

## **Pautas de formato para trabajos que se presentan en Jornadas SADAF**

### *Caja de escritura:*

Margen Superior: 3,1 cm  
Margen Inferior: 2,1 cm  
Margen derecho: 2,4 cm  
Margen Izquierdo: 2,6 cm

### *Tamaño del Papel: A4*

*El título debería tener (preferentemente) hasta 12 palabras.* Para alguna especificación se emplea subtítulo.

### *Texto*

Fuente de letra y tamaño: Times new roman 12.

Interlineado: múltiple 1,1.

Sangría: general, izquierda y derecha 0; especial, en cada párrafo 0,6 cm.

Para citas textuales extensas: izquierda 1,5 cm derecha 1 cm (tamaño de fuente 11).

Las secciones se numeran de 1 en adelante. No se numera el resumen ni las referencias.

Título de cada sección: en negrita, times new roman 14.

Si hay subdivisiones en una sección, se emplea en primer lugar el formato decimal (1.1, 1.2, etc.).

Título de cada subsección: en negrita times new roman 12.

Si dentro de una subsección hay otras divisiones, el título de cada una va en cursiva, sin numerar de modo decimal. También se puede emplear a), b), etc. (no confundir con viñetas o enumeraciones).

### *Ilustraciones y tablas*

Los gráficos se identifican como *Ilustración* y se numeran desde 1.

Los cuadros numéricos o con contenido de texto se identifican como *Tabla* se numeran desde 1.

Los títulos de ilustraciones y tablas se colocan en la parte superior, en times new roman 11 cursiva y centrado.

Sólo se indica Fuente (en la parte inferior) cuando la ilustración (o la tabla) está reproducida o adaptada de alguna referencia. No es necesario indicar “Elaboración propia”, ya que eso está implícito si no hay fuente de otro autor.

En las tablas es recomendable emplear fuente de letra Arial (si son cuadros numéricos) o Calibri (si son textos), con tamaño según el caso (por ejemplo, 9 o 10).

### *Notas a pie de página*

Fuente de letra y tamaño: Times new roman 11

Interlineado: múltiple 1,1

### *Redacción*

Es importante usar correctamente la coma (con el uso que se hace en español).

En especial:

En las oraciones, no separar con coma el sujeto del predicado.

En las enumeraciones, no emplear coma antes de la “y” que precede al último término (o expresión) que se enumera (a menos que sea necesario para evitar confusión).

Se recuerda que *solo* (en el sentido de *solamente*) puede o no llevar tilde. Es recomendable escribir *sólo*.

En español se puede escribir (y pronunciar) *período* o *periodo*. En Argentina parece más difundida la primera forma; es recomendable escribir *período*.

### *Referencias bibliográficas*

En el listado final de referencias sólo se incluyen las que se han mencionado en el texto.

Se coloca el detalle mínimo necesario, con cursiva sólo para el título.

Se emplea Times new roman 11, con sangría especial francesa 0,6 cm.

Se referencia con apellido y las iniciales del (de los) nombre(s).

Si la publicación es en español, se emplea “y” antecediendo al último autor (ejemplo, Ross, S., Westerfield, R. y Jordan, B.); si la publicación es en otro idioma se emplea “&” (ejemplo: Crane, A., Palazzo, G., Spence, L.J. & Matten, D.)

Se aplica la regla de enumeraciones del español: no se coloca coma antes de “y” o “&”.

#### Libro

Rappaport, A. (1986). *Creating Shareholder Value: The new standard for business performance*. The Free Press

#### Artículo en publicaciones periódicas

Rowley, T.J. & Moldoveanu, M. (2003). *When will stakeholder groups act? An interest- and identity-based model of stakeholder group mobilization*. *Academy of Management Review*, 28 (2): 204-219

#### Documentos de trabajo, tesis y otros

Fried, J.M. & Wang, C.C.Y. (2018). *Short-termism and capital flows*. ECGI Working paper

Deringer, W.P. (2012). *Calculated Values: The Politics and Epistemology of Economic Numbers in Britain, 1688-1738*, Tesis doctoral Princeton University

#### Publicaciones de instituciones o firmas

United Nations Global Compact (2009). *Who Cares Wins Initiative, Future Proofs? Embedding environmental, social and governance issues in investment markets*

KPMG International (2014). *A new vision of value: Connecting corporate and societal value creation*