

Cómo maximizar sus oportunidades de ser publicado

Jordi Caralt
Director Regional para el Sur de Europa
Emerald Group Publishing Limited

Madrid, 1 de febrero de 2012



Objetivos de la sesión



Research you can use

- Desmitificar y explicar el proceso de publicación
- Destacar los temas claves y dar unos consejos para que sean publicados
- Alentarles a que escriban
- Animar a que compartan sus conocimientos y experiencias
- Preguntar

Información general sobre Emerald Group Publishing



Research you can use

- Emerald Group Publishing Limited
- Editorial fundada en 1967 en Bradford, West Yorkshire, Reino Unido (oficinas centrales)
- Más de 300 empleados. Oficinas comerciales en Australia, Brasil, China, Dubai, Estados Unidos, India, Japón, Malasia, México, Polonia, República Checa, Suráfrica y Taiwan



El portfolio de publicaciones Emerald



Research you can use

- Abarca 28 áreas temáticas:

Sociology **Library & Information Studies** **Linguistics** **Business & Management**
Human Resource Management **Engineering** **Education** **Accounting & Finance** **Politics**
Built Environment **Tourism & Hospitality** **Marketing** **Economics** **Health Care**

- Contiene más de 250 revistas online y 125 series de libros electrónicos
- 54 títulos están incluidos en el ranking ISI de Thomson Reuters
- En total Emerald tiene más de 4.800 suscriptores
- Emerald publica a autores de cada una de las 100 mejores escuelas de negocios del mundo (ranking del Financial Times 2011)
- En el 2011 se produjeron más de 23 millones de descargas de artículos de Emerald

La filosofía editorial de Emerald: investigación aplicada a la práctica



Research you can use



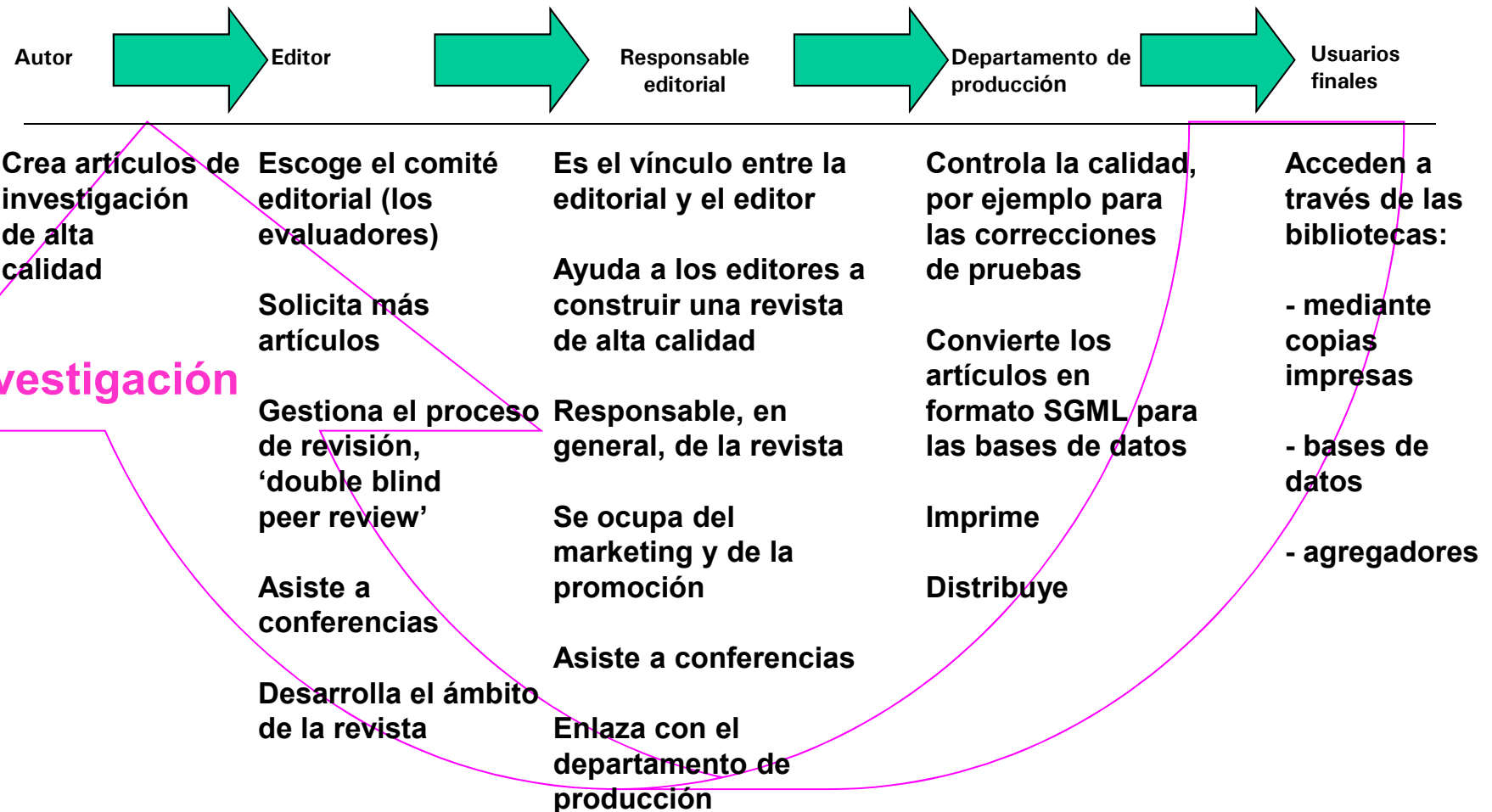
Investigación con impacto



El proceso de publicación en las revistas académicas



Research you can use



¿Cómo empezar?



Research you can use



Consejos: la claridad y la concisión



Research you can use

- Escojan un título descriptivo y corto, palabras clave relevantes y conocidas
- Ello ayudará a que su artículo sea más fácil de encontrar, favorecerá su diseminación e indirectamente sus posibilidades de ser citado
- Escriban un resumen estructurado (de 250 palabras o menos). Desde el 2005 los abstracts de Emerald siguen la estructura de abajo:

| | |
|-----------------------------------|--|
| Purpose | El propósito |
| Design/methodology/approach | El diseño/la metodología/el acercamiento |
| Findings | Los resultados |
| Research limitations/implications | Las limitaciones/implicaciones de la investigación |
| Practical implications | Las implicaciones prácticas |
| Originality/value | La originalidad/el valor |

Un ejemplo de un abstract de Emerald



Research you can use

J J Turner and K Wilson (2006) 'Grocery loyalty: Tesco Clubcard and its impact on loyalty', *British Food Journal*, vol. 108 (11), pp. 958-964

Purpose – The aim of the research is to identify the impact of the Tesco Clubcard on customer loyalty. The secondary aim is to contrast customer perceptions of the Clubcard, staff and “feeling valued” to identify which factor has the greater impact on customer loyalty to store.

Design/methodology/approach – Quantitative analysis was used based on 60 questionnaires conducted with randomly selected customers in Tesco Metro Dundee in 2005. Tesco were not involved in the research other than to provide approval at a store level for the research to take place outside their premises.

Findings – A positive moderate relationship was found $r=0.388$, $p=0.01$ between the owning of a Clubcard and loyalty to store. It was also found that there was a positive moderate relationship between the Clubcard returns and customer loyalty, with $r=0.334$, $p=0.01$. The research, however, found no relationship between loyalty and customers feeling more valued by Tesco, nor did the research reveal a significant relationship between Tesco staff and customer loyalty.

Research limitations/implications – The research is restricted in so far as it only considers Tesco Clubcard in the grocery retail sector and as it is an exploratory study the research is limited in so far as the number of participants is only 60. A further limitation surrounds the issue of generalisability as only one Tesco retail outlet in Dundee was used. Further research needs to include other Tesco formats and contrast with grocery retailers who do not use loyalty cards.

Practical implications – It is suggested that Tesco consumers are influenced by having a loyalty card in so far as it contributes to making them loyal. However, other factors need to compliment such a card, with consumers seeing the Tesco “provision” as inter-related.

Originality/value – The paper is useful to both practitioners and academics in the fields of relationship marketing and loyalty. The research provides some initial insight into consumer perspectives in the value of loyalty cards.

Las cualidades de un artículo exitoso



Research you can use

- El tema es relevante, reciente y pertinente
- Es original y aporta ideas nuevas
- Contribuye y amplía investigaciones anteriores
- Contiene resultados empíricos y fiables, y conclusiones válidas y objetivas
- Sus implicaciones son claras – tanto teóricas como prácticas
- Se ajusta a los objetivos editoriales de la revista
- El texto sigue una progresión lógica, con una estructura determinada y claridad de estilo
- Puede ser leído internacionalmente

Antes de entregar un artículo



Research you can use

- Pasen el manuscrito a varios colegas o amigos para que lo lean
- Pídanles que sean honestos con sus comentarios y consejos
- Asegúrense de que no hay errores ortográficos o gramaticales, y de que las citas bibliográficas son correctas y completas

Consejos: un objetivo claro



Research you can use

- Identificar la(s) revista(s) en la(s) que se desea ser publicado
- Leer al menos una edición de la revista
- Seguir las normas para autores; en el caso de Emerald consultar:
<http://www.emeraldinsight.com/authors/index.htm>
- Enviar el artículo junto con una carta de presentación (si es posible hablar con el editor, mucho mejor)

Las normas de las publicaciones



Research you can use

Home Text View Contact Us Site Map Support Register Administrators

Emerald
Research you can use

Home > Product Information > Journal list > Management Research Information - Author Guidelines

Management Research
ISSN: 1536-5433
Content: [Table of Contents](#) | [Latest Issue RSS](#) [RSS](#)
Information: [Journal information](#) | [Editorial Team](#) | [Author Guidelines](#)
Other: [Journal News \(inc. calls for papers\)](#) | [Sample articles](#) | [Events](#) | [Recommend this journal](#)

Search in this title:

Search

Author Guidelines

Articles can be empirical, theoretical or measurement oriented. Conceptual articles should provide new theoretical insights that can advance our understanding of management and organizations. Empirical articles should have well-articulated and strong theoretical foundations. All types of empirical methods -quantitative, qualitative or combinations- are acceptable. MRJAM encourages the interplay between theoretical and empirical research in the belief that they should be mutually informative.

MRJAM is especially interested in new data sources. This includes models that test new theories and expand sample pools by including alternative approaches to sampling and measurement. Samples can also be drawn from non-traditional sources (e.g., from Iberoamerican firms).

Electronic Submission

In an e-mail message please attach two electronic copies of your submission: one with a title page containing author-identifying contact information, one without the author-identifying title page. each file should contain all figures, tables, and fully double-spaced references. These two files should be named AUTHOR and NO_AUTHOR respectively.

All manuscripts should be submitted electronically to the Editor (Rita Campos e Cunha) at rcc_mr@fe.unl.pt

Language

Management Research and the Iberoamerican Academy of Management wish to help non-English-speaking researchers to bring their results to the attention of an international audience. If the manuscript is accepted for publication, the author is responsible to provide a professional translation of the paper in English. No article will be published unless it is written in a manner that meets English usage standards of other leading management journals. Upon request, the Editor can provide authors the names of translators/copyeditors to

Cada revista
tiene una
normas
particulares

El plagio y la importancia de incluir citas bibliográficas correctas



Research you can use

- Plagio (del latín “plagium”) es la copia de una obra ajena que se presenta como propia. Se considera fraude
- Encontrarán información detallada en: <http://www.plagiarism.org/>
- Información sobre la postura de Emerald con respecto al plagio: <http://info.emeraldinsight.com/about/policies/plagiarism.htm>
- Es responsabilidad del autor que las citas bibliográficas sean las correctas
- Todas las publicaciones de Emerald están incluidas en iThenticate: <http://www.ithenticate.com/>

Copyright



Research you can use

- En caso de utilizar material ajeno hay que pedir permiso para usarlo antes de entregar su artículo
- Es de suma importancia obtener permiso escrito y entregarlo con su artículo
- Sin el permiso adecuado es posible que se retrase la fecha de publicación de su trabajo
- Si el permiso es denegado no es posible publicar el artículo
- Información completa en:

<http://www.emeraldinsight.com/authors/writing/permissions.htm>

De la entrega hasta la primera reacción



Research you can use

- El editor decide si el tema y la metodología del manuscrito son apropiados para la revista (aprox. 1 semana)
- El editor identifica y contacta a dos evaluadores para leer el manuscrito (aprox. 1 semana)
- Estos suelen tardar 6-8 semanas en hacer las revisiones
- A partir de éstas el editor toma una decisión sobre el manuscrito (aprox. 2 semanas)

Desde la entrega hasta la primera reacción han pasado unos 3 meses.

La revisión...



Research you can use

- ¡Enhorabuena!... están en camino de ser publicados
- Casi cada artículo publicado ha sido revisado al menos una vez
- Si las recomendaciones son secas y desalentadoras no se preocupen, en ningún caso son personales

...y cómo hacerla



Research you can use

- Responder al editor y fijar un plazo de entrega para la revisión
- Si existen dudas hay que aclararlas con el editor
- Hablar con sus colegas, buscar consejos
- Respetar el plazo de entrega
- Adjuntar una carta para explicar cómo se han cumplido todos los requisitos de la revisión

Si su artículo es rechazado



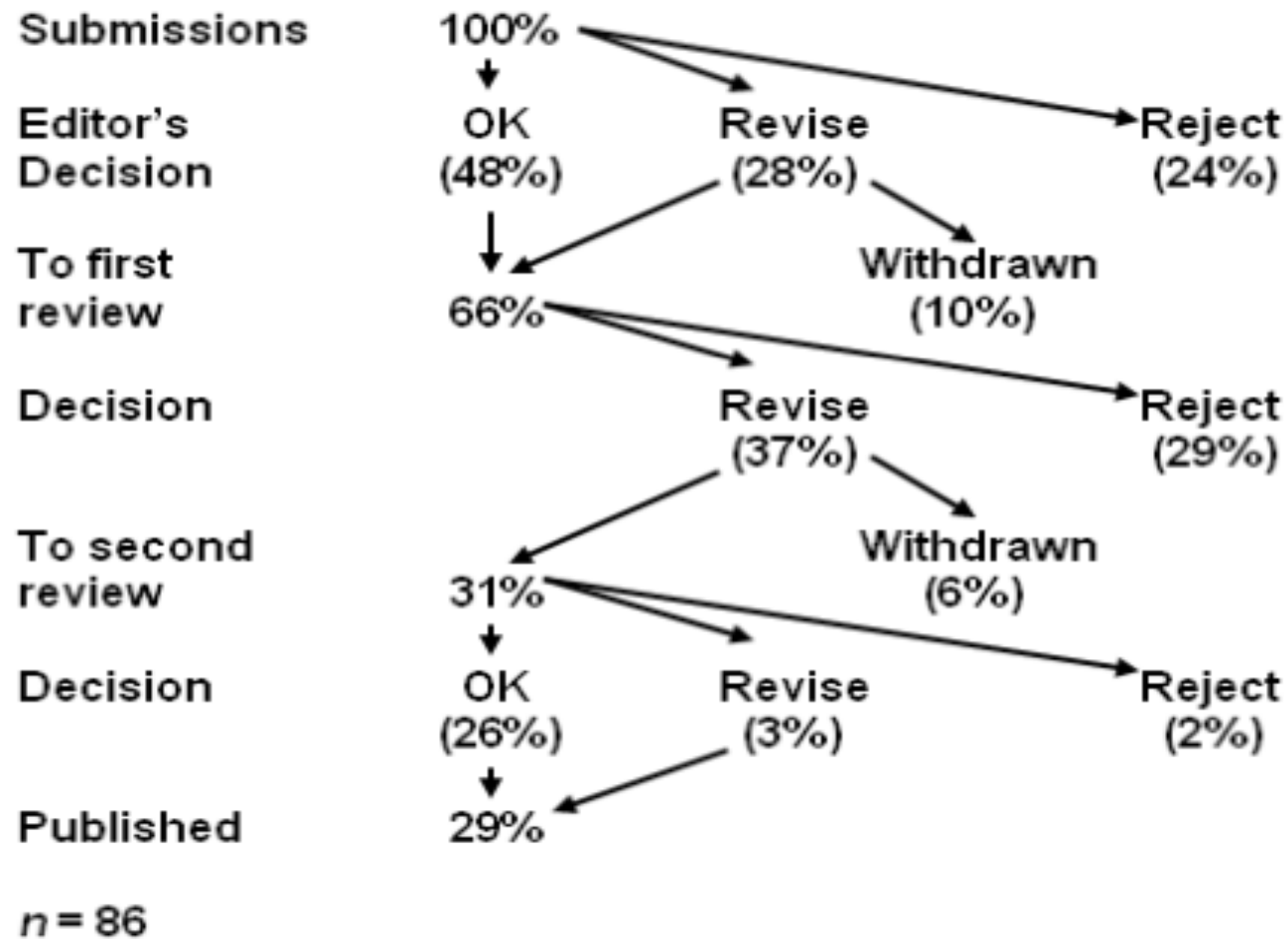
Research you can use

- ¡No se rindan! El índice de rechazo de artículos en el área de Gestión y Negocios es del 50%
- Pregunten el porqué; la mayoría de editores les darán información detallada sobre un artículo rechazado
- Vuelvan a intentarlo; intenten mejorar el artículo y propónganlo en otra revista
- En cualquier caso... ¡no dejen de escribir, sigan intentándolo!

Un ejemplo del proceso de aceptación y rechazo



Research you can use





Research you can use

MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN

jcaralt@emeraldinsight.com