



## DICTAMEN

TÍTULO:

*Comportamiento de compra del consumidor en municipios de la zona milpera, para crear estrategias de comercialización de productos agrícolas*

ÁREA / TEMA:

Agroecología

PUBLICABLE

NO PUBLICABLE

VALOR ACADÉMICO:

PUBLICABLE

CON MODIFICACIONES

5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10

**ARGUMENTO / SINOPSIS :**

El presente artículo tiene como argumento central analizar el comportamiento de compra del consumidor de alimentos agrícolas a través de cuestionarios aplicados a consumidores de municipios milperos de Yucatán y, así, proponer estrategias para apoyar el fortalecimiento de la seguridad alimentaria.

**MÉRITOS A DESTACAR:**

- Tiene utilidad práctica.
- Cuenta bibliografía actualizada y hace referencia a la literatura fundamental.
- Existe una revisión integral del tema central.

**DEFECTOS A SEÑALAR:**

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

Es recomendable que en las conclusiones ya no se realicen citas o referencias puesto que sólo se debe limitar a encerrar las deducciones de lo encontrado en el desarrollo previo.

### OBSERVACIONES CUALITATIVAS A LA ADECUACIÓN DEL CONTENIDO:

¿Son adecuadas, suficientes y actualizadas las referencias bibliográficas?	<input checked="" type="checkbox"/> SÍ	<input type="checkbox"/> NO
--	--	-----------------------------

¿Son claros y explícitos los objetivos del trabajo?	<input checked="" type="checkbox"/> SÍ	<input type="checkbox"/> NO
---	--	-----------------------------

### OBSERVACIONES CUANTITATIVAS A LA ADECUACIÓN DEL CONTENIDO:

¿Es pertinente el material estadístico y visual (mapas, gráficas, esquemas, etc.)?	<input type="checkbox"/> SÍ	<input type="checkbox"/> NO
--	-----------------------------	-----------------------------

¿Cuenta con introducción desarrollo y conclusión?	<input checked="" type="checkbox"/> SÍ	<input type="checkbox"/> NO
---	--	-----------------------------

### ORGANIZACIÓN, COHERENCIA Y EXPOSICIÓN DEL CONTENIDO:

¿Es congruente y equilibrada la estructura formal del manuscrito?	<input checked="" type="checkbox"/> SÍ	<input type="checkbox"/> NO
---	--	-----------------------------

¿Son coherentes y consistentes los capítulos entre sí?	<input checked="" type="checkbox"/> SÍ	<input type="checkbox"/> NO
--	--	-----------------------------

¿Existe relación entre el desarrollo del manuscrito con los objetivos planteados?	<input checked="" type="checkbox"/> SÍ	<input type="checkbox"/> NO
---	--	-----------------------------

¿Sigue una metodología congruente con los objetivos?	<input checked="" type="checkbox"/> SÍ	<input type="checkbox"/> NO
--	--	-----------------------------

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

No hay sugerencias en la modificación del escrito, sólo se sugiere separar y distinguir un apartado para conclusión y otro para el desarrollo temático de las futuras líneas de investigación, puesto que no es lo mismo, en sentido estricto.

**VÍCTOR BALLESTEROS**, DIRECTOR ACADÉMICO

[WWW.COMUNICACION-CIENTIFICA.COM](http://WWW.COMUNICACION-CIENTIFICA.COM)

móvil: +(52) 55 7460-9138 • oficina: +(52) 55 5696-6541 / e-mail: [academiacomunicacioncientifica@gmail.com](mailto: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.



## DICTAMEN

### ¿HACE UNA APORTACIÓN ORIGINAL A LA DISCIPLINA?

Sí, por supuesto, existe una aportación interesante.

### ¿CUENTA CON RIGOR ACADÉMICO Y FIABILIDAD EN LAS CONCLUSIONES?

Sí.

### ¿LESIONA A ALGUNA PERSONA O ENTIDAD?

No.

### ¿ACONSEJA SU PUBLICACIÓN? ¿POR QUÉ?

El resultado es publicable sin modificaciones mayores. Es altamente relevante la información sobre el consumidor para generar herramientas que permitan descubrir los cambios actuales del mercado y convertirlos en áreas de oportunidad.

**VÍCTOR BALLESTEROS, DIRECTOR ACADÉMICO**

[WWW.COMUNICACION-CIENTIFICA.COM](http://WWW.COMUNICACION-CIENTIFICA.COM)

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