

# Buenas (*Mejores*) prácticas para la publicación en revistas económicas de impacto

Beatriz García Osma

Facultad de CC. Económicas, 4 Noviembre 2013

Jornada “Seminarios de Calidad de la Investigación”

- En casi cualquier área de economía, los últimos años han venido marcados por:
  - Aumento en la extensión de los trabajos (más largos, con más citas, multitud de análisis de sensibilidad)
  - Dilación en el proceso de publicación (más rondas, más meses, con suerte, publicar en 20-30 meses)
  - Aumento en el número de Revistas y confusión sobre a qué revistas enviar los trabajos.
    - Dificultad de justificar la investigación de calidad en acreditaciones, sexenios, etc.
  - Consiguiente emergencia del *Jotacerrismo*, los índices de impacto y las conductas oportunistas.

La investigación de calidad se publica en revistas de calidad

*Publish or perish; You are where you publish*

## ¿Qué es investigación de calidad?

---

- Según Ellison (2002 JPE), la q- de un trabajo es su teoría y contribución básica (esto es, la idea básica: lo que contarías a un alumno de grado sobre tu trabajo):
  - **Motivación** (¿Porqué es este trabajo interesante? ¿Porqué le he dedicado tres años de mi vida?)
  - **Contribución** (Lo novedoso: ¿*teórico o empírico*? Diálogo con trabajos previos, ¿a quién habla tu trabajo?)
  - **Teoría** (Hipótesis, contribución teórica)
- Por otro lado, l r- viene dada por:
  - Rigor metodológico
  - Recogida de datos
  - Revisión de la literatura
  - Análisis estadístico
  - Análisis de sensibilidad
  - Generalizabilidad de los resultados
  - Extensiones futuras

- Motivación
- Contribución
- Teoría

**q-Quality**

Error fatal

- 
- Rigor metodológico
  - Recogida de datos
  - Revisión de la literatura
  - Análisis estadístico
  - Análisis de sensibilidad
  - Generalizabilidad de resultados
  - Extensiones futuras

Tal vez solventable

**r-Quality**

*Probablemente solventable*

- El autor debe ser optimista, pero no en exceso. No hay que desestimar el factor suerte (Peters y Ceci 1982):
  - Enviar el trabajo a una revista 1 nivel por encima. Publicar es una función de: calidad, suerte y reputación.
  - Pero **nunca** mandar un mal trabajo a una buena revista: Impacto negativo en la reputación. El editor dará *Desk reject* o el artículo a uno de sus alumnos de doctorado para rechazar.
  - **Elegir una revista.** Factores a tener en cuenta:
    - Nacional vs. Internacional
    - Área de conocimiento propia vs. Áreas ‘Cercanas’
    - Valor para el CV (Acreditaciones, Sexenios, etc.)
      - ¿Qué revistas cuentan?
    - Factores de impacto: Social Science Citation Index (Journal of Citation Reports) y otros rankings (IN-RECS, Latindex, DICE.)
    - Personalmente, *me gusta publicar en las revistas que me gusta leer.*

# ¿Cómo hago para publicar mi trabajo?

---

- Recomendaciones básicas para autores
  - Elegir la revista adecuada:
    - Todas las revistas tienen **instrucciones para los autores**: ¡Seguir las!
    - Leer los objetivos de la Revista: ¿Encaja mi trabajo en esta revista?
      - Referencias: ¿Cito a esta Revista? Si no lo hago, probablemente es que no publican trabajos como el mío.
  - Hacer todo lo posible por generar un trabajo bien presentado. Demostrar que nos PREOCUPA nuestra investigación.
    - ¿Irábamos a una reunión al Banco de España en vaqueros rotos y chanclas? ¿Porqué mandar un trabajo con Tablas en 4 formatos distintos?
  - Piensa en tu trabajo como una pirámide invertida. Hay que darle *punch* desde la primera línea.
  - ¿Estas absolutamente seguro de que tu trabajo está listo para ser enviado? Déjalo en un cajón durante una semana. Vuelve a leerlo antes de mandarlo.

# Claves para tener éxito (Entre *forma* y *fondo*)



## - **Introducción:**

- Parte fundamental del trabajo (PUNCH!)
- Debe decir TODO lo relevante del trabajo, desde la 1era línea
  - ¿Por qué es interesante? ¿Qué aporta a la literatura?
  - Resumen de teoría, resultados, conclusiones
- El editor DECIDE en base a la introducción – que  **siga leyendo**

## - **Revisión de la literatura e hipótesis**

- No hacer una ‘lista de la compra’, demostrar conocimiento profundo del área, enlazar ideas y papers. Usar la lógica.

## - **Diseño metodológico y datos**

- Método y muestra adecuado para responder a la pregunta

## - **Resultados**

- Interpretar en base a literatura previa e hipótesis

## - **Conclusiones y resumen**

- Parte menos importante, sirve de resumen de lo anterior
- Admitir limitaciones y posibles trabajo futuro

## Recomendaciones básicas (*Rules of engagement*)

---

- ***Normas de etiqueta básicas:***
  - Nunca enviar el mismo manuscrito a dos Revistas a la vez.
  - No publicar dos trabajos sustancialmente idénticos en dos Revistas distintas, a menos que sean para públicos diversos (por ejemplo, académico y profesional.)
  - Ser cuidadosos cuando se emplee la misma base de datos para producir diversos trabajos de investigación:
    - Solo cuando no sea posible integrar ambos trabajos en uno solo
    - Asegurarse de que tengan claramente objetivos de investigación distintos
  - Poner a alguien como coautor *solo* si ha contribuido significativamente al trabajo realizado.
  - Citar correctamente las fuentes (Método, ideas, trabajos previos, etc.)
  - Tras un rechazo, no enviar el trabajo sin modificar a otra revista (Puede que sea enviado al mismo revisor.)
  - Cuidar mucho el inglés si se manda a una revista internacional



## Ejemplo de respuesta (1): Responder y agradecer

---

We thank the reviewer for the comments, which we found generally very positive. Their thoughtful nature has significantly helped us in improving the paper. To ease comprehension, we repeat the reviewer's comments below in italics and our comments follow.

*3. The choice of 2000 as the sample year is not justified. The paper will be 10 years out of date if it is published with 2000 data.*

As mentioned above, we agree that the data in the paper was somewhat out of date. We have now extended to two more years of data, by including 2005 and 2006. The results obtained for this more updated sample are consistent with those obtained for 2000.

Thus, we can conclude that the association between strong corporate governance and impression management is consistently negative and stable over time. We are grateful to the reviewer for this suggestion, as finding confirmatory evidence using a new sample of firms significantly improves the paper and our confidence in the validity of the reported evidence and permits generalizing the results. There is a section in the sensitivity analyses now dedicated to this issue (Section 4.3.3).

## Ejemplos de respuesta (2): *Stand your ground*

*I have a number of concerns about the paper in its present form.*

*1. The motivation for studying a Spanish sample is unclear. Indeed it would seem that this was not a good choice given that only 55 firms were available for the main analysis.*

Although we did not view the sample to be particularly small, given the universe of Spanish firms, the size of the sample was an issue highlighted by both reviewers as well as the editor. We thus considered that it was important to increase the sample size. We have made a significant effort to hand-collect two additional years of data (2005 and 2006). Between the two samples (the original one and the new one) we have over 200 observations (in total, between the two sets of data, we now have 357 observations). The results are consistent across the samples and indicate that stronger corporate governance mechanisms are associated to lower impression management. If anything, the results are actually stronger using this larger sample. We consider that the fact that we found an association between impression management and corporate governance using a small sample in our previous draft indicates that this association is clearly economically significant (small effects may become statistically significant when using very large samples.)

## Ejemplos de respuesta (3): Qué se ha hecho en respuesta y dónde

---

Further, we have included more information with regards to the reliability process followed to validate the coding process (see section 3.1.2, pages 18-19) which reads as follows.

“Manual coding is subjective and needs to be rigorous to produce reliable measures. Following prior literature (Beattie et al., 2004; Boyatzis, 1998; Weber, 1985), we define the recording units and the different categories. A detailed coding manual is put in writing. Two coders apply the coding rules to a sub-sample of 20 press releases and the reliability level is assessed by calculating an agreement ratio. The overall rate of agreement between the two coders was over 95% which is considered satisfactory and in line with prior research (Clatworthy & Jones, 2003; Milne & Adler, 1999).”

## Lo que NO hacer

### Síndromes asociados (Hunton 2008)

---

- **Obstinación:** ¡No pienso cambiar mi trabajo!
- **Tortuga vs. Liebre:** ¡Esta es una idea brillante! Hagamos un estudio antes de que alguien nos la pise.
- **Trabajo prematuro:** Esta primera versión del trabajo está tan bien que debo mandarla a una Revista ya mismo. ¡Hoy!
- **Perfección:** En toda humildad, este trabajo es claramente, material con nivel para una revista 'Top' y nada más.
- **Idiotez:** El editor y los revisores obviamente no han entendido mi trabajo – ¡Incompetentes!
- **Determinación:** ¡Lograré persuadir al editor y a los revisores de que tengo razón y ellos están equivocados!

- Algunos comentarios finales:
  - Tener una visión a largo plazo.
    - Mejor pocos artículos buenos que muchos en revistas de dudosa calidad.
    - Tener siempre en marcha varios proyectos.
  - Anotar las ideas de investigación antes de que se nos olviden.
  - Trabajar en equipo: colaborar, debatir.
  - Centrarse en las teorías e hipótesis a testar – preguntas de investigación interesantes. Según Moizer (2009) las causas más comunes de rechazo son:
    - Motivación mala; No adecuado a la línea editorial de la revista; Teoría no apropiada; Problemas de medición; Problemas estadísticos; Sin contribución significativa; Mal organizado; Mal escrito; No ha tenido en cuenta las recomendaciones del revisor; y Resultados ya publicados en otra revista.
  - Envía tu trabajo a compañeros para que te den su opinión. (Y dales las gracias en el footnote inicial)