

*Nuevas Tendencias* es una publicación de periodicidad semestral editada por el Instituto Empresa y Humanismo de la Universidad de Navarra. Está dirigida principalmente a directivos de empresas. En ella se dan a conocer, desde un enfoque humanista, ensayos e ideas sobre nuevos desarrollos que aparecen en el ámbito empresarial y académico. Esta newsletter se divide en cinco secciones:

- Un ensayo, dedicado a temas de interés del Instituto.
- Un apartado de cuestión de actualidad, con reflexiones sobre temas diversos, tanto de corte académico como de talante más práctico.
- Entrevista/Perfil.
- Tribuna.
- Una sección dedicada a dar noticia de actividades y publicaciones del Instituto.
- Un espacio dedicado a comentarios sobre libros y artículos de actualidad, relacionados con las áreas de interés del Instituto.

## **NORMAS PARA EL ENVÍO DE ORIGINALES**

- 1- Los originales recibidos para su publicación se enviarán a la dirección de correo electrónico [cbozal@unav.es](mailto:cbozal@unav.es), acompañados de una carta en la que se solicite su publicación en *Nuevas Tendencias* y se especifique el nombre de su autor/es, su categoría profesional, centro de trabajo, dirección postal y número de teléfono.
- 2- En caso de que el envío sea postal (Instituto Empresa y Humanismo. Universidad de Navarra. 31080, Pamplona), el autor/es deberán remitir una copia en papel del texto, así como otra en soporte informático. Ésta deberá estar realizada en alguno de los programas de texto más habituales.
- 3- Los escritos serán originales y, en el caso de los ensayos y reflexiones, no sobrepasarán los 7.000 caracteres, a espacio sencillo, incluidos gráficos, tablas, mapas, otras ilustraciones y bibliografía). Se utilizará un tipo de letra Times 12 para el texto principal y Times 10 para las notas. El interlineado será sencillo y el espacio anterior será de 6 pto.
- 4- Los apartados en que se dividan los escritos deberán ir numerados con caracteres romanos. Los subapartados, por su parte, se identificarán con numeración arábica.
- 5- Los gráficos, tablas, mapas y otras ilustraciones deberán ir numerados de forma correlativa con caracteres arábigos e indicar su fuente de procedencia.
- 6- Las notas a pie de página irán numeradas correlativamente en caracteres arábigos y voladas sobre el texto.
- 7- Las referencias bibliográficas citadas a pie de página aparecerán recogidas en un apartado situado al final de los artículos.
- 8- Las referencias bibliográficas, tanto en nota como al final del texto, se harán del siguiente modo:

-Libro:

**-Referencia bibliográfica completa:** Black, Edwin (2001), *IBM and the Holocaust. The Strategic Alliance Between Nazi Germany and America's Most Powerful Corporation*, Little, Brown and Company, Londres.

**-Nota correspondiente:** Black, E. (2001), p. 114.

-Libro con editores:

**-Referencia bibliográfica completa:** Andriof, Jörg y McIntosh, Malcolm (eds.) (2001), *Perspectives on Corporate Citizenship*, Greenleaf Publishing, Sheffield.

**-Nota correspondiente:** Andriof, J. y McIntosh, M. (eds.) (2001), p. 13.

-Reedición o reimpresión de un libro:

**-Referencia bibliográfica completa:** Proudon, Pierre Joseph [1851(1982)], *Idée générale de la révolution au XIXe. Siècle, en Oeuvres complètes*, vol. II, Slatkine, Ginebra-París.

**-Nota correspondiente:** Proudon, P.J. [1851(1982)], p. 28.

-Texto en un libro con editores:

**-Referencia bibliográfica completa:** Windsor, Duane (2001), "Corporate Citizenship: Evolution and Interpretation", en Andriof, Jörg y McIntosh, Malcolm (eds.), *Perspectives on Corporate Citizenship*, Greenleaf Publishing, Sheffield, pp. 39-52.

**-Nota correspondiente:** Windsor, D. (2001).

-Artículo de revista:

**-Referencia bibliográfica completa:** Greenwood, Michelle (2001), "The Importance of Stakeholders According to Business Leaders", *Business and Society Review*, vol. 106, nº 1, pp. 29-49.

**-Nota correspondiente:** Greenwood, M. (2001).

- 9- Las citas textuales que se incluyan tanto en el texto de los artículos como a pie de página deberán reducirse al máximo y, en ningún caso, sobrepasarán las cuatro líneas.
- 10- *Nuevas Tendencias* es una publicación periódica que se edita en castellano; sin embargo, acepta originales en otras lenguas. En caso de considerarlo oportuno, se llevará a cabo su traducción al idioma español.
- 11- Los editores de *Nuevas Tendencias* acusarán recibo de los originales en el plazo máximo de quince días hábiles desde su recepción. A partir de esta fecha, los textos deberán ser sometidos al visto bueno del Consejo Editorial de la revista.
- 12- En el momento de su publicación, se remitirán a los autores 3 ejemplares de su trabajo.
- 13- Los derechos de edición de la revista corresponden al Instituto Empresa y Humanismo, y es necesario el permiso de su Junta Directiva para su reproducción parcial o total.
- 14- El Consejo Editorial de *Nuevas Tendencias* respetará la libertad intelectual de los autores, aunque no compartirá necesariamente sus opiniones.