

Búsqueda Estratégica de Información Técnica

Juan C. Correa, Ph.D.

Facultad de Postgrados
Postgrado de Psicología del Consumidor
Fundación Universitaria Konrad Lorenz, Bogotá, Colombia
juanc.correan@konradlorenz.edu.co
<https://sites.google.com/site/juancorrean/>

10 de junio de 2021



Agenda

- 1 Búsqueda de información técnica
- 2 El problema de usar Google
- 3 Estrategia 1 (Papers)
- 4 Estrategia 2 (Revistas)
- 5 Estrategia 3 (Investigadores)
- 6 Sugerencias



¿Por qué es importante saber buscar información técnica?

- 1 Nuestra sociedad de hoy gira en torno a la economía basada en conocimiento.



¿Por qué es importante saber buscar información técnica?

- 1 Nuestra sociedad de hoy gira en torno a la economía basada en conocimiento.
- 2 Manejar información proveniente de conocimiento actualizado es una ventaja competitiva para el mercado laboral.



¿Por qué es importante saber buscar información técnica?

- 1 Nuestra sociedad de hoy gira en torno a la economía basada en conocimiento.
- 2 Manejar información proveniente de conocimiento actualizado es una ventaja competitiva para el mercado laboral.
- 3 La persona con acceso al conocimiento actualizado es aquella con más chances de ser competitivo y exitoso profesionalmente.



¿Por qué es importante saber buscar información técnica?

EL CONOCIMIENTO ES PODER



Cuanto más sepas, podrás
tomar mejores decisiones y
esto te servirá para toda la vida,





Google 



 Google 
académico 





Google



 Google
académico



Un problema de Google Académico es que los principiantes no son capaces de sacar provecho a todas sus capacidades.



Any time

Since 2019

Since 2018

Since 2015

Custom range...

Sort by relevance

Sort by date

☒ include patents

☒ include citations

☒ Create alert

Tip: Search for **English** results only. You can specify your search language in [Scholar Settings](#).

[PDF] Consumo ideológico: creencias sobre la política de seguridad democrática e imagen del presidente Álvaro Uribe Vélez

[\[PDF\] redalyc.org](#)

C Arias, [I Barreto](#) - *Universitas Psychologica*, 2009 - [redalyc.org](#)

El objetivo de esta investigación fue establecer la asociación entre el **consumo ideológico** sobre la Política de Seguridad Democrática (PSD) y la imagen del presidente Álvaro Uribe Vélez con el **consumo** de bienes, productos o servicios nacionalistas en jóvenes ...

☆ ⓘ Cited by 15 Related articles All 9 versions ⓘ

[HTML] El espacio rural entre la producción y el consumo: algunas referencias para el caso argentino

[\[HTML\] conicyt.cl](#)

M Posada - *EURE (Santiago)*, 1999 - [scielo.conicyt.cl](#)

... tiempo la sociedad en su conjunto hizo suyos aquellos planes y esta **ideología** cultural ... la reivindicación de lo rural se parece mucho a una construcción **ideológica** de éste ... a ser un objeto de **consumo** por parte de la ciudad (primero, como **consumo ideológico**-cultural, después ...

☆ ⓘ Cited by 34 Related articles All 8 versions ⓘ

Aquí los primeros dos resultados son del año 2009 y 1999 (i.e., referencias de hace 10 y 20 años respectivamente). También, se muestra cerca de 300 mil papers que cumplen con el criterio de búsqueda “Consumo Ideológico”.



Google Scholar

Consumo Ideológico

Articles

About 300,000 results (0.08 sec)

Tip: Search for **English** results only. You can specify your search language in [Scholar Settings](#).

[PDF] Consumo ideológico: creencias sobre la política de seguridad democrática e imagen del presidente Álvaro Uribe Vélez [\[PDF\] redalyc.org](#)

C Arias, [I Barreto](#) - *Universitas Psychologica*, 2009 - [redalyc.org](#)

El objetivo de esta investigación fue establecer la asociación entre el **consumo ideológico** sobre la Política de Seguridad Democrática (PSD) y la imagen del presidente Álvaro Uribe Vélez con el **consumo** de bienes, productos o servicios nacionalistas en jóvenes ...

☆ 99 Cited by 15 Related articles All 9 versions »

[HTML] El espacio rural entre la producción y el consumo: algunas referencias para el caso argentino [\[HTML\] conicyt.cl](#)

M Posada - *EURE (Santiago)*, 1999 - [scielo.conicyt.cl](#)

... tiempo la sociedad en su conjunto hizo suyos aquellos planes y esta **ideología** cultural ... la reivindicación de lo rural se parece mucho a una construcción **ideológica** de éste ... a ser un objeto de **consumo** por parte de la ciudad (primero, como **consumo ideológico**-cultural, después ...

☆ 99 Cited by 34 Related articles All 8 versions »

☒ include patents
☒ include citations
☒ Create alert

Aquí los primeros dos resultados son del año 2009 y 1999 (i.e., referencias de hace 10 y 20 años respectivamente). También, se muestra cerca de 300 mil papers que cumplen con el criterio de búsqueda “Consumo Ideológico”.

¡Nadie va a leerse 300 mil papers para hacer su tesis!



Google Scholar

Consumo Ideológico

Articles About 300,000 results (0.08 sec)

Any time
Since 2019
Since 2018
Since 2015
Custom range...

Sort by relevance
Sort by date

☒ include patents
☒ include citations

☒ Create alert

Tip: Search for **English** results only. You can specify your search language in Scholar Settings.

[PDF] Consumo ideológico: creencias sobre la política de seguridad democrática e imagen del presidente Álvaro Uribe Vélez [\[PDF\] redalyc.org](#)
C Arias, [I Barreto](#) - Universitas Psychologica, 2009 - redalyc.org
El objetivo de esta investigación fue establecer la asociación entre el **consumo ideológico** sobre la Política de Seguridad Democrática (PSD) y la imagen del presidente Álvaro Uribe Vélez con el **consumo** de bienes, productos o servicios nacionalistas en jóvenes ...
☆ ⓘ Cited by 15 Related articles All 9 versions ⓘ

[HTML] El espacio rural entre la producción y el consumo: algunas referencias para el caso argentino [\[HTML\] conicyt.cl](#)
M Posada - EURE (Santiago), 1999 - scielo.conicyt.cl
... tiempo la sociedad en su conjunto hizo suyos aquellos planes y esta **ideología** cultural ... la reivindicación de lo rural se parece mucho a una construcción **ideológica** de éste ... a ser un objeto de **consumo** por parte de la ciudad (primero, como **consumo ideológico**-cultural, después ...
☆ ⓘ Cited by 34 Related articles All 8 versions ⓘ

Para el principiante tampoco es muy clara la decisión de cuál debe ser la primera referencia que se debería consultar o leer.



CAREER FEATURE • 10 JUNE 2019

When English is not your mother tongue

Seven researchers discuss the challenges posed by science's embrace of one global language.

<https://www.nature.com/articles/d41586-019-01797-0>

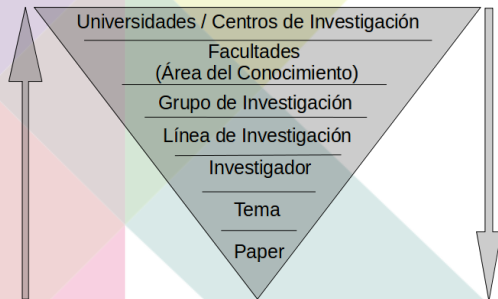
Para el principiante (cuya lengua materna no es el inglés) buscar en Español no es la estrategia más adecuada.



Primera Estrategia de Búsqueda: El paper

El conocimiento científico se organiza de forma jerárquica

Organización Jerárquica del Conocimiento Científico



Ejemplo

Fundación Universitaria Konrad Lorenz
Psicología

Psicología del Consumidor
Elección, Razonamiento & Decisión
Juan C. Correa

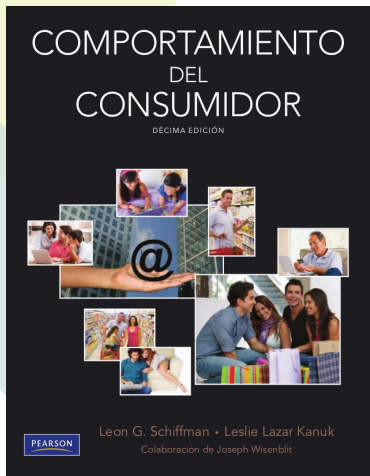
Consumo Colaborativo
doi: 10.1016/j.jretconser.2018.05.002

Una búsqueda exitosa es aquella que da como resultado un conjunto de trabajos (papers) que abordan específicamente lo que uno quiere conocer.



Primera Estrategia de Búsqueda: El paper

Si estamos por iniciar un proceso de investigación, a veces puede ser efectiva la estrategia de comenzar a leer los libros técnicos.



Primera Estrategia de Búsqueda: El paper

Sin embargo, los libros técnicos son como “colecciones” de papers.

Contenido	
Prefacio xv	
PRIMERA PARTE: INTRODUCCIÓN 2	
Capítulo 1 Introduce al lector al comportamiento del consumidor, su desarrollo, naturaleza interdisciplinaria y el efecto de la tecnología de la información sobre los patrones de consumo. Concluye con la presentación de un modelo de toma de decisiones del consumidor. Capítulo 2 Describe los países y las técnicas en la investigación del comportamiento del consumidor, incluyendo un análisis de los modelos cualitativo y cuantitativo en la investigación de mercados. Capítulo 3 Examina la segmentación del mercado, la búsqueda de mercados meta y el posicionamiento, y demuestra cómo las variables del comportamiento del consumidor ofrecen un marco de referencia para segmentar y buscar mercados meta de manera estratégica.	
1 Comportamiento del consumidor: cambios y desafíos 2	
¿Qué es el comportamiento del consumidor? 5	
El comportamiento del consumidor y el concepto de marketing 8	
¿Qué es el concepto de marketing? 8	
Adopción del concepto de marketing 9	
Segmentación, mercados meta y posicionamiento 9	
La mezcla de marketing 10	
Valor, satisfacción, confianza y retención del cliente 10	
Proveer valor a los clientes 11	
Cómo asegurar la satisfacción del cliente 11	
Construcción de la confianza del cliente 12	
Retención del cliente 12	
El plan de este libro 19	
RESUMEN 20	
PREGUNTAS PARA EL ANÁLISIS 20	
EJERCICIOS 20	
TÉRMINOS CLAVE 20	
■ Caso uno: El “efecto Whole Foods” 21	
■ Caso Dos: Comprimos formas de hacer agujeros 21	
2 El proceso de investigación del consumidor 22	
La necesidad de realizar investigación del consumidor 24	
Un panorama del proceso de investigación del consumidor 24	
Desarrollo de los objetivos de investigación 25	
Recolección de datos secundarios 26	
Datos secundarios internos 26	
Datos secundarios externos 26	
Diseño de investigación primaria 28	
Diseño y realización de investigación cualitativa 28	
Diseño y realización de la investigación cuantitativa 36	
Encuestas 38	
Instrumentos para la recolección de datos en la investigación cuantitativa 40	
Combinación de los resultados de las investigaciones cualitativas y cuantitativas 46	
Análisis de datos y elaboración del informe con los resultados de la investigación 47	
Realización de un estudio de investigación 48	

Por un lado, los procesos editoriales de publicación de un libro son más largos que los procesos editoriales de publicar un paper. Por otro lado, los libros técnicos tienden a ser más costosos que los papers y no siempre hay libros técnicos específicos para un tema y cuando se consiguen, puede que sus contenidos ya estén desactualizados u obsoletos.



Segunda Estrategia de Búsqueda: Las Revistas (Journals)

Las revistas son el medio de divulgación por excelencia del conocimiento científico cuya unidad mínima informativa es el paper.

also developed by scimago: **SCIMAGO INSTITUTIONS RANKINGS**

SJR Scimago Journal & Country Rank

Enter Journal Title, ISSN or Publisher Name

Home Journal Rankings Country Rankings Viz Tools Help About Us

Psychology Social Psychology All regions / countries All types 2018

☐ Only Open Access Journals ☐ Only ScELO Journals ☐ Only WoS Journals ☐ Display journals with at least 0 Citable Docs. (3years) Apply

Download data

1 - 50 of 279

Title	Type	↓ SJR	H Index	Total Docs. (2018)	Total Docs. (3years)	Total Refs. (2018)	Total Cites (3years)	Citable Docs. (3years)	Cites / Doc. (2years)	Ref. / Doc. (2018)	
1 Personality and Social Psychology Review	journal	7.807 Q1	134	25	49	3264	639	48	11.11	130.56	
2 Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior	journal	7.039 Q1	31	19	62	2254	612	61	9.21	118.63	
3 Journal of Personality and Social Psychology	journal	5.029 Q1	328	152	349	9485	2569	324	6.67	62.40	
4 Research in Organizational Behavior	book series	4.241 Q1	57	10	32	2223	177	31	5.23	222.30	

<https://www.scimagojr.com/journalrank.php>



Segunda Estrategia de Búsqueda: Las Revistas (Journals)

Las revistas tienen nombres que, por lo general, revelan el tipo de conocimiento específico en el que se concentran sus publicaciones.



Segunda Estrategia de Búsqueda: Las Revistas (Journals)

Las revistas (al igual que los equipos de fútbol) tienen sus rankings. Hay revistas más prestigiosas y hay revistas de menor prestigio.


The image displays three screenshots of the Scimago Journal & Country Rank website, illustrating journal rankings. Each screenshot shows the journal's name, its country, its subject area, and its ranking score.


Journal	Country	Subject Area and Category	Ranking
PLoS ONE	United States - IIII SIR Ranking of United States	Interdisciplinary and Biological Sciences	268
Journal of Consumer Research	United Kingdom - IIII SIR Ranking of United Kingdom	Arts and Humanities	155
Journal of Retailing and Consumer Services	United Kingdom - IIII SIR Ranking of United Kingdom	Business, Management and Accounting Marketing	65



Tercera Estrategia de Búsqueda: Los Investigadores

Los investigadores son las personas que llevan a cabo una investigación según sus intereses académicos y la publican en la revista técnica de mayor relevancia para su disciplina.





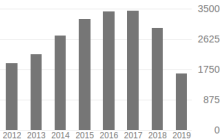
Brian Wansink
Professor of Consumer Behavior
Verified email at Cornell.edu - [Homepage](#)
[Behavioral Engineering](#) [Health](#) [Eating Behavior](#) [Food Marketing](#) [Obesity](#)

[FOLLOW](#)


TITLE	CITED BY	YEAR
A benefit congruency framework of sales promotion effectiveness P Chandon, B Wansink, G Laurent Journal of marketing 64 (4), 65-81	1759	2000
Asking questions: the definitive guide to questionnaire design--for market research, political polls, and social and health questionnaires NM Bradburn, S Sudman, B Wansink John Wiley & Sons	1341	2004
Environmental factors that increase the food intake and consumption volume of unknowing consumers B Wansink Annu. Rev. Nutr. 24, 455-479	1124	2004
Mindless eating: Why we eat more than we think B Wansink Bantam	945	2007

Cited by
[VIEW ALL](#)

	All	Since 2014
Citations	29557	17446
h-index	80	65
i10-index	262	226



Co-authors
[VIEW ALL](#)


 David R. Just
Cornell University


Si usted se sabe el nombre completo del investigador, puede buscarlo en Google Scholar para mirar su historial de publicaciones.



Tercera Estrategia de Búsqueda: Los Investigadores

También puede buscar el historial de publicaciones de un investigador en Researchgate

Home Questions Jobs



Brian Wansink
Ph.D.

Message

Overview

Research

Info

Scores

Introduction


Brian Wansink's expertise is uncovering how the biases in our eating behavior and shopping behavior can be reversed in healthy, profitable, win-win ways. This is relevant to medicine, nutrition, obesity, public policy, and marketing. He's the former Executive Director of the USDAs Center for Nutrition Policy and Promotion (2007-2009), a bestselling author, Co-Founder of the Smarter Lunchroom Movement, an Iowa native, and President of the Society for Nutrition Education and Behavior.

Skills and expertise (1)
Advertising

View all

Affiliation

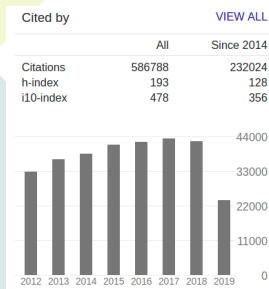
Cornell University
Location
Ithaca, United States
Department
Charles H. Dyson School of Applied Economics and Management
Position
John S. Dyson Chair of Consumer Behavior



<https://www.researchgate.net/>

Tercera Estrategia de Búsqueda: Los Investigadores

La trayectoria académica de un investigador se puede mirar por su H-Index, por el número de publicaciones que ha logrado, por las revistas en donde ha publicado, y por el tiempo (número de años) que lleva como investigador activo.



Recomendaciones para ser más eficientes en la búsqueda

Si busca información para decidir el tema de una tesis, inicie buscando las publicaciones de sus docentes (Estrategia 3).

The screenshot shows the Google Scholar profile of Brian Wansink. On the left is a circular profile picture. To its right, the name "Brian Wansink" is displayed, followed by his title "Professor of Consumer Behavior" and a verified email address at Cornell.edu. Below this, a list of research interests is shown: Behavioral Engineering, Health, Eating Behavior, Food Marketing, and Obesity. A "FOLLOW" button is located to the right of the profile information. The main section of the profile is a table of publications, with columns for "TITLE", "CITED BY", and "YEAR". Four publications are listed, including "A benefit congruency framework of sales promotion effectiveness" (1759 citations, 2000) and "Mindless eating: Why we eat more than we think" (945 citations, 2007). To the right of the profile, there is a "Cited by" section with a bar chart showing citation trends from 2012 to 2019, and a table with metrics: Citations (29557), h-index (80), and i10-index (262). Below this is a "Co-authors" section listing David R. Just from Cornell University.

TITLE	CITED BY	YEAR
A benefit congruency framework of sales promotion effectiveness P Chandon, B Wansink, G Laurent Journal of marketing 64 (4), 65-81	1759	2000
Asking questions: the definitive guide to questionnaire design--for market research, political polls, and social and health questionnaires NM Bradburn, S Sudman, B Wansink John Wiley & Sons	1341	2004
Environmental factors that increase the food intake and consumption volume of unknown consumers B Wansink Annu. Rev. Nutr. 24, 455-479	1124	2004
Mindless eating: Why we eat more than we think B Wansink Bantam	945	2007

	All	Since 2014
Citations	29557	17446
h-index	80	65
i10-index	262	226

Year	Citations
2012	~1750
2013	~1850
2014	~2200
2015	~2400
2016	~2600
2017	~2700
2018	~2400
2019	~1750

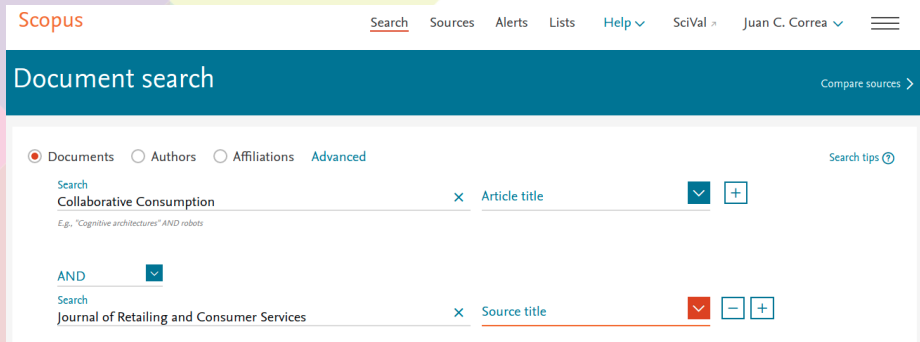
Co-authors: David R. Just, Cornell University

Averigüe cuánto tiempo o dinero le llevó al investigador realizar sus investigaciones. Esta información usualmente se encuentra en la sección de “materiales y métodos” del paper.



Tips para ser más eficientes en la búsqueda

Si busca información para escribir un problema de investigación, haga búsquedas avanzadas en Scopus, combinando una palabra clave y una revista.



The screenshot shows the Scopus search interface. At the top, the Scopus logo is on the left, and navigation links (Search, Sources, Alerts, Lists, Help, SciVal, and a user profile) are on the right. Below the navigation bar is a dark blue header with the text "Document search" and a "Compare sources" link. The main search area has tabs for "Documents", "Authors", "Affiliations", and "Advanced" (which is selected). To the right of the tabs is a "Search tips" link. The search query is built in two rows. The first row has a search term "Collaborative Consumption" with a dropdown menu showing "Article title" and a plus icon. Below the search term is an example: "E.g., 'Cognitive architectures' AND robots". The second row starts with the connector "AND" and a dropdown menu. It then has a search term "Journal of Retailing and Consumer Services" with a dropdown menu showing "Source title" and minus/plus icons.

Scopus

[Search](#) Sources Alerts Lists Help ▾ SciVal » Juan C. Correa ▾

Document search

[Compare sources >](#)

☒ Documents ☐ Authors ☐ Affiliations **Advanced** [Search tips ?](#)

Search
Collaborative Consumption × Article title ▾ +
E.g., "Cognitive architectures" AND robots

AND ▾

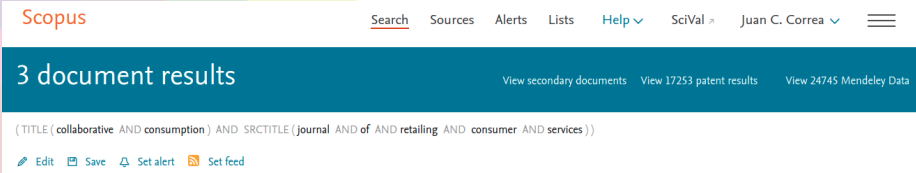
Search
Journal of Retailing and Consumer Services × Source title ▾ - +

Aquí por ejemplo, se le está pidiendo a Scopus que nos devuelva la información de los papers que tengan las palabras “Collaborative Consumption” en su título, publicados específicamente en la revista “Journal of Retailing and Consumer Services”.



Tips para ser más eficientes en la búsqueda

Como resultado de una búsqueda avanzada, lo ideal es obtener un número “manejable” de papers por leer (no más de 50).



The screenshot shows the Scopus search interface. At the top, the Scopus logo is on the left, and navigation links for Search, Sources, Alerts, Lists, Help, SciVal, and a user profile (Juan C. Correa) are on the right. Below the navigation bar, a dark blue header indicates "3 document results" and provides links to "View secondary documents", "View 17253 patent results", and "View 24745 Mendeley Data". The search query is displayed as: (TITLE (collaborative AND consumption) AND SRCTITLE (journal AND of AND retailing AND consumer AND services)). Below the query, there are icons and links for Edit, Save, Set alert, and Set feed.

Scopus

[Search](#) [Sources](#) [Alerts](#) [Lists](#) [Help](#) [SciVal](#) [Juan C. Correa](#)

3 document results

[View secondary documents](#) [View 17253 patent results](#) [View 24745 Mendeley Data](#)

(TITLE (collaborative AND consumption) AND SRCTITLE (journal AND of AND retailing AND consumer AND services))

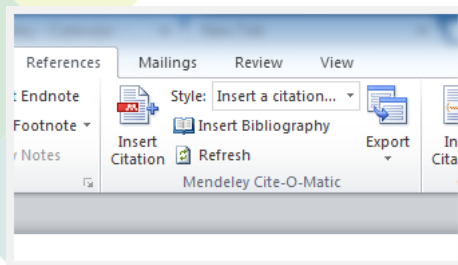
[Edit](#) [Save](#) [Set alert](#) [Set feed](#)

En este caso, se ha obtenido como resultado únicamente tres papers que cumplen con el requerimiento específico que se mencionó en la lámina anterior.



Tips para ser más eficientes en la búsqueda

Descargue el pdf completo de cada paper encontrado. Suba el pdf a Mendeley Desktop, lea el abstract y las conclusiones de cada paper y apunte las ideas más relevantes en un documento de Word, usando la herramienta de “Mendeley Cite-o-matic”.



Por ningún motivo separe la actividad de lectura de la escritura de ideas con sus citas. Aplique la técnica de **lea-escriba-cite**.



Tips para ser más eficientes en la búsqueda

Si no logra encontrar el pdf del paper, entonces recurra a las siguientes vías.

- 1 Verifique si el pdf del paper se encuentra disponible en Researchgate o en los registros del perfil de Google Scholar
- 2 Escríble un correo electrónico al autor para solicitarle amablemente una copia del pdf.
- 3 Use Facebook (Grupo BPPF) para pedirle el pdf en ese grupo. Pero primero lea las normas e instrucciones del grupo.



Tips para ser más eficientes en la búsqueda

Aprenda a usar Mendeley como un experto, para guardar sus archivos pdf, léerlos, hacer anotaciones y hacer citas bibliográficas con normas APA (<https://youtu.be/mLk0-aYzvx8>). Revise la bibliografía citada por cada paper que ya usted haya leído y aumente el número de papers conforme pasa el tiempo.

