Búsqueda de información para trabajos de clase y el TFG

Biblioteca de Ciencias Económicas y Empresariales

Objetivos de este taller:

Que Google no sea tu única fuente de información

PARTE I. EVALUACIÓN DE SITIOS WEB

Ejercicio 1. ¿Todo lo que aparece en Internet es pertinente, fiable y de buena calidad? Hemos hecho una búsqueda sobre marketing de moda. Valoramos los siguientes resultados:

https://cursos-formacion.camaramadrid.es/blog/fashion-marketing-importancia-marketing-en-moda/

https://ebac.mx/blog/que-es-marketing-de-moda

https://significado.com/moda/

https://es.wikipedia.org/wiki/Moda

https://raco.cat/index.php/Hipertext/article/view/326495/420241

https://www.e-revistes.uji.es/index.php/adcomunica/article/view/4976

https://tinyurl.com/44wz7d4w

Ejercicio 2. ¿Y qué pasa con los periódicos, sitios web, portales de noticias, blogs?
Ve más allá del titular y busca el origen de la información. Ten cuidado con las opiniones.

https://bcome.biz/blog/the-state-of-fashion-2025-report-10-key-challenges-to-watch-in-the-coming-months/

El origen de los datos es: https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/state-of-fashion#/

Otro ejemplo, ahora en el blog de Mckinsey
https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-fast-fashion
El origen de los datos figura en la lista de referencias citadas al final del post

Ejercicio 3. ¿Demasiada información?

Mejora los resultados de la búsqueda utilizando los **filtros de Google**

- Buscar sólo videos sobre marketing de moda
- Buscar sólo libros sobre marketing de moda
- Buscar sólo noticias sobre marketing de moda

PARTE II. LA WEB CIENTÍFICA: GOOGLE ACADÉMICO

Ejercicio 4

Queremos buscar información para hacer un trabajo académico sobre el papel de los influencers de moda en las decisiones de compra de los jóvenes.

a) Utiliza la opción Labs y plantea la siguiente pregunta en modo conversacional

¿Qué influencia tienen las redes sociales en las decisiones de compra de moda por parte de los jóvenes?

Labs puede localizar investigaciones que utilicen expresiones diferentes a las que tú has escrito, pero que estudien la relación entre la credibilidad de los influencers y la intención de compra. Esto resulta especialmente útil cuando todavía estás familiarizándote con el tema y no conoces toda la terminología científica que se utiliza en ese campo.

b) Utiliza la búsqueda tradicional basada en palabras clave

La búsqueda tradicional funciona mediante términos, palabras clave y operadores de búsqueda. Tú decides qué conceptos quieres buscar y cómo quieres relacionarlos.

- Utiliza la búsqueda simple con las palabras clave, redes sociales, moda, compra, jóvenes.
- Utiliza la búsqueda avanzada para añadir sinónimos (jóvenes, juventud, Generación Z, young consumers) (TikTok, Instagram) y expresiones más concretas como “decisión de compra” “conducta del consumidor”...

Pero también puedes pedir a ChatGPT que te sugiera términos y te ayude a crear una ecuación de búsqueda experta, más compleja. Este puede ser el prompt:

Construye una ecuación de búsqueda para utilizar en Google Académico o una base de datos bibliográfica y localizar información sobre la influencia que tienen las redes sociales en las decisiones de compra de moda por parte de los jóvenes

Copia la ecuación de búsqueda que te ha dado ChatGpt y pégala en el cajetín de búsqueda de Google Académico.

- Analiza los resultados: ¿Qué tipo de documentos aparecen, tienen texto completo asociado…?
- Aplica filtros (por fechas, por idioma, por tipo de documento, por disponibilidad de texto completo…)
- ¿Qué documentos son más relevantes?: las citas recibidas y la estrategia de la “bola de nieve”

- Crea una alerta.

Resumen

Acción	Scholar Labs (Inteligencia artificial)	Búsqueda tradicional
Forma de buscar	Preguntas en lenguaje natural	Palabras clave y operadores (lenguaje documental)
Funcionamiento	La IA interpreta el significado de la pregunta	Los términos y operadores determinan los resultados
Selección de resultados	Por relevancia según la pregunta	Coincidencia con los términos de búsqueda, revista, autor, número de citas…
Sinónimos	Los identifica él	Debes introducirlos tú
Precisión	Depende de la interpretación de la IA	Depende de cómo construyas la consulta
Control de búsqueda	Inexistente, el algoritmo decide	Control total sobre términos y filtros
Explicación de resultados	Ofrece explicaciones generadas por la IA	Hay que recurrir al documento
Reformulación	Puedes seguir preguntando	Debes modificar la consulta
Reproducibilidad	Los resultados varían	Si documentas la estrategia y la repites, los resultados serán los mismos (tienes que poner la estrategia utilizada en la metodología)
Cantidad de resultados	Muestra una selección de los resultados más relevantes	Puedes explorar en una amplia lista de resultados. Tú decides con cuáles te quedas

PARTE III. ¿Y LO QUE NO ENCUENTRO A TEXTO COMPLETO EN GOOGLE ACADÉMICO?: LA INTERNET INVISIBLE. BUSCO EN LA BIBLIOTECA.

<u>Ejercicio 5</u>. Buscamos información en el catálogo de la Biblioteca

Practica el uso de operadores booleanos buscando en el catálogo documentos sobre marketing de la moda que estén en la Biblioteca de Económicas. Ahora que la conoces, utiliza la búsqueda avanzada con los operadores que te permitan obtener el mayor número de resultados pertinentes, y los filtros para localizar sólo libros, o sólo TFGs, o sólo artículos de revista. Si accedes como usuario registrado podrás guardar registros, guardar búsquedas y crear alertas. Y reservar documentos y renovar materiales prestados.

Aquí tienes más temas para seguir practicando: economía circular, banca ética, economía inclusiva, marketing online… Pide a ChatGPT que te ayude a encontrar términos sinónimos y relacionados para mejorar el alcance de tu búsqueda.

Ejercicio 6. Buscamos si la Biblioteca tiene alguna revista sobre Marketing de la moda (busca los términos en inglés)
Vete al apartado Búsqueda de revistas.

Ejercicio 7. ¿Podrías leer estos documentos con los recursos disponibles en la Universidad?
Haz una búsqueda en el catálogo y recuerda que en el catálogo de la Biblioteca (https://catoute.unileon.es) puedes buscar no solo los libros impresos y electrónicos y las revistas disponibles en la ULE, sino también los artículos publicados a texto completo en todas las revistas suscritas.

- Ford, R.C. y Richardson, W.D. (1994). Ethical decision making: a review of the empirical literature. *Journal of business ethics*, *13*(3), 205-221
- Treviño, L. K., Weaver, G.R. y Reynolds, S.J. (2006). Behavioral ethics in organizations: a review. *Journal of management, 32*(6), 951-990.

Ejercicio 8. No está en Google ni en la Biblioteca
Te parecerá increíble, pero a menudo hay que recurrir al Préstamo Interbibliotecario. (https://biblioteca.unileon.es/prestamointerbib)

- Wu, M. L. (2006). Corporate social performance, corporate financial performance and firm size: meta-analysis. *Journal of American Academy of Business 8*(1), 163-171

Ejercicio 9. Cuántas son, dónde están y cómo accedo a ellas.
Consulta:

- El apartado Recursos electrónicos para economía y empresa en la web de la Biblioteca de la Facultad (bases de datos y revistas electrónicas): https://bibliotecas.unileon.es/ciencias-economicas-empresariales/bases-de-datos/

  https://bibliotecas.unileon.es/ciencias-economicas-empresariales/revistas-electronicas/
- El Listado a/Z de Recursos electrónicos en la página web de la Biblioteca Universitaria: https://biblioteca.unileon.es/recursoselectronicos

- la Guía temática correspondiente a tu grado disponible en la web de la Biblioteca de la Facultad: https://bibliotecas.unileon.es/ciencias-economicas-empresariales/guia-rapida-para-alumnos-de-primer-curso/

- El folleto sobre recursos electrónicos que te entregamos para saber cuántas bases de datos y colecciones de revistas-e suscribe la Biblioteca y las formas posibles de acceso desde fuera de la ULE.

- Y en el segundo folleto que te entregamos tienes consejos que te servirán para consultar cualquier base de datos.

PARTE IV. ALGUNOS EJEMPLOS

Ejercicio 10. [Dialnet]

El mayor portal científico en lengua española especializado en Ciencias Sociales

- Si te registras accederás a DialnetPlus y tendrás muchas ventajas. Hazlo desde un ordenador de la ULE y con un correo de la ULE.

	Dialnet	Dialnet plus
Búsqueda simple de documentos	☑	☑
Búsqueda avanzada de documentos, revistas y tesis	☒	☑
Buscador de revistas	☑	☑
Buscador de tesis doctorales	☑	☑
Buscador de autores	☒	☑
Buscador de ediciones de congresos	☒	☑
Alertas de revistas	☑	☑
Alertas de materias	☑	☑
Alertas de búsquedas guardadas	☒	☑
Visualización de nubes de coautoría	☒	☑
Visualización de árbol académico de tesis	☒	☑
Enlace de autores a otros catálogos	☑	☑
Selección de documentos	☒	☑
Exportación de documentos	☒	☑
Almacenamiento de búsquedas	☒	☑
Creación de listas bibliográficas	☒	☑

- ¿Cuántas revistas de economía y empresa hay en Dialnet?
- Comprueba si la revista *Papeles de economía española* está en Dialnet y si podrías leer allí un artículo publicado en el año 2012. En caso negativo ¿qué harías?
- Muchos textos completos. Busca *Pecunia*, la revista de la Facultad.
- Suscribe alertas de nuevo número publicado para la revista *Alternativas económicas* (sólo para usuarios Plus).
- Busca información sobre la fiscalidad de las criptomonedas y filtra los resultados por diversos criterios (tipo de documento, fecha, texto completo, etc.).

Consulta la Guía de búsqueda en Dialnet (especialmente el apartado dedicado al uso de operadores lógicos) disponible en:

https://soporte.dialnet.unirioja.es/portal/es/kb/usuarios/b%C3%BAsquedas-en-dialnet

Te proponemos el siguiente ejemplo para que practiques en el uso de los operadores booleanos. Puedes pedir ayuda a ChatGPT para localizar más términos sinónimos o relacionados:

PALABRAS CLAVE

Fiscalidad **OR**	**AND**	Criptomonedas **OR**

- Crea una alerta de esta búsqueda. Consulta la Guía sobre Alertas bibliográficas disponible en: https://soporte.dialnet.unirioja.es/portal/es/kb/usuarios/alertas-bibliogr%C3%A1ficas
- Buscamos información de autores (sólo para usuarios Plus).

Ejercicio 11. ProQuest One Business

La diferencia está en el contenido exclusivo:

- Buscar los Informes de la empresa Google
- Busca informes sobre la industria del automóvil en España
- Buscar los Informes sobre España elaborados por Oxford Economics

La diferencia también está en el buscador. Comparamos los buscadores de Dialnet y ProQuest One Business

Busca artículos publicados en revistas científicas en cuyo título aparezcan las expresiones “place marketing”, “city branding” o “nation branding”. Filtra los resultados por tipo de documento “Revista académica”. ¿Cómo se titula la revista en la que se publican más artículos sobre este tema?

Ejercicio 12. Localizar lo más relevante. **Las bases de datos de citas**.

- Buscar en la Web of Science artículos sobre responsabilidad social corporativa (corporate social responsibility) en el campo Tema
- Ordena los resultados por relevancia y selecciona algún artículo muy reciente. Si miras las obras que aparecen citadas en el mismo (la bibliografía) puedes encontrar más obras sobre el mismo tema escritas con anterioridad.
- Identifica ahora algún artículo muy citado sobre este tema los artículos de revisión reciben siempre muchas citas). Sería una buena idea leerlo y citarlo en tu trabajo. Cualquier experto lo conocerá porque es un artículo muy relevante. Si consultas quién lo ha citado encontrarás obras sobre el mismo tema escritas con posterioridad.

- Imagina que has escrito un artículo sobre este tema y estás buscando una revista a la que enviarlo. ¿Cómo puedes saber cuáles son las revistas de impacto especializadas en ética de los negocios?
- ¿Dirías que es un tema de actualidad o que, por el contrario, el interés por este asunto ha descendido con los años?