



Universidad Nacional
SAN LUIS GONZAGA



Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

Esta licencia permite a otras combinar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial, siempre y cuando den crédito y licencia a nuevas creaciones bajo los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>



UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
FACENI



EVALUACION DE ORIGINALIDAD

CONSTANCIA

El Que suscribe, deja constancia que se ha realizado el análisis con el software de verificación de similitud al documento cuyo título es:

**IMPORTACIÓN DE NOVELAS GRÁFICAS Y SU RELACIÓN CON LAS
ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN EN ICA, 2022**

Presentado por:

PACHAS GALINDO JULIO CÉSAR Del nivel **PREGRADO** de la Facultad de Ciencias Económicas y Negocios Internacionales, Escuela Académico Profesional de **NEGOCIOS INTERNACIONALES**. El resultado obtenido es **11%** por el cual se otorga el calificativo de:

APROBADO

Se adjunta al presente el reporte de evaluación con el software de verificación de originalidad.

Observaciones:

Ica, 03 de enero del 2024



UNIVERSIDAD NACIONAL “SAN LUIS GONZAGA”
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
PROGRAMA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES



Título.

IMPORTANCIÓN DE NOVELAS GRÁFICAS Y SU RELACIÓN CON LAS
ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN EN ICA, 2022.

Trabajo de investigación por modalidad de.

Presentación de tesis.

Para optar el título profesional de.

Licenciado en Negocios Internacionales.

Línea de investigación.

Sociedad, desarrollo sostenible, políticas públicas y ambientales

INFORME FINAL DE TESIS

Autor.

Bach. PACHAS GALINDO, Julio César

Asesor.

Mag. NEYRA FARFAN Rafael Gustavo.

Ica, Perú

2024

DEDICATORIA

A Dios, por haberme permitido llegar a esta etapa de mi vida profesional, dándome sabiduría, Fortaleza y salud para poder llevar a cabo este proyecto de tesis.

A mis padres William y Cecilia por ser los mayores soportes en los momentos más críticos de mi vida. Por ser un claro ejemplo de lucha y coraje.

A mis hermanos Willy y Cecilia, por encaminarme siempre en mis estudios y ser compañeros en este camino de aprendizaje.

A mis sobrinos Stephano, Zebastian, Dyland y Addison, quienes son una motivación, inspiración y felicidad diaria en mi vida.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por acompañarme, a mis padres por, hermanos y sobrinos por inspirarme a mejorar cada día y a las personas que me abrieron las puertas en el aspecto profesional, quienes en su amplia experiencia me han orientado y asesorado en este proceso.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS	v
ÍNDICE DE FIGURAS.....	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. ESTRATEGIA METODOLÓGICA.....	26
III. RESULTADOS	28
IV. DISCUSIÓN.....	50
V. CONCLUSIONES	51
VI. RECOMENDACIONES	52
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	53
VIII. ANEXOS.....	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Matriz de operacionalización de variable (X): Importación de novelas gráficas. ...	24
Tabla 2.	Matriz de operacionalización de variable (Y): Estrategias de comercialización. ...	25
Tabla 3.	¿Crees que el producto tiene garantía total si pretendes importar novelas gráficas?	28
Tabla 4.	¿El agente de aduanas garantiza seguridad al importar la mercancía (novelas gráficas) que solicitaste?.....	29
Tabla 5.	¿Crees que las actividades aduaneras para la importación de novelas gráficas se hacen tiempo correcto?.....	30
Tabla 6.	¿El transportista incluye una tarjeta general al descargar el contenedor?	31
Tabla 7.	¿La documentación describe las características del contenedor como marca y número o condición y tamaño?.....	32
Tabla 8.	¿La fase de descarga del contenedor se realiza de forma segura y transparente? ...	33
Tabla 9.	¿Crees que los precios internacionales afectan la demanda interna determinada por el precio relativo de las importaciones?	34
Tabla 10.	¿Cree que el canal de importación permite un mejor desempeño en términos a la balanza comercial?	35
Tabla 11.	¿Se aplican controles durante la fase de inspección para evitar riesgos para el producto?	36
Tabla 12.	¿Las campañas promocionales requieren la identificación del destinatario de productos?.....	37
Tabla 13.	¿Cree que aplicar el diseño de estrategias de marketing puede aumentar las ventas de productos y servicios?.....	38
Tabla 14.	¿Las empresas que venden bienes de consumo masivo deben reconocer las necesidades y los beneficios al desarrollar campañas de marketing?	39
Tabla 15.	¿Considera que es importante analizar en profundidad los gustos de los consumidores durante el proceso de comercialización?	40
Tabla 16.	¿Considera que el conocer los gustos de los consumidores eleva el valor de los productos en comercialización?	41
Tabla 17.	¿Considera que la decisión de comercialización toma en consideración la demanda y exigencias de los consumidores?.....	42
Tabla 18.	¿Considera que la oferta de productos representa una decisión de riesgo para la generación de ganancias?	43
Tabla 19.	¿Considera que la oferta de productos representa una decisión de riesgo para la generación de ganancias?	44

Tabla 20.	¿Considera que los importadores deben plantear un objetivo claro en cuanto al nivel de calidad de los insumos adquiridos?	45
Tabla 21.	Comprobación de hipótesis general	46
Tabla 22.	Comprobación de hipótesis específica 1.....	47
Tabla 23.	Comprobación de hipótesis específica 2.....	48
Tabla 24.	Comprobación de hipótesis específica 3.....	49

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	¿Crees que el producto tiene garantía total si pretendes importar novelas gráficas?	28
Figura 2	¿El agente de aduanas garantiza seguridad al importar la mercancía (novelas gráficas) que solicitaste?.....	29
Figura 3	¿Crees que las actividades aduaneras para la importación de novelas gráficas se hacen tiempo correcto?.....	30
Figura 4	¿El transportista incluye una tarjeta general al descargar el contenedor?	31
Figura 5	¿La documentación describe las características del contenedor como marca y número o condición y tamaño?.....	32
Figura 6	¿La fase de descarga del contenedor se realiza de forma segura y transparente? ...	33
Figura 7	¿Crees que los precios internacionales afectan la demanda interna determinada por el precio relativo de las importaciones?	34
Figura 8	¿Cree que el canal de importación permite un mejor desempeño en términos a la balanza comercial?	35
Figura 9	¿Se aplican controles durante la fase de inspección para evitar riesgos para el producto?	36
Figura 10	¿Las campañas promocionales requieren la identificación del destinatario de productos?.....	37
Figura 11	¿Cree que aplicar el diseño de estrategias de marketing puede aumentar las ventas de productos y servicios?.....	38
Figura 12	¿Las empresas que venden bienes de consumo masivo deben reconocer las necesidades y los beneficios al desarrollar campañas de marketing?	39
Figura 13	¿Considera que es importante analizar en profundidad los gustos de los consumidores durante el proceso de comercialización?.....	40
Figura 14	¿Considera que el conocer los gustos de los consumidores eleva el valor de los productos en comercialización?	41
Figura 15	¿Considera que la decisión de comercialización toma en consideración la demanda y exigencias de los consumidores?.....	42
Figura 16	¿Considera que la oferta de productos representa una decisión de riesgo para la generación de ganancias?	43
Figura 17	¿Considera que la oferta de productos representa una decisión de riesgo para la generación de ganancias?	44
Figura 18	¿Considera que los importadores deben plantear un objetivo claro en cuanto al nivel de calidad de los insumos adquiridos?	45

RESUMEN

El actual estudio tuvo como objetivo identificar cómo la importación de novelas gráficas se relaciona con las estrategias de comercialización dentro de la región de Ica durante el 2022. Las variables usadas fueron la importación de novelas gráfica y estrategias de comercialización. La metodología fue de tipo básico, nivel correlacional y diseño no experimental. Se seleccionó como muestra a 100 personas dentro de la región de Ica que hayan adquirido novelas gráficas importadas dentro de las edades de 18 a 30 años. La encuesta fue utilizada con técnica y el cuestionario como instrumento de medición. Además, se trabajó con el programa SPSS, de donde se pudo concluir que, la importación de novelas gráficas se relaciona con las estrategias de comercialización dentro de la región de Ica durante el 2022; habiéndose obtenido un valor de Pearson de 0.293. Así también se obtuvo que la variable independiente se relaciona con las dimensiones primera y segunda de la variable estrategias de comercialización. Excepto con la tercera dimensión.

Palabras clave: Novelas gráficas, importación, estrategias de comercialización.

ABSTRACT

The current study aimed to identify how the importation of graphic novels is related to marketing strategies within the Ica region during 2022. The variables used were the importation of graphic novels and marketing strategies. The methodology was basic, correlational level and non-experimental design. 100 people within the Ica region who have acquired imported graphic novels between the ages of 18 and 30 were selected as a sample. The survey was used with technique and the questionnaire as a measurement instrument. In addition, we worked with the SPSS program, from which it was possible to conclude that the import of graphic novels is related to the marketing strategies within the Ica region during 2022; having obtained a Pearson value of 0.293. Thus, it was also obtained that the independent variable is related to the first and second dimensions of the marketing strategies variable. Except with the third dimension.

Keywords: Graphic novels, import, marketing strategies.

I. INTRODUCCIÓN

A. Planteamiento del problema

Como pueden atestiguar los educadores a nivel internacional, muchos estudiantes luchan con prácticas de enseñanza más tradicionales que implican leer un texto o escribir un artículo. Implementar las inteligencias múltiples aumenta el nivel de compromiso de los estudiantes y su éxito en la escuela atendiendo a su aprendizaje particular estilos.

La alfabetización visual es un área de creciente interés en la educación, ya que, van desde el uso de música, televisión y películas, y, relevante para este estudio, novelas gráficas. La implementación de nuevas alfabetizaciones en las escuelas, está destinado a involucrar a los estudiantes, así como a hacer educación relevante para sus vidas. Las novelas gráficas se han vuelto cada vez más populares en la cultura y tienen un gran potencial para el aula.

A nivel nacional, las novelas gráficas ayudan a los estudiantes a desarrollar estrategias de aprendizaje de idiomas. Los estudiantes lo encontrarán novelas gráficas más fáciles de entender y debido a las situaciones ilustradas y los diálogos serán capaces de concentrarse en las estrategias de aprendizaje que les presenta el docente. Todos los estudiantes independientemente de sus niveles de competencia en lectura pueden participar en debates sobre las imágenes dentro de la novela.

Las novelas gráficas también atraen tanto a estudiantes grupales como individuales. Dado que diferentes tipos de alumnos y estilos de aprendizaje, se convierte en una tarea más desafiante para los maestros alcanzar y atraer a todo tipo de estudiantes. Sin embargo, las novelas gráficas ayudan al aprendizaje en el sentido de que pueden proporcionar la base para todos los tipos de alumnos. Las novelas gráficas apelan a las diferencias individuales, ya que incluyen imágenes y textos que llaman la atención de los aprendices verbales y visuales. Además, estos textos visuales se pueden imitar o jugado por aprendices espaciales y cinestésicos también.

Ante ello, surge el concepto relacionado a las estrategias de comercialización de las novelas gráficas, las cuales representan un modelo de negocio orientado a la atención según requerimientos del usuario y consumidor. Lo anterior responde a la matriz de todo tipo de negocio orientado a la comercialización, generando al mismo tiempo un nivel de confianza en sus clientes. En este sentido, se ha observado dentro de la región que, estas estrategias han comenzado a presentar un descenso, lo que ha ocasionado que este nicho de mercado no alcance los niveles de competencia esperados y al mismo tiempo se reduzca el interés en los mismas por parte de los clientes potenciales. Por lo antes mencionado, se plantea identificar si las estrategias de comercialización actuales

presentan una relación con el volumen de importación de novelas gráficas dentro de la región de Ica.

B. Antecedentes de la investigación

a. Antecedentes internacionales

1. **Ballester. (2018).** *“El comic y su valor como arte”*. Universidad Complutense de Madrid. Su estudio tuvo como objetivo dar a conocer el origen la evolución de los términos de comic y arte. La metodología que se utilizó fue descriptiva. Se concluyó que el cine, la literatura y los avances en tecnología ayudan a transmutar la perspectiva en industria del arte, así como también la inserción de comic en distintos medios artísticos y en ambientes que nunca antes ha tenido lugar como lo es en el enfoque industrial, económico y comercial. Por lo tanto, el surgimiento del método de comunicación masiva no solo puede brindar un servicio único e insustituible, sino también fortalecer con éxito su estatus artístico dentro del marco de la sociedad y la cultura occidentales modernas.
2. **Celeita. (2018).** *“La imagen hecha voz en el siglo XXI”*. Universidad de Santo Tomas, Bogotá D.C. Ecuador. Esta investigación tuvo como objetivo el incluir métodos o técnicas para que los consumidores entiendan las ilustraciones. Esta investigación fue cualitativa por diseño fenomenológico. Como herramientas se utilizaron técnicas de entrevista y análisis bibliográfico, en cuanto al instrumento se utilizaron manuales de análisis y cuestionarios. Se concluyó que existe una corriente muda en la novela gráfica colombiana que ha ido creciendo a lo largo de los años es de tendencia silenciosa la misma que con los años, es así como se arguye el grado de importancia en este tipo de textos a nivel nacional donde los autores y sus obras incursionan en la literatura y en la que los protagonistas generan una alianza con la historia colombiana.
3. **Rizo. (2018).** *“La novela gráfica en Colombia, un panorama en desarrollo”*. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá D.C. Se buscó comprender el desarrollo de la novela gráfica en este país como fuente para el lenguaje grafico continuo como medio de expresión a través de un enfoque analítico. La conclusión es que, a pesar de los altibajos de Columbia, han demostrado que el género tiene muchos que ofrecer en los últimos años. Poco a poco van creciendo diversas publicaciones en su intento de crear narrativas graficas que van acorde a las necesidades del país creando así las novelas gráficas las mismas que permiten expresas las cuestiones socio-temáticas y en la que el lector se identifique con ella.

b. Antecedentes nacionales

1. **Clostre. (2022).** *“Importación de comics y novelas gráficas desde España y estrategia de comercialización en Lima metropolitana, 2020”*. Universidad de San Martín de Porres. En esta investigación el autor utilizó la metodología básica, cuyo diseño fue no experimental, asimismo fue cuantitativa de manera correlacional. Se usó como técnica la encuesta cuyo instrumento fue el cuestionario. Finalmente se concluye que existe una correlación positiva entre las variables de importación y las estrategias de comercialización con una correlación tan alta como 0,768.
2. **Garay. Pimentel. Reyna (2022).** *“Plan de negocio para la creación de una empresa de elaboración, comercialización y venta de comics en Lima, 2022”*. Universidad San Martín de Porres. Lima-Perú. En este se analizó el mercado de Lima, para llevar a cabo la implementación de este se requiere una inversión de 210 489 soles, una venta competitiva es ofrecer a los clientes la oportunidad de ser los personajes de sus propias historietas originales las cuales están basadas en las características individuales de cada cliente. Asimismo, se fomenta la creatividad en el dibujo artístico y el entretenimiento, y se crea alegría virtualmente con historietas con ofertas innovadoras a precios competitivos. Como resultados se dieron indicadores financieros y económicos los mismos que son el resultado de TIRE del 42% y la TIRF del 65%. Por otro lado, el VANE del proyecto de S/ 209 494 y el VANF de S/. 182 641.
3. **Beltrán. (2018).** *“Importación de comics y novelas de España para que sean comercializadas en Lima metropolitana”*. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. Lima-Perú. tuvo como objetivo determinar si es viable la importación de comics y novelas de España para que sean comercializadas en Lima metropolitana y para ellos se sugirió utilizar estrategias de marketing considerando los factores que se tienen en el Perú sobre las importaciones de cualquier tipo de comercio. Esta investigación fue aplicada la misma que utilizó el análisis documental. Finalmente se muestran los resultados de la viabilidad financiera y económica de esta propuesta tienen un VAN financiero de 192,016 y un VAN económico de 173,934, asimismo, tiene un TIR financiero de 77.49% y un TIR económico 57.48%, lo que lleva a la conclusión de que este negocio es viable en el mercado peruano dándole de esta manera al autor la factibilidad del proyecto.

c. Antecedentes locales

No se han identificado investigaciones que compartan el tema de investigación dentro de la zona de estudio empleada.

C. Bases teóricas

a. Importación de novelas gráficas

Eisner (1985) definió a las novelas gráficas como el arte secuencial, la disposición de cuadros o imágenes y mundo para narrar una historia o dramatizar una idea, argumentando que las novelas gráficas tienen el potencial de perfeccionar las destrezas de los alumnos que luchan con el idioma extranjero aprendiendo. Asimismo, las ilustraciones de las novelas ayudan a los lectores brindándoles las pistas contextuales necesarias que apelan a sus sentidos a través de técnicas de imágenes. haciendo hincapié en los beneficios de las novelas gráficas para los jóvenes estudiantes o aquellos que tienen niveles de lectura más bajos en comparación con sus pares. Por su parte, Krashen (2004) afirmó que las oraciones simples, pistas visuales o de contexto, y las adivinanzas educadas les permiten comprender parte, si no toda, la historia. Esta afirmación sugiere que el gusto por la lectura se puede desarrollar a través de la lectura de materiales ligeros como las historietas.

Del mismo, Schwarz (2006) señala que las novelas gráficas agudizan y profundizan la alfabetización visual. Esto nos quiere decir que, una novela gráfica es la combinación de texto escrito y alfabetización visual, incluyendo

los símbolos visuales y la taquigrafía que usan los cómics para representar el mundo físico. En consecuencia, los profesores pueden utilizar fácilmente las novelas gráficas en sus aulas. Teniendo en cuenta que el objetivo de los docentes de inglés como lengua extranjera es también enseñar lectura para desdoblar la habilidad lectora de los alumnos en términos de comprensión de la gramática, vocabulario y deducción inferencial, la lectura se considera una parte esencial de la instrucción. Sin embargo, los estudiantes de idiomas se han vuelto demasiado reacios a leer, comprender, analizar y sintetizar en estos días desde hay distractores como los juegos de consola. Sin embargo, no es demasiado tarde para remodelar al joven lector nuevamente.

Sabiendo el hecho de que los estudiantes modernos son aficionados a los juegos de ordenador que incluyen todos los elementos visuales imágenes que apelan a sus sentidos, los maestros deben beneficiarse de esta oportunidad involucrando a sus estudiantes en la lectura de textos con gráficos. Calo (2010) afirma que las novelas gráficas pueden ayudar a los aprendices a convertirse en lectores estratégicos en prelectura, lectura y en posteriores actividades a la lectura. Además, señala que los estudiantes pueden desarrollar nuevos conocimientos,

pensar profunda, cuidadosa y críticamente sobre lo que ven y leen, hacen interpretaciones, plantear y responder preguntas y pensar y actuar creativamente.

Importación

Según el MINCETUR (2020): Comprar u obtener bienes, productos o servicios de un país o mercado distinto al propio se llama importar. Muchas personas en todo el mundo compran productos a través de la importación, porque muchas veces no son fabricados en el país, son de mayor calidad o son versiones exclusivas. En este sentido, las importaciones son necesarias para cada país que atiende a diferentes mercados en un contexto internacional.

Cermeño. Rivera. (2016). La importación se basa en la introducción legal de mercancías desde el país de origen al país importador, especialmente para satisfacer consumos que en algunos casos no pueden ser cubiertos con recursos propios. Como se mencionó anteriormente, la importación consiste en introducir bienes al país de manera legal. En ese sentido, tanto los productos demandados por los ciudadanos como los productos innovadores que no se producen en el país importador pueden importarse de la canasta de consumo.

De acuerdo con Puglla. Andrade. Vanegas. (2017) comentaron que es la transferencia de propiedad de bienes producidos o servicios prestados en el exterior a residentes de la economía. Compras en mercados exteriores
Productos, bienes y servicios.

Cabe mencionar que cada país tiene sus propios recursos, bienes o capitales para alimentar a su gente, pero también están acostumbrados a las ventajas de ser residente financiero en el extranjero.

Asimismo, Indica Camarena, M. (2017) Según el enfoque sistemático propuesto, las importaciones crean nuevas tendencias que se reflejan en la sociedad, por lo que estos stocks están sujetos a legislación y tributación. Según Vázquez, A. (2016), las importaciones se basan en bienes y/o servicios legales comprados y utilizados por un país (que se caracterizará como importador) de cualquier país denominado exportador. Las actividades comerciales destinadas a comprar productos extranjeros que no están disponibles en el país variarán según el precio, si corresponde, porque los productos importados suelen estar sujetos a restricciones económicas y suelen estar sujetos a la regulación nacional de importación. Por lo tanto, existen muchas alianzas entre países para acordar los beneficios de promover el comercio entre países.

Inicios de la Novela Gráfica

Asimismo, Indica Camarena, M. (2017) Según el enfoque sistemático propuesto, las importaciones crean nuevas tendencias que se reflejan en la sociedad, por lo

que estos stocks están sujetos a legislación y tributación. Según Vázquez, A. (2016), las importaciones se basan en bienes y/o servicios legales comprados y utilizados por un país (que se caracterizará como importador) de cualquier país denominado exportador. Las actividades comerciales destinadas a comprar productos extranjeros que no están disponibles en el país variarán según el precio, si corresponde, porque los productos importados suelen estar sujetos a restricciones económicas y suelen estar sujetos a la regulación nacional de importación. Por lo tanto, existen muchas alianzas entre países para acordar los beneficios de promover el comercio entre países.

Núñez (2010) describe el inicio de las novelas gráficas de la siguiente manera: Muchos consideran a Will Eisner como el inicio de las novelas gráficas modernas, mientras que otros señalan a Jim Steranko en 1976. En 2017 se publicó la obra "Red Tide", que se publicó durante dos años antes de un contrato con Dios. El trabajo de Steranko utiliza el término "novela visual" en la portada y "novela gráfica" en la introducción. (...), que incluyen ilustraciones a toda o doble página intercaladas con páginas de texto. A partir de entonces, el cómic empezó a evolucionar hacia novelas gráficas que aspiraban a una mayor complejidad literaria. Más de una década después, Maus de Art Spiegelman obtuvo elogios y ganó el Premio Pulitzer en 1992. Es la única novela gráfica que recibe este honor. (p. 22). Las novelas gráficas pueden relacionarse con la literatura porque es la fuente principal a partir de la cual se construyen en forma de narrativas visuales. La influencia de la literatura en la novela gráfica se puede ver en diferentes direcciones, tales como: "en primer lugar, como inspiración o punto de partida; en segundo lugar, como adaptación de obras literarias, y finalmente como fusión o mezcla de literatura e imágenes" (Núñez, 2010, pág.26).

Resulta que pensar en novelas gráficas únicamente asociándolas con la palabra literatura diluye su significado. Respectivamente, sería inapropiado llamarlo un género de literatura. Las novelas gráficas se consideran un género principalmente por el lenguaje de los cómics. Además de su enorme potencial para influir en las personas, también tiene un potencial visual que puede usarse como herramienta, estrategia de aprendizaje o formato dependiendo de los diferentes significados del término. Como se mencionó anteriormente, las novelas gráficas permiten ver varios elementos como un trabajo final en su conjunto y pueden transmitirse a través de la secuencia de imágenes, la expresividad de líneas, formas y texturas en armonía con los elementos visuales de color. que se aplica a cada Diálogo y onomatopeya en las obras de arte están estrechamente relacionados.

Refiriéndose a Núñez (2010) sobre el volumen de novela gráfica en nuestro país, lo describe así: (...) Esta es una novela gráfica publicada en 2008: Rupay. Una historia viva de la violencia en el Perú, 1980-1984, Alfredo Villar, Luis Russell y Jesús Cossío. Esta obra describe los primeros años del conflicto armado en Perú y muestra episodios de violencia política que permanecen sin resolver e injustamente olvidados. Villar mencionó que eligió el lenguaje de las historietas porque "las imágenes pueden ser accesibles a más personas en un país como Perú, donde la mayoría de la gente no está acostumbrada a la lectura abstracta o ideológica". (página 27), las novelas gráficas pueden ser una forma de expresión artística que tiene el potencial de convertirse en un medio de expresión que busca crear reflexión. Debido a su contenido serio y maduro, puede utilizarse como herramienta de enseñanza en los libros de texto escolares y también para crear conciencia en todo el país.

Características de las Novelas Gráficas

García (2010), citado por Masarah (2016, p. 78), escribe y explica que la característica más importante de la novela gráfica es su desarrollo como un movimiento en el que entran con mucha fuerza los temas autobiográficos. Por otro lado, también hay temas de la vida cotidiana y real, así como referencias al importante papel de la mujer actualmente en este tipo de trabajos. Finalmente, cabe agregar que también se utilizan paisajes y áreas remotas históricamente dañados o dramáticamente cambiados, mientras que aquellos que quieren contar sus propias historias, escriben y pintan para crear piezas únicas en la novela gráfica. No cabe duda que la nueva tendencia alcanzada por las novelas gráficas atrae el interés de diversos públicos, principalmente por su versatilidad en temas, géneros, tiempo y espacio, por lo que las novelas gráficas pueden ser narradas tanto por hombres como por mujeres solía hablarnos sobre el presente o el pasado, o incluso para abordar cuestiones de conflicto global.

Si hablamos ahora de las características físicas de las imágenes en las novelas gráficas, Montenegro (2012, p. 179) señala que lo más reconocible en estas novelas son sus ilustraciones, que, según el autor, suelen ser en blanco y negro. Para llamar la atención sobre la historia, pero también tenga en cuenta que algunos escritores utilizaron viñetas coloridas. El nombre del autor está a salvo, ya que el uso libre del color en los cómics es ahora muy común y algunos escritores prefieren dibujar cómics en blanco y negro, como Art Spiegelman en su trabajo sobre la época. Por otro lado, Alan Moore en su obra V de Vendetta utilizó diferentes colores para enfatizar aún más los personajes y su psicología.

Importancia de la importación de novelas gráficas

A la hora de promocionar un producto o servicio, es imprescindible utilizar estrategias de marketing que genere comunicación para la empresa. Distribuir el producto o servicio que se desea ofrecer.

La estrategia es una disciplina muy utilizada en la actualidad, y además cuenta con logros científicos tecnológicos muy novedosos, caracterizados por diversos campos, para así introducir productos al mercado nacional. o internacionalmente. Las estrategias de comercialización son dirigidas a promover la venta de productos, adopción de modelos de tácticas de marketing existentes; analizar los resultados actuales y las formas de comercializar el mercado de TI existente utilizando diversas herramientas.

Tipos de Novelas Gráficas

En el género de novela gráfica, solo se seleccionan aquellos temas que se considera que pueden ayudar a los estudiantes de secundaria, es decir, historia (incluidas biografías y autobiografías), adaptaciones de novelas, lecciones en situaciones en las que se llamarán novelas gráficas adaptadas y ciencia ficción, será estudiado cuidadosamente.

- **Novela gráfica histórica.** El Refaie (2012), citado por Zhang Yu y Lalueza (2017), escribe sobre la utilidad de las novelas gráficas históricas y afirma lo siguiente: Contar historias a través de novelas gráficas nos permite crear historias más vívidas sobre la vida. Las imágenes de las ilustraciones ayudan a poner en contexto lo que se describe en el texto. Además, las imágenes forman un sistema simbólico completo a través del cual se pueden expresar no sólo los valores y creencias de las personas, sino también las actividades sociales y políticas en el trasfondo de la historia. Como puedes ver en el apartado anterior, las novelas gráficas históricas cumplen la función de educar a las personas en valores y costumbres y reconstruir nuestro pasado a través de viñetas. Por otro lado, Sánchez (2016) señala la importancia de la novela gráfica histórica como textos que buscan normalizar las historias personales y sociales que conforman la memoria colectiva, y es a través de imágenes y textos que luchamos contra el olvido. A veces las explicaciones de lo ocurrido en el pasado son malas. (1093. pp.). En este caso particular, se analiza la novela gráfica histórica como un texto que utiliza recursos tanto visuales como narrativos para acercar al lector de forma formativa.
- **Novelas gráficas biográficas y autobiográficas.** Este tipo de novela se caracteriza por los recuerdos de personas que han pasado por pruebas de vida únicas o que han intentado compartir experiencias de vida.

Consideremos a Pérez (2016, p.43-44) menciona que las novelas gráficas autobiográficas tratan en su mayoría temas de opresión y cambio que tienen lugar en un ambiente hostil, donde las personas que viven allí luchan por progresar frente a la adversidad, muchas veces expresada de maneras trágicas o llenas de un camino de esperanza. Por otro lado, el autor dice que los escritores han perdido el miedo al plasmar las experiencias brutales de la vida, y pone como ejemplo a Marjane Satrapi, que logró con Persépolis mostrar su vida en Irán y cómo nos fascina. Resulta que, a medida que cambian los modos, 360° concluye que no habría sido posible comprender el dolor y el sufrimiento si el autor hubiera elegido un tipo diferente de medio, como la fotografía, el cine o el documental. Las novelas gráficas autobiográficas tienden a narrar experiencias de opresión, violencia y persecución, pero al mismo tiempo, a través de estas experiencias, los lectores pueden aprender y comprender cosas ajenas a la vida (pobreza, valores, cultura, vida cotidiana, etc.). De manera similar, Pérez (2016) se refiere a las novelas gráficas autobiográficas, señalando que el cambio en el cómic underground comenzó en la década de 1960, dando vida al subgénero posterior de las novelas gráficas autobiográficas (p. 45). Es así como vemos lo importante y natural que es expresar y contar biografías y autobiografías a través de viñetas, para sentir lo que el autor quiso transmitirnos a través de una narrativa visual. Montenegro sostiene que las novelas gráficas autobiográficas (2012, págs. 179-180) intentan permitir que los lectores se identifiquen con las obras gráficas porque los lectores a menudo pueden identificar las situaciones leídas en las novelas y relacionarlas con sus propias situaciones, creando así una identificación con la inmediatez e intensidad, por lo que se pueden mencionar temas como la inmigración, los conflictos bélicos, la religión e incluso cuestiones de juventud.

- **Ficción y realidad de la novela gráfica histórica.** La realidad y la ficción son elementos siempre presentes en las obras literarias, y las novelas gráficas históricas también deberían estarlo, ya que garantiza que la obra esté basada en hechos reales, con la ficción añadida como parte de la inspiración. Para comprender mejor estos conceptos, se citó a Saganogo (2007) quien intentó brindar una manera de comprender el concepto de realidad y ficción, diciendo: La palabra "realidad" abarca los siguientes significados: realidad, hechos existentes, el mundo real que

existe, pensamiento eficaz y práctico, que revela la verdad. Para "ficción" se incluyen dos términos distintos: imitación, probabilidad e imaginación. De esta manera, definir novela es también una forma de definir literatura, que consiste en responder a la pregunta "¿Qué es literatura?" La literatura es ficción. Esta respuesta es la definición estructural de la literatura, porque los textos literarios no están sujetos a la prueba de la verdad, es decir, no son ni verdaderos ni falsos, sino ficticios. (54. pp.). Considerando el concepto, se puede ver que la realidad será utilizada como referencia en la creación, ya que anteriormente el autor dijo "cosas que existen" y "cosas prácticas", y al hablar de cosas ficticias dijo a qué se refiere el texto. En cambio, quieres que sea una historia creíble para el lector, de modo que no sea ni falsa ni verdadera. Según Exeni (2017), tratando de explicar la ficción y la realidad, nos dice lo siguiente: En la década de 1960, la necesidad de desarrollar obras de ficción basadas en la influencia de la realidad cotidiana se hizo aún más pronunciada. "En todo el mundo los jóvenes intelectuales buscan un humanismo que no los detenga." (s. 132). Como dijo Exeni, este fenómeno comenzó en los años 60, pero sigue vigente en el siglo XXI, y no hay duda de que continuará, porque es casi imposible usar la ficción sin usar la realidad, y la realidad está en parte definida por la convención y realidad. Si ahora hablamos de la relación entre realidad y ficción en la construcción de novelas gráficas, entonces Adams (2008), citado por Berger (2011), dice: Reconstruir los acontecimientos bélicos ocurridos en la realidad e integrarlos en un contexto emocional y amoroso. En la cita anterior, se puede ver que Adams se basa en los escritos de Jaraba, donde dice que, aunque las historias de amor pueden crearse a partir de ficción, el deseo de buscar información verdadera también se volverá real.

- **Historicidad de la novela gráfica histórica.** Para hablar de historicidad, Luna (2015) afirma: "La historicidad es una propiedad de la existencia histórica que se refiere al único proceso universal que podemos percibir, es decir, el cambio continuo que constituye la realidad". (s. 53), es decir cualquier cambio que se produzca a nivel general, ya sea en una persona o en los objetos que la rodean, tendrá contenido histórico por el simple hecho de que forma parte de la persona y de la realidad en la que vive. Por tanto, son históricas todas las obras que hacen referencia a hechos o personas históricas. Si ahora discutimos el uso de la historicidad en la

literatura, Davenport (2006, p. 98) explica que la historicidad afecta a la literatura en todos los niveles y el uso de los hechos históricos es necesario porque son parte de la identidad, además nos permiten comprender el pasado de las personas y comportamiento. Por esta razón, sentimos que si una novela gráfica se escribe sobre un evento histórico, sería fácil saber por su contenido qué tan histórica puede o no ser la novela dentro de sus páginas.

- **Conocimiento temático previo.** A lo largo de la vida, las personas adquieren diferentes formas de conocimiento que les permitirán comprender conocimientos nuevos pero cada vez más complejos. Snow, Burns y Griffin (1998) citado en Villalón (2008, p. 14) 107) señaló que “si los sujetos no pueden hacer conexiones entre sus conocimientos previos y la información encontrada en el texto, no desarrollarán la comprensión lectora”, lo que muestra la importancia de los conocimientos previos a la hora de querer leer una obra nueva, la memoria debe poder recordar definiciones, contexto e incluso autores como base del conocimiento previo para mejorar el aprendizaje. Por tanto, hay que considerar a Valdivia (2004, p.136) Respecto a "los niños y jóvenes leen mejor, debemos entender que la calidad de la lectura depende al menos de tres componentes: habilidades lingüísticas, conocimiento de la materia y manejo de estrategias lectoras". Por lo tanto, es lógico que sea ideal para cualquier joven aplicar estos tres componentes desde la infancia, ya que se convertirán en la base de su mejor proceso de aprendizaje diario. Según el autor, el conocimiento previo es de suma importancia, ya que es uno de los componentes necesarios para fortalecer el aprendizaje. En este sentido, Lucena (2012) explicó el origen del concepto de “conocimiento previo”. Afirmó: La psicología cognitiva sostiene que las personas almacenan y organizan la información que adquieren a través de múltiples experiencias en forma de redes o esquemas asociativos. A medida que lees un texto, encontrarás palabras o grupos de palabras cuyos conceptos correspondientes se han activado en la memoria siempre y cuando hayan sido almacenados previamente en la memoria. Esta activación se expande automáticamente desde este concepto a conceptos asociados o relacionados en la red de conocimiento y permite hacer inferencias. (3. s.). Al contrario de lo que afirma Lucena, cualquier nuevo conocimiento a aprender requerirá conocimientos previos, que provendrán de diversos temas almacenados

en diversas experiencias y aprendizajes. En este contexto, al hablar de conocimiento a priori, se puede observar que no sólo se denominará conocimiento antiguo, sino que también será sistematizado, lo que hace pensar en un conocimiento a priori según el tema que se trate.

- **Novela adaptada a novela gráfica.** Con el desarrollo de la industria editorial, los constantes cambios en la sociedad y la diversificación de los medios de lectura, la globalización es inevitable y la literatura ya no es desconocida, por lo que muchas novelas clásicas y obras populares se han adaptado a novelas. Frente a esto, según Leitch (2003) citado por Gutiérrez (2014, p. 190), afirma que “las adaptaciones deben entenderse como obras independientes de sus fuentes, no como copias”, explicando que si bien del dibujo nace una novela. de una novela tradicional, pero no siempre es igual, pues al dibujar las ilustraciones, el autor muestra su actitud hacia la obra, pues no todos los que leyeron originalmente la novela la imaginaron de la misma manera según el saber popular. Cada lector tiene una comprensión diferente de la verdad. Por otro lado, los adaptadores de trabajo se esfuerzan en alcanzar la intensidad emocional para lograr un mayor impacto afectivo y emocional (dolor, ira, emociones, sentimientos, etc.) al observar las viñetas. Mallea (2014) ofrece una visión alternativa, basada en el caso de Argentina, sobre las adaptaciones que deberían ser reevaluadas, diciendo: Los escritores de historietas locales no solo están creando adaptaciones literarias básicas de clásicos "universales", sino que los clásicos argentinos ya están incluidos. Curiosamente, muchas de estas grandes transformaciones se hicieron "desde afuera", desde el alejamiento profesional y el acostamiento de unas horas, o directamente desde ciudades extranjeras donde los caricaturistas argentinos emigraron en busca de mejores oportunidades profesionales. Si la adaptación literaria original de los cómics surgió del espejo que dibujantes y editores colocaron en los primeros cómics de aventuras norteamericanos, como Tarzán o Phantomas, es decir, adaptaciones de clásicos populares o series literarias, ahora, casi cien años después, Podemos ver lo contrario: la caricatura argentina creada y reconocida por sus logros oficiales ha emigrado. Y quizás lo peor de todo es que Tierra del Norte vuelve a ofrecer al Cono Sur otras adaptaciones inferiores, versiones redundantes de los mismos clásicos (otra vez). Después de todo, quizás los mejores resultados de la intersección de los clásicos y el cómic sean aquellos que

ponen un sello literario en cómics completamente únicos. (6.s.). Considerando las múltiples adaptaciones que se están produciendo, también es importante adaptar el material que ingresa a la sociedad para preservar la cultura del país y comprender e introducir nuevos conocimientos a través de la adaptación gráfica.

- **Nivel de similitud entre la obra original y la novela gráfica.** Para entender qué es la similitud, Beristain (1995) en su Diccionario de retórica y poética explica detalladamente el concepto de esta palabra en diferentes contextos. En este sentido, el autor afirma: “La comparación suele darse entre propiedades similares de objetos, en cuyo caso se llama similitud o semejanza [...] cuando existe una relación similar entre los términos comparados y sus propiedades” (p. 100-101). De esta frase se puede explicar que la palabra "semejanza" está muy relacionada con la comparación. En este caso, representa las características comunes que poseen ciertas cosas. Pero la similitud también puede servir para comparar dos obras. Además, Sánchez (1993) analizó la palabra “similitud” en la literatura española, indicando que esta palabra suele traducirse como comparación, semejanza, y, además, considerando esta similitud en los términos anteriores, las normas deberían tomar medidas para abordar algunos asuntos. (página 171). A la luz de esta frase, es comprensible que, si queremos ver las similitudes entre dos obras, en un caso la novela y en el otro su edición pictórica, no sólo fijemos en las características fácilmente visibles. Además, tenemos más que aprender, una comparación en profundidad.
- **Literalidad de la novela gráfica adaptada.** Para comprender mejor el significado de esta expresión, remitamos a Verdón (2010), quien explica el significado de literariedad en los textos literarios: Un texto literario es un texto escrito de manera artística y tiene las siguientes características: lo hace profundo, el material estético, el carácter interior único y singular, lo eleva al ámbito del arte escrito y de la literatura. Hablamos, por tanto, de lo que confiere carácter literario a un texto, de los fenómenos literarios y de sus diversos componentes: lugares comunes, clichés, recursos estilísticos, intertextualidad, autorreferencialidad, función poética, rima, métrica, polisemia, alienación (...). (Sección 10). Según Verdion, podemos entender que el literaturismo consta de diferentes componentes, es decir, si intentamos saber si una obra es literaria o no, tenemos que analizar diferentes criterios, como los mencionados en el apartado

anterior (Estética, intertextualidad, etcétera). Tomando como ejemplo la versión de "El extraño" ilustrada por Camus, conviene tener en cuenta las cualidades estéticas de la obra tanto en términos de rasgos visuales como de componentes textuales.

- **Lectura de las novelas gráficas adaptadas.** No hay duda de que leer este tipo de novelas es muy especial, por lo que Turnes (2009) ofreció algunas explicaciones sobre los cómics y su relación con los lectores, diciendo: Los cómics tienen una especificidad exigente. Los lectores (re)construyen constantemente símbolos y significados para mantener la coherencia narrativa. Aquí es donde la singularidad de la lectura gráfica se vuelve aún más fuerte: el estilo es la capacidad de interrumpir las prácticas de lectura tradicionales, permitiéndonos avanzar y retroceder en la página, a veces incluso dentro de una sola página. La posibilidad de visitar un objeto aumenta y amplía los significados posibles, contribuyendo así al desarrollo de la capacidad crítica del lector. (s. 5). Antes de esta frase, también se puede ver que, al igual que los cómics, las novelas gráficas adaptadas también son muy interesantes porque no implican una lectura tradicional, porque a través de imágenes y texto, consiguen atraer al lector más rápidamente hacia la imagen que hacia él. No se perdió de vista la historia que pretendía contar. Por otro lado, si hablamos de Will Eisner, quien dice ser el creador del término “novela gráfica”, Gómez (2010, p. 4) dice: Will Eisner habla de leer cómics porque, es un medio que se considera literatura y por el otro se refiere a una lectura amplia, luego de la cual el cómic forma textos simbólicos a través de imágenes y palabras, de lo anterior se puede deducir que, La novela gráfica es una adaptación de la novela tradicional. Hereda el carácter literario de la obra anterior, pero frente al contenido pictórico habla también de lectura gráfica.
- **Novelas gráficas de ciencia ficción.** Con el auge de la publicación de novelas gráficas han aparecido diversas temáticas y algunos cómics se han volcado hacia la novela gráfica, por lo que ahora se aprecia la existencia de novelas gráficas de ciencia ficción, pero para entender qué es la ciencia ficción es necesario citar a Jaramillo (2000) Explicó: Además de crear un universo o mundo posible, la ciencia ficción también debe hacer que su trama y sus personajes sean psicológicamente coherentes y creíbles. La palabra "ciencia" refleja el interés inicial por analizar el cambio personal o social. Los temas aquí son muy diversos:

conquista del espacio, descripciones de nuevos mundos, universos paralelos, posibilidades tecnológicas, manipulación genética, especulaciones sobre el tiempo o el fin del mundo. El tema sólo confirma que la literatura de ciencia ficción es una forma de literatura fantástica moderna. (67. pp.). La literatura de ciencia ficción siempre ha querido mostrar el mundo cambiando desde diferentes aspectos, sin olvidar la autenticidad de la creación. Por tanto, el nacimiento de las novelas gráficas de ciencia ficción no es sólo para ser leído, sino también para ser visto y comprendido. Hacer creíble el contenido de dicho texto. En cuanto a los temas tratados en las novelas gráficas de ciencia ficción, se puede observar que estos temas han cambiado mucho desde el principio hasta la actualidad, según Alvarado (2015, p.15) Afirmar que la ciencia ficción ya no se preocupa por las cuestiones y problemas sociales que enfrenta la humanidad. Por lo tanto, explicó, ya se puede ver que este tema abarca temas relacionados con recursos básicos como el agua, la contaminación, o cuestiones económicas como la pobreza y el hambre, u otros temas que afectan a la sociedad moderna. Por ello, la creación de novelas gráficas de ciencia ficción se considera importante porque despierta la conciencia de la realidad de la humanidad y plantea interrogantes sobre el mundo actual y saca conclusiones sobre el posible futuro de la humanidad si esta situación continúa.

- **Verosimilitud en las novelas gráficas de ciencia ficción.** La creencia es un aspecto esencial en la creación de contenidos para las adaptaciones de novelas gráficas, porque sin ella el texto no puede entenderse y por lo tanto no puede captar completamente la atención del lector, como explica Pérez (2011, p. 211) el pequeño concepto de “creencia”, afirmó que "la autenticidad se entiende estrictamente como una cualidad similar a la realidad que se refiere a la autenticidad de los hechos históricos más que a una autenticidad superior". Por lo tanto, se sostiene que el contenido de una novela gráfica debe ser creíble dentro del universo narrativo de la obra y al mismo tiempo creíble para el lector al leerla y visualizarla, es decir, la autenticidad no es confiable. La necesidad es la verdad o algo que existe pero que tiene la apariencia de un todo. En este sentido, Corona (1997, p. 152) también muestra que "por persuasión entendemos los efectos realistas producidos por expresiones que se ajustan a las leyes de un género predeterminado y son creíbles incluso cuando no son ciertas". Por lo tanto, cuando lees imágenes de ciencia ficción o escribes novelas,

lo que más te fascina es la presentación de los personajes y las diversas características del nuevo mundo. Alvarado (2015, p. 9) confirma la descripción original, diciendo que “un texto de ciencia ficción debe ser creíble, aunque lo que relata sea imposible, ésta es una de sus mayores virtudes, aciertos y ventajas. Lo que el lector lee es la posibilidad de un mundo que no existe pero que es posible y plausible. Se puede ver que la autenticidad de las novelas gráficas es fundamental para captar la atención de los lectores y debe ser innovadora.

- **Nivel de reflexión crítica de las novelas gráficas de ciencia ficción.** La reflexión crítica es un aspecto que la lectura de novelas gráficas de ciencia ficción puede potenciar, ya que permite explicar y cuestionar los problemas sociales actuales y cómo, de continuar, conducirán a un futuro caótico. Por tanto, Muñoz (2006, p. 36) Sugerir que la reflexión crítica es necesaria porque permite hablar, comunicar y transmitir, además es un reflejo del conocimiento personal y el papel de la crítica se desarrollará a través de la interpretación de los hechos dados. Según la reflexión crítica, se cree que los jóvenes deben leer este tipo de textos porque, como dijo Muñoz, necesitan luego desarrollar aspectos críticos y reflexionar sobre diferentes temas en diferentes tipos de textos. Siguiendo describiendo la importancia de la reflexión crítica, Vesga (2015, p. 525) habla de la necesidad de textos de ciencia ficción que desarrollen la imaginación, además de brindar a los jóvenes la oportunidad de crear las propias historias, capaz de expresar sus críticas, dudas y expresar su opinión libremente y apoyo. No hay duda de que el grado en que las novelas gráficas de ciencia ficción son capaces de generar reflexiones críticas entre los jóvenes depende no sólo de la calidad del contenido de las novelas, sino también de cómo los comunicadores presentan y utilizan los conocimientos adquiridos. Estudiantes y jóvenes tras leer novelas gráficas de ciencia ficción.
- **Mundos imaginarios.** En las novelas gráficas de ciencia ficción se suele presentar la creación de mundos imaginarios para explicar situaciones ficticias y la realidad, según Mignot y Lima (2015, p. 64), la creación de mundos imaginarios es un fenómeno normal y serán elementos de la vida cotidiana, pero con algunos cambios que los vuelven ficticios. Entonces, a medida que leas y crees historias de otros tiempos, pasados y futuros, sin duda crearás mundos imaginarios extraídos de la vida cotidiana. Por otro lado, la creación de mundos ficticios puede abarcar hechos basados

en mitos, guerras u otros acontecimientos históricamente significativos. Cáceres (2015) describe la visión de los escritores de mundos épicos de ficción de la siguiente manera: Los escritores de mundos épicos de ficción crean un mundo coherente que, al menos desde un punto de vista poético, los lectores perciban como "real" es una tarea extremadamente difícil, porque requiere un desarrollo profundo de las características del mundo imaginario. La necesidad de crear mapas culturales, genealógicos, geográficos, sistemas lingüísticos y mitológicos, etc.; y darle a todo ello suficiente contexto y coherencia para permitir al lector establecer en su mente las reglas y peculiaridades que gobiernan los otros mundos representados en la familia narrativa. (112. pp.). El autor sugiere que, para crear un mundo imaginario en una historia, lo más importante es que el lector lo perciba como un mundo real, lo cual se puede lograr a través de una buena narración y una comprensión profunda de los conceptos básicos de la historia. . . Se dice que el mundo imaginario está atrapado.

Dimensiones

Fase preparatoria: Aquí se describen las tareas que deben llevar a cabo tanto el importador como el agente de aduanas en relación con la numeración de la Declaración Aduanera de Mercancías (DAM). En este contexto, la primera responsabilidad del importador es la de proporcionar una garantía global a la SUNAT.

Fase de descarga: esta comienza desde que la nave llega al puerto y se extiende hasta que se completa la descarga del contenedor. Es importante destacar que, para calcular los tiempos, se toma en cuenta el período desde la llegada de la nave a la rada del terminal portuario. Luego, se procede con el proceso de descarga del contenedor, el cual implica que el transportista o su representante y los depósitos temporales emitan la nota de tarja general. Este documento es fundamental, ya que en él se registran las características del contenedor al llegar al puerto, como la marca, el número, el estado, el tamaño, los precintos, entre otros. La nota de tarja general se entrega en original al agente marítimo y se proporcionan copias al transportista terrestre y, si es solicitado, a la SUNAT.

Fase de inspección: el control de riesgo de las mercancías implica que, una vez que las declaraciones han sido numeradas, estas estarán sujetas a diferentes canales de control, que son el Canal Verde, el Canal Naranja y el Canal Rojo.

b. Estrategias de comercialización

Según Yachi (2018), se describe cómo evoluciona la actividad de distribución, comenzando por definir que el comercio desempeña el papel de intermediario entre los sectores de distribución y consumo. Esto se deriva del hecho de que algunos producen bienes y otros los consumen, lo que requiere un intercambio entre al menos dos partes y la sincronización del espacio y el tiempo, ya que separan las etapas de producción y consumo del producto.

Cuando se busca promocionar un producto o servicio, es fundamental emplear estrategias de marketing que permitan a la empresa establecer intercambios estratégicos y distribuir sus productos o servicios de manera efectiva.

Por otro lado, Rizo, Villa, Vuelta y Vargas (2017) argumentaron que la comercialización es un proceso que involucra la comprensión de la psicología humana y se basa en una serie de directrices que una empresa debe considerar para lograr su crecimiento. La toma de decisiones en marketing comprende cuatro elementos: el cuándo (momento adecuado), el dónde (ubicación geográfica), el a quién (público objetivo) y el cómo (estrategia de marketing).

Si una organización busca prosperar desde el punto de vista financiero y económico, debe implementar estrategias de marketing y herramientas que le ayuden a alcanzar sus objetivos, especialmente cuando se trata de promocionar un producto nuevo o uno que no es ampliamente conocido en su mercado objetivo.

En el mismo sentido, Nury (2017) señaló que hay cuatro aspectos fundamentales que influyen en el proceso de marketing: el cuándo (momento oportuno), el dónde (ubicación geográfica), el a quién (público objetivo) y el cómo (estrategia de introducción del producto en el mercado). El primer aspecto se refiere al momento adecuado para llevar a cabo la acción, el segundo a la estrategia geográfica, el tercero a la identificación del público objetivo y, por último, se hace referencia a la estrategia para introducir el producto en el mercado.

Hoy en día, esta disciplina se emplea con frecuencia y se beneficia de avances tecnológico-científicos de vanguardia. Se caracteriza por su aplicación en diversos campos y se utiliza tanto en el mercado nacional como en el internacional para lanzar productos.

Estrategia

Paenza (2016) define en su libro que el desarrollo de estrategias se trata de adversarios, lo que incluye cómo predecir lo que harán, cómo contrarrestarlos y cómo hacer que tu posición prevalezca. (pág. 26). La conclusión es que la estrategia es una forma de luchar contra nuestros adversarios, las organizaciones desarrollan estrategias para predecir lo que harán sus competidores y, si estas

estrategias son las más apropiadas, pueden derrotar a sus competidores. Andrews (1980) lo define como el modelo o esquema de toma de decisiones de una organización que revela e identifica cada objetivo, meta u objetivo que describe las principales políticas y planes para lograr cada meta planteada. (p. 100) La estrategia es el patrón que una empresa elige para tomar las mejores decisiones y alcanzar sus objetivos. Fernández (2012) lo define como la forma en que una empresa u organización interactúa con su entorno, invirtiendo mucho esfuerzo y recursos para lograr cada objetivo. (página 90). La conclusión es que la empresa trabaja con sus empleados y todas las partes relevantes para desarrollar estrategias para lograr sus objetivos a través de ellos.

Tipos de estrategias de comercialización

La comercialización nació en la antigüedad en los que se utilizaba la caza y la agricultura esto para intercambiar por alimentos, en este sentido las estrategias de comercialización se dividen de cuatro tipos.

Estrategias de fijación de precio: Antes de ofrecer y fijar un precio para un producto y/o servicio en particular, es necesario analizar los elementos que deben tenerse en cuenta.

Estrategias de producto: Articulan las acciones a realizar en relación a un producto y/o servicio en un periodo de tiempo.

Estrategias de distribución de producto: Los productos deben estar disponibles para los consumidores para ser vendidos.

Estrategias de comunicación: Su propósito es transmitir información al cliente y siempre enfatizar los beneficios del producto que son ofrecidos.

Dimensiones

Identificación del target: Reconocer al público objetivo es el acto de definir el grupo de individuos hacia los cuales se dirige la comercialización de un artículo o prestación de servicio, sin más ni menos. Las compañías emplean esta definición para adentrarse en un conocimiento exhaustivo de sus posibles consumidores y crear tácticas de promoción que los asistan en la consecución de sus metas en el ámbito comercial y de mercadotecnia (Yachi, 2018)

Conocimientos de los gustos del consumidore: Además, contar con un entendimiento profundo de las preferencias de los consumidores significa haber efectuado un análisis en profundidad de su esencia y poseer la habilidad de resumir y reconocer su estructura, características y los factores que influyen en sus elecciones, con el propósito de aumentar la eficacia de las decisiones de marketing (Yachi, 2018).

Canales de distribución: Por último, el proceso de elegir el canal de distribución se basa en la oferta de productos del productor, con la sola restricción de agruparla. Se establecen estrategias de almacenamiento para mantener un suministro constante en el mercado meta (Yachi, 2018).

D. Marco conceptual

a. Arte

Se comprende principalmente como una actividad o producto que combina aspectos estéticos y comunicativos. A través de esto, se transmiten ideas, emociones y una perspectiva del mundo en general, utilizando diversos recursos como elementos visuales, lingüísticos, auditivos, mixtos y corporales.

b. Comercialización

se refiere al proceso mediante el cual una empresa u organización desarrolla estrategias para promover y vender productos o servicios de manera efectiva para llegar al consumidor. Es esencialmente una actividad de naturaleza comercial que abarca todas las entidades y actividades relacionadas con el comercio en una sociedad.

c. Consumo

se define como la acción de utilizar o gastar un producto, bien o servicio para satisfacer necesidades humanas, tanto básicas como secundarias. En términos económicos, el consumo representa la etapa final del proceso de producción, cuando el bien obtenido es capaz de servir al consumidor.

d. Distribución

se describe como la acción de repartir o dividir, con connotaciones específicas según el contexto en el que se utilice. En esencia, se opone a la idea de concentración o acaparamiento.

e. Estrategias

son una serie de acciones planificadas y orientadas hacia un objetivo particular. También se pueden definir como un conjunto que incluye métodos, medios y técnicas, lo que permite mayor flexibilidad y beneficio en el proceso.

f. Importación

es uno de los dos componentes de la balanza comercial de un país, siendo el otro la exportación. Cuando las exportaciones superan a las importaciones, se produce un superávit comercial, mientras que un déficit comercial se registra cuando las importaciones son mayores que las exportaciones. En términos económicos, se considera ideal la primera situación, ya que implica un mayor ingreso de recursos económicos al país debido a los ingresos generados por las exportaciones.

g. Lector

es una persona que lee diferentes tipos de materiales como libros, periódicos, revistas y documentos, ya sea en silencio o en voz alta y en diversos contextos.

h. Mercancía

Hace referencia a cualquier producto de consumo que se compra o vende en el marco de una transacción entre un negocio y sus clientes. Antes de llegar al consumidor, las mercancías pueden pasar por varios eslabones de la cadena de suministro, como fabricantes, distribuidores, almacenes y comerciantes.

i. Mercado extranjero

representa los espacios en los que tienen lugar transacciones financieras entre países, incluyendo la compra y venta de bienes, así como el intercambio de diversos servicios a cambio de una compensación económica a nivel mundial.

j. Novelas gráficas

son relatos con narrativa visual extendida que tienen un principio y un final en el mismo volumen. Están asociadas a un único autor y se presentan en formato libro. En su mayoría, están destinadas a un público adulto y ofrecen tramas literarias complejas. Este término ha cobrado relevancia en el ámbito de la literatura y las artes gráficas, forjando su propia identidad a lo largo de décadas y siendo apreciado por autores de renombre internacional.

E. Problemas de la investigación

a. Problema general

¿La importación de novelas gráficas se relaciona con las estrategias de comercialización dentro de la región de Ica durante el 2022?

b. Problemas específicos

1. ¿La importación de novelas gráficas se relaciona con la identificación del Target dentro de la región de Ica durante el 2022?
2. ¿La importación de novelas gráficas se relaciona con el conocimiento de los gustos del consumidor dentro de la región de Ica durante el 2022?
3. ¿La importación de novelas gráficas se relaciona con los canales de distribución dentro de la región de Ica durante el 2022?

F. Justificación

Este estudio investigativo se justifica en que se ha podido observar que las novelas gráficas hoy en día tienen mucha importancia, ya que estos ayudan a promover la lectura, asimismo las importaciones crean ventajas a la innovación de tecnología y mejoramientos de competitividad.

Importancia

Esta investigación es de vital relevancia ya que potencia y crea un posible crecimiento, puesto que las importaciones son de inmenso beneficio para el país o individuo exportador, así como también para el individuo importador y su país. Asimismo, cabe mencionar que las novelas gráficas son otra forma de representación textual que se ha vuelto muy interesante en estos días porque los autores las representan usando dibujos para usar diferentes herramientas para hacer más visible la historia y así hacerla atractiva y llamativa para el lector.

G. Objetivos de la investigación

a. Objetivo general

Identificar cómo la importación de novelas gráficas se relaciona con las estrategias de comercialización dentro de la región de Ica durante el 2022.

b. Objetivos específicos

1. Determinar cómo la importación de novelas gráficas se relaciona con la identificación del Target dentro de la región de Ica durante el 2022.
2. Determinar cómo la importación de novelas gráficas se relaciona con el conocimiento de los gustos del consumidor dentro de la región de Ica durante el 2022.
3. Determinar cómo la importación de novelas gráficas se relaciona con los canales de distribución dentro de la región de Ica durante el 2022.

H. Hipótesis de la investigación

a. Hipótesis general

La importación de novelas gráficas se relaciona con las estrategias de comercialización dentro de la región de Ica durante el 2022.

b. Hipótesis específicas

1. La importación de novelas gráficas se relaciona con la identificación del Target dentro de la región de Ica durante el 2022.
2. La importación de novelas gráficas se relaciona con el conocimiento de los gustos del consumidor dentro de la región de Ica durante el 2022.
3. La importación de novelas gráficas se relaciona con los canales de distribución dentro de la región de Ica durante el 2022.

I. Variables de la investigación

a. Variable independiente

Importación de novelas gráficas

Se refiere a la importación de un tipo particular de publicación que combina elementos del cómic y la novela tradicional, fusionando sus formatos. Este tipo de publicación narra una historia a través de viñetas que incluyen ilustraciones y

texto. A diferencia de las historietas convencionales, está dirigida a una audiencia adulta y presenta una narrativa con matices literarios.

b. Variable dependiente

Estrategias de comercialización

Se trata de las estrategias de marketing que las empresas emplean para lanzar un nuevo producto o servicio al mercado. Estas estrategias se diseñan con el propósito de reducir los riesgos asociados a la introducción de un nuevo producto. Por lo general, incluyen la definición de los segmentos de mercado objetivo, un plan de marketing y una estrategia específica para la venta y distribución del producto.

J. Operacionalización de variables

Tabla 1

Matriz de operacionalización de variable (X): Importación de novelas gráficas.

Título: Importación de novelas gráficas y su relación con las estrategias de comercialización en Ica, 2022.				
Variable (X)	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores
Importación de novelas gráficas.	MINCETUR (2020), menciona que importar es comprar u obtener productor o servicios de otro país u otro mercado distinto del propio	La importación de novelas gráficas se analizará mediante las fases de preparación, descarga y de Inspección.	Fase de preparación.	• Solicitudes.
			Fase de descarga	• Contenedor.
			Fase de inspección	• Control.

Nota. Elaborado por el autor (2023).

Tabla 2*Matriz de operacionalización de variable (Y): Estrategias de comercialización.*

Título: Importación de novelas gráficas y su relación con las estrategias de comercialización en Ica, 2022.				
Variable (Y)	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores
Estrategias de comercialización.	Yachi, (2018), describe a las estrategias de comercialización como actividad de distribución, desde el momento que unos son los que lo producen y otros son quienes lo consumen	Las estrategias de comercialización se analizarán mediante la identificación de target, conocimiento de los gustos del consumidor y los canales de distribución.	Identificación del Target.	<ul style="list-style-type: none"> • Destinatarios.
			Conocimiento de los gustos del consumidor.	<ul style="list-style-type: none"> • Gustos del cliente.
			Canales de distribución.	<ul style="list-style-type: none"> • Procesos de oferta.

Nota. Elaborado por el autor (2023).

II. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

A. Tipo, nivel y diseño de investigación

a. Tipo de investigación

Este estudio fue de tipo básico, según McCombes (2019), Dado que la investigación se ocupa principalmente de consolidar ideas o conocimientos sobre un tema específico, se recomienda a ampliar estos conceptos.

b. Nivel de investigación

Para este estudio el nivel fue de manera correlacional, según Bhandari (2021), como aquellos estudios en los que los métodos estadísticos intentan cuantificar o medir estadísticamente la correlación que pueda existir entre las dos variables en estudio.

c. Diseño de investigación

Esta investigación fue no experimental, el cual Navarro (2020), revela que el propósito de este tipo de diseño es observar interacciones y comportamientos entre variables en un ambiente controlado; esto es importante porque permitirá evaluar el grado de correlación entre las variables de investigación, en este caso (importación de novelas gráficas y estrategias comerciales).

B. Población, muestra materia de investigación

a. Población

Según el autor Bhandari (2021), una población es una representación de un grupo de individuos con un conjunto de características comunes que son apreciadas por los investigadores. De esta manera, se contempló para la investigación a personas dentro de la región de Ica que hayan adquirido novelas gráficas importadas dentro de las edades de 18 a 30 años.

b. Muestra

Respecto a la muestra, Ravikiran (2022), se refiere a una porción de la población, la cual ha sido seleccionada a través de métodos probabilísticos o no probabilísticos. Por tal motivo, a través de un muestreo por conveniencia (no probabilístico) se han seleccionado a 100 personas dentro de la región de Ica que hayan adquirido novelas gráficas importadas dentro de las edades de 18 a 30 años.

C. Técnica de recolección de datos

Se empleó la encuesta, donde el autor Katz et al. (2019), menciona que esta técnica se adapta a la disponibilidad de recursos de los investigadores a la vez que permite el recojo de los datos en volumen considerable.

D. Instrumentos de recolección de datos

Se empleó el cuestionario, la cual según Salas (2020), representa un listado de preguntas consignadas para la obtención de datos siguiendo las variables y

dimensiones de la investigación, facilitando de esta manera la respuesta a los objetivos previamente trazados.

- **Variable independiente**

La variable independiente se constituyó por 9 preguntas donde la dimensión fase preparatoria se conformó por 3 interrogantes, luego la dimensión fase de descarga se compuso por 3 preguntas y la dimensión fase de inspecciones se estableció por 3 interrogantes. En la cual las repuestas de las interrogantes se establecieron por alternativas. 1. Nunca, 2. Casi nunca, 3. A veces, 4. Casi siempre, 5. Siempre.

- **Variable dependiente**

La variable dependiente se conformó por 9 preguntas donde la dimensión identificación del target se conformó por 3 interrogantes, luego la dimensión conocimiento de los gustos del consumidor se compuso por 3 preguntas y la dimensión canales de distribución se estableció por 3 interrogantes. En la cual las repuestas de los interrogantes se establecieron por alternativas. 1. Nunca, 2. Casi nunca, 3. A veces, 4. Casi siempre, 5. Siempre.

E. Técnica de procesamiento de datos, análisis e interpretación de resultados

En principio, se empleó la herramienta Excel para el procesamiento de los datos dentro de hojas de cálculo, siendo clasificados según las dimensiones y variables a las cuales pertenecen respectivamente. Posteriormente, se trabajó con la herramienta SPSS para la demostración de la hipótesis en dicha investigación, evaluándolas por medio del coeficiente de Pearson, verificando si existe o no un grado de correlación entre las variables (hipótesis general) y las dimensiones (hipótesis específicas).

III. RESULTADOS

A. Resultados estadísticos

Variable independiente: Importación de novelas gráficas

Tabla 3

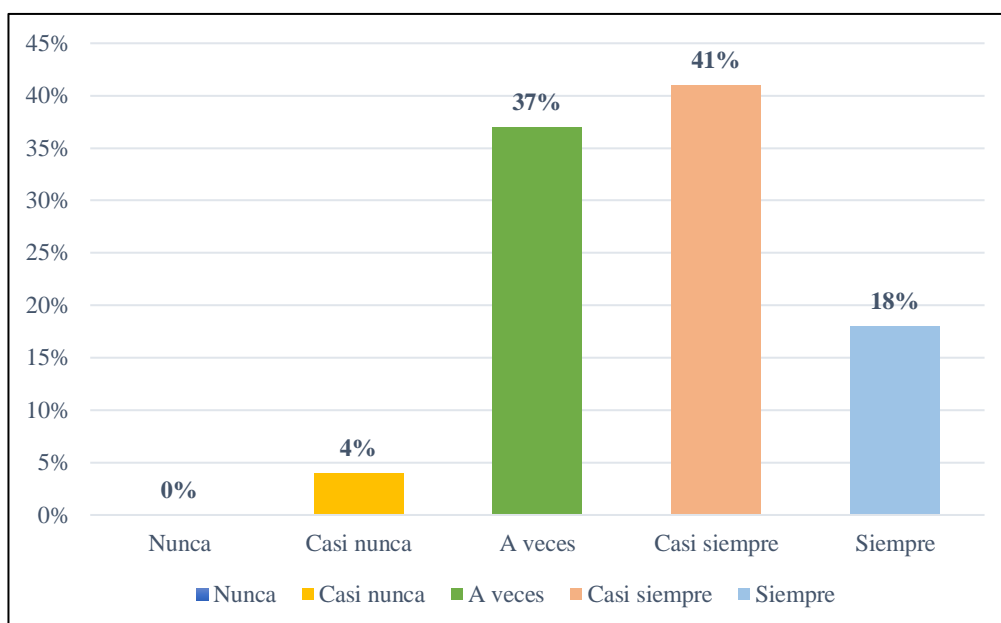
¿Crees que el producto tiene garantía total si pretendes importar novelas gráficas?

Frecuencia	fx	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	4	4%
A veces	37	37%
Casi siempre	41	41%
Siempre	18	18%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 1

¿Crees que el producto tiene garantía total si pretendes importar novelas gráficas?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: Se observa en la figura 1 que, de los encuestados el 41% respondieron casi siempre los productos tienen garantías de importación de las novelas gráficas, así también, el 37% cree que a veces se dan estas garantías a la hora de importar las novelas gráficas. Por otro lado, el 18% respondió que siempre han tenido la garantía de sus productos y solo el 4% manifestó que casi nunca han confiado en las garantías al momento de importar.

Tabla 4

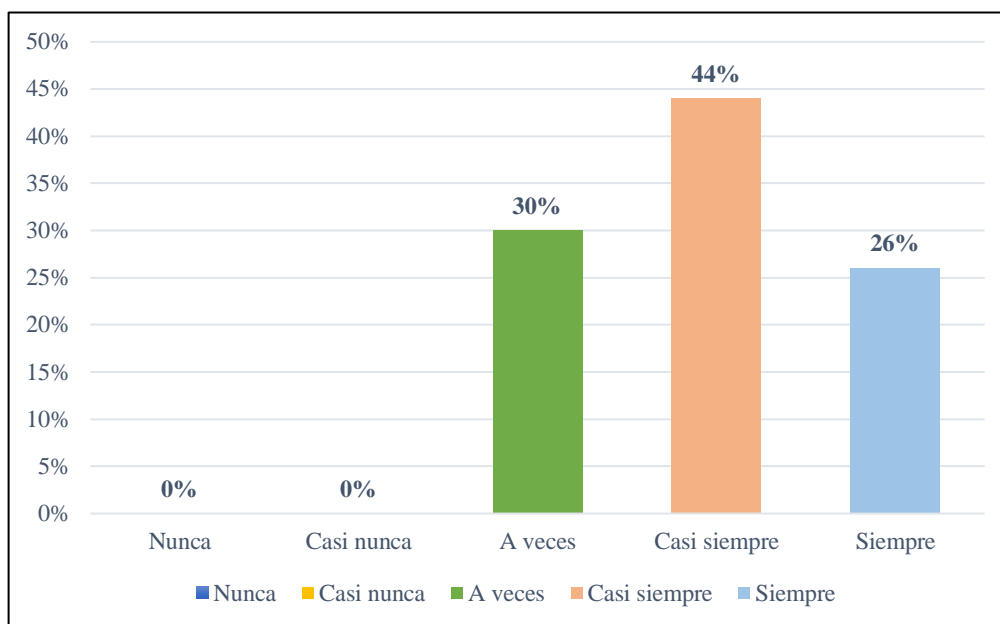
¿El agente de aduanas garantiza seguridad al importar la mercancía (novelas gráficas) que solicitaste?

Frecuencia	fx	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	30	30%
Casi siempre	44	44%
Siempre	26	26%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 2

¿El agente de aduanas garantiza seguridad al importar la mercancía (novelas gráficas) que solicitaste?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: De la figura 2 se entiende que, el 44% de los encuestados respondió casi siempre el agente de aduanas ha garantizado su seguridad al momento de la importación, el 30% respondió que, solo a veces sienten la garantía de los agentes aduaneros mientras que, el 26% indicó que siempre han sentido seguridad en la importación a causa de los agentes aduaneros.

Tabla 5

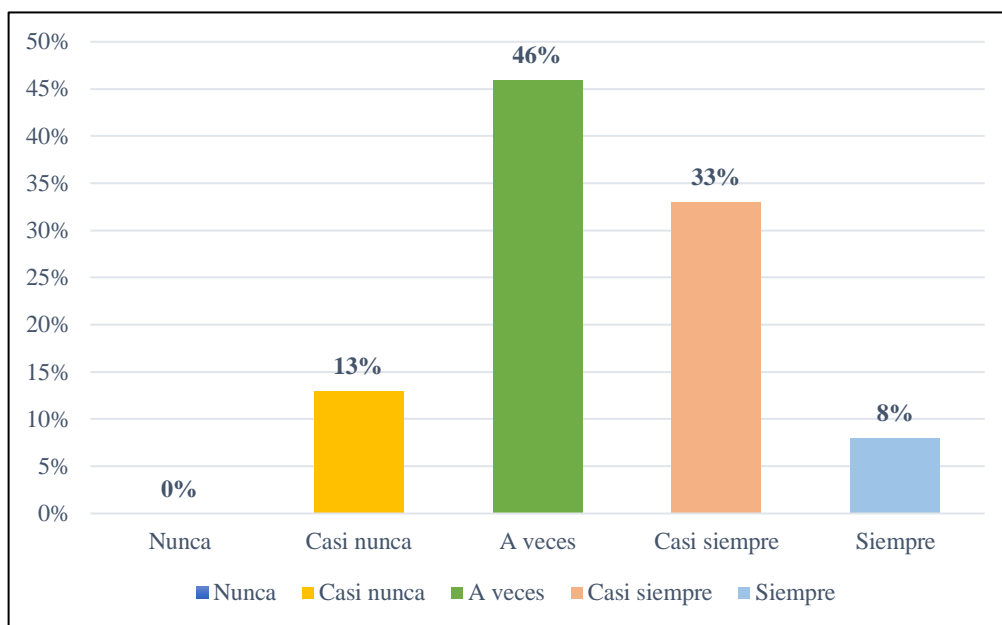
¿Crees que las actividades aduaneras para la importación de novelas gráficas se hacen tiempo correcto?

Frecuencia	fx	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	13	13%
A veces	46	46%
Casi siempre	33	33%
Siempre	8	8%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 3

¿Crees que las actividades aduaneras para la importación de novelas gráficas se hacen tiempo correcto?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: En la figura 3 está detallado que, el 46% de los entrevistados ha respondido a veces las importaciones de novelas gráficas se realizan a tiempo correcto dado a las actividades aduaneras, para el 33% de los entrevistados casi siempre se realizan esas actividades, el 13% piensa que no se realizan a tiempo correcto. Y el 8% opina que siempre han llegado a tiempo las importaciones de novelas gráficas.

Tabla 6

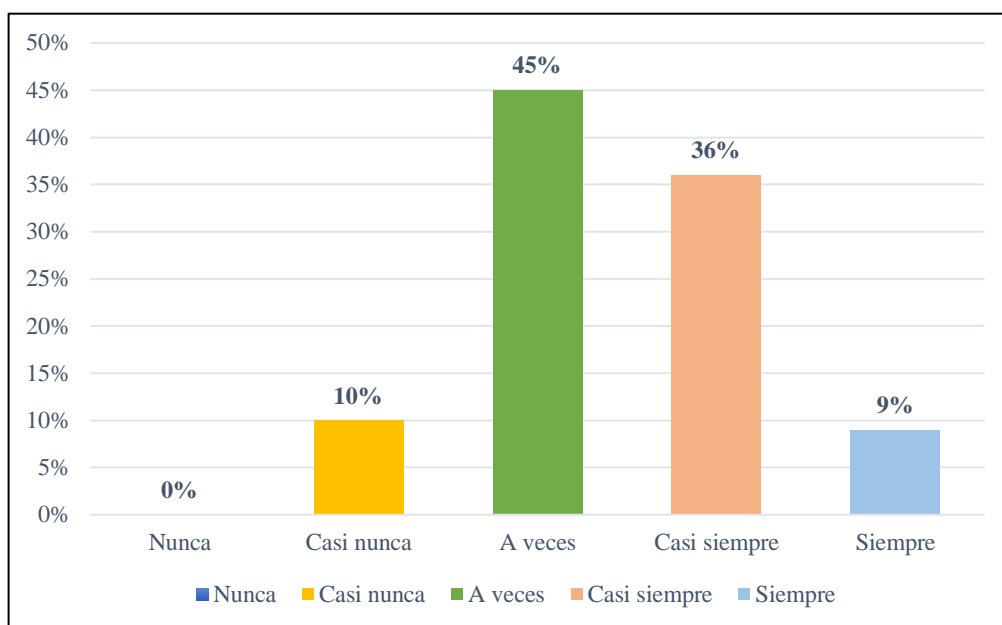
¿El transportista incluye una tarjeta general al descargar el contenedor?

Frecuencia	fx	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	10	10%
A veces	45	45%
Casi siempre	36	36%
Siempre	9	9%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 4

¿El transportista incluye una tarjeta general al descargar el contenedor?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: En la figura 4 esta presentado que, el 45% de los participantes ha respondido que a veces el transportista hace uso de una tarjeta para descargar el contenedor, para el 36% de los participantes respondieron casi siempre, el 10% casi nunca y el 9% respondió siempre.

Tabla 7

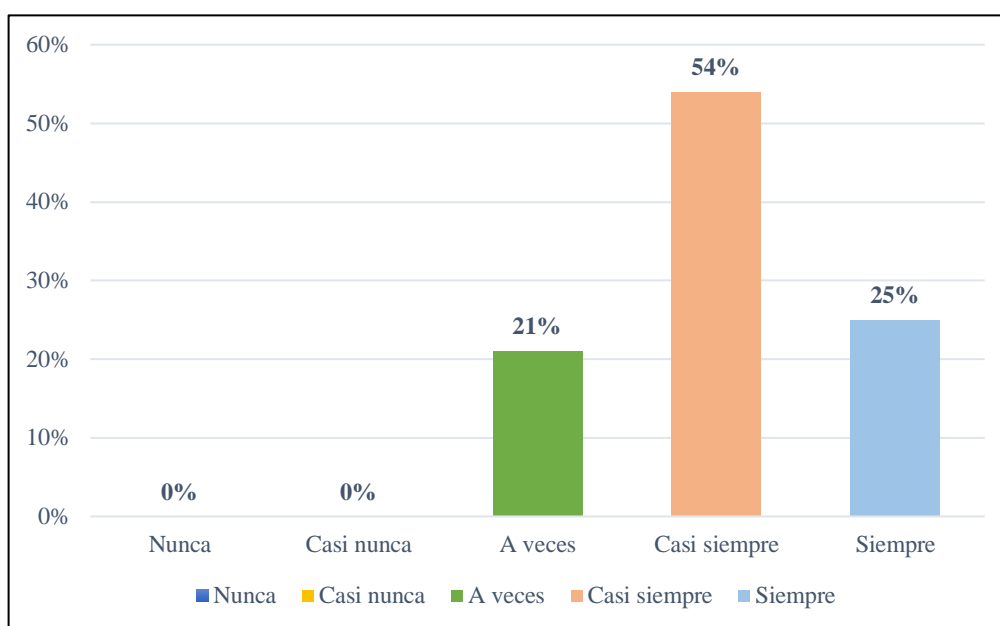
¿La documentación describe las características del contenedor como marca y número o condición y tamaño?

Frecuencia	fx	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	21	21%
Casi siempre	54	54%
Siempre	25	25%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 5

¿La documentación describe las características del contenedor como marca y número o condición y tamaño?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: Se encuentra detallado en la figura 5 que, 54% de los encuestados manifestaron casi siempre la documentación describe las características del contenedor, el 25% siempre y el 21% mencionaron que a veces se detallan las características del contenedor.

Tabla 8

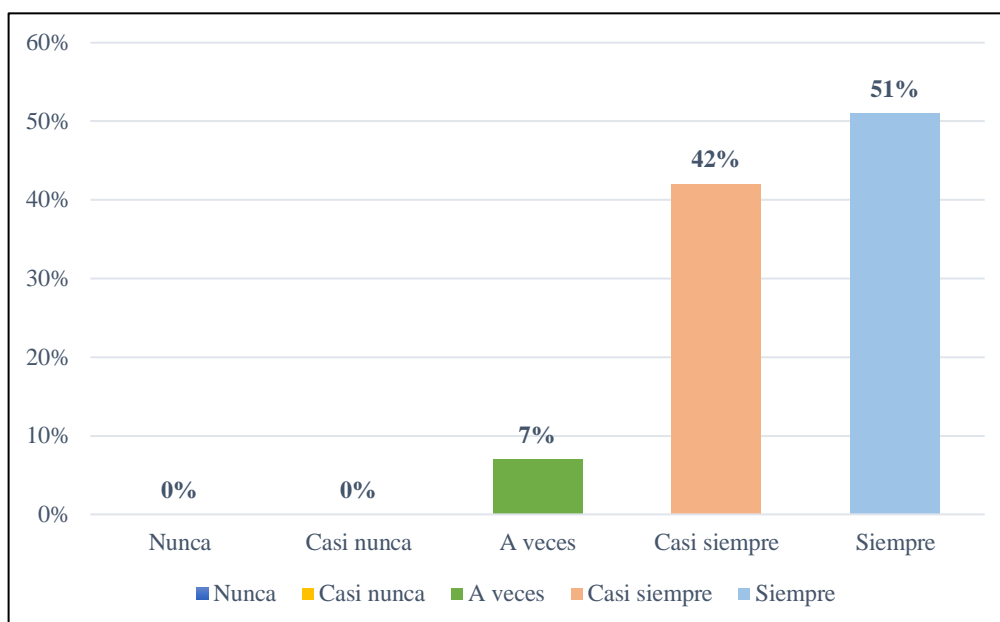
¿La fase de descarga del contenedor se realiza de forma segura y transparente?

Frecuencia	fx	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	7	7%
Casi siempre	42	42%
Siempre	51	51%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 6

¿La fase de descarga del contenedor se realiza de forma segura y transparente?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: Según lo detallado en la figura 6 que, el 51% de los entrevistados manifestó que siempre las descargas del contenedor se realizan de manera correcta, el 42% cree que esta acción se realiza casi siempre y el 7% contestó que a veces se han realizado las descargas de manera óptima.

Tabla 9

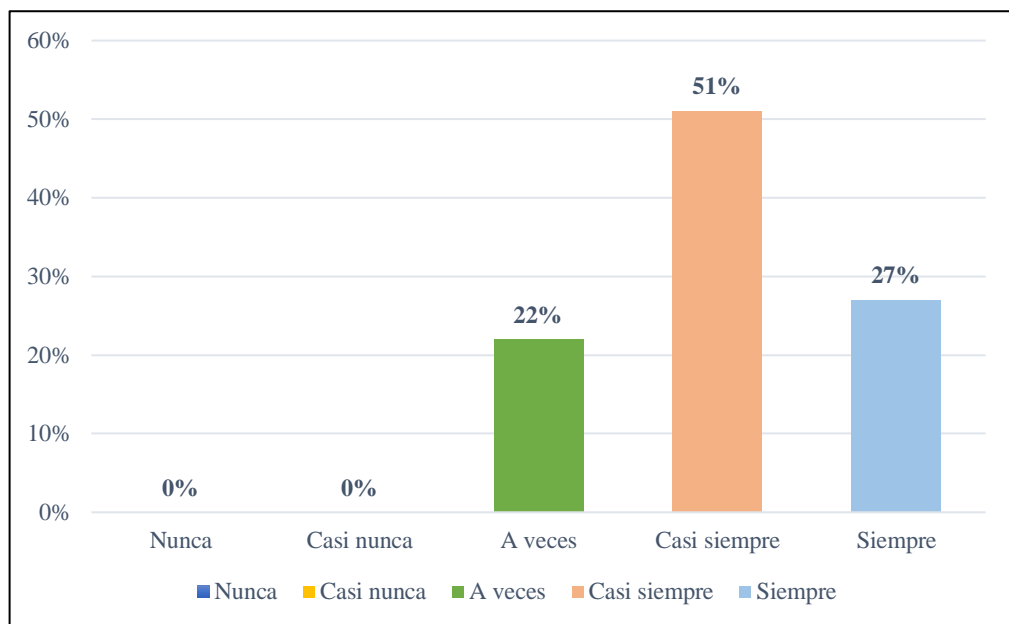
¿Crees que los precios internacionales afectan la demanda interna determinada por el precio relativo de las importaciones?

Frecuencia	fx	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	22	22%
Casi siempre	51	51%
Siempre	27	27%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 7

¿Crees que los precios internacionales afectan la demanda interna determinada por el precio relativo de las importaciones?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: El 51% de los encuestados ha respondido que, casi siempre los precios internacionales afectan la demanda interna, el 27% respondió que siempre se da por afectado la demanda interna en los precios de importación. El 22% piensa que solo a veces se dan la aceleración de los precios.

Tabla 10

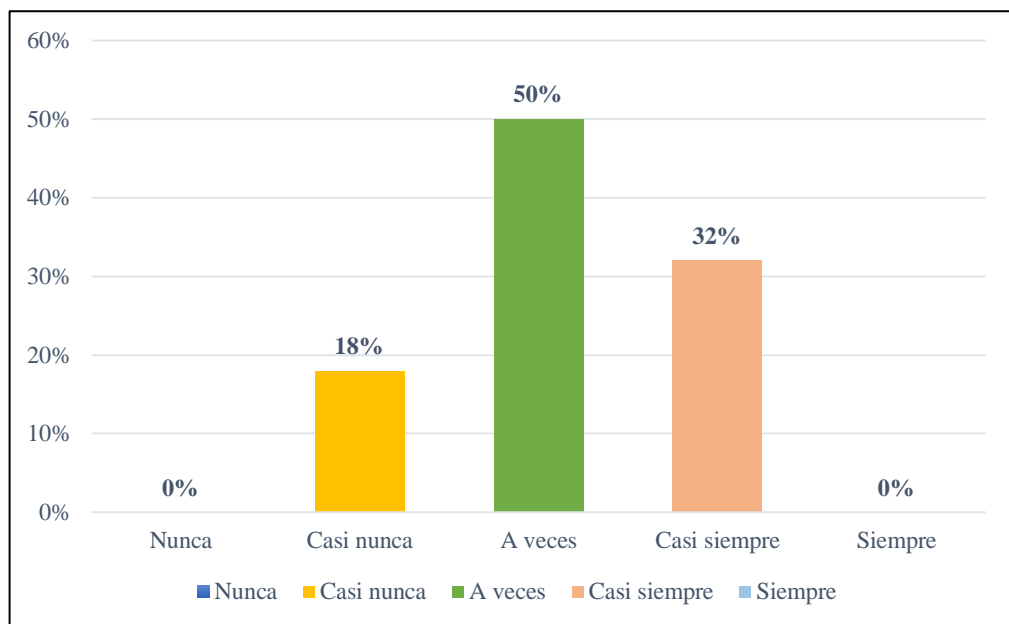
¿Cree que el canal de importación permite un mejor desempeño en términos a la balanza comercial?

Frecuencia	fx	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	18	18%
A veces	50	50%
Casi siempre	32	32%
Siempre	0	0%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 8

¿Cree que el canal de importación permite un mejor desempeño en términos a la balanza comercial?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: El 50% ha respondido que a veces el canal de importación permite un mejor desempeño en la balanza comercial, el 32% opinó que casi siempre se permite un mejor desempeño del canal de importación y el 18% opinó que casi nunca se ha dado estos casos.

Tabla 11

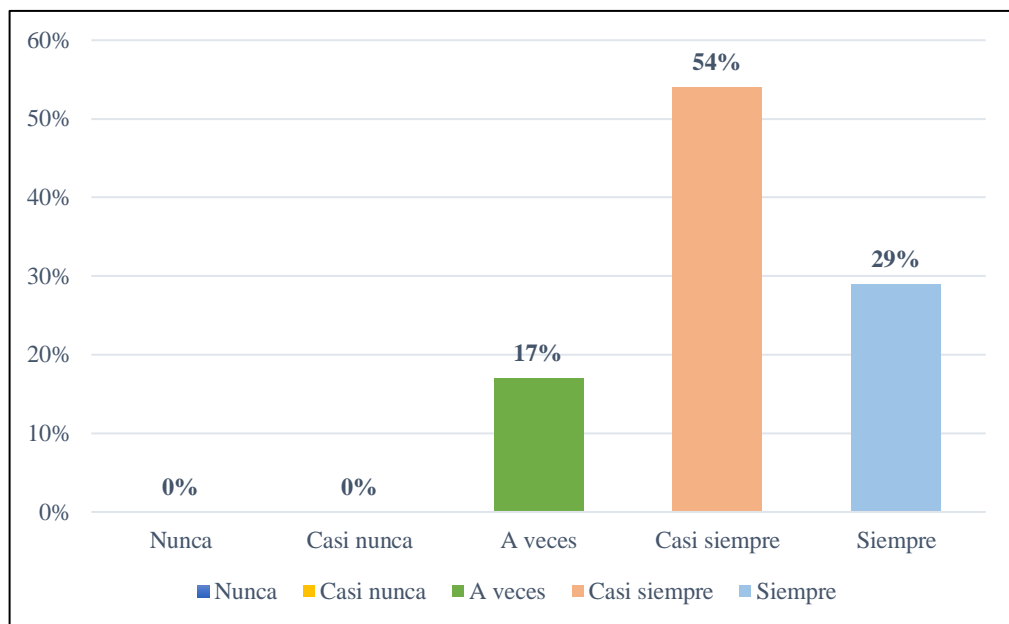
¿Se aplican controles durante la fase de inspección para evitar riesgos para el producto?

Frecuencia	fx	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	17	17%
Casi siempre	54	54%
Siempre	29	29%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 9

¿Se aplican controles durante la fase de inspección para evitar riesgos para el producto?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: Para el 54% de los participantes casi siempre se dan las inspecciones del producto, para el 29% siempre se realizan las inspecciones y para el 17% a veces.

Variable dependiente: Estrategias de comercialización

Tabla 12

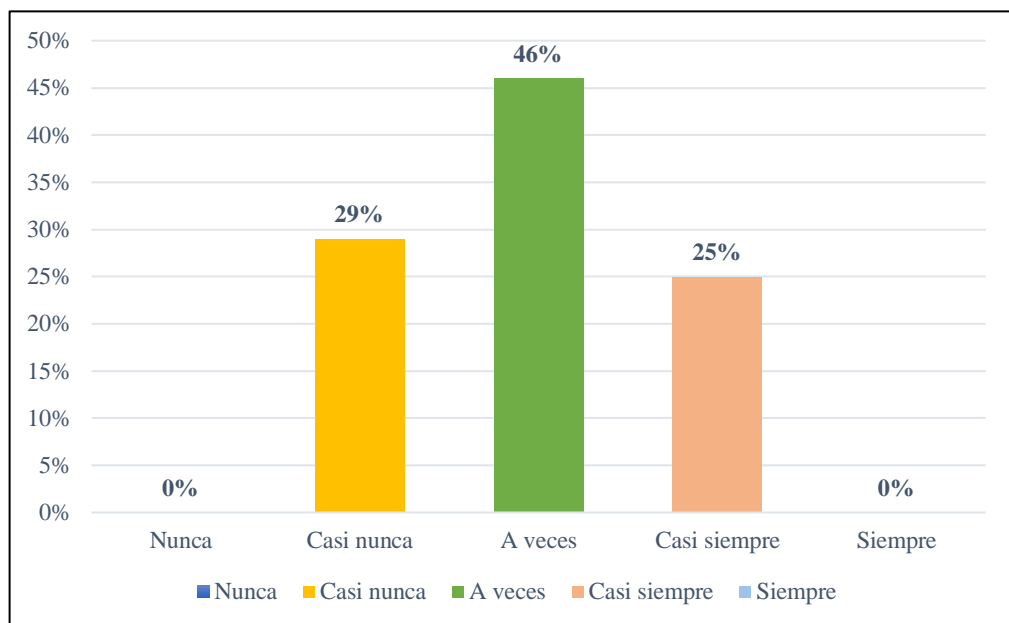
¿Las campañas promocionales requieren la identificación del destinatario de productos?

Frecuencia	fx	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	29	29%
A veces	46	46%
Casi siempre	25	25%
Siempre	0	0%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 10

¿Las campañas promocionales requieren la identificación del destinatario de productos?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: De la figura 10 se observa que, el 46% opina que a veces las publicidades requieren la identificación de los productos, el 29% cree que casi nunca se dan aquellas campañas de identificación y el 25% opinaron que casi siempre se necesita identificar productos de destinatarios.

Tabla 13

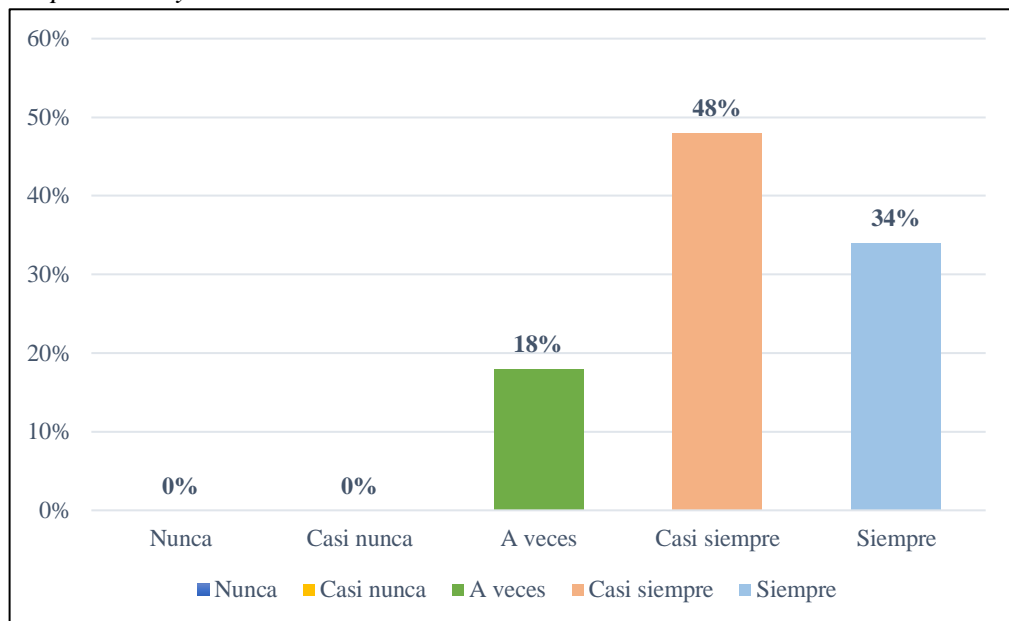
¿Cree que aplicar el diseño de estrategias de marketing puede aumentar las ventas de productos y servicios?

Frecuencia	fx	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	18	18%
Casi siempre	48	48%
Siempre	34	34%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 11

¿Cree que aplicar el diseño de estrategias de marketing puede aumentar las ventas de productos y servicios?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: Para el 48% de los encuestados casi siempre las campañas de marketing aumentan las ventas, el 34% siempre se dan estos resultados y el 18% a veces.

Tabla 14

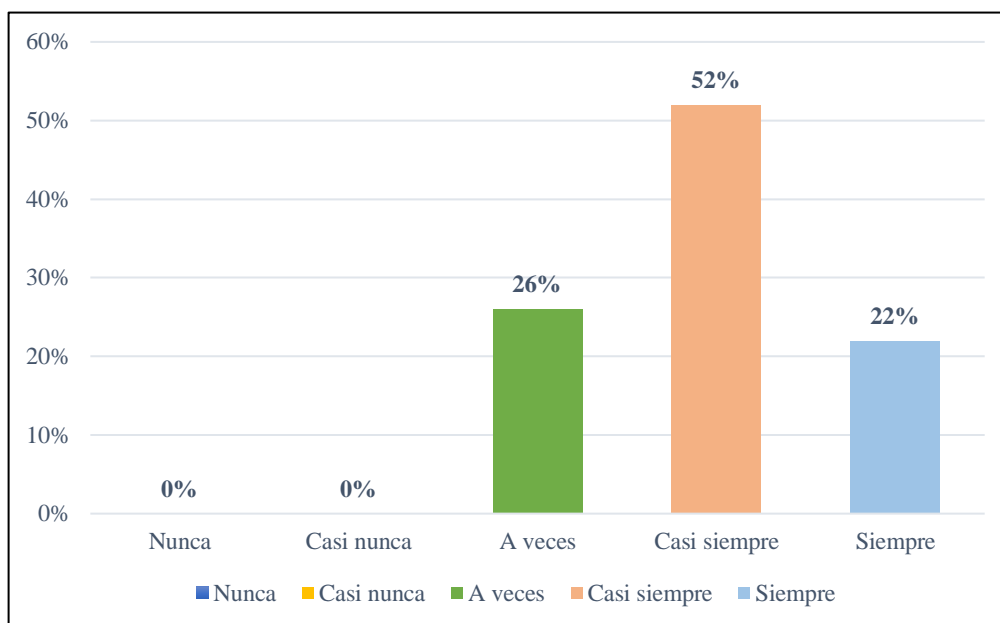
¿Las empresas que venden bienes de consumo masivo deben reconocer las necesidades y los beneficios al desarrollar campañas de marketing?

Frecuencia	fx	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	26	26%
Casi siempre	52	52%
Siempre	22	22%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 12

¿Las empresas que venden bienes de consumo masivo deben reconocer las necesidades y los beneficios al desarrollar campañas de marketing?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: En la figura 12 se puede observar que, el 52% de los participantes han respondido que casi siempre se deben de conocer los gustos de los clientes mientras que, el 26% opinó que a veces y el 22% siempre se realizar un sondeo y saber específicamente las preferencias de los clientes.

Tabla 15

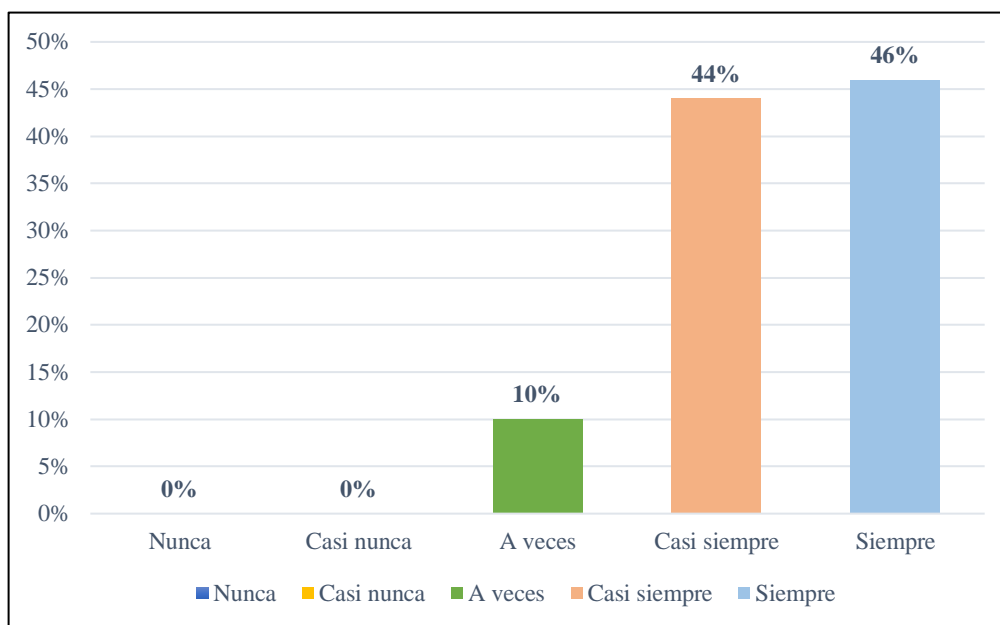
¿Considera que es importante analizar en profundidad los gustos de los consumidores durante el proceso de comercialización?

Frecuencia	fx	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	10	10%
Casi siempre	44	44%
Siempre	46	46%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 13

¿Considera que es importante analizar en profundidad los gustos de los consumidores durante el proceso de comercialización?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: El 46% de los participantes respondieron que, siempre se debe de saber los gustos de los consumidores en el proceso de comercialización, el 44% contestaron que casi siempre es bueno saber los gustos de los consumidores y el 10% respondieron que a veces deben de tomarse en cuenta la elección de los clientes.

Tabla 16

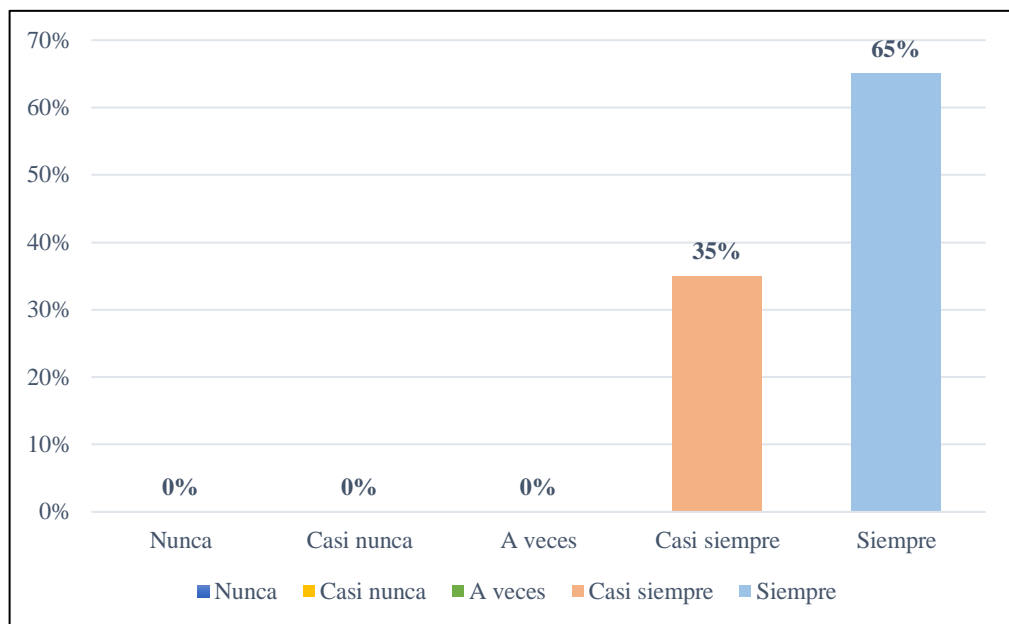
¿Considera que el conocer los gustos de los consumidores eleva el valor de los productos en comercialización?

Frecuencia	fx	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	0	0%
Casi siempre	35	35%
Siempre	65	65%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 14

¿Considera que el conocer los gustos de los consumidores eleva el valor de los productos en comercialización?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: El 65% de los encuestados respondieron que siempre conocer los gustos de los consumidores eleva el valor de los productos y el 35% respondió que casi siempre es bueno saber los gustos de los clientes.

Tabla 17

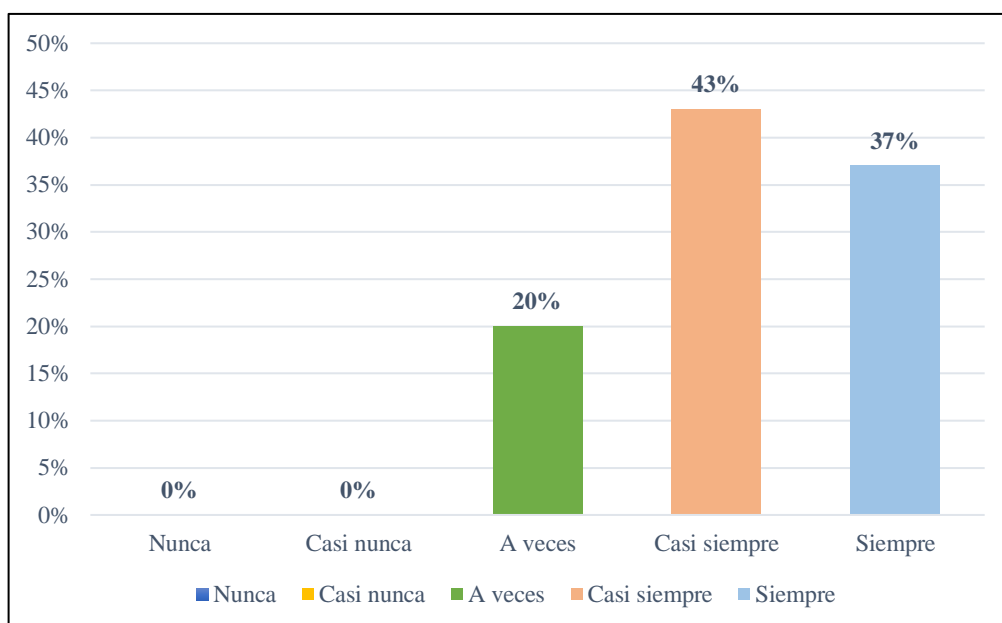
¿Considera que la decisión de comercialización toma en consideración la demanda y exigencias de los consumidores?

Frecuencia	fx	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	20	20%
Casi siempre	43	43%
Siempre	37	37%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 15

¿Considera que la decisión de comercialización toma en consideración la demanda y exigencias de los consumidores?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: El 43% de los participantes manifestaron que, casi siempre la decisión de comercialización toma en consideración la demanda y exigencias de los consumidores, el 37% respondió siempre se toma en consideración las exigencias de los clientes y el 20% opinó que a veces se da la demanda de exigencias.

Tabla 18

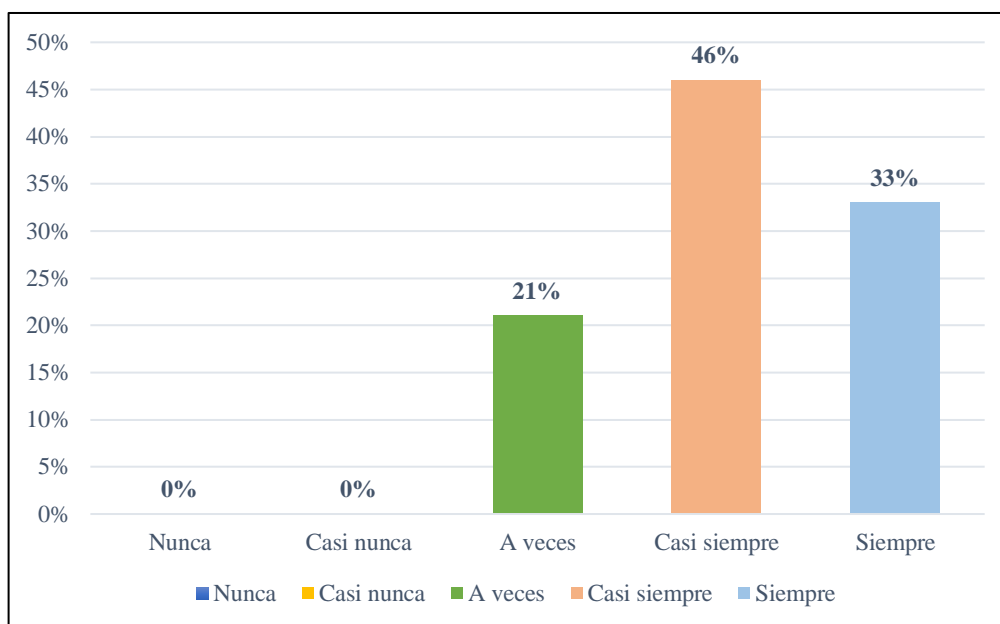
¿Considera que la oferta de productos representa una decisión de riesgo para la generación de ganancias?

Frecuencia	fx	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	21	21%
Casi siempre	46	46%
Siempre	33	33%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 16

¿Considera que la oferta de productos representa una decisión de riesgo para la generación de ganancias?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: El 46% ha respondido que casi siempre la oferta de productos representa una decisión de riesgo para la generación de ganancias, el 33% manifestó que siempre es bueno arriesgar para poder obtener ganancias y el 21% opinó que a veces en bueno arriesgar.

Tabla 19

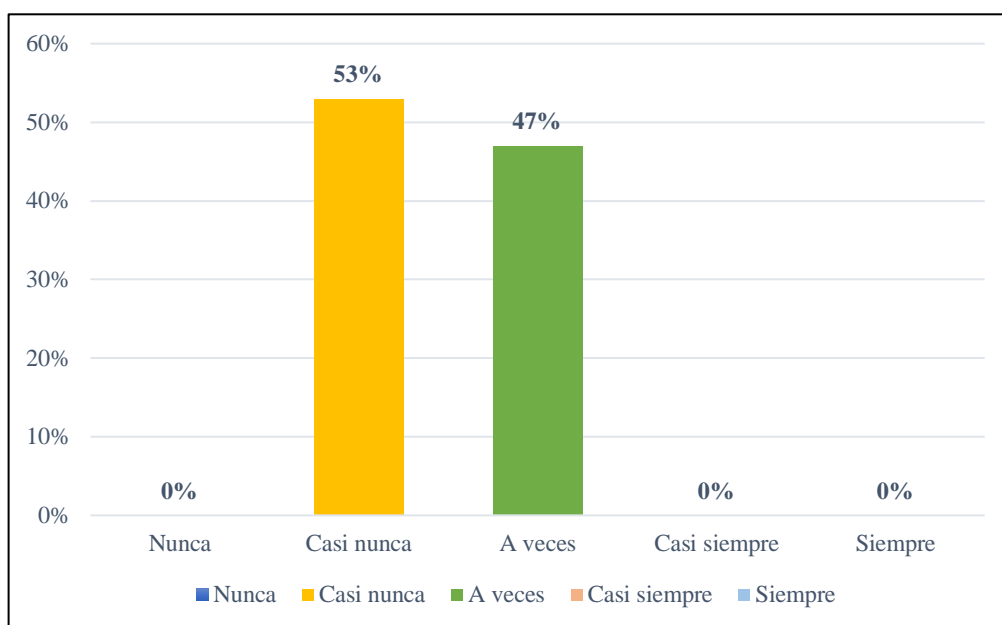
¿Considera que la oferta de productos representa una decisión de riesgo para la generación de ganancias?

Frecuencia	fx	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	53	53%
A veces	47	47%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 17

¿Considera que la oferta de productos representa una decisión de riesgo para la generación de ganancias?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: Para el 53% de los participantes consideran que la oferta de productos casi nunca son un riesgo para las ganancias y el 47% respondió que a veces suceden estos episodios.

Tabla 20

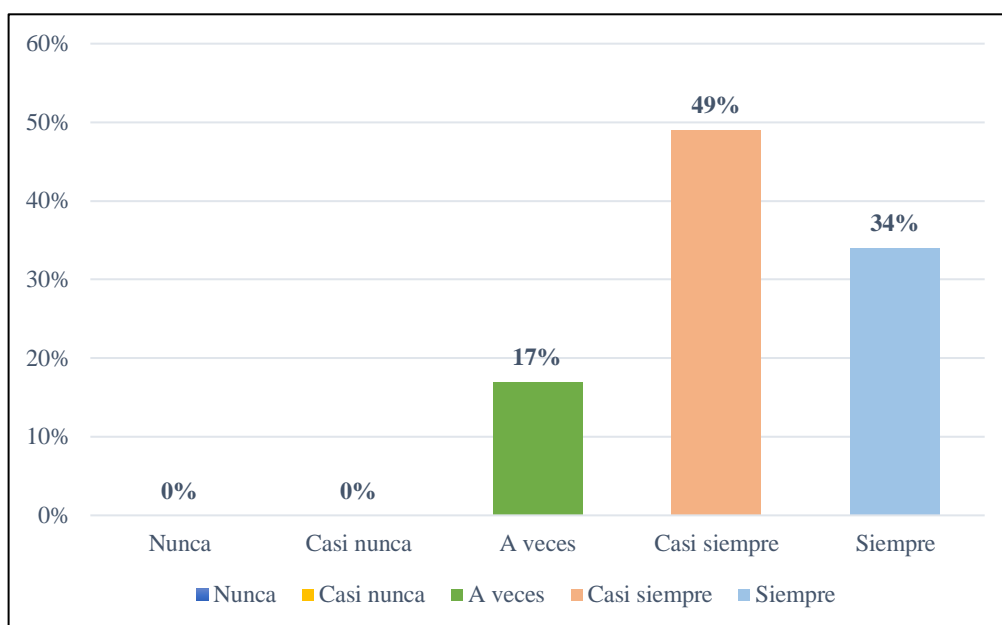
¿Considera que los importadores deben plantear un objetivo claro en cuanto al nivel de calidad de los insumos adquiridos?

Frecuencia	fx	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	17	17%
Casi siempre	49	49%
Siempre	34	34%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 18

¿Considera que los importadores deben plantear un objetivo claro en cuanto al nivel de calidad de los insumos adquiridos?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: El 49% de las personas consideran que casi siempre se deben plantear objetivos por parte de los importadores, el 34% opinó que siempre deben considerar los objetivos al momento de importación y el 17% a veces deben de considerar objetivos para obtener la calidad de los productos.

B. Comprobación de hipótesis

Hipótesis general

H0: La importación de novelas gráficas no se relaciona con las estrategias de comercialización dentro de la región de Ica durante el 2022.

H1: La importación de novelas gráficas se relaciona con las estrategias de comercialización dentro de la región de Ica durante el 2022.

Tabla 21

Comprobación de hipótesis general

		Correlaciones	
		VI_Importación de novelas gráficas	VD_Estrategias de comercialización
VI_Importación de novelas gráficas	Correlación de Pearson	1	,293**
	Sig. (bilateral)		,003
	N	100	100
VD_Estrategias de comercialización	Correlación de Pearson	,293**	1
	Sig. (bilateral)	,003	
	N	100	100

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaboración propia (2023)

Interpretación: Del análisis registrado en la tabla 21 se ha determinado que, el valor de Pearson es de 0.293 indicando una correlación baja dado a que se encuentra dentro del rango (0.2 – 0.4). De este resultado se aprecia que la variable importación de novelas gráficas tiene una relación significativa con la variable estrategias de comercialización debido a que, se obtuvo un $p=0.003$. Por lo tanto, se da por aceptado la hipótesis alterna.

Hipótesis específica 1

H0: La importación de novelas gráficas no se relaciona con la identificación del Target dentro de la región de Ica durante el 2022.

H1: La importación de novelas gráficas se relaciona con la identificación del Target dentro de la región de Ica durante el 2022.

Tabla 22

Comprobación de hipótesis específica 1

		Correlaciones	
		VI_Importación de novelas gráficas	D1_Identificación del Target
VI_Importación de novelas gráficas	Correlación de Pearson	1	-,273**
	Sig. (bilateral)		,006
	N	100	100
D1_Identificación del Target	Correlación de Pearson	-,273**	1
	Sig. (bilateral)	,006	
	N	100	100

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaboración propia (2023)

Interpretación: Del análisis registrado en la tabla 22 se ha determinado que, el valor de Pearson es de -0.273 indicando una correlación baja y negativa dado a que se encuentra dentro del rango (0.2 – 0.4). Además, se ha obtenido un p valor = 0.006 indicando una correlación significativa. Se da por aceptada la hipótesis alterna.

Hipótesis específica 2

H0: La importación de novelas gráficas no se relaciona con el conocimiento de los gustos del consumidor dentro de la región de Ica durante el 2022.

H1: La importación de novelas gráficas se relaciona con el conocimiento de los gustos del consumidor dentro de la región de Ica durante el 2022.

Tabla 23

Comprobación de hipótesis específica 2

		Correlaciones	
		VI_Importación_de_novelas_gráficas	D2_Conocimientos_del_gusto_del_consumidor
VI_Importación_de_novelas_gráficas	Correlación de Pearson	1	,251 [*]
	Sig. (bilateral)		,012
	N	100	100
D2_Conocimientos_del_gusto_del_consumidor	Correlación de Pearson	,251 [*]	1
	Sig. (bilateral)	,012	
	N	100	100

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Nota. Elaboración propia (2023)

Interpretación: Del análisis registrado en la tabla 23 se ha determinado que, el valor de Pearson es de 0.251 indicando una correlación baja dado a que se encuentra dentro del rango (0.2 – 0.4). De este resultado se aprecia que la variable importación de novelas gráficas tiene una relación significativa con la dimensión conocimiento del gusto del consumidor debido a que, se obtuvo un $p=0.012$. Por lo tanto, se da por aceptado la hipótesis alterna.

Hipótesis específica 3

H0: La importación de novelas gráficas no se relaciona con los canales de distribución dentro de la región de Ica durante el 2022.

H1: La importación de novelas gráficas se relaciona con los canales de distribución dentro de la región de Ica durante el 2022.

Tabla 24

Comprobación de hipótesis específica 3

		Correlaciones	
		VI_Importación_de_novelas_gráficas	D3_Canales_de_distribución
VI_Importación_de_novelas_gráficas	Correlación de Pearson	1	-,080
	Sig. (bilateral)		,431
	N	100	100
D3_Canales_de_distribución	Correlación de Pearson	-,080	1
	Sig. (bilateral)	,431	
	N	100	100

Nota. Elaboración propia (2023)

Interpretación: Del análisis registrado en la tabla 24 se ha determinado que, el valor de Pearson es de -0.080 indicando una correlación mínima y negativa dado a que se encuentra dentro del rango (0.0 – 0.2). De este resultado se aprecia que la variable importación de novelas gráficas no tiene relación con la dimensión canales de distribución debido a que, se obtuvo un $p=0.431$. Por lo tanto, se da por aceptado la hipótesis nula.

IV. DISCUSIÓN

De los estudios analizados a nivel internacional tenemos a Ballesteros (2018), quien en su estudio concluyó que el cine, la literatura se relacionan con los avances de la tecnología lo cual ayudan a transmutar la perspectiva en industria del arte, así como también la inserción de comic en distintos medios artísticos y en ambientes que nunca antes ha tenido lugar como lo es en el enfoque industrial, económico y comercial. Estos resultados manifiestan alguna similitud con el trabajo de investigación, aunque se han establecido diferentes variables. Así también, mencionamos a Rizo (2018), quien en su trabajo manifestó que, las narrativas gráficas van acorde a las necesidades del país colombiano creando así las novelas gráficas las mismas que permiten expresar las cuestiones socio-temáticas y en la que el lector se identifique con ella. Así también que las ventas de novelas gráficas van de acuerdo a los gustos de los clientes. La relación significativa entre las variables de este trabajo de investigación es similar a lo que se ha podido obtener en nuestro trabajo.

También tenemos estudios en el territorio nacional como el de Clostre (2022), donde ha podido obtener en su investigación que existe una correlación positiva entre las variables de importación y las estrategias de comercialización con una correlación tan alta como 0,768. Realizando comparación con nuestro estudio se ha podido obtener resultados iguales encontrando relación positiva con las variables establecidas, habiéndose obtenido un valor de Pearson 0.242. Además, tenemos a Beltrán (2018), que concluyó que la importación de novelas gráficas tiene factibilidad de acuerdo a las comercializaciones que se han realizado. Encontrando una correlación significativa y viable. Habiéndose obtenido el mismo resultado con nuestro estudio.

V. CONCLUSIONES

1. Del objetivo general de la investigación se identificó que, la importación de novelas gráficas se relaciona con las estrategias de comercialización dentro de la región de Ica durante el 2022.
2. Según el primer objetivo específico de la investigación se determinó que, la importación de novelas gráficas se relaciona con la identificación del Target dentro de la región de Ica durante el 2022. En donde se obtuvo un valor de Pearson de -0.273 .
3. Según el segundo objetivo específico del estudio se determinó que, la importación de novelas gráficas se relaciona con el conocimiento de los gustos del consumidor dentro de la región de Ica durante el 2022. Habiéndose obtenido un valor de Pearson de 0.251 .
4. Del tercer objetivo específico del trabajo de estudio, se determinó que, la importación de novelas gráficas no se relaciona con los canales de distribución dentro de la región de Ica durante el 2022. Habiéndose obtenido un valor de Pearson de -0.80 .

VI. RECOMENDACIONES

1. Se sugiere realizar un análisis de las importaciones de novelas gráficas más populares en los últimos años y, en función de ello, desarrollar estrategias de marketing para aumentar su visibilidad entre el público y promover su adquisición.
2. Es recomendable aprovechar plataformas digitales para promover las novelas gráficas más recientes, de modo que se pueda garantizar la cantidad necesaria del producto a solicitar y así evitar pérdidas financieras.
3. Se aconseja segmentar el mercado teniendo en cuenta la edad, preferencias e intereses de los consumidores. Esto permitirá importar las novelas gráficas que tienen una alta demanda en diferentes lugares de venta.
4. Se recomienda que los importadores desarrollen nuevas estrategias para dar a conocer las novelas gráficas que importan de otros países, no limitándose solo a un país. Es importante considerar las diversas preferencias y atracciones que existen en relación a estos productos en la actualidad.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Yachi. (2018). Estrategias de distribución para la comercialización de Pisco en el mercado interno. Asociación de productores de Ica. Anales Científicos. <http://dx.doi.org/10.21704/ac.v79i2.1215>
- Navarro. (2020). Experimental and Non-experimental Research. Statistics LibreTexts. [https://stats.libretexts.org/Bookshelves/Applied_Statistics/Book%3A_Learning_Statistics_with_R_-_A_tutorial_for_Psychology_Students_and_other_Beginners_\(Navarro\)/02%3A_A_Brief_Introduction_to_Research_Design/2.05%3A_Experimental_and_Non-experimental_Research](https://stats.libretexts.org/Bookshelves/Applied_Statistics/Book%3A_Learning_Statistics_with_R_-_A_tutorial_for_Psychology_Students_and_other_Beginners_(Navarro)/02%3A_A_Brief_Introduction_to_Research_Design/2.05%3A_Experimental_and_Non-experimental_Research)
- Mincetur. (2020). Análisis de costos marítimos y portuarios. Perú. https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio_exterior/facilitacion_comercio_exterior/Costos_Portuarios_Maritimos_Peru.pdf
- McCombes. (2019). Understanding Types of Research. Scribbr. <https://www.scribbr.com/methodology/types-of-research/>
- Schwarz. (2006). Expanding literacies through graphic novels. English Journal, 95(6), 58-64.
- Salas (2020). La encuesta y el cuestionario. Investigalia. <https://investigaliacr.com/investigacion/la-encuesta-y-el-cuestionario/>
- Rizo. (2018). La novela gráfica en Colombia, un panorama en desarrollo. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá D.C – Colombia. <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/40117/Tesis%20Rizo%20Julia.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Ravikiran. (2022). Population vs Sample: Definitions, Differences and Examples. Simplilearn. <https://www.simplilearn.com/tutorials/machine-learning-tutorial/population-vs-sample>
- Krashen. (2004). Free voluntary reading: new research, applications, and controversies. Paper presented at the Regional Language Center Conference, Singapore. <http://www.sdkrashen.com/articles/singapore/index.html>
- Katz. Seid. Abiuso. (2019). La técnica de encuesta: Características y aplicaciones. Cuaderno de Cátedra N°7, 1(1), 1-37. <http://metodologiadelainvestigacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/117/2019/03/Cuaderno-N-7-La-t%C3%A9cnica-de-encuesta.pdf>
- Garay. Pimentel. Reyna. (2022). Plan de negocio para la creación de una empresa de elaboración, comercialización y venta de Comics en Lima, 2022. Universidad San Ignacio de Loyola. Lima, Perú.

<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/fd8f31dd-d9e3-4115-b8f9-c6d2912a5cbf/content>

- Puglla. Andrade. Vanegas. (2017). Análisis comparativo de las exportaciones e importaciones 2013 – 2016 al implementar la nueva matriz productiva ecuatoriana. Revista de investigaciones Científica. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6297483>
- Eisner. (1985). Comics and sequential art. Tamarac, FL: Poorhouse Press
- Clostre. (2022). Importación de comics y novelas gráficas desde España y estrategia de comercialización en Lima Metropolitana, 2020. Universidad San Martin de Porras. Lima, Perú. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/10976/clostre_npa.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Celeita. (2018). Novela gráfica: la imagen hecha voz en el siglo XXI. Universidad Santo Tomas. Bogotá D.C. - Colombia. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/15499/2018jennyceleita.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Calo. (2010). Teaching graphic novels: Graphic program guide. http://timss.bc.edu/timss1999i/pdf/T99i_Math_TOC.pdf
- Cermeño. Rivera. (2016). La demanda de importaciones y exportaciones de México en la era del TLCAN. El Trimestre Económico, Lxxxiii (1) (329), 127-147. <http://www.scielo.org.mx/pdf/ete/v83n329/2448-718X-ete-83-329-00127.pdf>
- Beltrán. (2018). Importación de cómics y novelas gráficas desde España para su comercialización en Lima Metropolitana. Universidad San Martin de Porras. Lima, Perú. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5582/beltran_lfr.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bhandari. (2021). Population vs sample: what's the difference? Scribbr. <https://www.scribbr.com/methodology/population-vs-sample/>
- Yachi. (2018). Estrategias de distribución para la comercialización de Pisco en el mercado interno. Asociación de productores de Ica. <http://dx.doi.org/10.21704/ac.v79i2.1215>
- Rizo. Villa. Vuelta. Vargas. (2017). Estrategias de comercialización para la gestión de ventas en el mercado agropecuario Estatal Ferreiro de Santiago de Cuba. Ciencia en su PC. <https://www.redalyc.org/pdf/1813/181353794007.pdf>
- Nury (2017). Estrategias de comercialización de las distribuidoras de productos de consumo de la provincia de Santa Elena. Revista Científica y Tecnológica UPSE. <https://incyt.upse.edu.ec/ciencia/revistas/index.php/rctu/article/view/251>

Ballester. (2018). El cómic y su valor como arte. Universidad Complutense de Madrid.
Madrid, España. <https://docta.ucm.es/entities/publication/2494eb9d-602d-4140-900e-95880d8a0242>

VIII. ANEXOS

Anexo N°1. Instrumento de recolección de información



Universidad Nacional San Luis Gonzaga
Facultad de Ciencias Económicas y Negocios Internacionales
Escuela Académico Profesional de Negocios Internacionales

FICHA ACERCA DE LA IMPORTACIÓN DE NOVELAS GRÁFICAS

El presente instrumento es parte de una investigación cuyo título es: Importación de novelas gráficas y su relación con las estrategias de comercialización en Ica, 2022. Las respuestas serán utilizadas con fines académicos, gracias por su participación.

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

N°	Preguntas	Escala de valoración				
		1	2	3	4	5
Dimensión: Fase preparatoria						
1	¿Crees que el producto tiene garantía total si pretendes importar novelas gráficas?					
2	¿El agente de aduanas garantiza seguridad al importar la mercancía (novelas gráficas) que solicitaste?					
3	¿Crees que las actividades aduaneras para la importación de novelas gráficas se hacen tiempo correcto?					
Dimensión: Fase de descarga						
4	¿El transportista incluye una tarjeta general al descargar el contenedor?					
5	¿La documentación describe las características del contenedor como marca y número o condición y tamaño?					
6	¿La fase de descarga del contenedor se realiza de forma segura y transparente?					
Dimensión: Fase de inspecciones						
7	¿Crees que los precios internacionales afectan la demanda interna determinada por el precio relativo de las importaciones?					
8	¿Cree que el canal de importación permite un mejor desempeño en términos a la balanza comercial?					

9	¿Se aplican controles durante la fase de inspección para evitar riesgos para el producto?					
----------	---	--	--	--	--	--

Elaboración Propia (2023)

FICHA SOBRE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

El presente instrumento es parte de una investigación cuyo título es: Importación de novelas gráficas y su relación con las estrategias de comercialización en Ica, 2022. Las respuestas serán utilizadas con fines académicos, gracias por su participación.

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

N°	Preguntas	Escala de valoración				
Dimensión: Identificación de target		1	2	3	4	5
1	¿Las campañas promocionales requieren la identificación del destinatario de productos?					
2	¿Cree que aplicar el diseño de estrategias de marketing puede aumentar las ventas de productos y servicios?					
3	¿Las empresas que venden bienes de consumo masivo deben reconocer las necesidades y los beneficios al desarrollar campañas de marketing?					
Dimensión: Conocimiento de los gustos del consumidor		1	2	3	4	5
4	¿Considera que es importante analizar en profundidad los gustos de los consumidores durante el proceso de comercialización?					
5	¿Considera que el conocer los gustos de los consumidores eleva el valor de los productos en comercialización?					
6	¿Considera que la decisión de comercialización toma en consideración la demanda y exigencias de los consumidores?					
Dimensión: Canales de distribución		1	2	3	4	5
7	¿Considera que la oferta de productos influye en la selección del canal de distribución?					
8	¿Considera que la oferta de productos representa una decisión de riesgo para la generación de ganancias?					
9	¿Considera que los importadores deben plantear un objetivo claro en cuanto al nivel de calidad de los insumos adquiridos?					

Elaboración Propia (2023)

Anexo N°2. Matriz de consistencia

Título: “Importación de novelas gráficas y su relación con las estrategias de comercialización en Ica, 2022”				
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Metodología
PG: ¿La importación de novelas gráficas se relaciona con las estrategias de comercialización dentro de la región de Ica durante el 2022?	OG: Identificar cómo la importación de novelas gráficas se relaciona con las estrategias de comercialización dentro de la región de Ica durante el 2022.	HG: La importación de novelas gráficas se relaciona con las estrategias de comercialización dentro de la región de Ica durante el 2022.	Variable Independiente: Importación de novelas gráficas. Dimensiones: Fase de preparación. Fase de descarga. Fase de inspección. Variable dependiente: Estrategias de comercialización. Dimensiones: Identificación del Target. Conocimiento de los gustos del consumidor. Canales de distribución.	Tipo: Básico Diseño: No experimental. Población: 100 personas dentro de la región de Ica que hayan adquirido novelas gráficas importadas dentro de las edades de 18 a 30 años. Muestra: 100 personas dentro de la región de Ica que hayan adquirido novelas gráficas importadas dentro de las edades de 18 a 30 años.
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		
PE1: ¿La importación de novelas gráficas se relaciona con la identificación del Target dentro de la región de Ica durante el 2022?	OE1: Determinar cómo la importación de novelas gráficas se relaciona con la identificación del Target dentro de la región de Ica durante el 2022.	HE1: La importación de novelas gráficas se relaciona con la identificación del Target dentro de la región de Ica durante el 2022.		
PE2: ¿La importación de novelas gráficas se relaciona con el	OE2: Determinar cómo la importación de novelas gráficas se relaciona con el	HE2: La importación de novelas gráficas se relaciona con el		

<p>conocimiento de los gustos del consumidor dentro de la región de Ica durante el 2022?</p> <p>PE3: ¿La importación de novelas gráficas se relaciona con los canales de distribución dentro de la región de Ica durante el 2022?</p>	<p>conocimiento de los gustos del consumidor dentro de la región de Ica durante el 2022.</p> <p>OE3: Determinar cómo la importación de novelas gráficas se relaciona con los canales de distribución dentro de la región de Ica durante el 2022.</p>	<p>conocimiento de los gustos del consumidor dentro de la región de Ica durante el 2022.</p> <p>HE3: La importación de novelas gráficas se relaciona con los canales de distribución dentro de la región de Ica durante el 2022.</p>		<p>Técnica: Encuesta.</p> <p>Instrumento: Cuestionario.</p>
--	---	---	--	---

Elaboración Propia (2023)

