



DICTAMEN

TÍTULO:

Prácticas de marketing y estudios en los mercados de consumo

ÁREA / TEMA:

Mercadotecnia

PUBLICABLE

NO PUBLICABLE

VALOR ACADÉMICO:

PUBLICABLE

CON MODIFICACIONES

5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10

ARGUMENTO / SINOPSIS:

La obra en general recupera las aportaciones de varios estudios en el área de mercadotecnia. Se abordan diversas estrategias que en el transcurrir del tiempo han evolucionado y se han fusionado con enfoques éticos y de sustentabilidad en el campo del marketing.

MÉRITOS A DESTACAR:

- El desarrollo es interesante y su propuesta tiene un manejo adecuado.
- La aportación es considerable, aunque se puede mejorar la presentación de los capítulos para que la lectura sea más atractiva.

VÍCTOR BALLESTEROS, DIRECTOR ACADÉMICO

WWW.COMUNICACION-CIENTIFICA.COM

móvil: +(52) 55 7460-9138 • oficina: +(52) 55 5696-6541 / e-mail: academiacomunicacioncientifica@gmail.com
Av. Insurgentes Sur 1602, piso 4, suite 400, Crédito Constructor, Benito Juárez, CP 03940, CDMX, México



DICTAMEN

- Algunos constructos son actuales y pertinentes.
- Algunos de los estudios muestran metodologías oportunas e interesantes.

DEFECTOS A SEÑALAR:

Algunos comentarios señalados en el documento:

- El documento requiere adecuar el formato para que sea homogéneo. Hay capítulos que tienen tamaños de letra más pequeña o de otro tipo. Las tablas deben trabajarse para que estén en algún estilo (APA, Harvard, MLA o el que se defina).
- Se recomienda elegir títulos para los capítulos 1 y 7 más relacionadas con el resto del contenido capitular y el tema central del libro.
- En el apartado de Introducción, aunque se entiende el uso de la cita, se recomienda que sea una redacción más propia del o los autores sin citas.
- Se recomienda sustituir el uso del & por la y por ser un texto en español
- Es importante señalar que es un libro colectivo y explicar cómo se hizo la selección de los capítulos, además de señalar que es lo que en conjunto aportan.
- Cuidar que todo el documento tenga el mismo formato y características como los espacios entre párrafos.
- Ajustar el tamaño de las tablas para que no rebase los márgenes del texto
- Se recomienda no utilizar abreviaciones y evitar el uso del etcétera
- Se recomienda que las tablas se presenten de manera horizontal cuando así se requiera por la extensión de su contenido.
- Es necesario cuidar que todos los capítulos se apeguen al mismo estilo y que cuenten con todos los datos.
- Buscar formatos en la presentación de las tablas que permitan apreciar su contenido (texto).

VÍCTOR BALLESTEROS, DIRECTOR ACADÉMICO

WWW.COMUNICACION-CIENTIFICA.COM

móvil: +(52) 55 7460-9138 • oficina: +(52) 55 5696-6541 / e-mail: academiacomunicacioncientifica@gmail.com
Av. Insurgentes Sur 1602, piso 4, suite 400, Crédito Constructor, Benito Juárez, CP 03940, CDMX, México



DICTAMEN

- Verificar que todas las tablas estén correctamente identificadas y numeradas en el orden correcto.
- Se recomienda ampliar la sección de introducción
- Se recomienda hacer un apartado de presentación
- Se requiere hacer una revisión completa del documento para eliminar errores ortotipográficos.

ASPECTOS CUALITATIVOS Y CUANTITATIVOS DEL DISCURSO:

¿Las referencias son adecuadas, suficientes y actualizadas y cumplen con el formato?	SÍ	NO
¿Son claros y explícitos las pregunta y/o los objetivos del trabajo?	SÍ	NO
¿Los gráficos, imágenes, y tablas son legibles, especifican la fuente o es claro que se refieren al trabajo que se reporta?	SÍ	NO
¿Cuenta con objetivos, preguntas de investigación, fundamento teórico o antecedentes método y resultados, propuestas, conclusiones, prospectivas según corresponda?	SÍ	NO

ORGANIZACIÓN, COHERENCIA Y EXPOSICIÓN DEL CONTENIDO:

¿Es congruente y equilibrada la estructura formal del manuscrito?	SÍ	NO
¿Son coherentes y consistentes las secciones entre sí?	SÍ	NO
¿Existe relación entre el desarrollo del manuscrito con los objetivos planteados?	SÍ	NO

VÍCTOR BALLESTEROS, DIRECTOR ACADÉMICO

WWW.COMUNICACION-CIENTIFICA.COM

móvil: +(52) 55 7460-9138 • oficina: +(52) 55 5696-6541 / e-mail: academiacomunicacioncientifica@gmail.com
Av. Insurgentes Sur 1602, piso 4, suite 400, Crédito Constructor, Benito Juárez, CP 03940, CDMX, México



DICTAMEN

¿Sigue una metodología congruente con los objetivos?

SÍ

NO

SUGERENCIAS PARA MEJORAR LA ORGANIZACIÓN, COHERENCIA Y EXPOSICIÓN DEL CONTENIDO:

Agregar una presentación al libro.

Capítulo 1. Al ser un capítulo teórico se recomienda volver a considerar su incorporación al libro toda vez que el resto muestran resultados de investigaciones. Si permanece en el libro, se recomienda solicitar al o los autores que se acerquen o quede más explícita la aportación de ese tema al tema central del libro.

Capítulo 2. Este capítulo muestra un concepto interesante de marketing y además muestra la oportunidad para los negocios locales de la ciudad de Hermosillo. Por lo cual, tiene un valor tanto en lo teórico como en la práctica.

Capítulo 3. Este capítulo tiene una aportación considerable por la relación que trabaja entre las enfermedades crónica no transmitibles, el merchandising y el correcto etiquetado.

Capítulo 4. Los conceptos planteados en este capítulo aportan una visión actual de las figuras que inciden en la compra en ciertos sectores. Por ello, se considera que su aportación, especialmente en el espacio práctico de la mercadotecnia es significativo. Además, el alcance del estudio es relevante para quienes se desempeñan en el área de marketing en México.

Capítulo 5. Este capítulo muestra un orden y rigor metodológico considerable. Hace una aportación interesante por el constructo que maneja. Y resulta de interés para quienes se encuentran desarrollando una línea de investigación en esos temas.

VÍCTOR BALLESTEROS, DIRECTOR ACADÉMICO

WWW.COMUNICACION-CIENTIFICA.COM

móvil: +(52) 55 7460-9138 • oficina: +(52) 55 5696-6541 / e-mail: academiacomunicacioncientifica@gmail.com
Av. Insurgentes Sur 1602, piso 4, suite 400, Crédito Constructor, Benito Juárez, CP 03940, CDMX, México



DICTAMEN

Capítulo 6. Este capítulo retoma un factor básico en el éxito de un negocio y lo asocia con un tipo de servicio que resulta complejo por ser del giro de alimenticio. Sin embargo, el capítulo parece haberse quedado inconcluso por lo que se recomienda solicitar al o los autores que trabaje el cierre.

Capítulo 7. Este capítulo muestra un tema muy interesante, pero, además, el rigor metodológico es bueno y los resultados son de interés particularmente para la región estudiada, pero útil para otros profesionales y académicos interesados en estos aspectos.

¿HACE UNA APORTACIÓN ORIGINAL A LA DISCIPLINA?

Sí, hace una aportación de consulta.

¿CUENTA CON RIGOR ACADÉMICO Y FIABILIDAD EN LAS CONCLUSIONES?

Sí, ambos elementos son aprobatorios.

¿LESIONA A ALGUNA PERSONA O ENTIDAD?

No.

¿ACONSEJA SU PUBLICACIÓN? ¿POR QUÉ?

Se recomienda la publicación de la obra pero de igual manera, se requiere incorporar un apartado de presentación al libro que dé cuenta a los lectores del tipo de obra que es y explicita la relación entre cada capítulo y como suma en lo global al campo y estudio de la práctica del marketing y los mercados de consumo.

VÍCTOR BALLESTEROS, DIRECTOR ACADÉMICO

WWW.COMUNICACION-CIENTIFICA.COM

móvil: +(52) 55 7460-9138 • oficina: +(52) 55 5696-6541 / e-mail: academiacomunicacioncientifica@gmail.com
Av. Insurgentes Sur 1602, piso 4, suite 400, Crédito Constructor, Benito Juárez, CP 03940, CDMX, México

D.R. © EDICIONES COMUNICACIÓN CIENTÍFICA S.A.DE C.V.