



## DICTAMEN

TÍTULO:

***Mercadotecnia social: un análisis teórico, acciones y su aplicación en la prevención de lesiones no intencionales***

ÁREA / TEMA:

Seguridad infantil

PUBLICABLE

NO PUBLICABLE

VALOR ACADÉMICO:

PUBLICABLE

CON MODIFICACIONES

5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10

### ARGUMENTO / SINOPSIS:

El capítulo explora cómo la mercadotecnia social puede convertirse en una herramienta estratégica para la prevención de lesiones no intencionales en la infancia. Presenta los fundamentos teóricos del concepto, diferencias con la mercadotecnia comercial, e ilustra con ejemplos cómo las campañas sociales pueden modificar comportamientos de riesgo mediante mensajes claros, segmentados y emocionalmente efectivos.

### MÉRITOS A DESTACAR:

- Integra un enfoque poco habitual —el marketing social— en el campo de la prevención infantil, ampliando las estrategias pedagógicas y de salud pública.

**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



## DICTAMEN

- Describe las características de la mercadotecnia social y sus ejes estratégicos, apoyándose en literatura clásica y reciente del área.

### DEFECTOS A SEÑALAR:

Mejorar la presentación en la redacción.

### OBSERVACIONES CUALITATIVAS A LA ADECUACIÓN DEL CONTENIDO:

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

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

### OBSERVACIONES CUANTITATIVAS A LA ADECUACIÓN DEL CONTENIDO:

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

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

### ORGANIZACIÓN, COHERENCIA Y EXPOSICIÓN DEL CONTENIDO:

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

¿Son coherentes y consistentes las secciones entre sí?	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
--	--	-----------------------------

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

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

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

**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



## DICTAMEN

Revisar el texto para eliminar redundancias en definiciones o explicaciones, y concentrarse en ampliar los puntos sustantivos con nuevas ideas.

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

Sí. Introduce el concepto y práctica de la mercadotecnia social como herramienta de prevención en salud infantil, lo cual representa una propuesta original e interdisciplinaria dentro del campo de la promoción de la seguridad infantil.

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

Las ideas y principios que se exponen están bien fundamentados teóricamente, por lo que las conclusiones son válidas desde lo conceptual, pero no desde la evidencia empírica directa.

### **¿LESIONA A ALGUNA PERSONA O ENTIDAD?**

No lesiona.

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

Sí, se recomienda su publicación. El texto tiene valor por su originalidad temática y su potencial para el diseño de políticas públicas educativas y de comunicación en salud.

**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.