



Universidad de Concepción
Dirección de Postgrado
Facultad de Ciencias Sociales - Programa de Doctorado en Psicología

Teoría de la Conducta Planificada e Intención de Publicar Replicaciones en Psicología

Tesis para optar al grado al grado de Doctor en Psicología

CLAUDIO ENRIQUE BUSTOS NAVARRETE
CONCEPCIÓN-CHILE

2018

Profesor Guía: Dr. Alejandro Díaz Mujica
Profesor Co-guía: Dr. Pedro Salcedo Lagos
Departamento de Psicología, Facultad de Ciencias Sociales
Universidad de Concepción

Resumen

La denominada *crisis de la replicabilidad* en psicología ha mostrado la importancia de replicar los estudios para obtener resultados confiables. Se debe comprender cuales son los factores involucrados en el sesgo negativo hacia las replications en psicología. El objetivo general de esta investigación es conocer de qué modo influyen las creencias, las actitudes, la norma percibida y el control conductual percibido en la intención de publicar estudios de replicación directa, replicación conceptual y adaptación de instrumentos.

La investigación se realizó en dos etapas, la primera de tipo instrumental y la segunda, de tipo descriptivo-correlacional de temporalidad transversal. Se consideró como población de estudio para ambas etapas a los autores de publicaciones entre el 2014 y 2016 en revistas indexadas en Scopus relacionadas a la psicología, con filiación institucional en Hispanoamérica o España. El muestreo para el estudio instrumental (n=74) y principal (n=959) fue aleatorio estratificado por países. Toda la investigación, excepto parte del estudio instrumental, se realizó en línea mediante plataforma web, mediante un protocolo estandarizado.

Se logró identificar un conjunto de creencias respecto de las consecuencias, actores y factores relevantes para la replicación, que predicen la actitud, norma subjetiva y control conductual percibido frente a la replicación. Estas variables presentan mayores valores para la adaptación de instrumentos, que para los otros dos tipos de replicación, y logran predecir en conjunto un 39% de la varianza de la intención conductual de publicar replications.