

# Pautas para los autores de Emerging Markets Case Studies

## Objetivos editoriales

Emerging Markets Case Studies publica casos prácticos para la docencia que abordan asuntos relevantes para los negocios y la gestión en los mercados emergentes y en desarrollo de Asia, África, Europa del Este y América Latina, así como estudios comparativos.

Esta colección busca publicar casos prácticos que se centren en cualquier área temática dentro de los negocios y la gestión, incluidos: Contabilidad y finanzas; Entornos construidos; Iniciativa empresarial; Gestión ambiental; Negocios internacionales; Gestión de Recursos Humanos; Ciencias de la gestión; Marketing; Operaciones y logística; Gestión pública; Estrategia; y Turismo y hostelería

## Criterios editoriales

Las propuestas para la colección deben incluir un caso práctico y las notas del profesor relacionadas. Reflexione sobre los siguientes puntos al preparar su propuesta.

## Su caso práctico didáctico

- ¿Su caso práctico describe las acciones de un protagonista central que toma decisiones de gestión?
- Un caso práctico efectivo es mucho más que una simple historia. Los editores están buscando casos prácticos didácticos en lugar de estudios de caso.
- La colección es un recurso educativo. ¿Presenta su caso práctico un problema de gestión o decisión central? ¿Dicho problema presenta aplicaciones valiosas en el entorno educativo? ¿Es pertinente para los cursos que imparte?
- Este problema no debería ser demasiado obvio ni imposible de definir. Asegúrese de que el caso incluya los datos necesarios para abordar el asunto sin ser excesivos ni demasiado escasos.
- ¿Ha presentado una perspectiva equilibrada en la que se incluyen contrastes y comparaciones?
- ¿Ha mantenido una postura «neutral» (para evitar influenciar a sus lectores)?
- ¿Se puede utilizar el caso práctico para ofrecer «generalizaciones útiles actualmente» aplicables al área temática escogida?
- Un buen caso práctico coloca a los protagonistas en primer plano. ¿Ha pasado suficiente tiempo desarrollando al protagonista central de su caso práctico?

## Sus notas didácticas

- ¿Ha identificado a su público objetivo?
- ¿Su caso práctico permite a los alumnos descubrir hasta cuatro puntos clave de aprendizaje?
- ¿Son esos puntos de aprendizaje pertinentes para el curso que imparte?
- ¿Podría otro miembro del profesorado enseñar el caso de manera independiente basándose en sus notas didácticas?
- ¿Tiene un plan específico para los primeros 15 minutos de su clase, incluida la pregunta inicial?
- ¿Tiene un plan específico para los últimos 15 minutos de su clase (que es cuando los estudiantes deberían haber comprendido los puntos clave de aprendizaje)?
- ¿Cuentan sus notas didácticas con suficientes preguntas de discusión y tareas con posibles respuestas (incluido, idealmente, un ejemplo de una respuesta aceptable y una respuesta excelente)?
- ¿Cómo han recibido el caso los estudiantes? ¿Cuenta con respuestas esperadas, incluidas las respuestas correctas y los errores habituales?
- ¿En qué medida es susceptible el caso a unas condiciones de negocio cambiantes?

Para obtener más consejos, consulte nuestra guía sobre [How to Write a Teaching Note \(Cómo redactar notas didácticas\)](#).

## Enviar a Emerging Markets Case Studies

Las propuestas para Emerging Markets Case Studies se realizan a través del sistema en línea de envío y revisiones realizadas por expertos ScholarOne Manuscripts. Registro y acceso disponibles en <http://mc.manuscriptcentral.com/eemcs>. La información completa y la guía para utilizar ScholarOne Manuscripts está disponible en el centro de ayuda Emerald ScholarOne Manuscripts: <http://msc.emeraldinsight.com>.

## Registrarse en ScholarOne Manuscripts

En primer lugar, debe crear una cuenta en el sitio para presentar el manuscrito:

- Vaya a <http://mc.manuscriptcentral.com/eemcs>
- Haga clic en «Register here» (Regístrese aquí).
- Siga las instrucciones en pantalla y rellene la información solicitada antes de proseguir.
- Su nombre de usuario será su dirección de correo electrónico; su contraseña debe tener al menos 8 caracteres, dos o más de los cuales deben ser números.
- Haga clic en «Finish» (Finalizar) para crear su cuenta. Ahora, puede iniciar sesión en el sitio de envío de manuscritos (véase más adelante).

Nota: será necesario crear una cuenta de autor para enviar su caso práctico, incluso aunque ya tenga una cuenta con otra publicación en ScholarOne Manuscripts. Sin embargo, puede usar el mismo nombre de usuario y la misma contraseña.

## Enviar un caso práctico en ScholarOne Manuscripts

- Inicie sesión en el sitio de envío de manuscritos en <http://mc.manuscriptcentral.com/eemcs> utilizando su nombre de usuario y contraseña (véase más arriba). Esto le llevará a la página de bienvenida. (Para consultar las pautas para los autores, haga clic en «Home Page» [Página de inicio] en la columna «Resources» [Recursos]).
- Haga clic en el botón «Author Centre» (Centro del autor). Haga clic en «Submit a manuscript» (Enviar un manuscrito), que le llevará a la página para enviar el manuscrito.
- Introduzca toda la información solicitada y haga clic en «Browse» (Examinar) para buscar su archivo y seleccionarlo para cargarlo. Repita este paso para todos los archivos de su envío (p. ej., cifras, notas didácticas).
- Revise los archivos cargados y haga clic en «Save and continue» (Guardar y continuar).
- Cuando haya completado todas las secciones necesarias, previsualice su justificante en PDF.
- Haga clic en «Submit» (Enviar) y luego en «OK» (Aceptar) para enviar sus archivos.

Cuando se acepte su caso práctico, se le darán instrucciones para completar un formulario de cesión de los derechos de autor. Asegúrese de rellenarlo por completo para cada autor colaborador, incluidos el nombre, la dirección de correo electrónico y la dirección postal internacional completa.

## Proceso de revisión

Cada caso práctico debe pasar una prueba inicial y, si se considera apropiado para su publicación en la colección, se enviará al miembro de la junta editorial correspondiente para su revisión.

## Derechos de autor

Los casos prácticos enviados para su publicación no deben haber sido publicados antes en su estado actual ni en una forma similar, ni estar considerados para su publicación en alguna publicación con ISSN/ ISBN registrado. Consulte las [Emerald's originality guidelines \(Pautas de originalidad de Emerald\)](#) para obtener más información. Los autores que envíen casos prácticos didácticos para su publicación garantizan que el trabajo no vulnera derechos de autor existentes e indemnizarán al editor por cualquier incumplimiento de dicha garantía. Para facilitar su difusión y garantizar un control adecuado del uso, los artículos y las contribuciones pasan a formar parte de los derechos de autor del editor, a menos que se acuerde lo contrario.

El editor puede utilizar el [software iThenticate](#) para comprobar la originalidad de las propuestas recibidas. Consulte [nuestro comunicado de prensa](#) para obtener más información.

## Autorizaciones

Antes de la presentación de su caso práctico, los autores deben dar permiso para utilizar cualquier contenido que aún no ha sido creado por ellos. No hacerlo puede conllevar demoras prolongadas en la publicación. Emerald no puede publicar contenido que tenga autorizaciones pendientes. Los derechos de los que Emerald necesita pruebas de autorización son:

1. Derecho no exclusivo de reproducción del material.
2. Derechos de impresión y electrónicos.
3. Derechos en lengua inglesa a nivel mundial.
4. Uso del material durante toda la vida de la obra (es decir, no debe haber restricciones de tiempo para reutilizar el material, p. ej., una licencia de un año).

Cuando se trata de reproducir tablas, cifras o extractos de otra fuente, se espera que:

1. Los autores obtengan con antelación la autorización necesaria por escrito de terceras partes que tengan los derechos de autor para la impresión o el uso en formato electrónico de cualquier parte de su texto, ilustraciones, gráficos u otro material en sus manuscritos. La autorización también debe permitir cualquier adaptación leve de cualquier obra que no haya sido creada por ellos.
2. Si el autor adapta considerablemente algún material, deberá informar al dueño de los derechos de autor de la obra original.
5. Los autores obtengan cualquier prueba de declaración de consentimiento.
3. Los autores reconozcan la fuente en la leyenda de figuras y mencionen la fuente en la lista de referencias.
4. Los autores no deberían asumir que cualquier información disponible en Internet de manera gratuita se puede utilizar gratuitamente. Los autores deben comprobar el sitio web en busca de información sobre el titular de los derechos de autor con el objetivo de solicitar autorización para reutilizarlo.

Emerald pertenece a la STM Association y participa en el intercambio recíproco gratuito de material con otros miembros de la STM. Esto puede significar que los autores, en algunos casos, no necesitan obtener autorización para la reutilización de contenido. Si es así, póngalo de manifiesto en el momento del envío. Para obtener más información y ayuda, consulte la guía [Permissions for your Manuscript \(Autorizaciones para su manuscrito\)](#).

## Permiso de publicación – Formulario de autorización

Todos los casos prácticos enviados para su revisión deben incluir las autorizaciones pertinentes en las que se otorgue permiso pleno para publicar el caso firmadas por los Protagonistas del caso; p. ej., el CEO, los directores de la empresa o cualquier empleado al que la empresa haya autorizado; o la persona o personas implicadas en la revisión. La autorización por escrito también debe obtenerse si incluye cualquier material cuyos derechos de autor no le pertenecen a usted ni al protagonista o sujeto del caso. Consulte el apartado Autorizaciones para obtener más información.

Consulte el documento [Consent to publish – Release Form \(Permiso de publicación – Formulario de autorización\)](#) de Emerald como un ejemplo del formulario de autorización solicitado.

## Difamación/libelo

Si se hacen declaraciones imprecisas, infundadas o sensacionalistas sobre organizaciones o personas en el caso presentado, Emerald se reserva el derecho a solicitar cambios en el texto por parte del autor o a rechazar el caso antes de la publicación.

Las críticas y los análisis de organizaciones, productos y servicios están permitidos, pero los comentarios han de ser constructivos y no deben:

- Exponer a grupos o personas al odio, ridículo o menosprecio.
- Provocar que se les rechace o evite.
- Degradar la percepción de estos por parte de los miembros de la sociedad en general.
- Desprestigiarlos en su negocio, oficio, cargo o profesión.

Para obtener más información sobre las buenas prácticas relativas a la publicación (Best Practice in Publication), consulte:

[http://www.emeraldinsight.com/authors/writing/best\\_practice\\_guide.htm](http://www.emeraldinsight.com/authors/writing/best_practice_guide.htm)

## Servicio de edición Emerald Literati Network

Emerald Literati Network puede recomendar a través de nuestro [Editing Service \(servicio de edición\)](#) varios editores por cuenta propia, todos autores con experiencia, a los colaboradores que deseen mejorar el nivel de inglés de su artículo antes de presentarlo. Esto es especialmente útil para aquellas personas cuyo primer idioma no es el inglés.

## Entrega final

Los autores deben tener en cuenta que no se proporcionarán pruebas de impresión antes de la publicación. El manuscrito se considerará la versión definitiva del caso práctico. Así pues, cualquier solicitud de cambios realizada después de la entrega final no se autorizará. El autor debe asegurarse de que la entrega final esté completa, sea correcta gramaticalmente y no contenga errores ortográficos o tipográficos.

Antes del envío, los autores deberían comprobar su entrega teniendo en cuenta el documento [Teaching Case Submission Checklist \(Lista de comprobación para la presentación de casos prácticos\)](#).

## REQUISITOS DE LOS MANUSCRITOS

Formatee su caso práctico antes de la entrega siguiendo las siguientes pautas:

Formato	Todos los archivos deben enviarse como documentos Word.
Extensión del caso práctico	Los casos prácticos deberían tener entre 1000 y 12000 palabras de extensión sin contar los apéndices, las referencias y el material complementario.
Título del caso práctico	Se deberá proporcionar un título que no supere las ocho palabras.
Notas didácticas	Todos los casos prácticos deben incluir notas del profesor que cuenten con suficientes propuestas de tarea y de discusión. Para obtener más consejos, consulte <a href="#">How to Write a Teaching Note (Cómo redactar notas didácticas)</a> .
Página de título del caso práctico	Se debería enviar una <a href="#">página de título de caso práctico</a> junto a cada envío individual. Esta debe incluir: El título del caso práctico, la información del autor (véase más adelante), los agradecimientos, las biografías de los autores, un resumen estructurado (véase más adelante) y palabras clave (véase más adelante).

<p>Información del autor</p>	<p>La siguiente información debe proporcionarse en la <a href="#">página de título de caso práctico</a>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre completo de cada autor.</li> <li>• Afiliación de cada autor, incluido su/s puesto/s de trabajo.</li> <li>• En caso de que más de un autor haya contribuido al caso práctico didáctico, información de contacto para el envío de correspondencia.</li> <li>• Correo electrónico del autor correspondiente.</li> <li>• Breve biografía profesional de cada autor (opcional, no más de 60 palabras).</li> <li>• Código de área (elegir uno de una lista de doce).</li> </ul>
<p>Resumen estructurado</p>	<p>Los autores deben redactar un resumen estructurado en la página del título del caso práctico siguiendo los siguientes subtítulos (consulte nuestra guía <a href="#">How to... write an abstract [Cómo escribir un resumen]</a> para obtener pautas y ayuda prácticas):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Área temática del caso práctico.</li> <li>• Nivel del estudiante (p. ej., licenciatura o grado) y propuesta de asignaturas en las que se podría utilizar el caso práctico.</li> <li>• Breve descripción general del caso práctico.</li> <li>• Resultados de aprendizaje esperados.</li> <li>• Lista de materiales complementarios (debe incluir las notas didácticas)</li> <li>• Palabras clave.</li> </ul> <p>Los resúmenes estructurados no deben superar las 250 palabras de extensión (incluidas las palabras clave).</p>
<p>Palabras clave</p>	<p>Proporcione entre dos y doce palabras clave en la página del título del caso práctico. Estas deberían incluir los temas principales del estudio.</p> <p>Si bien procuramos utilizar las palabras clave proporcionadas en la versión publicada, todas las palabras clave están sujetas a su aprobación por parte del equipo editorial interno de Emerald y pueden ser reemplazadas por un término correspondiente para garantizar la coherencia.</p>
<p>Títulos</p>	<p>Los títulos han de ser concisos y con una diferencia clara que refleje la jerarquía de los mismos.</p> <p>El formato preferido para los títulos de primer nivel es la negrita y el formato de los subtítulos debería ser «medium italics» (cursiva media).</p>
<p>Notas/notas finales</p>	<p>Las notas o notas finales solo deben utilizarse si son absolutamente necesarias y deben estar identificadas en el texto con números consecutivos, mostradas entre corchetes y listadas al final del caso práctico didáctico.</p>

## Figuras

Todas las figuras (cuadros, diagramas, dibujos lineales, páginas web/capturas de pantalla e imágenes fotográficas) deben enviarse en formato electrónico.

Todas las figuras deben tener una calidad alta, ser legibles y estar numeradas de forma consecutiva con caracteres arábigos (1, 2, 3, etc.). Los gráficos se pueden aportar en color para facilitar su aparición en la base de datos en línea.

- Las figuras creadas en Microsoft Word, Microsoft PowerPoint, Microsoft Excel e Illustrator deberían aportarse en sus formatos originales. Las figuras creadas con otras aplicaciones se deberían copiar de la versión 0.3, revisada el 15 de diciembre de 2011 y emitida por el *software* de origen de Sarah Kennedy, y copiar a un documento de Microsoft Word en blanco o guardar e importar en un documento de Microsoft Word. Como alternativa, puede crear un archivo PDF a partir del software de origen.
- Las figuras que no pueden aportarse como se especifica anteriormente, se aceptarán en los siguientes formatos de imágenes estándar: .pdf, .ai y .eps. Si le resulta imposible aportar los gráficos en esos formatos, asegúrese de que tengan la extensión .tif, .jpeg o .bmp, una resolución de 300 ppp y 10 cm de ancho como mínimo.
- Para preparar páginas web/capturas de pantalla simultáneamente, pulse «Alt» y la tecla «Imprimir pantalla» en el teclado, abra un documento Microsoft Word en blanco y presione «Ctrl» y «V» al mismo tiempo para pegar la imagen. (Recoja todos los contenidos/pantallas en la pantalla del ordenador para copiar a Microsoft Word pulsando de manera simultánea «Ctrl» y la tecla «Imprimir pantalla»).
- Las imágenes fotográficas deben enviarse de manera electrónica y ser de alta calidad. Deberían estar guardadas como archivos .tif o .jpeg con una resolución de 300 ppp y 10 cm de ancho como mínimo. Los ajustes de la cámara digital deberían estar configurados con la resolución/calidad más alta posible.
- Las figuras y las tablas deberían introducirse en el cuerpo del texto con las leyendas apropiadas, p. ej.:

*«Los resultados del análisis de los datos demuestran que el Reino Unido ha experimentado un crecimiento de población constante, aunque no continuo, de 1901 a 2001 (véase la tabla I).*

*Según estos datos (...)*»

o

*«Los resultados del análisis de los datos, detallados en la tabla I, demuestran que el Reino Unido ha experimentado un crecimiento de población constante, aunque no continuo, de 1901 a 2001.*

*Según estos datos (...)*»

- Las fuentes de las tablas y las figuras deben estar referenciadas correctamente en la sección de referencias.

Tablas	Las tablas deberían estar agrupadas e incluidas en un archivo independiente del caso práctico principal. La posición de cada tabla (en lo que respecta a las figuras anteriores) debería estar identificada en el cuerpo del texto del caso práctico didáctico con sus etiquetas correspondientes reflejadas claramente en un archivo independiente. Asegúrese de que los superíndices o asteriscos se muestren junto a los elementos pertinentes y muestren las explicaciones correspondientes en forma de notas a pie de página de la tabla, figura o placa.
Referencias	<p>Las referencias a otras publicaciones deben seguir el estilo Harvard y debe comprobarse que estén completas y que sean precisas y coherentes. Esto es muy importante en un entorno electrónico porque permite a sus lectores aprovechar la función «Reference Linking» en la base de datos y volver a enlazar con las obras que ha citado a través de CrossRef.</p> <p>Deberá citar las publicaciones en el texto: (Adams, 2006) utilizando el nombre del autor, (Adams and Brown, 2006) para citar el nombre de dos autores o (Adams et al., 2006), cuando haya tres o más autores. Al final del estudio, debe ofrecerse una lista de referencias en orden alfabético:</p>
<i>Para libros:</i>	<p>Apellido/s, inicial/es. (año), título del libro, editorial, lugar de publicación.</p> <p>P. ej., Harrow, R. (2005), No Place to Hide, Simon &amp; Schuster, Nueva York, NY.</p>
<i>Para capítulos de libros:</i>	<p>Apellido/s, inicial/es. (Año), "Título del capítulo", en: apellido/s, inicial/es del editor (Ed./Eds.), Título del libro, Editorial, lugar de publicación, páginas.</p> <p>P. ej., Calabrese, F.A. (2005), "The early pathways: theory to practice – a continuum", en: Stankosky, M. (Ed.), Creating the Discipline of Knowledge Management, Elsevier, Nueva York, NY, pp. 15-20.</p>
<i>Para revistas:</i>	<p>Apellido/s, inicial/es. (Año), "Título del artículo", nombre de la revista, volumen, número, páginas.</p> <p>P. ej., Capizzi, M.T. y Ferguson, R. (2005), "Loyalty trends for the twenty-first century", Journal of Consumer Marketing, Vol. 22 N.º 2, pp. 72-80.</p>
<i>Para actas de conferencias publicadas:</i>	<p>Apellido/s, inicial/es. (año de publicación), "Título de la ponencia", en: apellido/s, inicial/es. (Ed./Eds.), Título del acta de conferencias, que podría incluir el lugar y la fecha en la que se celebró, la editorial, el lugar de publicación y los números de página.</p> <p>P. ej., Jakkilinki, R., Georgievski, M. y Sharda, N. (2007), "Connecting destinations with an ontology-based e-tourism planner", <i>Proceedings of the 2007 International Information and Communication Technologies in Tourism Conference, Ljubljana, Slovenia</i>, Springer-Verlag, Viena, pp. 12-32.</p>
<i>Para actas de conferencias no publicadas:</i>	<p>Apellido/s, inicial/es. (año), "Título de la ponencia", ponencia presentada en Nombre de la conferencia, lugar de la conferencia, fecha de la conferencia, disponible en: URL si está disponible en Internet gratuitamente [fecha de acceso].</p> <p>P. ej., Aumueller, D. (2005), "Semantic authoring and retrieval within a wiki", ponencia presentada en la European Semantic Web Conference (ESWC), Heraclión, Creta, del 29 de mayo al 1 de junio, disponible en: <a href="http://dbs.unileipzig.de/file/aumueller05wiksar.pdf">http://dbs.unileipzig.de/file/aumueller05wiksar.pdf</a> [Consulta: 20 de febrero de 2007].</p>

<p><i>Para documentos de trabajo:</i></p>	<p>Apellido/s, inicial/es. (año), “Título del artículo”, documento de trabajo [número si está disponible<sup>1</sup>], institución u organización, lugar de la organización, fecha.</p> <p>P. ej., Moizer, P. (2003), “How published academic research can inform policy decisions: the case of mandatory rotation of audit appointments”, documento de trabajo, Leeds University Business School, Universidad de Leeds, Leeds, 28 de marzo.</p>
<p>Para entradas de enciclopedia (sin autor ni editor):</p>	<p>Título de la enciclopedia (año) “Título de la entrada”, volumen, edición, título de la enciclopedia, editorial, lugar de publicación, páginas.</p> <p>P. ej., Encyclopaedia Britannica (1926) “Psychology of culture contact”, Vol. 1, 13.<sup>a</sup> ed., Encyclopaedia Britannica, Londres y Nueva York, NY, pp. 765-71.</p>

<sup>1</sup> Si el documento de trabajo está numerado, preséntelo como Documento de trabajo n.º 1234. Cuando no haya número, preséntelo como documento de trabajo (en minúsculas).