

Identidad organizacional y actitudes hacia la corrupción en universitarios de ciencias sociales peruanos

Organizational identity and attitudes towards corruption in Peruvian social sciences university students

Gaspar Orellana Méndez¹  

A la memoria de Sandro Bossio

Cómo citar

Orellana, G. (2023). Identidad organizacional y actitudes hacia la corrupción en universitarios de ciencias sociales peruanos. *Socialium*, 7(2), 24-55. <https://doi.org/10.26490/uncp.sl.2023.7.2.1827>

¹ Candidato a Doctor, Magister en Psicología Educativa, Psicólogo, Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Federico Villareal Lima, Perú.
gorellana@unfv.edu.pe

RESUMEN

El propósito fue demostrar la relación entre la identidad organizacional y las actitudes hacia la corrupción y además caracterizar estas variables según criterios socio demográficos. A una muestra aleatoria estratificada de 210 estudiantes de diferentes programas de estudio de ciencias sociales de una universidad pública peruana, se aplicaron la Escala de Identidad Organizacional (Orellana et al., 2014) y la Escala Actitudes Hacia la Corrupción (Orellana y Bossio, 2019). Se encontró que las actitudes hacia la corrupción se relacionan significativamente con la identidad organizacional ($r = ,376^{**}$) así como entre sus dimensiones, excepto entre la identidad personal-actitud hacia el tráfico de influencias, la identidad corporativa-actitud hacia la colusión y la Identidad corporativa-actitud hacia el incumplimiento de normas. En suma, a mayor identidad organizacional, mayores actitudes contra la corrupción. Se debe mejorar la identidad organizacional en universitarios de ciencias sociales a fin de tener mejores actitudes en contra de la corrupción, así como realizar nuevas investigaciones en poblaciones de otras edades y sectores sociales, además de corroborar la relación de implicancia de estas variables.

Palabras clave: *Actitudes hacia la corrupción, identidad organizacional, estudiantes universitarios.*

ABSTRACT

The purpose was to demonstrate the relationship between organizational identity and attitudes towards corruption and also characterize these variables according to socio-demographic criteria. The Organizational Identity Scale (Orellana, et al. 2014) and the Attitudes Towards Corruption Scale (Orellana and Bossio, 2019) were applied to a stratified random sample of 210 students from different social science study programs at a Peruvian public university. It was found that attitudes towards corruption are significantly related to organizational identity ($r = .376^{**}$) as well as between its dimensions, except between personal identity-attitude towards influence peddling, corporate identity-attitude towards collusion. and Corporate Identity-attitude towards non-compliance with standards. In short, the greater the organizational identity, the greater the attitudes against corruption. Organizational identity must be improved in social sciences university students in order to have better attitudes against corruption, as well as carrying out new research in populations of other ages and social sectors, in addition to corroborating the relationship of implication of these variables.

Keywords: *Attitudes towards corruption, organizational identity, university students.*

Arbitrado por pares ciegos

Recibido: 06/06/2023

Aceptado: 28/06/2023



Introducción

1. Planteamiento del Problema

La corrupción es un problema que afecta no solo a nuestro país, sino también a escala mundial. Su existencia no es reciente, sino que se remonta a épocas coloniales, como señala A. Quiroz (2013). Este fenómeno también se presenta en Latinoamérica, sobre el cual Hung (2008) afirma que la región se encuentra entre las áreas del mundo con mayor corrupción, según la organización Transparencia Internacional (TI). Adicional a esto, Diego (2012) destaca que el Barómetro Global de la Corrupción 2010 revela que aproximadamente una de cada cuatro personas reporta haber realizado pagos de sobornos alguna vez.

Proetica (2019) señala que la corrupción es el segundo problema más importante del Perú (62%) y que esta afecta cada día más a la vida cotidiana (82%). En tanto que Briceño (2015), dice que la política se ha mercantilizado y ha llevado a poner el dinero (legal e ilegal) como su principal motor y su práctica, lo cual ha permitido la aparición de organizaciones criminales disfrazadas de organizaciones políticas, provocando la pérdida del valor humano y ético. Además, agrega que los de mayor recurso económico son los que presentan mayor ambición por tener el poder político, ocasionando que los políticos y sus partidos ya no representan ni defienden los intereses de los ciudadanos y menos establecen vínculos con el gobierno para cumplir con las necesidades de los electores. Pide que se fomente una cultura sólida de lucha contra la corrupción, la condena social de los políticos corruptos y evitar que estos reciban el respaldo de los electores, así como también el surgimiento de un movimiento social que separe del ámbito político a los corruptos.

La corrupción en el Perú se viene incrementando año a año del 2013 a 2019 se ha incrementado en un 37% (AFP, 2017), desde el año 2013, estos actos de corrupción han ocurrido tanto en el gobierno central como en los gobiernos regionales y locales (Briceño, 2015). Además, se estima que estas prácticas corruptas generan una pérdida económica anual de más de 12,000 millones de soles, lo que equivale a aproximadamente 3,600 millones de dólares. Frente al problema de la corrupción Billger y Goel (2009) plantean que una mayor democracia y más libertad económica reducen consistentemente la corrupción entre los más y menos corruptos. Por otro lado, Batista & Meirelles (2019) postulan que la corrupción constituye un fenómeno socio patológico arraigado en la configuración de diversas entidades e instituciones, con repercusiones en la cohesión social, emanando de un contexto de anomia en el cual los individuos no se ajustan a las normativas sociales y éticas establecidas.

De acuerdo con Briceño (2015) y con los resultados de la encuesta nacional de Proetica (2019), la corrupción afecta a todos los niveles de la sociedad, alcanzando al Estado en su totalidad, involucrando a

presidentes y congresistas de la República, gobiernos regionales, alcaldes, ministros de Estado, magistrados del Poder Judicial y Ministerio Público, así como a altos miembros de las fuerzas militares y policiales. Una considerable proporción de estos ya ha atravesado el sistema judicial y han recibido sentencias por acciones significativas de corrupción.

La Universidad del Centro ha experimentado múltiples crisis de gobernanza debido a la problemática de la corrupción. Estos momentos han llegado incluso al extremo de ocupar las instalaciones durante semanas, acompañados de la apertura de procesos judiciales que, lamentablemente, no han logrado identificar a los responsables o aplicar sanciones adecuadas. Las áreas más afectadas por denuncias de corrupción son los departamentos encargados de los concursos de licitación para adquisiciones y la oficina de servicios generales. La universidad carece de un portal de transparencia que facilite la fiscalización de las transacciones económicas, ya que el portal existente proporciona información insuficiente y no se actualiza regularmente.

La oficina de control interno rara vez ha aplicado sanciones por actos de corrupción cometidos por autoridades, docentes, personal administrativo y estudiantes, pese a haberse descubierto casos en años anteriores. Estos actos ilícitos abarcan una amplia gama de actividades, como sobrepagos en la construcción de pabellones, compras fraudulentas de vehículos, materiales de oficina y materiales didácticos, así como la utilización de facturas falsas. Además, se han reportado ventas y compras ficticias, pagos o cobros por aprobar cursos o tesis, casos de acoso sexual, intercambio de prebendas por votos en elecciones de autoridades, robo de bienes pertenecientes a la universidad, pérdida de equipos como computadoras y laptops, plagio en trabajos, exámenes, libros e investigaciones, nombramientos y ascensos irregulares, incompatibilidad laboral, incumplimiento de funciones como la elaboración de informes de revisión de tesis, y la firma de partes de asistencia sin impartir clases.

A estas situaciones de corrupción, ningún sector de la universidad escapa a su alcance, y todos estos eventos están erosionando la vida organizacional y la moral institucional, contribuyendo a una disminución en la calidad de los servicios educativos. Ante esta situación, resulta imperativo llevar a cabo investigaciones que examinen la naturaleza y los factores asociados a la corrupción, con el objetivo de implementar medidas correctivas. En este sentido, es necesario realizar estudios propios para recopilar datos sobre los casos de corrupción, con el fin de describir y explicar este fenómeno.

Todas las organizaciones sociales cuentan con miembros que expresan cierto grado de identificación y compromiso con ella, es decir como los individuos se perciben y categorizan así mismo como miembros de un grupo, organización o comunidad. La identidad social es el vínculo entre individuos y el grupo o la propia organización de la que son parte. Sin embargo, la teoría en sí, se enfoca en la percepción que los individuos tienen de sí mismos al ser parte de un grupo social. Cada persona tiene múltiples identidades,

cada una de ellas responde a quien soy yo en la organización y es por ello que nuestras identidades son seleccionadas en una jerarquía de menor a mayor, que la define como “preparado para representar una identidad” (Ashforth, 2001).

Los subgrupos en las organizaciones delimitados por interacciones mutuas intensas, tienen un entendimiento colectivo de lo que son sus comunidades y un repertorio compartido de lenguaje, rutinas e historias. Esto explica porque hay organizaciones con miembros con baja identidad que no se involucran con los fines y supervivencia, y menos se preocupan por la mejora y calidad de sus fines organizacionales, además, Wenger (1998) evidencia las conexiones entre la identidad y el aprendizaje, así como el rol que la práctica juega al construir y perpetuar las identidades individuales y colectivas.

Los acontecimientos históricos peruanos. evidencian la baja identidad nacional, regional o institucional, individuales o colectivas, que lo caracteriza y que se manifiesta en la indiferencia y apatía de los pobladores frente a los problemas económicos, sociales, políticos o educativos que atraviesa, con la excepción de algunas instituciones o regiones del país.

La Universidad del Centro, a lo largo de más de una década, la institución ha enfocado sus esfuerzos en la elaboración de un plan estratégico y ha desarrollado diversas actividades formativas, como cursos, talleres y conferencias, con el propósito de fortalecer la gestión institucional. A pesar de estos enfoques, se ha evidenciado una falta de suficiente investigación en torno a la identidad de la comunidad universitaria. Además, no se ha observado una expresión contundente y relevante de rechazo a la corrupción y de identificación organizacional con la institución. Por tanto, resulta necesario abordar este tema desde una perspectiva más exhaustiva y promover una cultura institucional que fomente la integridad y el sentido de pertenencia en todos los miembros de la comunidad universitaria.

Es imprescindible adquirir un conocimiento detallado de los diversos aspectos que engloba la identidad hacia una organización. Estos aspectos, en la universidad, comprenden el cumplimiento consciente de los horarios laborales, el compromiso con el servicio, la duración de la vinculación con la institución, la colaboración entre los miembros para el crecimiento institucional, la lealtad hacia el empleo, la compartición de la visión y misión institucionales. Además, se destacan la sensación de pertenencia a la organización y el deseo de proseguir desempeñando labores en ella, el orgullo hacia la institución, la comprensión de la cultura organizacional y la priorización de los intereses institucionales sobre los personales, así como el uso de elementos tangibles, como el uniforme institucional, los símbolos gráficos, el lema y el himno institucional.

La elección de la universidad como muestra de estudio se basa en su posición como institución de nivel académico y cultural en nuestro entorno social, mientras que son los estudiantes universitarios considerados como la futura generación que eventualmente asumirá roles de liderazgo y dirección en

nuestra sociedad. Siendo así, la situación actual plantea la necesidad de realizar investigaciones acerca del estado de la corrupción y los factores que se encuentran asociados a ella, con el propósito de implementar medidas correctivas. En este sentido, también se considera de suma importancia analizar variables como la identidad organizacional, a fin de determinar si existe alguna relación con las actitudes hacia la corrupción en estudiantes universitarios que se encuentran matriculados en carreras profesionales en el ámbito de las Ciencias Sociales.

2. Antecedentes

Estudios sobre la Identidad Organizacional

Topa y Morales (2006) señala que en trabajadores madrileños la identidad organizacional tiene la capacidad de predecir el comportamiento de los empleados más allá de lo que se requiere de su trabajo, como los derechos públicos, las personas de las organizaciones y las iniciativas individuales, además, se descubrió que esta asociación se debía en parte a la cohesión del grupo de trabajo. Por otra parte, Castro (2008) encontró que se requiere la participación de una identidad social propia de la cultura de la región para formar la identidad corporativa de la empresa.

Posteriormente, Topa et al. (2008) con profesores de primaria en Madrid encontró que los trabajadores en su organización podían identificar su ocupación, el grupo de trabajo en el que participaban y su grupo de pares, el cual juega un papel importante en la intención de participar en las manifestaciones. En contraste, Adams et al. (2016) señalan que los grupos expuestos a una incrementada tensión étnica en sociedades multiculturales tienden a tener una identidad nacional más marcada, concibiéndola como una dimensión social de asociación de la identidad, además según Pilgun y Dzyaloshinsky (2016) la percepción de los hechos históricos en jóvenes ayuda a definir las características de la identidad, y que esta juega un papel predictor en la acción colectiva de protesta pacífica frente al conflicto o la violencia (Rikoa et al., 2017), en tanto que para Rodríguez y Cruz (2006) son la distinción con respecto a otros grupos externos y la identificación con el propio grupo interno las que intervienen en la intención de participar en actividades de protesta.

Estudios recientes como la investigación realizada por Schmid y Muldoon (2015) y Greenaway et al. (2016) descubrieron que la alta identidad social está relacionada de manera positiva con el bienestar, además, Sugimura et al. (2016) encontraron que la identidad personal predice todos los aspectos de la felicidad.

Por su parte, Ortiz (2006) estudio de identidad corporativa en una empresa de Bogotá. Sus hallazgos sugieren que la identidad corporativa está formada y reforzada por la cultura organizacional o la identidad cultural corporativa. Además, se considera que la empresa tiene una identidad visual y verbal consistente, lo que mejora la imagen de la empresa. Sin embargo, no se encontró una identidad ambiental interna, lo que significa que no hay una identidad bien definida que identifique a los empleados de la empresa.

Otro estudio de Gallardo (2008) entre jóvenes de Capiapó, Chile, encontró que estar desempleado tenía un impacto negativo en la formación de su identidad. La incapacidad de obtener independencia económica y la incertidumbre sobre su futuro crearon ambigüedad y confusión en el proceso de formación de su identidad.

Finalmente, Ojeda (2008) realizó un estudio con docentes argentinos que identificó varios aspectos clave de su identidad. Estos incluyen la presencia de una personalidad central que influye en el desarrollo de su carrera, el proceso de construcción de su identidad a lo largo del tiempo y las relaciones, y las características de su identidad, como su conocimiento de la disciplina, su capacidad para comunicarse, su compromiso con las tareas, y las personas, y sus necesidades para sí mismos y para los demás.

Desde la perspectiva del Interaccionismo Simbólico de la Identidad y la Imagen Organizacional, Puga (2005) encontró que trabajadores con elevada Identidad Corporativa de una empresa en Quito, se muestra muy comprometido y satisfecho con su trabajo, consideran que la empresa tiene un futuro prometedor y confían plenamente en las decisiones tomadas por la alta dirección, en la misma dirección Veliz (2009) encontró fuerte conexión del personal administrativo con su universidad, se identifican profundamente con la institución y reconocen su misión, visión, objetivos y valores corporativos, además, muestran familiaridad con el eslogan y los colores institucionales, por su parte Jurado (2014) encontró que trabajadores con alto sentido de pertenencia hacia su organización, indicaría que se sienten fuertemente identificados y comprometidos con la entidad para la que trabajaban, sin embargo, Reyes (2014) halló que no hay una relación significativa entre la identidad y el desempeño laboral.

Por otro lado, Rodríguez y Cruz (2006), encontraron que la diferenciación con grupos externos y la identificación con el propio grupo eran factores que influían en la intención de participar en acciones de protesta. Estos hallazgos resaltan la importancia de la identidad en diferentes contextos, como el laboral y el político, y cómo puede afectar el compromiso, la participación y las actitudes de las personas hacia organizaciones específicas o figuras públicas.

Estudios sobre la corrupción y las actitudes hacia ella

Castañeda (2015) afirma que, según un estudio realizado por Latino barómetro en 2010 en dieciocho países de América Latina, los empresarios y los ciudadanos no parecen considerar relevante su experiencia personal con este fenómeno. Sin embargo, un año después ya se considera importante la percepción nacional de la incidencia de la corrupción. Además, agrega que, existen ciertas asociaciones tanto teóricas como empíricas que aún son ambiguas en la investigación sobre los factores determinantes de la corrupción, por lo tanto, muchas de las conclusiones preliminares no pueden ser consideradas como una guía de acción o política. Asimismo, destaca que un factor central que restringe la propagación de la corrupción, es la probabilidad de que esta sea descubierta (Castañeda, 2016).

Ríos y Colaboradores (2015) en 600 jóvenes varones y mujeres de 18 y 25 años, de diferentes sectores, estratos socioeconómicos y niveles educativos de Lima, encontraron que ellos se identifican y critican la corrupción, pero sólo una minoría lo practica realmente o la tolera. La mayoría de los jóvenes tienen una actitud de rechazo hacia la corrupción, pues son conscientes de que estas prácticas tienen consecuencias negativas para ellos mismos, para la sociedad y para el Estado. Estos jóvenes exteriorizan su intención de involucrarse en el combate contra la corrupción, aunque carecen de conocimientos sobre cómo hacerlo, y también están excluidos del debate sobre el problema. Falta información adecuada sobre cómo abordar los actos de corrupción, y la mayoría de los jóvenes desconocen dónde pueden denunciar estos casos y teniendo capacidad para identificar y criticar la corrupción, sólo una minoría de ellos participa en contra de ella.

Vicuña et al. (2006) en una investigación para conocer la conceptualización de la corrupción por parte de los estudiantes en una universidad pública peruana, a través de un cuestionario ad hoc y entrevistas, encontraron que los estudiantes consideran que la corrupción es un beneficio personal, una transgresión de normas, un delito y una enfermedad. En cuanto a los actos corruptos más frecuentes, identificaron el abuso de poder por parte de la burocracia como el más común, seguido del enriquecimiento ilícito, el soborno de estudiantes a profesores y el abuso de poder por parte de los docentes. Además, los estudiantes opinaron que la lucha contra la corrupción se logra a través de la educación en valores, la fiscalización, la transparencia, el cambio tanto a nivel sistémico como individual, la concientización y la implementación de medidas restrictivas. Estos hallazgos sugieren la importancia de continuar trabajando en la educación en valores y la transparencia para abordar la corrupción en el contexto universitario.

Portocarrero (2009), aplicó la Escala de Autopercepción de la Corrupción a estudiantes universitarios de psicología pertenecientes a dos universidades en Lima, una privada y otra estatal, encontró diferencias estadísticamente significativas tanto en el puntaje general de la escala como en las áreas de "asociación ilícita para delinquir" e "injusticia", siendo los universitarios del sector público los que mostraron mayores niveles de tolerancia o predisposición hacia conductas corruptas. Además, se encontraron diferencias significativas en función del género, el empleo y la religión, en todas las cuales los estudiantes de la universidad estatal obtuvieron puntajes más altos.

Por otro lado, Cuellar (2016) en un estudio cualitativo a 16 estudiantes para suboficiales de policía en Lima, aplicó entrevistas semiestructuradas y encontró que los actos de corrupción están asociados con valores individualistas y materialistas, y se presentan en diferentes sectores de actividad profesional, en diversos niveles socioeconómicos, estereotipos de género y procesos de influencia social. Además, se identificaron efectos sociales, punitivos, psicológicos y emocionales de la corrupción. Como posibles

soluciones, se destacó el control de la impunidad, la educación, la vigilancia ciudadana y la transparencia en el ejercicio de las funciones.

Bai et al. (2014) consideran que la creencia en un mundo justo (BJW) influye en la percepción de cometer corrupción. En tres estudios que utilizaron muestras en línea y muestras de estudiantes universitarios en China, encontraron consistentemente que BJW-otros condujeron a una menor intención de corrupción percibida, y este efecto puede estar al menos parcialmente mediado por una mayor probabilidad percibida de castigo por comportamiento corrupto.

3. Teoría de las variables investigadas

Teoría de identidad organizacional

En torno a la identidad en las organizaciones, existen diferentes teorías y modelos científicos (Contreras-Armenta y Hernández, 2011 y Peris y Agut, 2007). Estos autores analizan tanto las Teorías Clásicas de Identidad Social (TIS) de Tajfel (1982), como la Teoría de Autocategorización del Yo (TAC) de Turner (1982), incluyendo las recientes adiciones como el modelo SIDE elaborado por Spears (2001) y el modelo SAMI de Simon (2004). Adicional a esto, analizan el rol de las emociones en las relaciones entre identidades sociales, considerando el afecto incidental e integral, concluyendo con un análisis enmarcado en una perspectiva compleja.

Hay además conceptos vinculados a la Identidad Organizacional, como el Sentido de Pertenencia de Jurado (2014) y de sus tres elementos constituyentes (Acero y Ovalle, 2005). En línea con esto, Turner et al. (1987) argumentan que la pertenencia implica la Saliencia de la Identidad Organizacional, como requisito previo para que los efectos de la Identificación Organizacional tengan lugar. Por su parte, Van Dyne et al. (1994) indican que, en grupos altamente cohesionados, la identidad social adquiere mayor relevancia. En consecuencia, es anticipado que estos conjuntos exhiban un mayor impacto de la identificación grupal en las acciones vinculadas a la ciudadanía e iniciativa.

Por último, se sostiene que la Identidad Organizacional se presenta como una forma particular en la cual los individuos se vinculan con su organización. Según Ashforth y Mael (1989), es esta relación la que proporciona los fundamentos para la construcción de su identidad. En consecuencia, la identidad con la entidad organizativa o el equipo laboral puede inducir a los individuos a asumir los intereses y metas de dicho colectivo como parte inherente de su compromiso personal. Es necesario integrar y actualizar estas teorías y generar nuevos modelos que permitan explicar mejor la identidad organizacional.

En relación a esta variable, en el marco de este estudio consideramos dos perspectivas teóricas, una proveniente de la psicología social y otra de la psicología organizacional. La primera teoría postula que se adquiere una identidad social positiva al revelar las diferencias entre nuestro grupo y otros grupos

relacionados. La identidad global del yo en relación con el grupo. Así, tenemos la Teoría de la Identidad Social (SID) donde Tajfel (1982), establece que la identidad es el conocimiento o auto concepto que posee una persona perteneciente a cierto grupo social, la significación emocional y el valor que posee para la identidad dicha pertenencia.

Después en la teoría de la Auto categorización del yo (TAC), Turner (1982) y Turner et al. (1987), se enfocan en los fundamentos cognitivos de los procesos de categorización que subyacen al conformismo identitario en juego del dominio de lo individual (dominio de comportamientos basados en rasgos de personalidad característicos) y el dominio social (el comportamiento arquetípico de grupos o categorías sociales particulares). Además, según Tajfel y Turner (1986) el nivel de estimación de la identidad está vinculado a variaciones en el contexto individual y al estatus de otros grupos respecto al individuo. Entonces el grupo y el yo serán mejor evaluados respecto a otros grupos con menor reputación.

También se ha tomado en cuenta a Robbins y Judge (2009) para la construcción del marco referencial, donde se consideran como parte de la Identidad Organizacional al sujeto, organización y grupo. Así también consideramos que la Identidad Corporativa según Costa (1992,1993) se revela verbal, ambiental y culturalmente, pues es la percepción global de la organización, diferenciada de otros. Otro estudio llevado a cabo por Topa y Palací (2007) confirmó mediante un análisis factorial confirmatorio que la identificación grupal, ocupacional y organizacional son aspectos separados pero interconectados.

Mientras Birkigt & Stadler (1986) dicen que la Identidad Corporativa se sustenta en metas, en la comunicación, instrumentos, filosofía, simbolismo y comportamiento. Es en suma la forma de cómo se muestra una empresa y posee cuatro elementos: 1) La cultura corporativa, 2) Identidad visual, 3). Comportamiento corporativo, 4). Comunicación corporativa, Por último, tenemos en cuenta a Sternberg, que según Trzesniak y Coller (2004) la identidad, entendida como una institución, comunidad o persona, tiene tres dimensiones, contenido, entendido como “que ofrece”, denominación como elementos y apariencia como percepción.

A la identidad organizacional la definimos como el grupo de valores y atributos que cualquier institución u organización tiene (Tajfel,1957). Es el percatarse de la pertenencia de los individuos a grupos sociales u organizaciones (Tajfel,1982, Robbins,1999), donde los valores y significados emocionales son determinantes (Tajfel, 1982, Turner et al. 1987). La pertenencia puede darse en lo social, corporativo o personal (Turner et al. 1987, Birkigt y Stadler,1986, Robbins,1999, Trzesesniak y Coller, 2004).

La identidad organizacional es un fenómeno psicológico de naturaleza subjetiva que se manifiesta dentro de las organizaciones durante la interacción entre sus miembros. Esta variable puede ser estudiada tanto como una experiencia subjetiva en sí misma o como la representación que los miembros tienen de una organización específica.

En este caso, nos enfocaremos en comprender cómo los estudiantes universitarios perciben la identidad organizacional en el contexto de su propia organización. Nuestro interés radica en explorar la percepción que ellos tienen de esta variable en su entorno organizativo. Por lo tanto, analizaremos la forma en que los estudiantes experimentan y perciben la identidad organizacional, en lugar de estudiarla objetivamente tal y como es, teniendo presente los 10 factores que intervienen en la percepción de las personas planteadas por Morales et al. (1999). Estos factores ejercen influencia sobre la manera en que los estudiantes universitarios perciben y comprenden la identidad organizacional en el contexto de su organización, y pueden influir en su experiencia y actitudes hacia la misma.

Teoría de las actitudes hacia la corrupción

En este apartado nos centraremos en los aspectos conceptuales de los valores y las actitudes. Conforme a la mayoría de teóricos, los valores son formas de conducta o estados deseables de conducta (Salazar, 1979) elegidos libre y conscientemente (Gordon, 1963) en predilección de otros modos de conducta o estados de existencia (Rokeach, 1973). Entendemos a la axiología como parte de la filosofía que teoriza sobre los valores, sin embargo, Bunge (2002) sugiere que debemos considerar el valor en el cerebro de los hombres, aclara que los valores son formados en la sociedad, acorde a la ontología naturalista y a la gnoseología realista.

Según Gordon (1963) y Salazar (1979), los valores orientan y dirigen la conducta y acciones, para satisfacer las necesidades del individuo. Los valores tienen origen en las condiciones de vida, estando estrechamente relacionados con los sentimientos y actitudes de las personas. Cada sujeto presenta cierto sistema de valores, en el cual los valores están organizados y jerarquizados. Después este sistema de valores ya formado, define las actitudes, que pudieran o no estar ordenadas en torno a otros valores de índole más general (Alzate et al., 1975 y Salazar, 1975).

Jain (2014) sintetiza los diferentes modelos teóricos de las actitudes en nueve formas, señalando nombres de las propuestas, autores y los dos o tres componentes que consideran la mayoría de los modelos, en este tema asumimos coincidentemente con los modelos tripartitos de Spooncer (1992), Eagly & Chaiken (1998) y Schiffman & Kanuk (2004), que este autor refiere. Con esta propuesta y contando con los rasgos señalados por Castro (2002) para las actitudes, la podemos definir como tendencias aprendidas de acercamiento o rechazo y con cierta intensidad hacia objetos, ideas o personas (Ugarriza, 2001). La actitud predice, mas no es la conducta, así, una conducta determinada puede estar parcial o enteramente no relacionada con la actitud, según señala Fishbein, 1967 (referido por Villegas, 1979).

La mayoría de autores coincide que la actitud consta de los siguientes componentes:

- a) **Afectivo:** Son los sentimientos que ocasiona el objeto de la actitud. La presencia cognitiva además de ser un hecho racional, esta, también asociada a sentimientos de agrado y desagrado hacia el objeto.
- b) **Conductual o reactivo:** Las actitudes no son únicamente creencias sobre un objeto que genera afecto, sino también disposiciones, intenciones, tendencias y acciones dirigidas hacia el objeto (Aliaga, s.f.).
- c) **Cognitivo:** Percepciones de los individuos a cerca del objeto de actitud y de la información que se tiene de él. Las actitudes tienen percepciones, imágenes, creencias sobre objetos, persona o situaciones a las que se dirigen.

Así, estos componentes son evaluaciones del objeto de actitud. La percepción o información son favorable o desfavorables, con sentimientos positivos o negativos y el comportamiento o las intenciones conductuales pueden ser de apoyo u hostiles. Además, si el objeto causa al sujeto sentimientos desagradables, este tendrá información negativa sobre él, provocando que presente conductas evitativas potencialmente importantes, observables u ocultas, incluso alejarse del objeto (Aliaga, s.f.).

Castro (2002) también nos dice que las actitudes tienen propiedades que debemos considerar. Signo, es decir pueden ser positivas o buenas, si es que están orientados al valor; negativas o malas si fomentan acciones contrarias a nuestra naturaleza y nos dirigen a valores contradictorios Dirección, es el signo de la actitud y se manifiesta en el acercamiento/aceptación o alejamiento/rechazo en relación al objeto de la actitud. Magnitud o intensidad., refleja el grado de cercanía/aceptación o distancia/rechazo de la relación del objeto o situación, lo que indica el grado de polaridad de la relación.

En general, se entiende que la corrupción es cualquier forma de aprovechamiento de personas que pasan por los puestos de poder, abarcando también la manipulación de resultados electorales en beneficio propio o de aliados (Quiroz, 2013). También Transparencia International (2009) dice que es abuso con fines lucrativos personales utilizando el poder delegado, ejecutado por una persona con poder de decisorio en el sector privado o público, iniciado por esta persona o por un tercero que quiera influir en el proceso de toma de decisiones. Vicuña et al. (2006, p 68) la define como el hecho de quebrantar una norma, con objetivo de conseguir un beneficio propio que se da en el ejercicio de una función asignada, los perpetradores de actividades corruptas tratan activamente de ocultar sus acciones, el comportamiento corrupto tiene las siguientes características:

- a) Cualquier acto de corrupción implica romper las normas.
- b) Esto se hace para conseguir un beneficio privado.
- c) Esto sucede durante el ejercicio de una determinada función.
- d) Una persona corrupta siempre trata activamente de encubrir sus acciones.

La corrupción ha sido relacionada con múltiples variables. Hung (2008) dice que si la pobreza aumenta es probable que la corrupción también lo haga. Por su parte De la Peña (1996), Machado (2014)) y el INEI (2015) la relacionan con la informalidad y Castañeda (2015) con la moral tributaria. L.E. Pedauga et al. (2017) encontraron que la corrupción condiciona la disminución del ingreso, incrementando la desigualdad. No obstante, Andrés y Ramlogan-Dobson (2011) nos dicen que se da una relación inversa entre la corrupción y la desigualdad en Latinoamérica, lo cual implicaría que las políticas de reforma institucional podrían estar mal implementadas. En otro estudio se asegura que hay una relación cercana entre educación y percepción de la corrupción (Ángel y Fuentes, 2015). Por su parte Báez (2013) acota que la corrupción genera daño en variables económicas, institucionales y sociales, en tanto que Estrada et al. (2013) estudiaron la relación entre PBI, corrupción y eficacia gubernamental.

En nuestros días, la tolerancia hacia la corrupción se ha vuelto parte de nuestra cultura, tanto así que un dicho popular bastante difundido y aceptado es el “no importa que robe pero que haga obras”. Según explica Anechiarico (2010) esto se da porque se tiene asumido que es necesario permitir “cierta” corrupción en pro del desarrollo económico y del desempeño gubernamental, por lo que en política al “liderazgo corrupto y eficaz” (LCE) se le llama pragmatismo vil y mordaz (Sime-Rendon, 2016). La corrupción es una práctica de pragmatismo desmedido, además es un modo desmesurado de practicar la verdad en sentido pragmático, conduciéndonos así a una realidad subjetiva: relativista y etno, centrista, creando incredulidad hacia discursos políticos.

El objetivo general de este estudio fue determinar si hay una relación significativa entre la percepción de la identidad organizacional y las actitudes hacia la corrupción en estudiantes del área de ciencias sociales de la Universidad Nacional del Centro del Perú en el año 2020. También se propuso caracterizar la percepción de la identidad organizacional y las actitudes hacia la corrupción en estudiantes universitarios de las carreras profesionales del área de las ciencias sociales, así como determinar si existen diferencias significativas en estas variables, considerando variables sociodemográficas como el género, la carrera profesional y el semestre de estudio.

4. Justificación y limitaciones de la investigación

En el contexto actual, los temas de corrupción e identidad organizacional son de gran importancia a nivel nacional e internacional. Estas variables presentan problemas relacionados debido a la presencia de la corrupción en todos los ámbitos de las organizaciones sociales y la dilución de la identidad en las agrupaciones sociales.

Para comprender las características y relaciones entre estas variables, es necesario contar con teorías e instrumentos de recolección de datos innovadores que permitan obtener información precisa y veraz sobre los fenómenos estudiados. Además, se requiere la búsqueda, el desarrollo y la comprobación de

teorías que fundamenten conceptualmente las variables de estudio, así como la identificación de regularidades en la caracterización y relación de las variables de investigación.

Este enfoque es especialmente relevante al investigar muestras de jóvenes, ya que ellos serán los líderes del desarrollo del país en el futuro. En este sentido, se hace imprescindible profundizar en la comprensión de estas variables y sus relaciones, a fin de destacar que la contribuir al diseño de políticas y programas que promuevan la integridad, la identidad y el desarrollo sostenible de la sociedad.

Es relevante señalar que la población y muestra utilizada en este estudio no representan a todos los estudiantes universitarios de universidades públicas en el país, sino que se limitan a estudiantes de carreras profesionales del área de ciencias sociales en una universidad pública de provincia. Además, debido a la naturaleza de la variable de corrupción, se produjo una pérdida muestral, lo que debilita la representatividad de la muestra.

Es importante mencionar que el enfoque del estudio se centró únicamente en las actitudes hacia la corrupción, sin abordar la conducta corrupta ni aspectos como las causas, prevención y combate de la corrupción. Además, las investigaciones sobre las actitudes hacia la corrupción y su relación con otras variables, como la identidad organizacional, son limitadas, lo que restringe la discusión de los resultados.

Es fundamental tener en cuenta que este estudio solo busca examinar la relación de covariación entre dos variables en un momento específico, en enero de 2020. Por lo tanto, no se analiza la asociación de estas variables a lo largo del tiempo ni se establece una relación de implicación entre ellas. Es necesario seguir profundizando en la investigación de estas variables y sus interrelaciones para obtener una comprensión más completa de la problemática de la corrupción en la sociedad.

Método

Participantes. La población está conformada por 1508 estudiantes de cuatro carreras profesionales: Antropología (315), Comunicación (392), Sociología (392) y Trabajo Social (409), varones (417) y mujeres (1091) de 10 semestres de estudio del periodo lectivo 2019-2. Se proyectó la selección aleatoria de 306 estudiantes (20% de la población), lográndose aplicar los instrumentos de recolección de dato a 236 estudiantes, 76 no fueron ubicados o no desearon participar. La muestra aleatoria estratificada quedo al final con 210 participantes se conformó por alumnos de los 10 semestres de estudios, de ellos 48 alumnos son de Antropología, 52 son de Comunicación, 54 son de Sociología y 56 son de Trabajo Social. De la muestra total, 166 son mujeres y 44 varones. La edad mínima es de 17 años y la máxima de 27, la edad promedio es de 20,37 y la DE es de 2,703.

Instrumentos. Para la recolección de datos se aplicaron dos instrumentos, el Cuestionario de Identidad Organizacional de Orellana et al. (2014) y que fue adaptado y validado en una muestra de 109 estudiantes de la carrera profesional de Educación a través de la validez empírica ítem total y la técnica de confiabilidad por consistencia interna, obteniéndose una r de Pearson Corregida de cada ítem con puntajes de 0,210 a 0,495 y un alfa de Cronbach de 0,699, después del análisis factorial el cuestionario quedo conformado para el presente estudio con 14 ítems, positivos (7) y negativos (7), estos están agrupados en tres dimensiones: Identidad Personal (5 ítems), Social (4 ítems) y Corporativa (5 ítems) y que se responde en una escala ordinal de cinco variaciones que van de falso a cierto.

Para recoger datos de las actitudes se utilizó la Escala de Actitudes Hacia la Corrupción de Orellana y Bossio (2019), luego de pasar por el proceso de validez, confiabilidad y el análisis factorial, quedo conformada por 18 ítems, en dirección positiva (5) y negativa (13) y siete dimensiones (Guerra, 2012): extorsión (4), soborno (3), peculado (3), colusión (2), fraude (2), tráfico de influencias (2) e Incumplimiento de normas éticas (2). A este cuestionario se responde en una escala tipo Likert de 5 variaciones que van de muy en desacuerdo hasta el muy de acuerdo, así mismo 7 ítems son de contenido cognitivo, 3 afectivos y 8 conductuales. También cuenta con una confiabilidad de consistencia interna a través del alfa de Cronbach de 0,779 y validez empírica ítem total con una r de Pearson corregida mayor a 0,20, que van de 0,208 a 0,584 (Kerlinger y Lee, 2002 y Nunnally & Bernstein, 1995).

Procedimientos. Los datos fueron tratados en el programa SPSS.v 23, con el estadístico Correlación de Pearson Corregida para determinar validez empírica ítem test y el alfa de Cronbach para determinar confiabilidad por consistencia interna. Para el procesamiento de los datos en cuanto a la descripción, diferencias y relación de variables y dimensiones, las puntuaciones directas y originales fueron ordenadas en sentido ascendente de menor a mayor para las variables y sus dimensiones. De tal manera que a más puntaje, mayor identidad organizacional y mayores actitudes contra la corrupción.

Para la descripción de las variables de estudio y sus dimensiones se aplicó la media y desviación estándar, así como los puntajes mínimos y máximos. Para la interpretación de estos datos se estableció el punto medio arbitrario teniendo en cuenta el puntaje mínimo y máximo que puede obtener cada sujeto, en cada variable y dimensiones respectivas.

Dado que las variables de estudio fueron medidas mediante una escala ordinal, para determinar diferencias significativas según variables socio demográficas, se utilizó la técnica cuantitativa la U de Mann-Whitney para dos series de datos independientes (genero) y la prueba de Kruskal-Wallis para tres o más series de datos independientes (carrera profesional y semestre de estudio), todas ellas al 0,05 y 0,01 de significación bilateral (Berlanga y Rubio, 2012). En el proceso de contrastación de la asociación

entre las variables y sus dimensiones, dado el muestreo aleatorio y su medición en escala ordinal, se aplicó la r de Pearson al 95 y 99 por ciento de confianza.

Tratándose de un tema tan sensible como la corrupción, aplicamos el consentimiento informado. Después de sacar la muestra aleatoria estratificada, se envió una carta a cada seleccionado a fin de que voluntariamente participe de la aplicación de los cuestionarios que reportan datos de las dos variables, señalando que las encuestas son anónimas y de uso solo para fines de investigación. Después de la aplicación de los instrumentos se les obsequio a los participantes un libro sobre investigación científica.

Resultado

1. Descripción de la percepción de la identidad organizacional y las actitudes hacia la corrupción

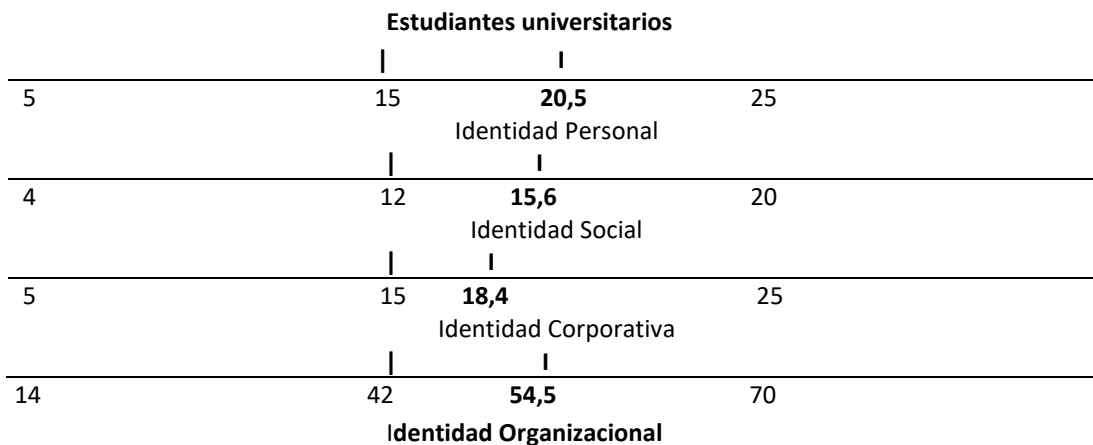
La Identidad Organizacional

Se proceso la media y desviación estándar de los puntajes directos obtenidos de la muestra de estudio a través de la escala de Identidad Organizacional. Para la ubicación del nivel en que se encuentran los investigados, elaboramos una escala a través del puntaje mínimo (14) y máximo (70) que se puede obtener en toda la escala y por eso el puntaje promedio arbitrario es de 42, mientras que para la dimensión personal es de 15, para la dimensión social es de 12 y para la dimensión corporativa es de 15.

Bajo estos parámetros encontramos, en la figura uno, que los estudiantes presentan un nivel por encima del punto medio de la percepción de la Identidad Organizacional (M= 54,52) Identidad Personal (M=20,52), Identidad Social (M=15,64) e Identidad Corporativa (M=18,37). Los estudiantes del área de ciencias sociales perciben adecuadamente la identidad organizacional y sus dimensiones, presentando una mejor percepción de la dimensión identidad personal.

Figura 1

Perfil de la percepción de la identidad organizacional en universitarios



Las Actitudes hacia la Corrupción

Se procesó la media y desviación estándar de los puntajes directos obtenidos en la escala de actitudes hacia la corrupción por los examinados, el puntaje mínimo en toda la escala es de 18 y el máximo es de 90, en tal sentido el puntaje central arbitrario es de 54, mientras que este puntaje para la dimensión extorsión es de 12, para soborno 9, para peculado 9, colusión 6, fraude 6, tráfico de influencias 6 y cumplimiento de normas 6.

Bajo estos parámetros encontramos en la figura dos los estudiantes presentan buen nivel de Actitudes contra la Corrupción (M =74,3), y en las dimensiones Extorsión (M= 17,0), Soborno (M=12,5), Peculado (M =12,5), Colusión (M= 8,4) y de nivel moderado en Tráfico de influencias (M =7,4) e Incumplimiento de Normas (M= 7,7).

Figura 2

Perfil de las actitudes hacia la corrupción en universitarios

Estudiantes universitarios			
4	12	17,0	20
		Extorsión	
3	9	12,5	15
		Soborno	
3	9	12,5	15
		Peculado	
2	6	8,4	10
		Colusión	
2	6	8,8	10
		Fraude	
2	6	7,4	10
		Tráfico de influencias	
2	6	7,7	10
		Incumplimiento de normas	
18	54	74,3	90
Actitudes hacia la Corrupción			

2. Comparación de la percepción de la Identidad Organizacional y las Actitudes hacia la Corrupción

En la percepción de la identidad organizacional

En cuanto a las diferencias en la percepción de la identidad organizacional, es el género

femenino quien presenta rangos promedios más altos en la variable percepción de la Identidad Organizacional (RP=111,12) y en las dimensiones Identidad Personal (RP =111,34) e Identidad Social (RP= 110,73). No se encontraron diferencias significativas en la dimensión Identidad Corporativa. Por lo tanto, son los universitarios de género femenino quienes muestran significativamente mayor percepción de la Identidad Organizacional, Identidad Personal e Identidad Social que los de género masculino.

Tabla 1

Diferencias en la Identidad Organizacional en universitarios, según género

Identidad organizacional y dimensiones	Género	n	Rango promedio	U de Mann-Whitney (p)
Identidad personal	Femenino	166	111,34	2682,500
	Masculino	44	83,47	(,007)**
Identidad social	Femenino	166	110,73	2784,500
	Masculino	44	85,78	(,015)*
Identidad corporativa	Femenino	166	106,96	3409,500
	Masculino	44	99,99	(,497)
Identidad organizacional	Femenino	166	111,12	2719,500
	Masculino	44	84,31	(,009)**

Nota: * sig. al nivel 0,05, ** sig. al nivel 0,01.

La tabla dos permite concluir que existen diferencias significativas según carrera profesional en la variable percepción de la Identidad Organizacional ($p < ,038$), observándose mayor Identidad en la carrera de Trabajo Social (RP= 122,17) le sigue Antropología (RP= 106,24) luego Sociología (RP= 104,05) y al final Comunicación (RP= 88,38). También se encontraron diferencias significativas en la dimensión identidad personal ($p < ,003$) ocupando el primer lugar Trabajo Social (RP=129,86), segundo Sociología (RP=102,89), tercero Antropología (RP=98,36) y cuarto Comunicación (RP=88,57).

Tabla 2

Diferencias en la percepción de la identidad organizacional, según Carrera profesional

Identidad organizacional y dimensiones	Carrera profesional	n	Rango promedio	Kruskal Wallis (p)
Identidad personal	Antropología	48	98,36	13,957 (,003)**
	Comunicación	52	88,57	
	Sociología	54	102,89	
Identidad social	Trabajo social	56	129,86	6,672 (,083)
	Antropología	48	113,28	
	Comunicación	52	90,29	
Identidad corporativa	Sociología	54	100,69	1,131 (,769)
	Trabajo social	56	117,59	
	Antropología	48	110,48	
Identidad organizacional	Comunicación	52	98,26	8,406 (,038)*
	Sociología	54	106,06	
	Trabajo social	56	107,42	
	Antropología	48	106,24	
	Comunicación	52	88,38	
	Sociología	54	104,05	
	Trabajo social	56	122,17	

Nota. * sig. al nivel 0,05, ** sig. al nivel 0,01

Los datos hallados del rango promedio de la variable y dimensión de la percepción de la identidad organizacional y el estadístico de Kruskal Wallis para determinar la existencia de diferencias significativas. según semestre de estudio, nos lleva a concluir que no existen diferencias significativas según semestre de estudio, en la percepción de la Identidad Organizacional (RP=12,282 p ,198) y sus componentes Identidad Personal (RP=5,082 p , 827), Identidad Social (RP=13,299 p ,150) e Identidad Corporativa (RP=14,573 p ,103) en estudiantes universitarios del área de ciencias sociales.

En las actitudes hacia a corrupción

En cuanto a las diferencias según género la tabla tres demuestra que las mujeres quienes tienen rangos promedios más altos en la variable Actitudes hacia la Corrupción y en sus dimensiones, pero esta diferencia es significativa solo en las dimensiones Extorsión (RP=109.68), Soborno (RP=110.31), así como en la actitud hacia el Incumplimiento de Normas (RP=111.01). Se observa que, en la escala de actitudes como variable, si bien las mujeres tienen mayor promedio (RP=109.59) esta no es significativa (p >,058). Esto evidencia que son las mujeres quienes presentan mayores actitudes contra la Extorsión, el Soborno y el Incumplimiento de normas, en comparación con los varones.

Tabla 3*Diferencias en las Actitudes hacia la Corrupción, según género*

Actitud corrupción y dimensiones	Género	n	Rango promedio	U de Mann-Whitney(p)
Extorsión	Femenino	166	109,68	2958,000
	Masculino	44	89,73	(,047)*
Soborno	Femenino	166	110,31	2853,500
	Masculino	44	87,35	(,024)*
Peculado	Femenino	166	104,68	3515,500
	Masculino	44	108,60	(,697)
Colusión	Femenino	166	109,27	3026,000
	Masculino	44	91,27	(,069)
Fraude	Femenino	166	107,88	3257,500
	Masculino	44	96,53	(,228)
Tráfico de influencias	Femenino	166	107,27	3358,000
	Masculino	44	98,82	(,405)
Incumplimiento de normas	Femenino	166	111,01	2737,000
	Masculino	44	84,70	(,009)**
Actitudes hacia la corrupción	Femenino	166	109,59	2973,000
	Masculino	44	90,07	(,058)

Nota. * sig. al nivel 0,05, ** sig. al nivel 0,01.

Según carrera profesional, los datos hallados demuestran que no se encontraron diferencias significativas en las actitudes hacia la corrupción ($X^2 = 5,121$ y $p > ,163$), ni en las dimensiones extorsión ($X^2 = 1,378$ y $p > ,711$), soborno ($X^2 = 4,170$ y $p > ,244$) peculado ($X^2 = 1,997$ y $p > ,573$), colusión ($X^2 = 3,345$ y $p > ,341$), fraude ($X^2 = ,267$ y $p > ,966$), tráfico de influencias ($X^2 = 5,761$ y $p > ,124$) e incumplimiento de normas ($X^2 = 5,430$ y $p > ,143$).

En la comparación según semestre de estudio, la prueba U de Mann-Whitney, solo halló diferencias significativas en la dimensión Extorsión ($X^2 = 17,755$ y $p < ,038$), obteniendo el menor rango promedio el tercer semestre (RP=67,98) y el más alto el décimo semestre (RP=129,46). No se encontraron diferencias significativas en el Soborno ($X^2 = 9,101$ y $p > ,428$), Peculado ($X^2 = 2,516$ y $p > ,980$), Colusión ($X^2 = 6,821$ y $p > ,656$), Fraude ($X^2 = 10,431$ y $p > ,317$), Tráfico de influencias ($X^2 = 6,010$ y $p > ,739$) y Cumplimiento de normas ($X^2 = 4,327$ y $p > ,889$), así como en toda la variable Actitudes hacia la Corrupción ($X^2 = 4,659$ y $p > ,863$).

3. Relaciones entre la Identidad Social y las Actitudes hacia la Corrupción

En las correlaciones entre las actitudes hacia la corrupción y la percepción de la identidad organizacional, se halló correlación altamente significativa, positiva y de nivel bajo entre las actitudes hacia la corrupción y la percepción de la identidad organizacional ($r = ,376$ $p < ,000$). En suma, a mayores percepciones de la identidad organizacional, mayores actitudes en contra de la corrupción.

En cuanto a las relaciones entre las dimensiones de estas dos variables, la tabla cuatro

presenta las correlaciones de la percepción de la identidad organizacional con las actitudes hacia la corrupción y sus dimensiones. En primer lugar, se encontró correlación altamente significativa y positiva entre estas dos variables ($r = ,376^{**}$ $p < ,000$). En segundo lugar, también se halló correlaciones altamente significativas, positiva y de nivel bajo entre la variable identidad organizacional con las siete dimensiones de las actitudes hacia la corrupción, de igual manera se obtuvo correlaciones altamente significativas, positiva y de nivel bajo entre la variable actitudes hacia la corrupción y las tres dimensiones de la identidad organizacional.

Cuando se trata de las correlaciones entre las dimensiones de la Identidad Organizacional y las dimensiones de las actitudes hacia la corrupción, vemos que se encontró relaciones positivas, de bajo nivel y significativas y altamente significativas en casi todas las dimensiones de estas dos variables, excepto con la colusión-identidad corporativa ($r = ,132$ $p > ,056$), tráfico de influencias-identidad personal ($r = ,065$ $p > ,352$) e Incumplimiento de normas-Identidad Corporativa ($r = ,054$ $p > ,434$). En síntesis, a mayores percepciones de las dimensiones de la Identidad Organizacional, mayores actitudes en contra de las dimensiones de la corrupción, excepto entre los componentes de la percepción de la Identidad Personal con la actitud hacia el Tráfico de Influencias y la percepción de la Identidad Corporativa con las actitudes hacia la Colusión y el Incumplimiento de Normas.

Tabla 4

Correlación entre las dimensiones de la percepción de la Identidad Organizacional y las Actitudes hacia la Corrupción

Variable Dimensión	Est	Ext	Sob	Pec	Col	Fra	Tra Inf	Inc Nor	Act Cor
Identidad Personal	r	,258**	,198**	,221**	,185**	,197**	,065	,190**	,311**
	p	,000	,004	,001	,007	,004	,352	,006	,000
Identidad Social	r	,212**	,147*	,221**	,170*	,187**	,226**	,148*	,287**
	p	,002	,033	,001	,014	,007	,001	,032	,000
Identidad Corporativa	r	,136*	,193**	,173*	,132	,227**	,187**	,054	,243**
	p	,050	,005	,012	,056	,001	,007	,434	,000
Identidad Organizacional	r	,273**	,242**	,285**	,285**	,272**	,205**	,178**	,376**
	p	,000	,000	,000	,000	,000	,003	,010	,000

Nota. r correlación de Pearson, p valor bilateral, *sig. al 0,05, **sig. al 0,01

Discusión

Los estudiantes de las escuelas profesionales de las ciencias sociales perciben en nivel moderado la Identidad Organizacional, lo cual indica pertenencia a la organización, con significados emocionales y valoraciones (Tajfel, 1981, Turner et al. ,1985, 1987), presentando una mejor percepción de la Identidad Personal que se expresa en la realización como persona por pertenecer a la organización y su interés por desarrollarse académicamente y seguir estudiando en dicha organización.

Son las mujeres quienes presentan rangos promedios más altos que los varones en la percepción de la Identidad Organizacional y en las dimensiones Identidad Personal e Identidad Social, que se puede corroborar en el mayor compromiso académico e institucional que ellas manifiestan en las clases, tareas académicas y actos protocolares que se realizan en la universidad.

Según carrera profesional se encontró diferencias significativas en la Identidad Organizacional y en la dimensión Identidad Personal, observándose mayor identidad en la carrera de Trabajo Social, le sigue Antropología, luego Sociología y al final Comunicación, lo cual explicaría que esta carrera profesional se halla acreditada académicamente. Según Diaspro (2005), estas diferencias se deberían a los modelos de identificación: patrones culturales, del consumo televisivo y de sus expectativas y de los “otros”, por medio de los cuales la televisión influye en la construcción de identidad, de modo socializador, a través de los símbolos u objetos.

También se demostró que, en estudiantes universitarios de carreras profesionales de ciencias sociales, las actitudes en contra de la corrupción son de nivel alto, como también en la Extorsión, Soborno, Peculado, Colusión y un nivel moderado en el Tráfico de influencias e Incumplimiento de normas, hallazgo que coincide con diferentes estudios que encontraron la existencia de bajas y moderadas percepciones favorables hacia la corrupción en estudiantes universitarios: Vicuña et al. (2006) en universidades públicas de Lima, Portocarrero (2009) en universidades de Psicología de Lima, Hurtado (2018) con estudiantes de Derecho de Huánuco y Luján et al. (2013) en alumnos de economía y de otras licenciaturas del Instituto de Monterrey-México. Asimismo, en el Instituto Superior de Policía de Cusco, (Borda y Gutiérrez, 2019) en la Escuela de suboficiales de policía de Lima (Cuellar,2016) y Ríos y Colbs (2015) en jóvenes de diferentes niveles de instrucción de Lima.

Pero la situación es diferente cuando se trata de toda la población adulta (de 18 a 65 años), donde tres de cada cuatro aceptan convivir con la corrupción y solo uno manifiesta rechazo definitivo (Ipsos, 2015) hecho que sería explicable por las figuras de “liderazgo corrupto y eficaz” (Sime-Rendon, 2016) o a la necesidad de “tolerar cierta corrupción” para no perjudicar la economía (Anechiriaco, 2010), ambas expresada en el dicho popular “no importa que robe pero que haga obras”.

Al respecto también existe explicaciones psicológicas y sociales sobre la corrupción (Julián & Bonavia, 2017), como la de Perales (2018) quien señala que la corrupción se da en poblaciones con grados de moralización muy desiguales y sin una estructura moral sólida, mientras que Tan et al. (2016) sostiene que la justificación general del sistema corrupto está negativamente asociada con la percepción de corrupción y con la intención corrupta. Así mismo la demostración de Zhao et al. (2016) que las personas con rasgos de personalidad de la triada (maquiavelismo, narcisismo y psicopatía) tendrían más probabilidades de involucrarse en la corrupción como resultado de creencias en la buena suerte, independiente de los posibles resultados del acto corrupto. Todo esto se complementa con Bai et al. (2014) quien demostró que la creencia en un mundo justo para los demás como una creencia laica, puede ser importante para influir en las personas actitudes hacia la corrupción, en la medida que esta mediado por el posible castigo. Finalmente, Huang et al. (2015) dicen que la sociedad puede combatir eficazmente la corrupción incrementando sus costos sociales mientras que, al mismo tiempo, debe conservar sus valores colectivistas.

En cuanto a las diferencias de las actitudes hacia la corrupción según género, se demuestra que son las mujeres quienes presentan mayores actitudes contra la corrupción en las dimensiones extorsión, soborno y cumplimiento de normas, lo cual coincide con Luján et al. (2013) quienes concluyen que el género sí influye en los niveles de cooperación y corrupción, pero por otro lado Valdez (2016) encontró que tantos hombres como mujeres de Lima y algunas regiones tienen el mismo nivel de percepción de máxima corrupción. También se halló diferencias significativas según semestre de estudio en la dimensión Extorsión, donde el décimo ciclo es más alto y el tercero el más bajo, es decir los estudiantes nuevos están menos predispuestos para rechazar la forma corrupta de la Extorsión.

El estudio también comprobó que la percepción de la Identidad Organizacional y las Actitudes hacia la Corrupción se encuentran relacionadas de manera significativa, positiva y de nivel bajo, es decir a mayores actitudes contra la corrupción, mayor identidad organizacional y viceversa. También se encontró relaciones significativas entre las dimensiones de la percepción de la Identidad Organizacional y las dimensiones de las Actitudes hacia la Corrupción, excepto entre la Identidad Personal con el Tráfico de Influencias, la Identidad Social con la Colusión y la Identidad Social con el Incumplimiento de Normas. Si bien no hemos encontrado investigaciones que relacionen las actitudes hacia la corrupción con la identidad organizacional, si existen estudios que la relacionan con los ingresos económicos y desigualdades sociales (E. Pedauga et al., 2017 y Andres y Ramlogan-Dobson, 2011), la moral tributaria (Castañeda, 2015) la Informalidad (De la Peña, 1996), con aspectos sociales, económicos e institucionales (Báez, 2013), la eficacia gubernamental y PIB (Estrada et al., 2013), la pobreza (Hung, 2008) y con la política (Sime-Rendon, 2016, Briceño, 2015 y Anecharico, 2010)..

Se sugiere, mejorar la identidad organizacional en los estudiantes a través de la inclusión en los planes de estudio cursos que tienen que ver con la realidad local, su historia y personajes destacados. Formación de grupos para las tareas educativas con estricto control y monitoreo por parte de los docentes de las asignaturas, Promover actos protocolares institucionales ejercitando los símbolos y emblemas de la institución, Para mejorar las actitudes contra la corrupción trabajar en las asignaturas la práctica de valores y sentimientos morales como honradez, veracidad y honestidad. Reducir las diferencias entre varones y mujeres, promoviendo actitudes favorables contra la corrupción en los varones, así como la mejora de la identidad organizacional en las carreras profesionales de Sociología y Comunicación.

Finalmente, se debe desarrollar investigaciones que permitan descubrir algunas regularidades sobre las actitudes hacia la corrupción y la identidad organizacional, como estudios experimentales, exposfacto y causales comparativo, no solo en muestras de estudiantes, sino también en docentes y administrativos, si como en la población en general.

Referencias

- Acero, M. y Ovalle, A. (2005). *Diseño y estandarización de la prueba que mide el sentido de pertenencia organizacional "SEMPER"* [Tesis de Especialización, Universidad de la Sabana]. https://docplayer.es/30143970-Diseno-y-estandarizacion-de-la-prueba-que-mide-el-sentido-de-pertenencia-organizacional-senper-marcela-esperanza-acero-leon-argelia-ovalle-sanchez.html#showfull_
- AFP. (2017, 10 de mayo). Perú contabiliza 32,925 investigaciones en proceso por corrupción. *El Economista*. <https://www.economistaamerica.pe/>
- Aliaga, J. (s.f.). *Construcción de Pruebas Psicoeducativas*. Sección de Posgrado de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Alzate, G.M., Borrero, L.M., Quijano, M., Robledo, A.M., Unda, P. y Villamizar, C. (1975). Estudio de los valores según la escala de Rokeach en el medio universitario colombiano. En G. Marín, *La psicología social en Latinoamérica*. Trillas
- Anechiarico, F. (2010). La corrupción y el control de la corrupción como impedimentos para la competitividad económica. *Gestión y Política Pública*, 19 (2), 239-261. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13315977002>

- Andres, A.R. y Ramlogan-Dobson, C. (2011). ¿La corrupción es muy malo para la desigualdad? Evidencia de América Latina. *El Diario de Estudios de Desarrollo*, 47(7), 959-976.
<http://doi.org/10.1080/00220388.2010.509784>
- Ángel, A. y Fuentes, Á. (2015). Percepciones sobre la corrupción de habitantes de Manizales y Pereira. *Papel Político*, 20 (1), 213-232. <http://doi.org/10.11144/Javeriana.papo20-1.vacf>
- Ashforth, B. E. and Mael, F. (1989). Social Identity Theory and the Organization. *Academy of Management Review*, 14 (1), 20-39.
- Báez, J. E. (2013). Relación entre el índice de control de la corrupción y algunas variables sociales, económicas e institucionales. *Nómadas*, 38, 1-19. <http://10.5209/revNOMA.2013.v38.42911>
- Bai, B-y, Liu, X-x y Kou, Y. (2014). Belief in a Just World Lowers Perceived Intention of Corruption: The Mediating Role of Perceived Punishment. *PLoS ONE* 9 (5),1-6.
<https://10.1371/journal.pone.0097075>
- Batista, V. & Meirelles, D. (2019). A corrupção na perspectiva durkheimiana: um estudo de caso. *Revista de Administração Pública*, 53 (2), 271-290. <http://dx.doi.org/10.1590/0034-761220180192>
- Berlanga, V. y Rubio, M.J. (2012). Clasificación de pruebas no paramétricas. Cómo aplicarlas en SPSS. *REIRE, Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 5(2), 101-113. <http://www.ub.edu/ice/reire.htm>
- Billger, S. H. and Goel, R. K. (2009). Do existing corruption levels matter in controlling corruption? Cross-country quantile regression. *Revista de Economía del Desarrollo*, 90 (2), 299-305
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jdeveco.2008.07.006>
- Birkigt, J., & Stadler, M. (1986). *Corporate Identity, Grundlagen, Funktionen und Bspieden*. Verla Moderne Industrie: Landsberg an Lech.
- Borda, W.A. y Candia, A. (2019). Percepción y actitudes hacia la corrupción en estudiantes de la escuela técnica superior - Policía Nacional del Perú Cusco 2018 [Tesis de pregrado, Universidad Andina del Cuzco].
- Briceño, V.R. (2015). *Análisis de casos del empoderamiento de la criminalidad de las organizaciones políticas en la gestión pública que inciden en el incremento de la corrupción en el Perú* [Tesis de doctorado, Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez]. Repositorio institucional. <http://repositorio.uancv.edu.pe/bitstream/handle/UANCV/287/TESIS.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

- Bunge, M. (2002). *Ser, saber, hacer*. Paidós.
- Castañeda, V.M. (2015). La moral tributaria en América Latina y la corrupción como uno de sus determinantes. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 224, 103-132.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=42138153005>
- Castañeda, V.M. (2016). Una investigación sobre la corrupción pública y sus determinantes. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 227, 103-136.
- Castro, J. (2002). *Análisis de los componentes actitudinales de los Docentes hacia la enseñanza de la Matemática*. (Tesis doctoral). Universitat Rovira I Virgili.
<http://tdx.cat/bitstream/handle/10803/8906/02CapituloPartel.pdf?sequence=3>.
- Castro-Almeida, L.G. (2008). La identidad como hipervínculo en la organización. *Imhai*, 4 (2), 1-19.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=461/46140201>
- Contreras-Armenta, C. y Hernández, E. (2011). Antecedentes teóricos y niveles de análisis de la identidad organizacional. *Revista Electrónica Nova Scientia*, 6 (2), 158-179. <http://doi:10.21640/ns.v3i6.192>
- Costa, J. (1992). *Identidad corporativa y estrategia de empresa 25 casos prácticos*. Ediciones Ceac, S.A.
- Costa, J. (1993). *La identidad corporativa*. Trillas.
- Cuellar, M.M. (2016). *Percepciones y actitudes hacia la corrupción: una aproximación en estudiantes para suboficiales de policía*. (Tesis Licenciatura Psicología). PUCP. Lima.
https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/7463/CUELLARFAJARDO_MAYRA_PERCEPCIONES.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- De la Peña, G. (1996). Corrupción e informalidad. *Espiral*, 7, 109-127.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13830706>
- Diaspro, M.O. (2005). *La influencia de la televisión en la construcción de identidad en jóvenes* [Tesis de pregrado, Universidad Jesuita Alberto Hurtado]. Repositorio institucional.
<https://repositorio.uahurtado.cl/bitstream/handle/11242/5921/SOCDiaspro.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Diego, O. (2012). El problema de la corrupción en América Latina y la incorporación de la ética para su solución. *Espacios Públicos*, 35, 48-62. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67624803004>
- Estrada, E., Mutascu, M. y Kumar, A. (2013). Estabilidad política y tributación. *Análisis Político*, 77, 133 – 152.
<https://revistas.unal.edu.co/index.php/anpol/article/view/44007/45257>

- Fernández, L. S. y Remaycuna, A. (2020). *Construcción y procesos psicométricos de una Escala de Actitudes frente a la corrupción en jóvenes universitarios de la ciudad de Piura* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo].
- Gallardo, J. (2008). *Juventud, trabajo, desempleo e identidad: un enfoque psicosocial* [Tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid]. Repositorio institucional. <https://eprints.ucm.es/8071/1/T30382.pdf>
- Gordon, L. I. (1963). *Manual de evaluación de los valores interpersonales*. UPIGV
- Greenaway, K.H., Cruwys, T., Haslam, S.A. & Jetten, J. (2016). Social identities promote well-being because they satisfy global psychological needs. *European Journal of Social Psychology*, 46, 294–307. <http://doi:10.1002/ejsp.2169>
- Guerra, K (2012). *La corrupción*. *Monografias.com*. <https://www.monografias.com/trabajos88/la-corrupcion-politica/la-corrupcionpolitica.shtml>.
- Huang Z-w, Liu L, Zheng W-w, Tan X-y, Zhao X (2015) Walking the Straight and Narrow: The Moderating Effect of Evaluation Apprehension on the Relationship between Collectivism and Corruption. *PLoS ONE* 10 (3), 1-12. <http://doi.org/10.1371/journal.pone.0123859>
- Hung, J. (2008). América Latina: la corrupción y la pobreza. *Revista del CESLA*, 11,105-118. de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=243316550009A>
- Hurtado (2018). *Actitud de los estudiantes del último ciclo de derecho de la universidad de Huánuco por casos de corrupción investigados en la fiscalía anticorrupción – Huánuco 2018* [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio institucional. <http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1497/HURTADO%20TURRI%2c%20Leydi%20Diana.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- INEI (2015). *Perfil sociodemográfico de la Provincia de Huancayo. Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda*. Oficina Departamental de Estadística e Informática de Huancayo.
- Ipsos (2015). *Novena encuesta nacional sobre corrupción 2015*. Proetica. <https://www.proetica.org.pe/wp-content/uploads/2018/04/292794637-Novena-Encuesta-nacional-sobre-percepciones-de-la-corrupcion-2015.pdf>

- Jain, V. (2014). 3D model of attitude. *International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences*, 3 (3), 1-12.
https://www.researchgate.net/publication/265567380_3D_Model_of_Attitude
- Jurado, A.N. (2014). *Los niveles de sentido de pertenencia en un grupo de profesionales bajo contratación laboral simulada en distintas organizaciones guatemaltecas* [Tesis de pregrado, Universidad Rafael Landívar]. Repositorio institucional.
<https://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/43/Jurado-An,a.pdf>
- Julián, M. & Bonavia, T. (2017). Aproximaciones psicosociales a la corrupción: una revisión teórica. *Revista Colombiana de Psicología*, 26(2), 231-243. <http://doi.org/10.15446/rcp.v26n2.59353>
- Kerlinger, F. y Lee, H.B. (2002). *Investigación del comportamiento*. Interamericana.
- Luján, M.; Vásquez, A. y Herrera, J. (2013). Un análisis de la relación entre la corrupción, el género y el estudiante economista. *Acta Universitaria*, 23 (5), 37-42.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41629559005>
- Machado, R. (2014). La economía informal en el Perú: magnitud y determinantes (1980-2011). *Apuntes*, 74, 197-233. <http://10.21678/apuntes.74.707>
- Morales, F. Moya, M. Pérez, J. A. Fernández, (1999). *Psicología social*. Segunda Edición. McGraw Hill
- Nunnally, J. & Bernstein, I. (1995). *Teoría psicométrica*. McGraw-Hill.
- Ojeda, M. C. (2008). Rasgos de la identidad del profesor de enseñanza media en su trayectoria de formación y desempeño profesionales. ¿Cómo, cuándo y con quiénes adquiere su condición de profesor? *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 10 (2), 1-14.
<http://redie.uabc.mx/vol10no2/contenido-ojeda.html>
- Orellana, G., Bossio, G. y Jaime, J. (2014). Evaluación de la Identidad Corporativa de los trabajadores administrativos de la Universidad Nacional del Centro del Perú. *XII Congreso de la Asociación Latinoamericana de investigadores de la comunicación social (ALAIIC)*. Lima, PUCP.
- Orellana, G. y Bossio, S.G. (2019). *Construcción de una escala de actitudes hacia la corrupción en estudiantes universitarios*. Artículo inédito. Huancayo.
- Ortiz, M. (2006). *Construyendo Identidad Corporativa desde la cultura organizacional en eléctricos y ferretería Delta Limitada - Una oportunidad de comunicación a partir de un diagnóstico organizacional* [Tesis de pregrado, Universidad Javeriana de Colombia]. Repositorio institucional.
<https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis216.pdf>

- Pedauga, L.E., Pedauga, L.D & Delgado-Márquez, B.L. (2016). Relationships between corruption, political orientation, and income inequality: evidence from Latin America 1689-1705 <https://doi.org/10.1080/00036846.2016.1223830>
- Perales A. (2018) ¿Por qué está la corrupción tan extendida en el carácter y la conducta de tantos peruanos? *An Fac med.* 79(3): 198-199. <http://dx.doi.org/10.15381/anales.v79i3.15310>
- Peris, R. Agut, S. (2007). Evolución conceptual de la Identidad social. El retorno de los procesos emocionales. *Revista Electrónica de Motivación y Emoción (REME)* V. X, Nº 26–27. <http://reme.uji.es>
- Pilgun, M. y Dzyaloshinsky, J.M. (2016). Los fantasmas de la memoria histórica: Identidad social de la juventud rusa. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 592-615. <http://doi:10.4185/RLCS-2016-1111>
- Portocarrero, C. (2009). Autopercepción de la corrupción en estudiantes de dos universidades de lima metropolitana. *Revista Electrónica de Psicología Política*, 7 (21), 37-50
- Proetica (2019). Undécima encuesta nacional sobre percepciones de corrupción. Resumen ejecutivo. <https://www.proetica.org.pe/contenido/xi-encuesta-nacional-sobre-percepciones-de-la-corrupcion-en-el-peru-2019/>
- Puga, P. (2005). *Diagnóstico de la identidad corporativa de una compañía de seguros. Caso: Aseguradora del Sur* [Tesis de pregrado, Universidad de Quito, Ecuador]. Repositorio institucional. <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/10775>
- Quiroz, A. W. (2013). *Historia de la corrupción en el Perú*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos e Instituto de Defensa Legal.
- Reyes, M.R. (2014). *Relación entre identificación laboral y desempeño laboral en un grupo de trabajadores del área operativa de una empresa de abarrotes* [Tesis de pregrado, Universidad Rafael Landívar]. Repositorio institucional. <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/43/Reyes-Maria.pdf>
- Ricoa, D., Alzateb, M. y Sabucedoc, J.M. (2017). El papel de la identidad, la eficacia y las emociones Positivas en Las acciones colectivas de resistencia pacífica en contextos violentos. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 4,28-35. <http://10.1016/j.rlp.2015.09.013>

- Ríos y Colaboradores (2015) *La corrupción desde una mente joven. un enfoque diferente*. CECRIM: USMP. Recuperado de <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>
- Robbins, S. P. (1999). *Comportamiento Organizacional. Teoría y práctica*. Prentice-Hall Hispanoamericana.
- Rodríguez, G. y Cruz, K. (2006). Identidad Social y Protesta Política en la Transición Democrática Mexicana. *Revista Interamericana de Psicología*, 40 (1) ,5-11.
<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rip/v40n1/v40n1a01.pdf>
- Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*. Free Press.
- Salazar, J.M. (1975). Actitudes de estudiantes venezolanos de secundaria y de sus padres, hacia la patria, los símbolos nacionales y el Estado. En G. Marín, *La psicología social en Latinoamérica*. Trillas.
- Schmid, K. y Muldoon, O. T. (2015). Perceived Threat Social Identification and Psychological Well-Being: The Effects of Political Conflict Exposure. *Political Psychology*, 36, (1), 75-92.
<http://10.1111/pops.12073>
- Sime-Rendon, D. (2016). Roba, pero hace obra - pragmatismo de la corrupción y corrupción del pragmatismo. *VOX JURIS*, 32 (2), 79-90.
<https://www.aulavirtualusmp.pe/ojs/index.php/VJ/article/view/775/610>
- Sugimura, K., Nakama,R., Mizokami, S, Hatano, K., Tsuzuki,M. and Schwartz, S.J. (2016). Working together or separately? The role of identity and cultural self-construal in well-being among Japanese youth. *Asian Journal of Social Psychology*, 19, 362–373. <http://10.1111/ajsp.12154>
- Tajfel, H. (1957). Quantitative judgement in social perception. *Gen. Psych.* 50, 1, 16-29.
<https://bpspsychub.onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.2044-8295.1959.tb00677>
- Tajfel, H. (1982). *Social Identity and Intergroup Relations*. Cambridge University Press.
- Tajfel, H. y Turner, J. (1986) *Teoría de la Identidad Social*. Carter & Miller Editing.
- Tan, X., Liu, L., Huang, Z., Zheng,W. and Liang, Y. (2016). The Effects of General System Justification on Corruption Perception and Intent. *Front. Psychol.* 7:1107, 1-11.
<https://10.3389/fpsyg.2016.01107>
- Topa, G. y Morales. F. (2006). Identificación organizacional y proactividad personal en grupos de trabajo: Un modelo de ecuaciones estructurales. *Anales de Psicología*, 22 (2), 234-242.
https://www.um.es/analesps/v22/v22_2/0822_2.pdf

- Topa, G. y Palací, F.J. (2007). Múltiples focos de identificación en las organizaciones comparación de su poder predictivo sobre los resultados grupales, profesionales y organizacionales. *Revista de Psicología Social*, 22 (1) 17-30. <https://10.1174/021347407779697494>
- Topa, G., Moriano, J.A. y Morales, J.F. (2008). Identidad social y apoyo percibido en las organizaciones: sus efectos sobre las conductas de ciudadanía. *Revista Interamericana de Psicología*, 42 (2), 363-370. <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rip/v42n2/v42n2a17.pdf>
- Transparencia Internacional (17 de noviembre de 2009). *La corrupción amenaza la recuperación económica mundial, desafía enormemente a los países en conflicto*. Secretariado Internacional de Transparencia. https://www.transparency.org/news/pressrelease/20091117_corruption_threatens_global_economic_recovery
- Trzesniak, P y Coller, S. H. (2004) Una teoría tridimensional de la identidad. *Interamerican Journal of Psychology*, 38 (1) 1-4. <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=28438101>
- Turner, J. C. (1982). Towards a cognitive redefinition of the social group. EnH. Tajfel (Ed.), *Social Identity and Intergroup relations*. (pp. 15-40). Cambridge University Press.
- Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D., & Wetherell, M. S. (1987). *Rediscovering the Social Group: a self - categorization theory*. Blackwell.
- Ugarriza, N. (2001). *Instrumentos para la investigación educacional*. Tarea Gráfica Educativa.
- Valdez, I. (2016). *Elaboración del índice de percepción de corrupción - Perú 2013* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio institucional. http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/5846/Valdez_bi.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Van Dyne, L., Graham, J. & Dienesch, R. (1994). Organizational Citizenship behavior: Construct Redefinition, Measurement, and Validation. *Academy of Management Journal*, 37(4), 765-802. <http://10.5465/256600>
- Veliz, M. (2009). *Diseño de un plan de formación de identidad organizacional bajo entornos virtuales para el personal administrativo de la universidad Fermín Toro*. Relaciones Industriales, UFT. <http://www.uft.edu.ve/campusvirtual/edicion1/Articulo2.pdf>

Vicuña, L., Hernández H., Paredes M., Rivera, J.C., Ríos J., Santillana Ch., Torres, J. (2006). Percepción, tipos y medidas de control de la corrupción, según el sexo, ciclo académico y la facultad a la que pertenecen los estudiantes universitarios. *Revista de Investigación en Psicología*, 9 (2), 65-91. <https://10.15381/rinvp.v9i2.4021>

Villegas, J. (1979). Actitudes y conducta. En J.M. Salazar, *Psicología social*. Trillas.

Wenger, E. (1998). Comunidades de Práctica y Sistemas Sociales de Aprendizaje: la Carrera de un Concepto. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-1-84996-133-2_11

Zhao H, Zhang H y Xu Y (2016). Does the Dark Triad of Personality Predict Corrupt Intention? The Mediating Role of Belief in Good Luck. *Front. Psychol*, 7 (608), 1-16. <https://www10.3389/fpsyg.2016.00608>

Fuentes de financiamiento.

La investigación fue realizada con recursos propios.

Conflictos de interés

No presenta conflicto de intereses.

Correspondencia

gorellana@uncp.edu.pe