de todas las subescalas fueron inadecuados ( $\alpha < 0.70$ ). No obstante, en dos subescalas se removieron ítems que disminuían su consistencia interna. A continuación, se detallan los coeficientes finales de cada subescala. Para medir la preocupación empática, se utilizaron las subescalas “Toma de perspectiva” ( $\alpha = 0.68$ ) y “Preocupación empática” ( $\alpha = 0.44$ ). La primera subescala mide la tendencia o habilidad de los sujetos para adoptar la perspectiva o punto de vista de otras personas; mientras que, la segunda subescala evalúa la tendencia de los sujetos a experimentar sentimientos de compasión y preocupación hacia los demás (Davis, 1980; Pérez-Albéniz et al., 2003). Por su parte, para medir la empatía, se utilizaron las subescalas “Fantasía” ( $\alpha = 0.52$ ) y “Malestar personal” ( $\alpha = 0.76$ ). La primera subescala mide la tendencia de los individuos a identificarse con personajes ficticios como personajes de libros y películas; mientras que la segunda subescala mide los sentimientos de incomodidad y ansiedad que experimentan las personas cuando son testigos de las experiencias negativas de otros (Davis, 1980; Pérez-Albéniz et al., 2003). Ahora bien, los coeficientes alpha reportados comprenden la substracción de los ítems 3 y 15 en la subescala “Toma de perspectiva” y del ítem 19 en la subescala “Malestar personal”. Aunque con algunos indicadores poco confiables en el presente estudio, esta escala fue validada con tres muestras en España (Pérez-Albéniz et al., 2003). La primera muestra estuvo conformada por padres y madres de familia; mientras que la segunda y tercera, por estudiantes universitarios. En todos los casos, el alfa de Cronbach de cada subescala fluctuó alrededor de  $\alpha = .70$ . Finalmente, es importante mencionar que en la versión original del instrumento (Davis,

1980), el ítem 13 pertenecía al factor de “Malestar Personal” y en la versión adaptada al español (Pérez-Albéniz et al., 2003) se introdujo en el factor de “Preocupación Empática”.

**Datos sociodemográficos.** La ficha de datos sociodemográficos incluyó las variables sexo, edad e ingresos relativos percibidos. En cuanto a la variable “ingresos relativos percibidos”, la misma se evaluó a través de la pregunta “En comparación con otras personas de su país, ¿diría que su hogar gana menos o más dinero que la mayoría?” en una escala Likert de 10 puntos (0= Mucho menos dinero, 10 = Mucho más dinero). Esta pregunta ha sido utilizada previamente en los estudios de Mann et al. (2016b).

### **Procedimiento**

El estudio se anunció como un estudio de toma de decisiones en el que los participantes podían ganar entre S/4 y S/24 dependiendo del resultado. Cada sesión duró aproximadamente 20 minutos y consistió en realizar la tarea experimental 20 veces y completar una serie de cuestionarios y pruebas psicométricas al final.

Este estudio fue realizado en un centro comercial de Lima Metropolitana. El experimentador se acercó a los participantes a lo largo del día y les describió brevemente el estudio de manera oral. Acto seguido, les preguntó si estarían interesados en participar del mismo. Si un potencial participante consentía verbalmente a participar del estudio, el experimentador continuaba con el protocolo; en caso contrario, se le agradecía a la persona por su tiempo y el experimentador continuaba con una siguiente persona.

Previo a la realización del trabajo de campo, los participantes fueron asignados aleatoriamente a uno de tres grupos experimentales. Un primer grupo (grupo control 0) realizó la tarea experimental del dado y reportó su elección mental después de realizado el lanzamiento. A ellos se les indicó que en todos los intentos recibirían un pago proporcional al lado de su elección (mientras mayores puntos aparecieran en el lado escogido, mayores serían las ganancias). Un segundo grupo (grupo exp. 1) realizó la misma tarea que el primero, pero se les indicó adicionalmente que las ganancias correspondientes al lado no escogido irían donadas a una víctima identificable. Finalmente, un tercer grupo (grupo exp. 2) realizó la misma tarea que el primer y segundo grupo, pero esta vez se les indicó que las ganancias correspondientes al lado no escogido irían donadas a dos víctimas identificables.

Después de realizada la tarea experimental, todos los participantes completaron una serie de cuestionarios y pruebas psicométricas en línea. Finalizado el experimento, a todos los participantes se les pagó la cantidad de dinero correspondiente y se les agradeció por su participación. Cabe mencionar que el pago monetario fue de 20 céntimos por cada punto exhibido en el lado del dado escogido.

### **Análisis de datos**

Los análisis estadísticos se realizaron en el paquete estadístico R. En primer lugar, se realizó la visualización de datos de las variables: deshonestidad (agregada), autoconcepto e ingresos relativos de acuerdo al grupo experimental asignado. Seguido de ello, se compararon las proporciones de lanzadas favorables reportadas por grupo experimental (distribución muestral) con las proporciones de lanzadas favorables esperadas por azar (distribución poblacional), a través de pruebas t-student para una muestra. Dicha medición permitió obtener el grado de deshonestidad, a nivel agregado, de cada grupo experimental. A continuación, se realizó el mismo procedimiento con la variable autoconcepto. En este caso se asumió que todo puntaje que se desviara de 5 puntos significaría una actualización del autoconcepto; ya sea esta positiva o negativa. Este análisis se hizo de manera individual, y no agregada. Debido a que la visualización de datos demostró un traslape entre los intervalos de confianza de cada grupo, no se realizaron pruebas estadísticas adicionales para analizar diferencias en los puntajes de autoconcepto entre grupos. Finalmente, se compararon los ingresos relativos percibidos entre los grupos experimentales. Esto se realizó con el fin de evaluar la homogeneidad de los grupos en relación a esta variable.

## Resultados

El grado de deshonestidad se evaluó a nivel agregado para cada condición experimental. Solo los participantes que fueron asignados a la condición experimental 1a) fueron deshonestos ( $M = 0.43$ ,  $SE = 0.04$ ). Esta diferencia, en relación a lo esperado poblacionalmente ( $M = 0.5$ ,  $SD = 0$ ), fue significativa  $t(199) = -1.99$ ,  $p = 0.05$ ; no obstante, el tamaño del efecto de esta diferencia fue pequeño  $r = 0.14$ . En todas las demás condiciones experimentales, incluida la control, no se encontraron diferencias significativas ( $p > 0.05$ ). Ello indicaría que, con la excepción de la condición experimental 1a, los participantes aparentemente fueron honestos. La figura 1 muestra el promedio de deshonestidad observada de acuerdo a la condición experimental asignada, en comparación con los resultados esperados por azar.

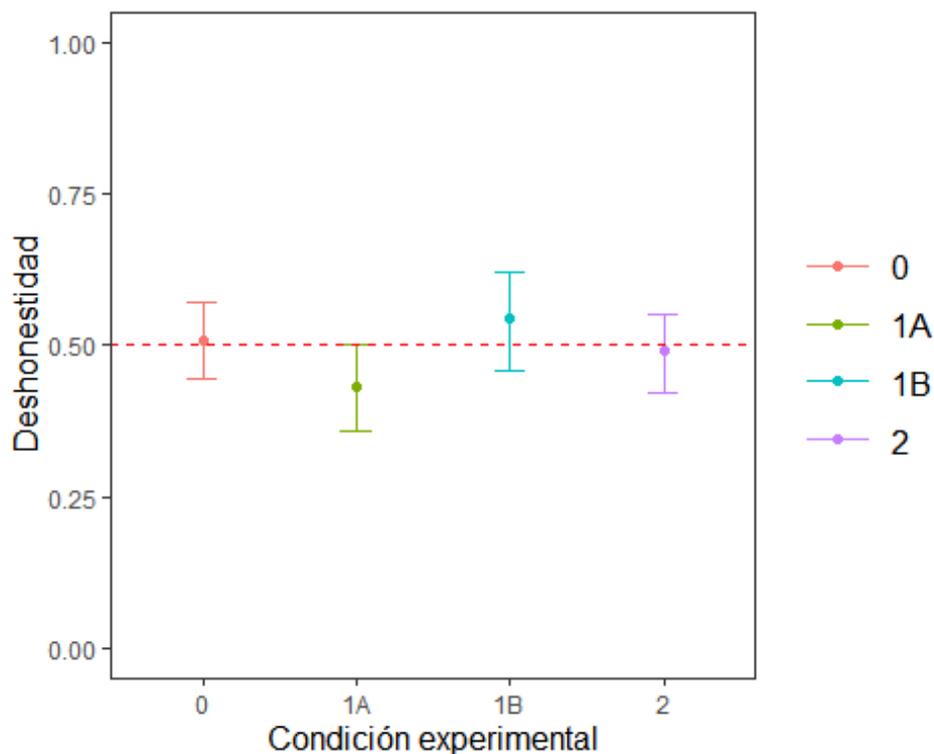


Figura 1: *Deshonestidad de acuerdo a la condición experimental asignada*

A nivel descriptivo, el autoconcepto se actualizó de manera positiva en todas las condiciones experimentales. Esta diferencia, respecto a lo esperado de no haberse actualizado el autoconcepto ( $M = 5$ ,  $SD = 0$ ), fue significativa ( $p < 0.001$ ). No obstante, no se encontraron diferencias significativas entre los grupos experimentales. La figura 2 muestra el promedio en los puntajes de autoconcepto de acuerdo a la condición experimental asignada, en comparación con los resultados esperados de haberse mantenido los puntajes en el autoconcepto.

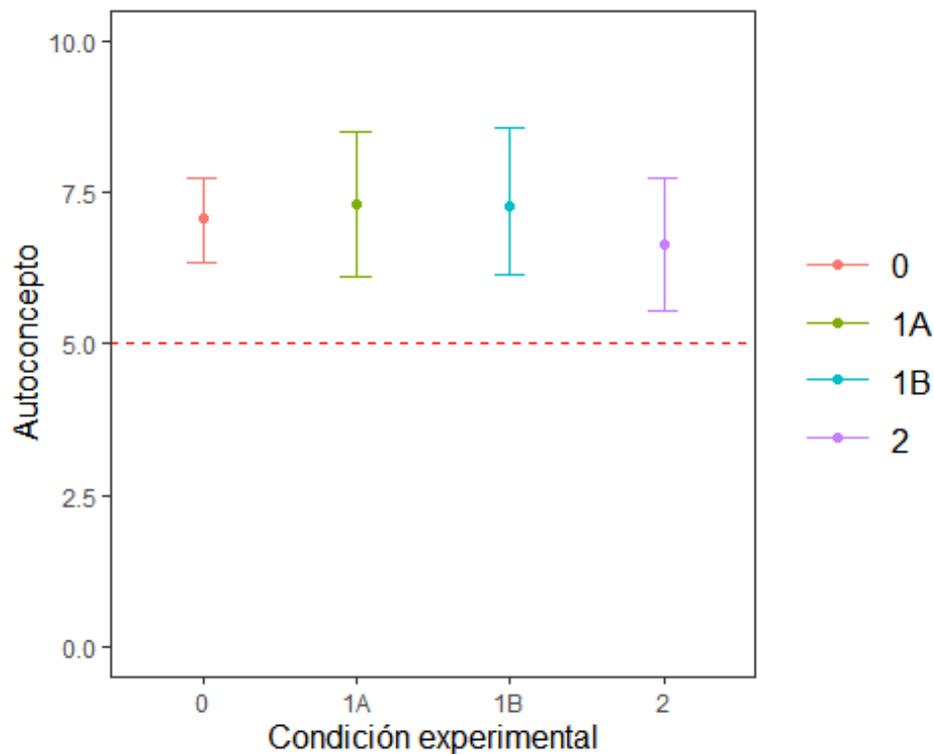
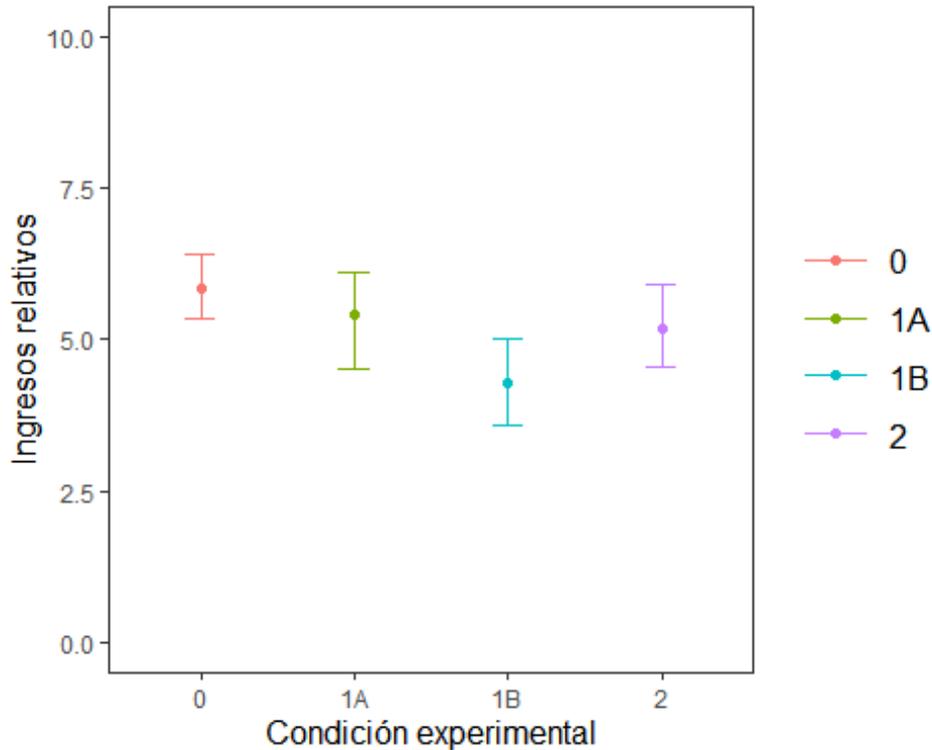


Figura 2: Autoconcepto de acuerdo a la condición experimental asignada

Adicionalmente, se midieron los niveles de ingresos relativos percibidos de los participantes para controlar un posible efecto de los mismos en la deshonestidad. A nivel descriptivo se observa que los participantes asignados al grupo 1b reportaron ingresos relativos por debajo del promedio reportado. De hecho, se encontraron diferencias significativas  $t(11.88) = 3$ ,  $p = 0.01$  entre los ingresos relativos de los participantes del grupo 1b ( $M = 4.29$ ,  $SE = 1.11$ ) y los participantes del grupo control ( $M = 5.83$ ,  $SE = 1.03$ ). No

obstante, no se encontró una relación significativa entre las variables ingresos relativos y deshonestidad. La figura 3 muestra el promedio en los puntajes de ingresos relativos percibidos de acuerdo a la condición experimental asignada.



*Figura 3: Ingresos relativos de acuerdo a la condición experimental asignada*

Finalmente, es importante detallar que la mayoría de análisis estadísticos relacionados a uno de los objetivos secundarios de esta investigación (i.e., identificar la influencia de distintas emociones morales en la realización de actos deshonestos) no se llevaron a cabo debido a bajos niveles de confiabilidad en su medición psicométrica ( $\alpha < .60$ ). No obstante, se realizó una regresión lineal múltiple que incluyó como variables independientes la condición experimental asignada, los ingresos relativos percibidos, el malestar personal y la toma de perspectiva (siendo estas dos últimas variables medidas a través de las subescalas del “Interpersonal Reactivity Index” utilizadas en este estudio); así como las interacciones entre las mismas. Como variable dependiente se utilizó la lanzada de dado promedio por participante. Los resultados del modelo, sin embargo, fueron no significativos ( $p > 0.05$ ).

## Discusión

Los resultados de esta investigación demuestran hallazgos contradictorios a lo esperado en base a estudios previos (Gino & Pierce, 2009; Mann et al., 2016b; Mazar et al., 2008b). En primer lugar, se hipotetizó que la deshonestidad sería mayor en la condición control, en comparación con las demás condiciones. Los resultados de esta investigación demuestran que dicha hipótesis no se cumplió: los participantes del grupo control fueron honestos. Es importante destacar su honestidad, en tanto evidencia previa señala todo lo contrario: las personas son deshonestas para beneficiarse a sí mismas, hasta el punto en donde aún puedan mantener un autoconcepto positivo (Cohn, Maréchal, Tannenbaum, & Zünd, 2019; Mann et al., 2016b; Mazar et al., 2008b). En el presente estudio, sin embargo, las personas no mintieron y actualizaron su autoconcepto de manera positiva. La explicación más plausible a estos resultados sostiene la existencia de efectos del experimentador. Así, es posible que sus características personales (e.g, simpatía, carisma, buenos modales) hayan cumplido un rol importante. Ello, sumado a que los participantes sabían el estudio formaba parte del proyecto de tesis del investigador- logro altamente valorado a nivel cultural en Perú- puede haber ocasionado que no mintieran. Si bien estas son posibles especulaciones, futuros estudios se asegurarán de controlar por estas variables.

En segundo lugar, tampoco se cumplió la segunda hipótesis: “la deshonestidad será menor en la condición experimental 1”. De hecho, sucedió lo contrario: la deshonestidad fue mayor en una de las subcondiciones de la condición experimental 1, en comparación con todas las demás condiciones. Con respecto a estos resultados, existen muchos aspectos importantes a destacar. El primero y más importante es que, si bien la deshonestidad fue mayor en la condición experimental 1a., esta no fue para beneficio propio sino de la víctima. Es decir, los participantes de este grupo reportaron más lanzadas bajas o desfavorables (que les daban menor ganancia monetaria) en relación a lo esperado por azar. El hecho de que los participantes del grupo 1a. hayan mentido en perjuicio de sí mismos para beneficiar a otros, permitiría catalogar estos actos como altruistas (i.e., comportamientos costosos para el actor y beneficiosos para el destinatario) (Kurzban, Burton-Chellew, & West, 2015). No obstante, queda la interrogante de qué elementos (e.g., emociones) subyacerían a dicho altruismo. Asimismo, queda por explorar por qué los participantes del grupo 1b., quienes vieron la

fotografía de la víctima única mujer de 4 años, no tuvieron un comportamiento similar a los participantes del grupo 1a., quienes vieron la fotografía de la víctima única hombre de 2 años.

En línea con lo anterior, los datos recogidos en el presente estudio no permiten obtener inferencias sólidas en relación a un posible efecto de víctima única identificable en relación a la deshonestidad. Si bien este efecto se ha identificado en el ámbito de las donaciones hacia víctimas (Kogut & Ritov, 2005), la presente investigación quiso explorar un efecto similar en el ámbito de la deshonestidad: menor deshonestidad cuando hay una víctima y mayor deshonestidad cuando hay más de una víctima. Tal como se ha mencionado, únicamente los participantes del grupo 1a. mintieron para beneficiar a las víctimas en perjuicio de sí mismos; los del grupo 1b., que también vieron a una víctima única (la niña), fueron en general honestos. Estos hallazgos posibilitan distintas explicaciones inicialmente no contempladas. Así, es posible que las expresiones faciales del niño y la niña, su edad o incluso su sexo hayan influido en los resultados; no obstante, no es posible elaborar conclusiones en tanto el impacto emocional de dichas variables no fue medido.

Tampoco es posible determinar si la apelación al mecanismo de categorización en la teoría de Mazar et al. (2008b) fue efectivo. Como anteriormente se ha mencionado, este estudio buscó llevar al límite la maleabilidad de una acción posiblemente dañina (i.e., mentir y, con ello, beneficiarse uno mismo a costa de robarle dinero a una víctima). De haber obtenido resultados consistentes en la condición 1a. y 1b., se podría inferir que apelar al mecanismo de categorización fue efectivo. No obstante, al no cumplirse esto, queda pendiente por explorar si la maleabilidad de la deshonestidad estuvo influenciada por emociones generadas por características propias de los niños (e.g., culpa, empatía, preocupación empática).

Ahora bien, es importante discutir la actualización positiva del autoconcepto en todas las condiciones. De acuerdo con la teoría de Mazar et al. (2008b), las personas actuarán para su propio beneficio (i.e., mentir) únicamente hasta el punto que puedan mantener un autoconcepto positivo de sí mismos. En el presente estudio, sin embargo, los participantes no lo mantuvieron, sino que lo actualizaron de forma positiva. Con respecto a estos hallazgos, es importante destacar las investigaciones de Prentice et al. (2019), en donde se encontró que actuar moralmente tiene consecuencias afectivas positivas. Así, el hecho de que los

participantes no hayan mentido en ninguna condición para beneficiarse a sí mismos (i.e., hayan actuado moralmente) explicaría por qué la actualización de su autoconcepto fue positiva.

No obstante, ha de reconocerse que catalogar como moral el comportamiento de los participantes del grupo 1a., quienes mintieron para beneficiar al niño de 2 años, es debatible. Pese a ello, se sabe que las conductas prosociales (i.e., conductas en favor de otras personas) están asociadas con distintas recompensas internas, tales como una mayor autoestima o autoeficacia (Keltner, Kogan, Piff, & Saturn, 2014; Piferi & Lawler, 2006). Así, el hecho de que las mentiras de los participantes del grupo 1a. hayan favorecido a la víctima, más no a sí mismos, explicaría por qué la actualización de su autoconcepto también fue positiva.

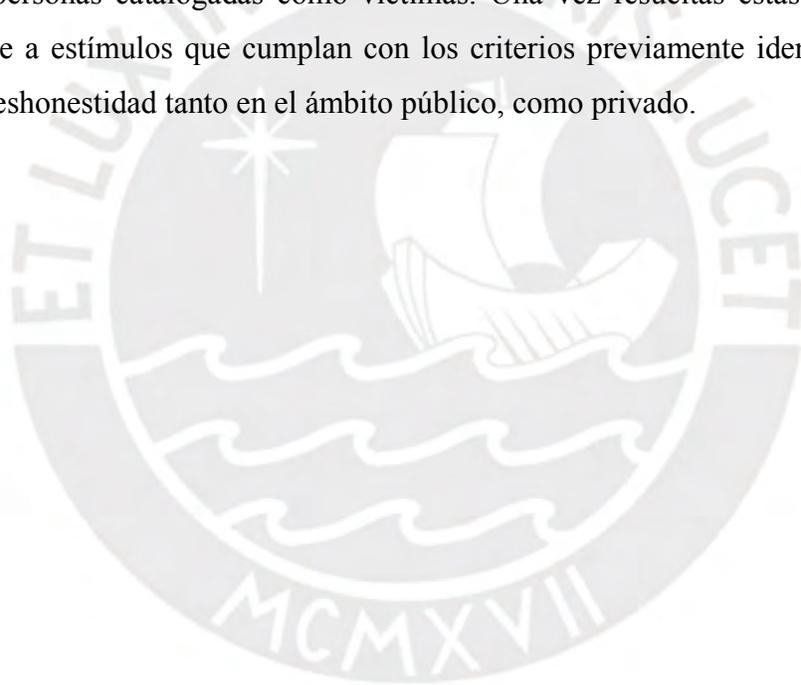
Dentro de las limitaciones principales, destaca la imposibilidad de identificar la influencia de distintos rasgos emocionales en la realización de actos deshonestos. Esto debido principalmente a la baja confiabilidad en las propiedades psicométricas de las escalas utilizadas en este estudio. En línea con ello, la escala que midió el mantenimiento del autoconcepto tampoco fue la más apropiada. Así, difirió de la escala original utilizada en los estudios de Mazar et al. (2008b), en donde las opciones de respuestas fluctuaban entre -5, pasando por 0, hasta +5; a diferencia de la utilizada en esta investigación, en donde las opciones fluctuaban entre 0 y 10.

Otra limitación importante fue la reducida muestra incluida para analizar los resultados de esta investigación ( $n = 40$ ). En ese sentido, si bien fue posible inferir deshonestidad de manera agregada, no fue posible inferir deshonestidad de manera individual y mucho intentar predecirla a través de otras variables. Además, el tamaño reducido de la muestra total permitió una asimetría en relación a los ingresos relativos percibidos entre grupos. Así, cabe recordar que el grupo exp. 1b. reportó menores ingresos relativos percibidos que el grupo control 0.

A raíz de ello, futuras investigaciones deberán utilizar escalas correctamente validadas en el contexto de aplicación, aún así utilicen el mismo lenguaje. Asimismo, incluirán tamaños de muestra mayores para lograr un mejor balance entre las características de los participantes de cada grupo. Una mayor muestra, a su vez, permitirá analizar las diferencias en comportamiento entre las condiciones de víctima única identificable y dos

víctimas únicas identificables. Por otro lado, se recomienda medir las emociones generadas por las imágenes de los niños; con ello, se podrían identificar mecanismos de acción que expliquen la diferencia en el comportamiento de los participantes asignados al grupo 1a. y 1b. En conjunto con lo anterior, se recomienda analizar las expresiones faciales propias de las imágenes de cada niño; de esa manera, se podría apelar a aquellas expresiones que generan las emociones deseadas para prevenir la deshonestidad.

En conclusión, esta investigación podría tomarse como un estudio piloto que demuestra el potencial efecto de incluir víctimas únicas como disuasoras de conductas deshonestas para beneficio propio. No obstante, queda pendiente por evaluar cuál sería el estímulo suficientemente correcto para prevenir la deshonestidad, incluso cuando esta es para beneficio de personas catalogadas como víctimas. Una vez resueltas estas interrogantes, podría apelarse a estímulos que cumplan con los criterios previamente identificados para disminuir la deshonestidad tanto en el ámbito público, como privado.



## Referencias

- Alabernia-Segura, M., Feixas-Viaplana, G., & Gallardo-Pujol, D. (2018). *Guilt and shame proneness scale (GASP) adaptation and psychometric properties in spanish population*. <https://doi.org/10.31234/osf.io/dtm6k>
- Aquino, K., & Reed, A. (2002). The self-importance of moral identity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(6), 1423–1440. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.83.6.1423>
- Ariely, D., Garcia-Rada, X., Gödker, K., & Hornuf, L. (2019). The impact of two different economic systems on dishonesty. *European Journal of Political Economy*. <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2019.02.010>
- Aronson, E. (1969). A Theory of Cognitive Dissonance: A Current Perspective. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 4, pp. 1–34). Nueva York: Academic Press.
- Ayal, S., Gino, F., Barkan, R., & Ariely, D. (2015). Three principles to REVISE people's unethical behavior. *Perspectives on Psychological Science*, 10(6), 738–741. <https://doi.org/10.1177/1745691615598512>
- Batson, D., Hakansson, J., Chermok, V., Hoyt, J., & Ortiz, B. (2007). An additional antecedent of empathic concern: Valuing the welfare of the person in need. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93(1), 65–74. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.93.1.65>
- Becker, G. (1968). Crime and punishment: An economic approach. *Journal of Political Economy*, 76(2), 169–217.
- Bloom, P. (2016). Empathy and its discontents. *Trends in Cognitive Sciences*, 21(1). <https://doi.org/10.1016/j.tics.2016.11.004>
- Bryan, C., Adams, G., & Monin, B. (2013). Cheating would make you a cheater: Implicating the self prevents unethical behavior. *Journal of Experimental Psychology*, 142(4), 1001–1005. <https://doi.org/10.1037/a0030655>

- Campbell, E. (1964). The internalization of moral norms. *Sociometry*, 27(4), 391–412.
- Cohen, T., Panter, A., & Turan, N. (2013). Predicting counterproductive work behavior from guilt proneness. *J. Bus. Ethics*, 114, 45–53. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1326-2>
- Cohen, T., Wolf, S., Panter, A., & Insko, C. (2011). Introducing the GASP scale: A new measure of guilt and shame proneness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100(5), 947–966. <https://doi.org/10.1037/a0022641>
- Cohn, A., Maréchal, M., Tannenbaum, D., & Zünd, C. (2019). Civic honesty around the globe. *Science*. <https://doi.org/10.1126/science.aau8712>
- Davis, M. (1980). A multidimensional approach to individual differences in empathy. *JSAS Catalog of Selected Documents in Psychology*, 10.
- Defensoría del Pueblo. (2017). *Radiografía de la Corrupción en el Perú* [Reporte de corrupción N°1]. Retrieved from <https://www.defensoria.gob.pe/wp-content/uploads/2018/08/Reporte-de-corrupcion-DP-2017-01.pdf>
- Gino, F., Ayal, S., & Ariely, D. (2009). Contagion and differentiation in unethical behavior. The effect of one bad apple on the barrel. *Psychological Science*, 20(3).
- Gino, F., Ayal, S., & Ariely, D. (2013). Self-serving altruism? The lure of unethical actions that benefit others. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 93. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2013.04.005>.
- Gino, F., & Galinsky, A. (2012). Vicarious dishonesty: When psychological closeness creates distance from one's moral compass. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 119, 15–26. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2012.03.011>
- Gino, F., & Pierce, L. (2009). Dishonesty in the name of equity. *Psychological Science*, 20(9), 1153–1160.
- Gneezy, U. (2005). Deception: The role of consequences. *The American Economic Review*, 95(1).

- Goetz, J., Keltner, D., & Simon-Thomas, E. (2010). Compassion: An evolutionary analysis and empirical review. *Psychological Bulletin*, *136*(3), 351–374. <https://doi.org/10.1037/a0018807>
- Haidt, J. (2003). *The moral emotions* (R. Davidson, K. Scherer, & H. Goldsmith, Eds.). Oxford: Oxford University Press.
- Instituto de Opinión Pública. (2017). *La cultura de la transgresión en el Perú de hoy* (Boletín No. 146). Retrieved from [http://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/71395/IOP\\_0717\\_01\\_R3.pdf?sequence=6&isAllowed=y](http://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/71395/IOP_0717_01_R3.pdf?sequence=6&isAllowed=y)
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). *Encuesta nacional de hogares sobre condiciones de vida y pobreza 2017*. Retrieved from [https://webinei.inei.gob.pe/anda\\_inei/index.php/catalog/543](https://webinei.inei.gob.pe/anda_inei/index.php/catalog/543)
- Jiang, T. (2013). Cheating in mind games: The subtlety of rules matters. *Journal of Economic Behavior & Organization*, *93*, 328–336. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2013.04.003>
- Jordan, M., Amir, D., & Bloom, P. (2016). Are empathy and concern psychologically distinct? *Emotion*, 1–10. <https://doi.org/10.1037/emo0000228>
- Keltner, D., Kogan, A., Piff, P., & Saturn, S. (2014). The sociocultural appraisals, values, and emotions (SAVE) framework of prosociality: Core processes from gene to meme. *Annual Review of Psychology*, *65*, 425–460. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010213-115054>
- Klimecki, O., Leiberg, S., Ricard, M., & Singer, T. (2013). Differential pattern of functional brain plasticity after compassion and empathy training. *Social, Cognitive and Affective Neuroscience*, *9*, 873–879. <https://doi.org/10.1093/scan/nst060>
- Kogut, T., & Ritov, I. (2005). The identified victim effect: An identified group, or just a single individual. *Journal of Behavioral Decision Making*, *18*, 157–167. <https://doi.org/10.1002/bdm.492>

- Kurzban, R., Burton-Chellew, M., & West, S. (2015). The evolution of altruism in humans. *Annual Review of Psychology*. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010814-015355>
- Lewis, H. (1971). *Shame and Guilt in Neurosis*. Nueva York: Int. Univ. Press.
- Lewis, M. (2016). Self-Conscious Emotions: Embarrassment, Pride, Shame, Guilt and Hubris. In L. Feldman Barrett, M. Lewis, & J. Haviland-Jones (Eds.), *Handbook of emotions* (4th ed). Nueva York: The Guilford Press.
- Mann, H., Garcia-Rada, X., Hornuf, L., & Tafurt, J. (2016a). What deters crime? Comparing the effectiveness of legal, social and internal sanctions across countries. *Frontiers in Psychology*, 7(85). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00085>
- Mann, H., Garcia-Rada, X., Hornuf, L., Tafurt, J., & Ariely, D. (2016b). Cut from the same cloth: Similarly dishonest individuals across countries. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 1–17. <https://doi.org/10.1177/0022022116648211>
- Mazar, N., Amir, O., & Ariely, D. (2008a). More ways to cheat: Expanding the scope of dishonesty. *Journal of Marketing Research*, 45(6), 650–653.
- Mazar, N., Amir, O., & Ariely, D. (2008b). The dishonesty of honest people: A theory of self-concept maintenance. *Journal of Marketing Research*, 45(6), 633–644.
- Mazar, N., & Ariely, D. (2006). Dishonesty in everyday life and its policy implications. *American Marketing Association*, 25(1), 117–126.
- Niedenthal, P., & Ric, F. (2017). *Psychology of Emotion* (2nd ed.). Nueva York: Routledge.
- Pérez-Albéniz, A., de Paúl, J., Montes, M., & Torres, E. (2003). Adaptación de Interpersonal Reactivity Index (IRI) al español. *Psicothema*, 15(2), 267–272.
- Piferi, R., & Lawler, K. (2006). Social support and ambulatory blood pressure: An examination of both receiving and giving. *International Journal of Psychophysiology*, 62(2), 328–336.

- Prentice, M., Jayawickreme, E., Hawkins, A., Hartley, A., Furr, M., & Fleeson, W. (2019). Morality as a Basic Psychological Need. *Social Psychological and Personality Science*, 10(4), 449–460. <https://doi.org/10.1177/1948550618772011>
- Proética. (2017). *Décima encuesta nacional sobre percepciones de corrupción*. Retrieved from <https://www.proetica.org.pe/wp-content/uploads/2018/08/Pro%C3%A9tica-X-Encuesta-Nacional-sobre-Corrupci%C3%B3n-1-6.pdf>
- Shu, L., Gino, F., & Bazerman, M. (2011). Dishonest deed, clear conscience: When cheating leads to moral disengagement and motivated forgetting. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37(3), 330–349. <https://doi.org/10.1177/0146167211398138>
- Shu, L., Mazar, N., Gino, F., Ariely, D., & Bazerman, M. (2012). Signing at the beginning makes ethics salient and decreases dishonest self-reports in comparison to signing at the end. *PNAS*, 109(38). <https://doi.org/10.1073/pnas.1209746109>
- Slovic, P. (2007). "If I look at the mass I will never act": Psychic numbing and genocide. *Judgment and Decision Making*, 2(2), 79–95.
- Small, D., Loewenstein, G., & Slovic, P. (2007). Sympathy and callousness: The impact of deliberative thought on donations to identifiable and statistical victims. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102, 143–153. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2006.01.005>
- Tangney, J., & Dearing, R. (2002). *Shame and guilt*. Nueva York: Guilford Press.
- Tangney, J., Stuewig, J., & Mashek, D. (2007). Moral emotions and moral behavior. *Annual Review of Psychology*, 58, 345–372. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.56.091103.070145>
- Wenzel, M. (2004). The social side of sanctions: Personal and social norms as moderators of deterrence. *Law and Human Behavior*, 28(5), 547–567.

## Apéndices

### **Apéndice A: Consentimiento informado (a participantes del estudio)**

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes una clara explicación de la naturaleza de la investigación que se está realizando, así como del rol que cumplirán dentro de la misma.

La presente investigación es conducida por Jesus Gastañaduy, estudiante del décimo ciclo de la facultad de Psicología de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP); en el marco del curso de Seminario de Tesis 2, asesorado por el magíster Jose Arellano.

Esta investigación explora la toma de decisiones en distintas condiciones. Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá realizar una tarea experimental, así como completar una serie de cuestionarios y pruebas psicométricas al final. Los participantes recibirán un pago de entre S/2 y S/12, dependiendo de sus resultados. Esto tomará aproximadamente 20 minutos de su tiempo.

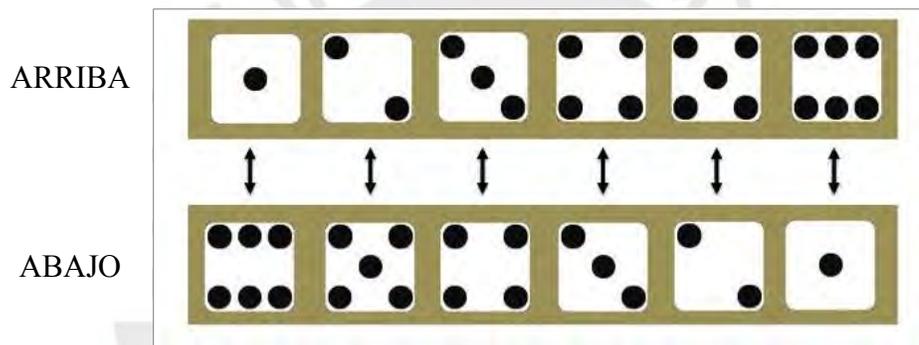
La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial, no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. No se devolverán resultados individuales ni grupales. Sus respuestas serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán completamente anónimas.

Si usted tiene alguna consulta sobre este proyecto o quisiera obtener información adicional, puede dirigirse al profesor del curso Jose Arellano, cuyo correo electrónico es el siguiente: [josearellano@heuristicallab.com](mailto:josearellano@heuristicallab.com)

### Apéndice B: Instrucciones C.E. 0

En esta tarea, se te va a pedir que lances un dado 20 veces. Antes de cada lanzamiento, deberás escoger un lado del dado en tu mente: arriba o abajo. Asegúrate de escoger un lado del dado antes de cada lanzamiento. Luego, después de lanzar el dado, deberás escribir en la hoja de Excel el resultado de elección; ello quiere decir, el número de puntos exhibidos en el lado de tu elección.

Recuerda que cada vez que lanzas el dado hay dos posibles opciones: arriba o abajo. A continuación, encontrarás una tabla que muestra las combinaciones posibles de números en un dado.



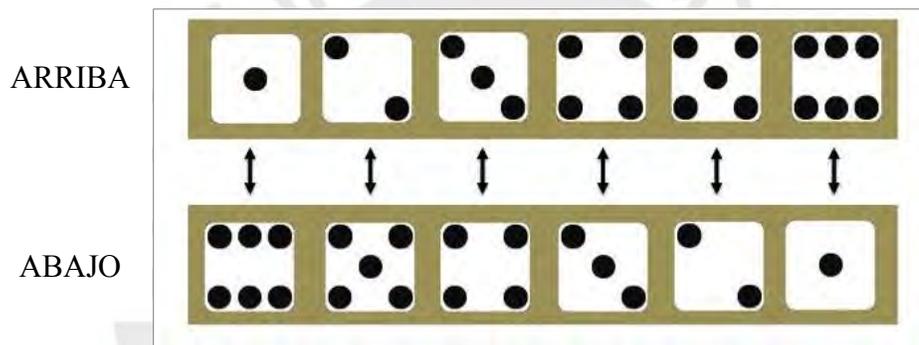
**Recibirás S/0.20 por punto exhibido en el lado del dado escogido en cada lanzamiento. Tus ganancias se acumularán a lo largo de todo el juego.**

Asegúrate de entender el esquema de pagos y clarificar cualquier consulta que tengas con el experimentador antes de que empieces.

### Apéndice C: Instrucciones C.E. 1A

En esta tarea, se te va a pedir que lances un dado 20 veces. Antes de cada lanzamiento, deberás escoger un lado del dado en tu mente: arriba o abajo. Asegúrate de escoger un lado del dado antes de cada lanzamiento. Luego, después de lanzar el dado, deberás escribir en la hoja de Excel el resultado de elección; ello quiere decir, el número de puntos exhibidos en el lado de tu elección.

Recuerda que cada vez que lanzas el dado hay dos posibles opciones: arriba o abajo. A continuación, encontrarás una tabla que muestra las combinaciones posibles de números en un dado.



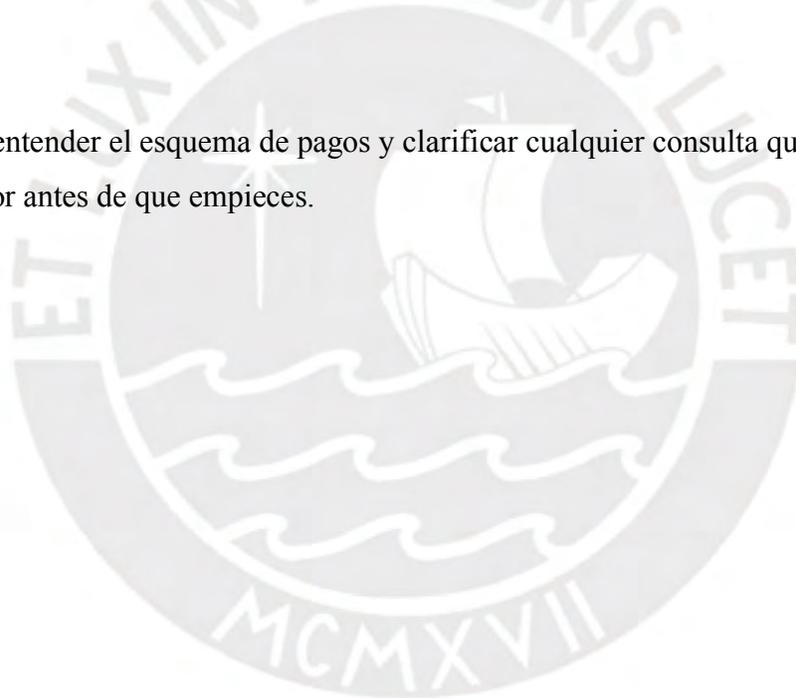
**Recibirás S/0.20 por punto exhibido en el lado del dado escogido en cada lanzamiento. Tus ganancias se acumularán a lo largo de todo el juego.**

**Las ganancias correspondientes al lado no escogido irán donadas a Lyam.**

(Foto)

**Él tiene 2 años y está siendo tratado en el INEN debido a una grave enfermedad degenerativa**

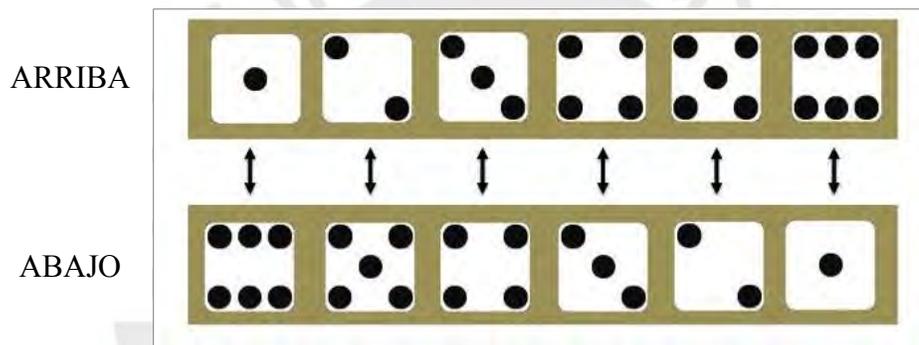
Asegúrate de entender el esquema de pagos y clarificar cualquier consulta que tengas con el experimentador antes de que empieces.



### Apéndice D: Instrucciones C.E. 1B

En esta tarea, se te va a pedir que lances un dado 20 veces. Antes de cada lanzamiento, deberás escoger un lado del dado en tu mente: arriba o abajo. Asegúrate de escoger un lado del dado antes de cada lanzamiento. Luego, después de lanzar el dado, deberás escribir en la hoja de Excel el resultado de elección; ello quiere decir, el número de puntos exhibidos en el lado de tu elección.

Recuerda que cada vez que lanzas el dado hay dos posibles opciones: arriba o abajo. A continuación, encontrarás una tabla que muestra las combinaciones posibles de números en un dado.



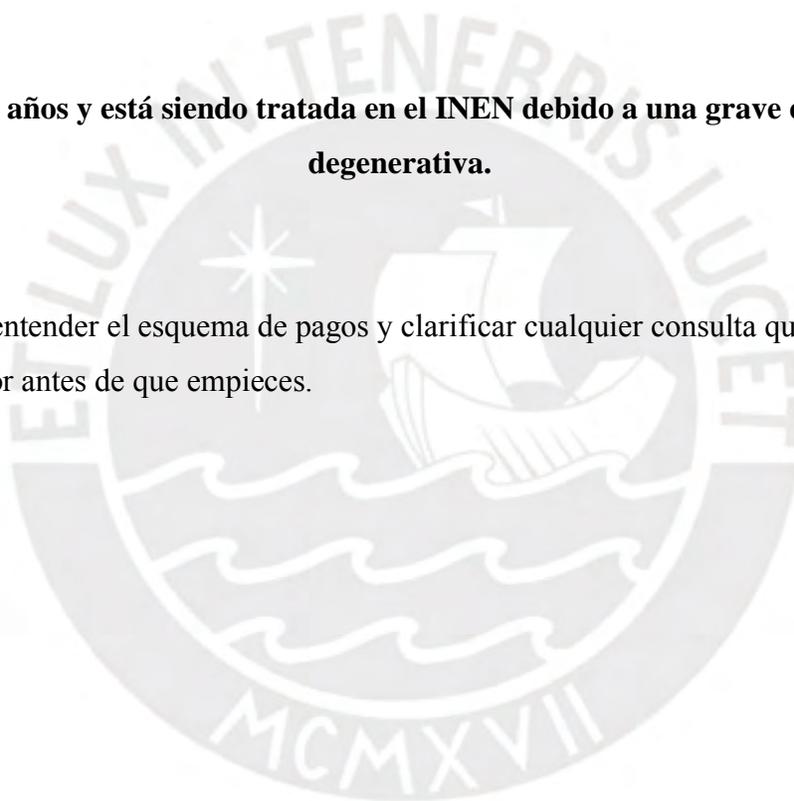
**Recibirás S/0.20 por punto exhibido en el lado del dado escogido en cada lanzamiento. Tus ganancias se acumularán a lo largo de todo el juego.**

**Las ganancias correspondientes al lado no escogido irán donadas a Mía.**

(Foto)

**Ella tiene 4 años y está siendo tratada en el INEN debido a una grave enfermedad degenerativa.**

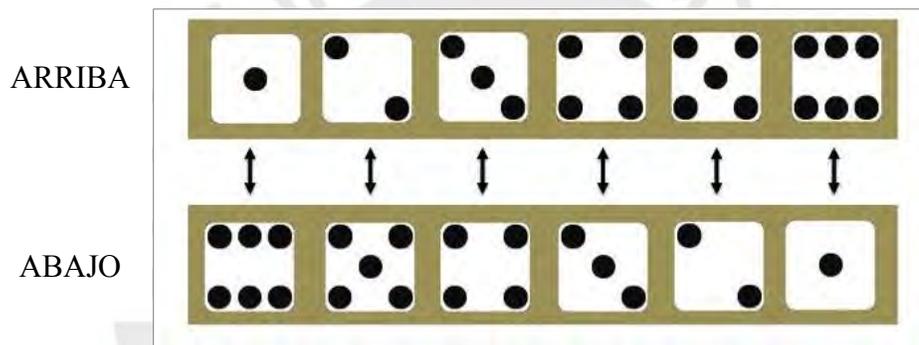
Asegúrate de entender el esquema de pagos y clarificar cualquier consulta que tengas con el experimentador antes de que empieces.



### Apéndice E: Instrucciones C.E. 2

En esta tarea, se te va a pedir que lances un dado 20 veces. Antes de cada lanzamiento, deberás escoger un lado del dado en tu mente: arriba o abajo. Asegúrate de escoger un lado del dado antes de cada lanzamiento. Luego, después de lanzar el dado, deberás escribir en la hoja de Excel el resultado de elección; ello quiere decir, el número de puntos exhibidos en el lado de tu elección.

Recuerda que cada vez que lanzas el dado hay dos posibles opciones: arriba o abajo. A continuación, encontrarás una tabla que muestra las combinaciones posibles de números en un dado.



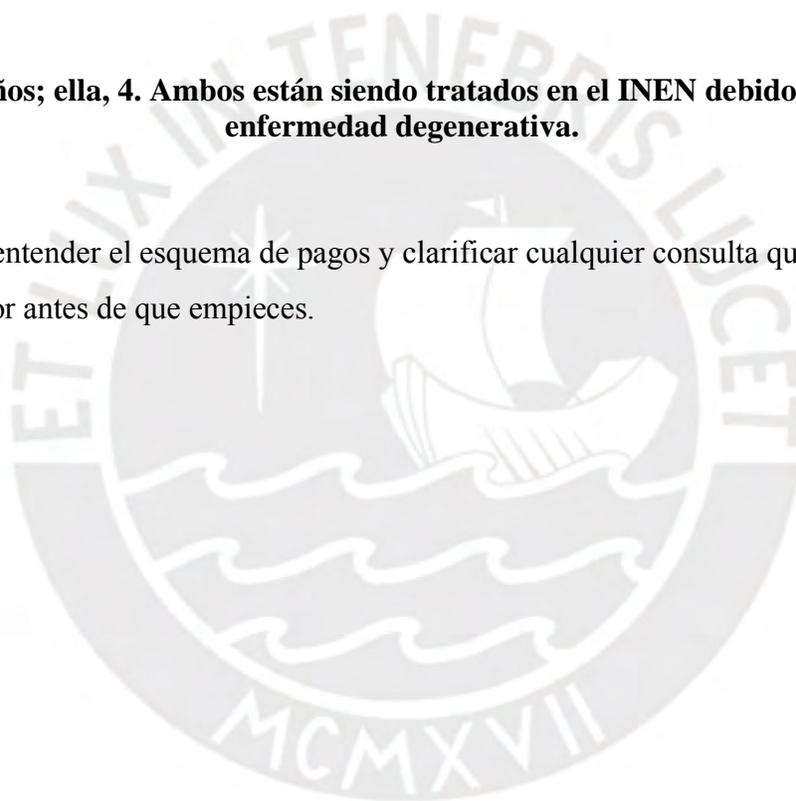
**Recibirás S/0.20 por punto exhibido en el lado del dado escogido en cada lanzamiento. Tus ganancias se acumularán a lo largo de todo el juego.**

**Las ganancias correspondientes al lado no escogido irán donadas a Lyam y a Mía.**

(Foto)

**Él tiene 2 años; ella, 4. Ambos están siendo tratados en el INEN debido a una grave enfermedad degenerativa.**

Asegúrate de entender el esquema de pagos y clarificar cualquier consulta que tengas con el experimentador antes de que empieces.



**Apéndice F: Consentimiento informado (a madres)**

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a las participantes una clara explicación de la naturaleza de la investigación que se está realizando, así como del rol que cumplirán dentro de la misma.

La presente investigación es conducida por Jesus Gastañaduy, estudiante del décimo ciclo de la facultad de Psicología de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP); en el marco del curso de Seminario de Tesis 2, asesorado por el magíster Jose Arellano.

Esta investigación explora la toma de decisiones en distintas condiciones. Para ello, se requieren fotos de dos niños(as) que tengan una condición de salud seria. Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá fotografiar a su hijo(a) en modo retrato durante aproximadamente 1 hora.

Por su participación, recibirá una compensación en efectivo de entre S/100.00 (cien nuevos soles) y S/200.00 (doscientos nuevos soles), finalizado el estudio; esto es, a fines de año como máximo. En el mes de octubre de 2019, se le contactará vía telefónica para coordinar las compensaciones correspondientes. Asimismo, a modo de retribución por su participación de hoy, recibirá S/30.00 (treinta nuevos soles) en efectivo finalizada la sesión de fotos. Dicho monto irá a cuenta del monto total a recibir a fines de año.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. Las fotografías que se tomen, no se usarán para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. En cuanto a los datos personales de su hijo(a), únicamente se incluirán su edad y condición de salud en un pie de página al final de cada foto. Con ello, se guardará la identidad de su hijo(a). Finalmente, es importante mencionar que usted puede dar por finalizada la sesión de fotos en cualquier momento; sin que ello la perjudique de manera alguna.

Si usted tiene alguna consulta sobre este proyecto o quisiera obtener información adicional, puede contactarme vía telefónica al número 985-801-090, o también puede dirigirse al profesor del curso Jose Arellano, cuyo correo electrónico es el siguiente: [josearellano@heuristicalab.com](mailto:josearellano@heuristicalab.com)

### Apéndice G: Carta de consentimiento informado

Yo, \_\_\_\_\_ con DNI \_\_\_\_\_ he leído y comprendido la información anterior y mis preguntas han sido resueltas de manera satisfactoria.

Por mi participación en este estudio recibiré una compensación de entre S/100.00 (cien nuevos soles) y S/200.00 (doscientos nuevos soles) hacia fin de año como máximo. Adicionalmente, a modo de retribución por mi participación de hoy, recibiré S/30.00 (treinta nuevos soles) en efectivo finalizada la sesión de fotos. Este último monto irá a cuenta del monto total a recibir a fin de año.

\_\_\_\_\_  
Nombre completo

\_\_\_\_\_  
Firma

\_\_\_\_\_  
DNI

\_\_\_\_\_  
Fecha

-----

#### ESTA PARTE DEBE SER COMPLETADA POR EL INVESTIGADOR

He explicado a la Sra. \_\_\_\_\_ la naturaleza y los propósitos de la investigación. Asimismo, he contestado a las preguntas en la medida de lo posible y me he asegurado de que no quede ninguna duda.

\_\_\_\_\_  
Firma del investigador

\_\_\_\_\_  
Fecha

**Apéndice H: Compensación por participación en estudio realizado**

El propósito de esta ficha es proveer a la participante una clara explicación de la etapa final de la investigación en la cual su hijo(a) formó parte.

La investigación fue conducida por Jesus Gastañaduy, estudiante del décimo ciclo de la facultad de Psicología de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP); en el marco del curso de Seminario de Tesis 2, asesorado por el magíster Jose Arellano.

Esta investigación exploró la toma de decisiones en distintas condiciones. Para ello, se le tomaron fotos a su hijo(a) en el mes de julio de 2019. Por su participación, se estableció otorgarle una compensación en efectivo de entre S/100.00 (cien nuevos soles) y S/200.00 (doscientos nuevos soles) a fines del 2019 como máximo. El día de la sesión de fotos, 13 de julio del 2019, se le otorgó un monto por adelantado de S/30 (treinta nuevos soles), a cuenta del monto total. Se estableció entregarle el monto restante una vez concluido el trabajo de campo de la investigación. En base a los resultados de la investigación, se obtuvo un excedente de dinero producto de las decisiones que tomaron los participantes. Por ello, en esta ocasión usted recibirá un monto superior a S/200 (doscientos nuevos soles); siendo este de S/ \_\_\_\_\_ ( \_\_\_\_\_ nuevos soles) en total.

Es importante mencionar que la participación en este estudio fue estrictamente voluntaria y que las fotografías no se utilizaron para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. En cuanto a los datos personales de su hijo(a), se mantuvieron confidenciales tal como se le prometió.

A continuación, se procederá con la entrega de la compensación monetaria correspondiente. Si usted tiene alguna consulta o quisiera obtener información adicional, puede contactarme vía telefónica al número 985-801-090, o también puede dirigirse al profesor del curso Jose Arellano, cuyo correo electrónico es el siguiente: [josearellano@heuristicalab.com](mailto:josearellano@heuristicalab.com)

### Apéndice I: Carta de compensación

Yo, \_\_\_\_\_ con DNI \_\_\_\_\_ he leído y comprendido la información anterior y mis preguntas han sido resueltas de manera satisfactoria.

Por mi participación en este estudio he recibido una compensación de S/ \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_ nuevos soles) en total. El día de hoy \_\_\_\_\_ afirmo recibir, en efectivo, el monto de S/ \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_ nuevos soles); descontando los S/30 (treinta nuevos soles) recibidos anteriormente, el día 13 de julio de 2019.

Finalmente, declaro estar conforme con la compensación monetaria recibida el día de hoy \_\_\_\_\_; entiendo que con ello acaba la participación de mi hijo(a); y que con la firma de este documento se da por finalizada la investigación.

\_\_\_\_\_  
Nombre completo

\_\_\_\_\_  
Firma

\_\_\_\_\_  
DNI

\_\_\_\_\_  
Fecha

### ESTA PARTE DEBE SER COMPLETADA POR EL INVESTIGADOR

He otorgado la compensación monetaria prometida a la Sra. \_\_\_\_\_ . Asimismo, he contestado a las preguntas en la medida de lo posible y me he asegurado de que no quede ninguna duda.

\_\_\_\_\_  
Firma del investigador

\_\_\_\_\_  
Fecha