

Normas de publicación

INFORMACIÓN GENERAL

La *Revista de Marketing y Publicidad*, editada por el Centro de Estudios Financieros, pretende ser un medio al servicio de las comunidades académicas y profesionales en el campo del marketing y la publicidad. A través de sus trabajos de investigación y opinión, desea ofrecer al lector aportaciones sobre temas de actualidad e interés, proporcionando nuevos conocimientos para el avance de la ciencia y la práctica de dichas disciplinas.

La publicación tiene una periodicidad semestral e incluye artículos científicos, casos prácticos, reseñas literarias y proyectos de investigación e innovación relacionados con el marketing, la publicidad, la estrategia, la comercialización y las nuevas tendencias.

Está dirigida a responsables y técnicos de departamentos de marketing, así como a profesionales de agencias de publicidad, consultoría estratégica, consultoría de marca, profesionales de la comunicación y de las relaciones públicas, profesores universitarios y, en general, a todo aquel con interés en especializarse en estas materias.

Entre los trabajos que conforman los contenidos de esta publicación, se incluyen cada año los estudios galardonados y los seleccionados como de especial interés por el jurado del Premio Estudios Financieros en la modalidad de Marketing y Publicidad.

Los contenidos de la revista en versión impresa están, asimismo, disponibles en versión electrónica en la página web <https://revistas.cef.udima.es/index.php/marketing>

La *Revista de Marketing y Publicidad* considera que los datos formales expuestos a continuación son de obligado cumplimiento para cualquier tipo de contribución enviada a la publicación. Su inobservancia conlleva el rechazo del manuscrito.

I. ENVÍO

Los artículos se enviarán a través de la plataforma de gestión OJS de la revista (<https://revistas.cef.udima.es/index.php/marketing>)

- Los artículos se enviarán en formato OpenOffice o Microsoft Word.
- La carta de originalidad puede enviarse en formato Word o PDF.

II. PRESENTACIÓN

En cuanto a los datos, contenido, estructura y estilo de los originales, los/as autores/as observarán las siguientes normas para lograr una mayor eficacia en la gestión editorial de los trabajos:

A. CARTA DE ORIGINALIDAD

Los/as autores/as enviarán dicha carta en un archivo titulado: originalidad_ID del envío_primer apellido del responsable del envío (Ejemplo: originalidad_240_medina). La carta de originalidad y cesión de derechos deberá remitirse mediante la plataforma de gestión OJS de la revista, como archivo adicional (otros).

B. ARTÍCULO

1. Nombre del archivo en la plataforma

El artículo se subirá a la plataforma en un archivo titulado: artículo_primer apellido del responsable_segundo apellido del responsable (Ejemplo: artículo_medina_sanpedro).

2. Extensión máxima

Se recomienda –aunque no es obligatorio– que en los artículos la extensión no sea inferior a 5.000 palabras, ni superior a 8.500, excluidos referencias y anexos.

3. Tipos de trabajos

Los tipos de trabajos que se pueden enviar son:

- **Estudios de investigación.** Trabajos de investigación (escritos en español o en inglés) en marketing o publicidad. Se aceptan también manuscritos de revisión (*state-of-the-art articles*) en estas mismas temáticas que aporten ideas innovadoras y avances originales. La estructura del manuscrito más adecuada tendría los siguientes apartados: introducción, método, resultados, discusión y conclusiones. La extensión será de entre 5.000 y 8.500 palabras (excluyendo referencias y anexos).
- **Proyectos y Aportaciones académicas.** Trabajos que no se adaptan a las características de los estudios de investigación, pero que presentan contribuciones relevantes en las áreas de marketing o publicidad. La extensión será de entre 5.000 y 8.500 palabras (excluyendo referencias y anexos).
- **Reseña bibliográfica.** Con extensión de hasta 1.500 palabras. Además del cuerpo de la reseña, el/la autor/a de la reseña deberá incluir un resumen, de entre 200 y 250 palabras (español e inglés), y palabras clave (español e inglés). Se aplicará un filtro editorial para su selección, basándose en la relevancia, actualidad e interés objetivos del libro reseñado. La fecha de publicación del libro no podrá ser anterior a dos años previos a la fecha de envío de la reseña. Las reseñas deberán ir acompañadas de los siguientes requisitos: imagen en color de la portada del libro con buena calidad de resolución, inicial/es del nombre y apellido/s del autor/es del libro, año de publicación, título del libro, ciudad de publicación, editorial y número de páginas. También habrá que añadir nombre, apellido/s, filiación y correo electrónico del autor/a de la reseña.

4. Formato

El artículo deberá cumplir con las normas de formato indicadas en la plantilla para artículos. Tipo de letra Times New Roman 12, interlineado 1,5. No se empleará el subrayado, pero sí la negrita (el/la autor/a marcará ideas fundamentales dentro del texto para ser utilizadas a modo de destacados en negrita) y cursiva (para extranjerismos, latinismos, etc.).

5. Título/Title

En español e inglés. El título debe ser informativo y conciso, no ha de incluir siglas y no debe exceder las 30 palabras, incluidos artículos, preposiciones y conjunciones. Irá en mayúsculas, negrita, Times New Roman 14, interlineado simple y centrado.

6. Datos de los/as autores/as

Irán en minúscula, Times New Roman 12 negrita, interlineado simple y ajustado a la izquierda. Se escribirán todos los nombre/s completo/s, nunca abreviados, y los dos apellidos para cada uno de los firmantes. A fin de ampliar la visibilidad de los trabajos de los/as autores/as, se sugiere la inscripción de estos en el Registro Internacional para Autores y Científicos (www.iralis.org), Google Citations-Google Academics-Google Scholar (<https://scholar.google.es/?hl=es>), en directorio EXIT (www.directorioexit.info), Research Gate (www.researchgate.net/home) y Redalyc (<http://autores.redalyc.org/registroAutores.oa>), lo que revertirá en una contabilización mayor de la autoría a efectos de indización documental y, consecuentemente, recuento de referencias y citas. Lo que sí será de obligado cumplimiento es la inscripción en ORCID (www.orcid.org).

Filiación: se deberá escribir a continuación del punto y seguido de los datos de los/as autores/as y no se marcará en negrita. Se debe escribir obligatoriamente el nombre de la organización/institución/entidad superior a la que pertenece cada uno de los/as autores/as (el nombre de la institución se debe escribir en el idioma de origen de la misma). A continuación, se escribirá, tras punto y seguido, el nombre de la ciudad y del país al que pertenece la institución. Debajo de los datos de cada autor/a y de su filiación, se añadirá el correo electrónico (se aconseja indicar el correo institucional, evitando los genéricos como Gmail, Hotmail, Yahoo, etc.) y el código ORCID.

Autor/a principal o de contacto: en caso de varios/as autores/as, se identificará quién es el/la autor/a de contacto añadiendo entre paréntesis «(autor/a de contacto)».

Orden de prelación de autoría: los/las autores/as deberán aparecer por estricto orden de importancia en función de su contribución específica al trabajo. Los/las autores/as tendrán que incluir información sobre su contribución específica al artículo en el currículum que adjuntarán al final del documento (véase el punto «8. CURRÍCULUM» de estas normas de publicación).

7. Resumen/Abstract

En español e inglés. Irá en minúscula, Times New Roman 12, interlineado simple y justificado. El texto del resumen, que debe contener obligatoriamente entre 200 y 250 palabras, ha de exponer el objetivo del artículo, así como los procedimientos/métodos/metodología/técnicas de investigación que permitieron la obtención del resultado del trabajo. Se deben exponer además los resultados generales obtenidos, así como las conclusiones generales. No deben incluirse referencias bibliográficas en él.

8. Palabras clave/Keywords

En español e inglés. Se escribirán obligatoriamente 7-9 palabras clave. Irán en minúscula, Times New Roman 12, interlineado simple y justificado, separadas por puntos y comas. En aras de favorecer una descripción normalizada de los artículos de nuestra publicación, se ruega el empleo, en la medida de lo posible, de términos extraídos del [Tesauro SKOS](#) (Tesauro de la UNESCO).

9. Epígrafes y subepígrafes

Se numerarán utilizando números arábigos y seguirán un orden escalonado de bloques, que responderá a la relación jerárquica en la que el/la autor/a muestra la relación de los contenidos del manuscrito, con un máximo de tres niveles. El epígrafe principal (1.º nivel) en mayúscula y negrita, los demás epígrafes en minúscula y negrita y minúscula y cursiva. Ninguno llevará punto final. Ante y tras ellos habrá una línea en blanco.

10. Estructura

La *Revista de Marketing y Publicidad* mantiene estructuras obligatorias para los dos distintos tipos de artículos aceptados, según se explica a continuación. Se permiten citar, potestativamente, apoyos, agradecimientos y reconocimientos a las personas o instituciones que han auspiciado el artículo.

- Si la contribución que se propone es un **Estudio de investigación** o una **Revisión**, los epígrafes recomendados son:
 1. **INTRODUCCIÓN:** debe exponer de manera actualizada el estado de la cuestión en la cual se enmarca la investigación y ha de reflejar los objetivos generales y el aporte de dicha investigación. Se permiten subepígrafes.
 2. **OBJETIVOS:** en esta sección, los/as autores/as deben identificar con claridad y concisión los objetivos de la investigación expuesta en el artículo y, en su caso, las hipótesis o preguntas de investigación. Se permiten subepígrafes.
 3. **MÉTODO:** en esta sección se deben exponer los participantes o la muestra, los métodos, las técnicas, los procedimientos, los enfoques y los modelos que se consideraron para la obtención de los resultados de la investigación. Se permiten subepígrafes.
 4. **RESULTADOS:** se expondrán los resultados obtenidos en función de los objetivos y/o hipótesis o preguntas de investigación
 5. **DISCUSIÓN:** se analizarán y se discutirán cómo han sido contrastadas las hipótesis o respondidas las preguntas de investigación y/o abordados los objetivos de la investigación. Se reflejarán las relaciones, consecuencias y generalidades que indican los resultados obtenidos. Se compararán los resultados con investigaciones similares existentes en la comunidad científica, sin perjuicio de lo expuesto en la introducción, y se reflejarán los aspectos metodológicamente mejorables de la investigación presentada. Se permiten subepígrafes.
 6. **CONCLUSIONES:** deben estar directamente relacionadas con los objetivos del trabajo y con los resultados obtenidos; deben suponer un conjunto de deducciones de los resultados y el problema de investigación. Se evitará la redacción de conclusiones que no tengan relación directa con la investigación, así como con los resultados expuestos. Se permiten subepígrafes.
 7. **REFERENCIAS:** se empleará para la organización y redacción de la bibliografía el estilo de la Asociación Americana de Psicología (última edición). Se incluirán ordenadas alfabéticamente por apellidos todas las referencias sea cual sea su tipología (libro, artículo, tesis, etc.) sin distinción. Times New Roman 12, sangría francesa 0,5 cm y justificado. Entre referencias bibliográficas debe existir un espacio en blanco y el interlineado deberá ser sencillo. Si un mismo autor/a tuviera más de una referencia, se volverá/n a escribir su/s apellido/s, evitando los guiones medios. Es necesario subrayar que el empleo de las referencias será evaluado por los/as revisores/as atendiendo a:
 - La correcta citación de la referencia, según el estilo bibliográfico de la APA (última edición).
 - El empleo de bibliografía actual y adecuada para el tema de la investigación, especialmente en la Introducción y en la Discusión.
 - El uso de las fuentes de información internacionales.

8. **CURRÍCULUM:** al finalizar la bibliografía se debe exponer una síntesis del currículum profesional de todos y cada uno de los/as autores/as del artículo (no superar las 120 palabras por autor). En dicha bibliografía deberán incluirse obligatoriamente los enlaces identificativos de la plataforma ORCID, además de información sobre la contribución específica de cada uno de los/las autores/as al trabajo enviado a la publicación.
 9. **APÉNDICES/ANEXOS:** (potestativo) se incluirán los documentos cuyo volumen haga desestimar su inclusión dentro del texto, pero que sean importantes para su comprensión. Irán, por lo tanto, tras el texto y las referencias bibliográficas, en separata, bajo este epígrafe y numerados en arábigos si hubiere más de uno.
- En el caso de los Proyectos y Aportaciones Académicas, se mantendrá cierta flexibilidad en los epígrafes, siendo obligatorios solo los de INTRODUCCIÓN, OBJETIVOS, CONCLUSIONES, REFERENCIAS y CURRÍCULUM, quedando todos los demás sujetos a criterio del autor/a. Además, el artículo deberá presentar suficientes citas a otras publicaciones.

11. Nombres, símbolos y nomenclatura

Los/as autores/as deberán emplear aquellos que estén normalizados para cada disciplina.

12. Esquemas, dibujos, gráficos, tablas, ecuaciones, etc.

Se numerarán consecutivamente en función del tipo (tabla, gráfico, etc.) y se insertarán en el lugar idóneo dentro del cuerpo del texto del artículo. Si por alguna razón no se pudieran insertar en el lugar adecuado, es recomendable hacer referencia al número del gráfico, tabla, etc., dentro del texto (Ejemplo: véase gráfico 1, véase tabla 2...). Se debe evitar el solapamiento de información entre las figuras, las tablas, etc., y el texto.

- **Figuras.** Se deberán tener en cuenta las siguientes especificaciones relativas a la definición de las imágenes: JPG en color o en escala de grises de las fotografías (medios tonos). Los archivos en JPG (a color o en escala de grises) deben contar con un mínimo de 300 pp. El título se situará centrado sobre las figuras y deberá ser claro y conciso. La fuente u origen de procedencia de la figura habrá de situarse debajo, en negrita y Times New Roman 12. Si la fuente u origen es el propio autor/a, habrá que poner «elaboración propia».
- **Gráficos.** Se sugiere el uso de gráficos para reflejar tendencias o datos relativizados. Deberán presentarse con el formato más sencillo que permita la correcta interpretación de los datos subyacentes, evitando en la medida de lo posible el uso de gráficos tridimensionales, resaltes, brillos y otros elementos que no aporten un valor específico a la interpretación de los mismos. El título se situará centrado sobre los gráficos y deberá ser claro y conciso. La fuente u origen de procedencia del gráfico habrá de situarse debajo, en negrita y Times New Roman 12. Si la fuente u origen es el propio autor/a, habrá que poner «elaboración propia».
- **Tablas.** El título se situará centrado sobre las tablas y deberá ser claro y conciso. La fuente u origen de procedencia de la tabla habrá de situarse debajo, en negrita y Times New Roman 12. Si la fuente u origen es el propio autor/a, habrá que poner «elaboración propia». El tipo de letra en el interior de las tablas será Times New Roman 12 normal. Se debe evitar la redundancia de información entre las tablas, las figuras y el texto, así como exponer tablas que ofrezcan información simple. En estos casos se recomienda la síntesis de información en la menor cantidad de tablas.

Además, se ruega a los/as autores/as que, en la medida de lo posible, adjunten estos elementos en formatos editables (Excel, etc.) como archivos adicionales, para así facilitar la maquetación final de sus artículos.

13. Numeración dentro del texto

Las clasificaciones dentro del texto del artículo (no las de los epígrafes), de ser necesarias, irán en números arábigos. No deberán ir precedidas de espacio en blanco, pero sí van seguidas por espacio en blanco:

1. Primer ítem (Times New Roman 12, posición del número izquierda a 0,63 con sangría francesa, justificado, interlineado sencillo).
2. Segundo ítem (Times New Roman 12, posición del número izquierda a 0,63 con sangría francesa, justificado, interlineado sencillo).
3. ...

14. Notas a pie de página

Se numerarán consecutivamente y su texto se recogerá a pie de página, restringiéndolas al mínimo necesario. Las referencias bibliográficas no se aceptan como notas a pie de página.

15. Forma de citar en el texto

Cita indirecta o referencial en el texto normal

Cuando se parafrasea o se hace alusión a ideas de otro trabajo, habrá que colocar entre paréntesis el/la autor/a y el año de su obra de referencia. Se recomienda indicar la página si el texto de donde se tomó la cita es extenso (Autor/a, Año, p. xxx). Si el párrafo incluye el/los apellido/s del autor/a, solo se escribirá la fecha de la referencia entre paréntesis (Año). Si en el párrafo no se cita al autor/a, entonces se escribirán entre paréntesis el/los apellido/s y la fecha (Autor/a, Año). Cuando la referencia contenga uno o dos autores/as, se escribirán el/los apellido/s de ambos y el año (Autor/a y Autor/a, Año). Si la referencia contiene más de dos autores/as, solo se escribirá/n el/los apellido/s del primer autor/a, seguido de *et al.* (Autor/a *et al.*, Año).

Cita directa o textual dentro del texto normal (menos de 40 palabras)

El texto de la cita se abrirá y cerrará con comillas latinas. Si la referencia del texto citado tuviera uno o dos autores/as, se citarán el/los apellidos de ambos, el año y el número de página/s (Autor/a y Autor/a, Año, p. xxx). Cuando la referencia tenga más de dos autores/as, solo se escribirá/n el/los apellido/s del primer autor/a, seguido de *et al.*, el año y la página (Autor/a *et al.*, Año, p. xxx).

Cita directa o textual en el texto normal (más de 40 palabras)

Si la cita tiene más de 40 palabras, debe escribirse en un párrafo aparte, sin comillas y con sangrado de texto. Al final de la cita, habrá que incluir los datos de la referencia siguiendo estas indicaciones: si el texto citado tuviera uno o dos autores/as, se citarán el/los apellido/s de ambos, el año y el número de página/s (Autor/a y Autor/a, Año, p. xxx). Cuando tenga más de dos autores/as, solo se escribirá/n el/los apellido/s del primer autor, seguido de *et al.*, el año y el número de página/s (Autor/a *et al.*, Año, p. xxx).

16. Cambio en la autoría

Las solicitudes han de ser enviadas al editor de la revista exclusivamente por parte del autor/a principal, quien, además, debe exponer:

- Los motivos por los cuales el nombre del autor/a debe ser suprimido o adicionado, así como el orden definitivo en el que deberán aparecer los/as autores/as del manuscrito con todos sus datos.
- Confirmación por escrito del resto de los/as autores/as del manuscrito manifestando su conformidad con la modificación de la autoría.

Hasta que el proceso de cambio de autoría no esté completado, el manuscrito no será publicado definitivamente, por lo que puede constituir un retraso en el proceso de publicación final.

III. PROCESO EDITORIAL

1. Recepción de artículos

La revista efectuará una primera valoración editorial consistente en comprobar la adecuación del artículo al perfil temático, su interés en función de los criterios editoriales de la revista, así como el cumplimiento de los requisitos de presentación formal exigidos en las normas de publicación. La recepción del artículo no supone su aceptación.

2. Sistema de revisión por pares (*peer review*)

Se asignarán dos o más revisores/as expertos/as externos/as que evaluarán el artículo de forma confidencial y anónima (doble ciego). Utilizarán para su informe el formulario para revisores/as *online*.

El editor de la revista informará al autor/a en un periodo de 15 días respecto a si el manuscrito ha sido rechazado o aceptado para la evaluación por parte de los/as revisores/as.

En caso de que el manuscrito presente problemas superficiales de estructura y/o forma, el editor enviará a los/as autores/as las sugerencias pertinentes para que sean corregidas antes de que el manuscrito sea enviado a los/as revisores/as. En este caso, el/la autor/a dispondrá de un plazo máximo de 30 días para entregar al editor el manuscrito corregido. El editor se reserva el derecho a realizar modificaciones formales básicas, que no afecten al contenido del texto, para agilizar el proceso editorial.

Duración del proceso de revisión de manuscritos: el tiempo promedio empleado por los/as revisores/as de la *Revista de Marketing y Publicidad* es de 30 a 60 días. El editor enviará al autor/a los informes de revisión recibidos, así como las recomendaciones (en su caso) de modificación del artículo o, en su defecto, la decisión de rechazo del manuscrito junto con los informes de revisión. En caso de que sea preciso, el manuscrito será enviado nuevamente a los/as revisores/as para continuar el proceso de evaluación hasta concluir el dictamen de rechazo o aprobación definitivo. En cada caso, el/la autor/a dispondrá de 30 días para entregar al editor el manuscrito corregido junto con una justificación de los cambios introducidos, así como de aquellas discrepancias que conllevan la no modificación de uno o varios de los aspectos señalados por los/as revisores/as, de producirse.

En caso de que existan contradicciones entre los juicios emitidos por los revisores/as (por ejemplo, un revisor opina que el artículo debe ser rechazado y un segundo revisor emite un juicio favorable a su publicación con cambios menores) o de que el editor no esté completamente convencido de la justificación que acompaña al juicio emitido por un revisor, el artículo será enviado a un tercer revisor/a.

La revista cuenta con una base de datos de uso interno que procesa y registra la transferencia de artículos y el conjunto de revisores/as. El listado de revisores/as en el periodo de un año es publicado tras este. Los evaluadores obtienen un certificado anual de participación como revisores de la publicación, con independencia del número de artículos que hayan revisado al año.

3. Criterios de selección de revisores/as

Son seleccionados dos revisores/as en correspondencia con su ámbito de especialización (lo que garantiza un juicio de valor basado en un conocimiento experto de la materia). Por otra parte, los revisores son externos a la institución del autor/a, así como a los comités y órganos editoriales de la revista.

4. Decisión editorial

Los criterios para la aceptación o rechazo de los trabajos son los siguientes:

- Originalidad del manuscrito.
- Metodología.
- Calidad de los resultados y conclusiones, y coherencia con los objetivos planteados en el manuscrito.
- Claridad del lenguaje empleado.
- Cumplimiento de las normas de la revista.
- Conducta ética ajustada a los cánones aplicables a la investigación científica.
- Pertinencia y actualidad de las referencias bibliográficas consultadas.

Finalizado el proceso de evaluación, los/las editores/as decidirán la publicación o no del artículo y notificarán al autor/a principal la aceptación o rechazo del mismo. Si el artículo fuera rechazado, se informará al autor/a de contacto la desestimación del manuscrito enviado, adjuntando los informes de los evaluadores. Ante esta situación, los/as autores/as puede/n exponer su conformidad o no con dicho dictamen, así como cualesquiera otras opiniones o cuestiones deseen plantear, siendo respondidos en el plazo máximo de 15 días.

IV. POLÍTICA DE ACCESO ABIERTO

La *Revista de Marketing y Publicidad* provee acceso libre inmediato a su contenido bajo el principio de hacer disponible gratuitamente la investigación al público (Licencia Creative Commons CC BY-NC-ND 4.0 Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional), lo cual fomenta un mayor intercambio de conocimiento global. Los/las lectores/as pueden usar, copiar, difundir, transmitir y exponer públicamente el texto completo de los artículos siempre que citen la autoría y la fuente original de su publicación (revista, editorial y URL de la obra), no usen los artículos para fines comerciales y mencionen la existencia y especificaciones de esta licencia de uso.

V. CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS

La *Revista de Marketing y Publicidad*, a través de su código de buenas prácticas, se compromete a mantener los más altos estándares éticos. Por esta razón, cualquier parte implicada en la autoría o en el envío de manuscritos (ya sean Estudios de investigación, Proyectos y Aportaciones académicas o Reseñas bibliográficas), así como en su gestión y posterior difusión (ya sean autores/as, miembros del equipo editorial o revisores/as), estará obligada al cumplimiento de este código ético.

1. Equipo editorial

El equipo editorial de la revista, junto con dirección y coordinación, son los responsables de los contenidos, por lo que se comprometen a asegurar su calidad científica y a evitar las malas prácticas en la publicación de los resultados de las investigaciones. Dicha responsabilidad implica observar los siguientes principios:

- El/la director/a de la revista y el/la editor/a jefe serán responsables de la redacción de la revista y de las decisiones técnicas sobre su contenido.
- El equipo editorial llevará a cabo las tareas editoriales de acuerdo con la política de la publicación.
- Los/las editores/as deberán procesar los manuscritos con rapidez, informando al autor/a del estado de su artículo en las diferentes fases del proceso editorial.
- Los/las editores/as deberán ser imparciales al gestionar los trabajos propuestos para su publicación y respetar la independencia intelectual de los/las autores/as, así como su derecho a réplica en el caso de evaluaciones negativas.
- Los/las editores/as y, en última instancia, el/la director/a de la revista serán las únicas personas responsables de la aceptación o del rechazo de un manuscrito. Su decisión se basará en los informes obtenidos de la revisión por pares, pero también podrán rechazar trabajos por otras causas (no adecuación a los objetivos científicos de la revista, evidencias de fraude científico, autocitación excesiva, falta de calidad, etc.).
- El equipo editorial no deberá gestionar un original cuando exista conflicto de intereses. En concreto, deberá abstenerse de gestionar un original cuando concurren alguna de las siguientes situaciones: relación de parentesco, amistad o enemistad manifiesta, formar parte del mismo grupo de investigación, participar o haber participado en la dirección o codirección de una tesis doctoral en los últimos diez años, haber defendido una tesis doctoral bajo la dirección o codirección del autor/a o autores/as del manuscrito en los últimos diez años, colaborar o haber colaborado en publicaciones o patentes en los últimos cinco años, colaborar en otras actividades económicas o científico-tecnológicas, tener relación contractual o compartir fondos o proyectos de investigación nacionales o internacionales (de entidades públicas o privadas), o de cualquier otra naturaleza, en los últimos tres años.
- El equipo editorial se abstendrá igualmente de seleccionar evaluadores/as que se encuentren afectados (o pudieran llegar a estarlo) por alguna de esas situaciones.
- El equipo editorial tendrá la obligación de guardar confidencialidad sobre los textos recibidos y su contenido hasta el momento de su publicación.
- Ningún miembro del equipo editorial podrá usar datos, argumentos o interpretaciones contenidos en trabajos inéditos enviados a la revista para sus propias investigaciones, salvo consentimiento expreso y por escrito de quienes los hubieran realizado.
- Los/las editores/as deberán asegurarse de que los trabajos publicados han sido evaluados por dos especialistas en la materia y que la revisión se ha realizado mediante el método de doble ciego (anonimato de quienes han realizado el trabajo y la evaluación). Cuando una de las dos evaluaciones sea negativa, se solicitará un tercer informe.
- El equipo editorial valorará y agradecerá la contribución de quienes hayan colaborado en las evaluaciones de los trabajos remitidos a la revista. Asimismo, promoverá que las autoridades académicas reconozcan las actividades de revisión por pares como parte del proceso científico y prescindirá de quienes realicen evaluaciones de baja calidad, incorrectas e irrespetuosas o que hayan sido entregadas fuera de los plazos establecidos.
- El equipo editorial se reservará el derecho de desautorizar artículos ya publicados cuya falta de fiabilidad sea el resultado tanto de errores involuntarios como de malas prácticas científicas (manipulación de datos, plagio, autoplagio, omisión de fuentes consultadas, etc.). En caso de conflicto, la revista solicitará al autor/a o autores/as las explicaciones y pruebas pertinentes para aclarar el problema y tomará una decisión final basada en estas. En este

caso, la revista publicará obligatoriamente, en sus versiones impresa y electrónica, la noticia sobre la desautorización de un determinado texto, mencionando las razones para tal medida con el fin de distinguir la mala práctica del error involuntario. Asimismo, la revista notificará la desautorización a los responsables de la institución a la que pertenezca el/la autor/a o los/las autores/as del artículo.

Los artículos desautorizados se conservarán en la edición electrónica de las revistas, advirtiendo de forma clara e inequívoca de que se trata de un artículo desautorizado, para distinguirlo de otras correcciones o comentarios. Si solo una parte del artículo contuviera algún error, este se podría rectificar posteriormente por medio de una nota editorial o una fe de erratas.

El conflicto de duplicidad, causado por la publicación simultánea de un artículo en dos revistas, se resolverá determinando la fecha de recepción del trabajo en cada una de ellas.

- En aquellos artículos que contengan datos de estudios o investigaciones en los que hayan participado personas o se basen en ensayos clínicos, los/las editores/as se asegurarán de que se respeten los derechos de privacidad de los sujetos humanos. Los/las editores/as podrán solicitar a los/las autores/as pruebas sobre los aspectos éticos (por ejemplo, la forma en la que se obtuvo el consentimiento informado de los participantes en la investigación) si surgen dudas o si se necesitan aclaraciones específicas. Siempre se habrán de respetar los derechos de privacidad de los sujetos humanos. Se deberán obtener los consentimientos, los permisos y las autorizaciones apropiadas cuando un autor/a desee incluir detalles del caso u otra información personal o imágenes de pacientes o de cualquier otra persona en esta publicación. Los/las autores/as tendrán que conservar los consentimientos por escrito y, previa solicitud, los/las editores/as podrán solicitarles copias de los consentimientos o pruebas de que estos se han obtenido.
- Los/las editores/as deberán garantizar que los artículos que involucren la participación de personas o que se basen en informes de ensayos clínicos mencionen el cumplimiento de la [Declaración de Helsinki sobre Principios Éticos para las Investigaciones Médicas en Seres Humanos](#). Para ello, los/las editores/as deberán asegurarse de que los/las autores/as incluyan en su trabajo una declaración de que todos los procedimientos se realizaron de conformidad con las leyes y directrices institucionales pertinentes.
- Las normas de publicación de originales de la revista (referentes a las características de la obra, el formato, la resolución de las imágenes, el sistema de referencias bibliográficas, etc.) serán públicas.

2. Autores/as y coautores/as

- Los/las autores/as conservan los derechos de autor y ceden a la revista el derecho de la primera publicación, quien publicará el artículo en internet en la página web de la revista (<https://revistas.cef.udima.es/index.php/marketing>), bajo los términos de licencia de uso y distribución de la [Licencia Creative Commons CC BY-NC-ND 4.0 Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional](#). Los/las autores/as deberán firmar la [carta de originalidad y de cesión de derecho a la primera publicación](#) que se encuentra disponible en la web de la publicación.
- Los/las autores/as serán los principales responsables del contenido y de las afirmaciones vertidas en su artículo para evitar conflictos de intereses entre la *Revista de Marketing y Publicidad* y terceras personas o instituciones.
- En el caso de que un artículo haya sido escrito por varios autores/as, el/la autor/a que figure como responsable de la obra deberá asegurar que no se ha omitido ninguna de las firmas responsables del trabajo, ni añadido otras que no lo sean, evitando la autoría ficticia o regalada, que constituye una mala práctica científica. Asimismo, deberá garantizar que quienes lo firman han revisado y aprobado la versión final del trabajo y que dan su visto bueno para su posible publicación.
- Los/las autores/as deberán acordar el orden de aparición en la publicación del artículo. Si se produjere cualquier cambio al respecto durante el proceso de revisión, este deberá ser comunicado al editor/a por escrito. En dicho

documento deberá constar la firma de todos los autores/as involucrados/as.

- Los/las autores/as tendrán que declarar la procedencia exacta del contenido del trabajo (tesis doctoral, proyecto de investigación, experiencia docente, etc.).
- Los/las autores/as deberán revelar al editor/a cualquier posible conflicto de intereses. Cuando exista un vínculo comercial, financiero o personal que pueda afectar a los resultados y a las conclusiones de su trabajo, el texto de la obra se deberá acompañar de una declaración en la que consten estas circunstancias (descritas en el apartado 1 del epígrafe V), que figurarán en la versión publicada del artículo.
- Los/las autores/as indicarán obligatoriamente, de forma clara y concisa, todas las fuentes de financiación concedidas para el estudio, mencionando la entidad privada o pública responsable de dicha financiación y el código identificativo de esa financiación, cuando exista. Esta información figurará en la versión publicada del artículo.
- Los autores/as deberán asegurar que sus manuscritos contienen resultados, datos, ideas y/o interpretaciones originales y que no han sido copiados, inventados, distorsionados o manipulados. Además, tendrán la obligación de revisar y asegurar la exactitud y validez de los resultados antes de realizar el envío del manuscrito a la revista.
- Los/las autores/as se comprometerán a no enviar artículos publicados anteriormente o que se encuentren en proceso de evaluación en otro medio o soporte. Sí podrán enviar artículos fruto de ponencias presentadas en congresos científicos no publicados o solo accesibles en libros de actas, especificando, en el momento del envío del trabajo a la revista, su procedencia.
- Los/las autores/as se comprometerán a no cometer plagio o apropiación de textos ajenos sin previo consentimiento de sus creadores/as y sin citar la fuente, incluso si el permiso hubiere sido expreso por parte de estos últimos autores/as.
- Los/las autores/as se comprometerán también a postular otros textos ya creados por ellos mismos, evitando que exista más de un 20 % de coincidencia entre un trabajo previo y el postulado. Los/las editores/as de la revista comprobarán cada artículo con un *software* antiplagio (SimilarityCheck). Si detectaran coincidencias superiores al 20 %, revisarán las fuentes del texto en profundidad y remitirán un informe al autor/a en el que se le indicará el rechazo definitivo del trabajo o la posibilidad de reescribirlo citando adecuadamente las fuentes.
- Los/las autores/as serán los responsables legales de no vulnerar los derechos de autor solicitando los permisos necesarios para la reproducción de textos citados, figuras, gráficos, tablas, fotografías, etc., que deberán llevar su fuente de origen correspondiente. Cuando se incluyan imágenes como parte de la investigación, se explicará convenientemente cómo se crearon u obtuvieron, siempre y cuando resulte necesario para su comprensión.
- Se considerarán prácticas irregulares la autocitación excesiva, citar fuentes sin haber sido consultadas, la adición de textos citados que no contribuyen al contenido de un manuscrito con el único objetivo de aumentar las citas de un autor/a o de una revista, realizar interpretaciones erróneas de otros trabajos consultados, liberar resultados científicos antes de la revisión por pares, ocultar datos y métodos que permitan reproducir los experimentos empleados, incluir información obtenida de forma privada que no pueda verificarse, etc.
- En aquellos artículos que contengan datos de estudios o investigaciones en los que hayan participado personas o se basen en ensayos clínicos, los/las autores/as se asegurarán de que se respeten los derechos de privacidad de las mismas. Para cumplir este requisito, los/las autores/as tendrán que adjuntar una declaración por escrito en la que conste que obtuvieron el consentimiento informado (libre y voluntario) por parte de los individuos intervinientes en el estudio para la experimentación con sujetos humanos. Siempre se habrán de respetar los derechos de privacidad. Se deberán obtener los consentimientos, los permisos y las autorizaciones apropiadas cuando un autor/a desee incluir detalles del caso u otra información personal o imágenes de pacientes o de cualquier otra persona en esta publicación. Los/las autores/as tendrán que conservar los consentimientos por escrito y, previa solicitud, los/las editores/as podrán solicitarles copias de los consentimientos o pruebas de que estos se han obtenido.

- Si el artículo involucrara la participación de personas o se basara en informes de ensayos clínicos, los/las autores/as deberán asegurarse de que el trabajo descrito se ha realizado de acuerdo con la [Declaración de Helsinki sobre Principios Éticos para las Investigaciones Médicas en Seres Humanos](#) y tendrán que incluir en el artículo una declaración de que todos los procedimientos se realizaron de conformidad con las leyes y directrices institucionales pertinentes.
- Cuando el/la autor/a descubra un error grave en su trabajo, tendrá la obligación de comunicárselo a los responsables de la revista lo antes posible, para modificar su obra, retirarla, retractarse o publicar una corrección o fe de erratas. Si el posible error es detectado por cualquiera de los miembros del equipo editorial, los/las autores/as estarán obligados/as a demostrar que su trabajo es correcto.

3. Revisores/as

Los/las revisores/as actuarán bajo los criterios de imparcialidad, objetividad, premura, confidencialidad, respeto y reconocimiento de las fuentes no citadas. Deberán trabajar solidariamente con la línea editorial trazada y declarar posibles conflictos de intereses. Por otra parte, los/las revisores/as serán externos a la institución del autor/a, así como a los comités y órganos editoriales de la revista. Los compromisos de los revisores deberán ser:

- Hacer una revisión justa y objetiva de los artículos.
- Respetar los plazos de evaluación establecidos en las normas de publicación de la revista.
- Exponer con claridad los argumentos de su valoración.
- No aceptar artículos para revisar en los que pudiera haber algún conflicto de intereses que limitara su objetividad.
- Rechazar la revisión de un artículo si no se sienten técnicamente cualificados.
- Mantener la confidencialidad sobre la información y los datos de los artículos evaluados.
- Indicar con precisión las referencias bibliográficas de obras fundamentales que quizá hayan sido olvidadas por el autor.
- Informar a los/las editores/as de cualquier similitud o solapamiento del manuscrito con otros trabajos publicados.
- Evaluar manuscritos solo por su contenido intelectual, sin importar la raza, el género, la orientación sexual, las creencias religiosas, el origen étnico, la nacionalidad o la filosofía política de los autores.
- No utilizar información, datos, teorías o interpretaciones del manuscrito para su propio beneficio o el de otras personas, ni para perjudicar a terceros. Únicamente en casos especiales podrá recabar el asesoramiento de otros especialistas en la materia, circunstancia de la que informará a la Dirección de la revista.

Las sospechas de incumplimiento de esta política podrán notificarse al editor/a mediante el correo electrónico revistamkt@udima.es, quien las estudiará. En caso necesario, podrá remitirlas a Comité Editorial para su revisión y posterior recomendación.

Si se determina que un editor/a ha violado el código de buenas prácticas de la *Revista de Marketing y Publicidad*, el asunto se remitirá al Comité Editorial.

Si se determina que un autor ha violado el código de buenas prácticas de la *Revista de Marketing y Publicidad*, la publicación se reservará el derecho de imponer sanciones, que podrán incluir la retirada de un artículo enviado, su rechazo o, incluso, retractarse de un artículo publicado.

Además de su valoración ética, una conducta impropia dará lugar a la vulneración de derechos propios o de terceros, por lo cual el Centro de Estudios Financieros se reservará el derecho a ejercer las acciones legales que le correspondan.

Nota: este código de buenas prácticas reproduce en buena medida la Guía de buenas prácticas de las publicaciones periódicas y unitarias de la Agencia Estatal Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

4. Política de buenas prácticas editoriales en igualdad de género

Los contenidos vertidos en la *Revista de Marketing y Publicidad* son fieles a nuestra [Guía de lenguaje no sexista](#).

VI. AVISO IMPORTANTE PARA LOS/AS AUTORES/AS

Se recomienda la adopción de un nombre de pluma, para una correcta indización del artículo en las bases internacionales, que consista en un nombre y un solo apellido para nombres y apellidos poco comunes, o bien el nombre y los dos apellidos unidos por un guion para los más corrientes (Ejemplo: Sonia López-Ferrero).

La importancia de redactar un título y resumen adecuados estriba en que de su lectura dependerá en buena medida que los potenciales lectores lleguen a leer el trabajo completo (especialmente en búsquedas electrónicas).