



**AutoTool**

**Plan de comunicación para lanzamiento  
de una aplicación móvil sobre **mecánica automovilística****



**UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA - UNIBE**

Facultad de Ciencias Humanas  
Escuela de Artes  
Escuela de Comunicación  
Mención Publicidad

**Plan de comunicación para lanzamiento  
de una aplicación móvil sobre mecánica automovilística**

Sustentante (s):

Celine Pou 20-0459

Susana Juncá 20-0427

Proyecto Final de Grado para optar por el título de  
Licenciado(a) en Comunicación, Mención Publicidad

**Nombre asesor(a):**

Laura Elisa Mena Peguero

Santo Domingo, D.N.  
República Dominicana  
12 de diciembre, 2022.

Los conceptos expuestos en el presente trabajo son de la exclusiva responsabilidad del/la (los) sustentante(s) del mismo.

Firma asesor titular: \_\_\_\_\_

Calificación: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

# Índice

06	Resumen ejecutivo y Descripción del proyecto
09	Antecedentes
21	Justificación del proyecto
23	Objetivos de la investigación
26	Metodología
31	Resultados
44	Conclusiones
46	Recomendaciones
48	Análisis de entorno



# Índice

51	Perfil de los consumidores y estimado del tamaño del mercado
55	Objetivos de la propuesta
58	Desarrollo de la propuesta
70	Diseño de la app
84	Plan de lanzamiento
112	Presupuesto
122	Estatus legal
124	Webgrafía y Bibliografía
128	Anexos

# **Resumen ejecutivo y Descripción del proyecto**

# La mecánica es el arte de construir una máquina, es la rama de la física que estudia y analiza el movimiento y reposo del cuerpo, y su evolución en el tiempo, bajo la acción de fuerzas.

El desarrollo de la mecánica empezó en los antepasados de la raza humana, al construir instrumentos necesarios. El origen de los primitivos interrogantes planteados por la mecánica surgió en las antiguas civilizaciones por su necesidad de disponer de máquinas, bélicas o pacíficas, que los liberan de ciertos esfuerzos.

Muchos años más tarde se puede ver la aparición de las mujeres en esta área, **que han representado un papel muy importante en este sector, y no solo como pioneras, sino como empresarias, ingenieras y también como inventoras.**

Al investigar sobre el rol de la mujer en la mecánica automovilística, se pudo aprender como su participación a través de los años ha sido totalmente necesaria y significativa. Pero, en la actualidad, se identificó una problemática acerca del conocimiento de mecánica de las mujeres, **enfocándose en las mujeres jóvenes del Distrito Nacional de República Dominicana.**

**Se identificó que existe una falta de educación de mecánica automovilística de la población de mujeres jóvenes dominicanas de 20 a 34 años en el Distrito Nacional.**

## Las mujeres tienen poco conocimiento básico de la mecánica automovilística.

Normalmente, son pocas las que saben qué hacer cuando su goma se pincha o algo en el carro se descompone. Uno de los prejuicios de la mecánica, en la realidad del D.N., es que la mayoría deja en manos de terceros los asuntos mecánicos. Incluso, la gran mayoría que tiene un vehículo en la población son los hombres. Según un artículo de El Dinero del 2018, "En el Distrito Nacional las féminas tienen un 28.6% de los automóviles registrados en el 2017, siendo esta demarcación del territorio dominicano la de mayor presencia. Los hombres, que según el censo son 460,903, abarcan el 71.4%."

Esta problemática es sumamente importante, ya que las mujeres desde muy pequeñas no se les educa sobre este tema y esto provoca un desinterés en las siguientes generaciones, ocasionando que las mujeres tengan limitantes a la hora de manejar imprevistos por su cuenta, creando una pérdida de confianza en ellas mismas.

**Haciendo hincapié en la información anterior, este proyecto de grado, con un enfoque gráfico y creativo, tiene como propósito desarrollar una aplicación móvil sobre la mecánica automovilística enfocada hacia las jóvenes mujeres dominicanas que quieren, y les interesa, aprender más sobre el tema de la mecánica, para que de esta forma puedan ser más capaces e independientes.**

# **Antecedentes**

## Origen

A las mujeres desde temprana edad se les ha enseñado que tienen que jugar con muñecas, ponis, juegos de niñas y que los carros, motores, camiones y demás son solo para los niños.

En nuestra cultura se tiende a polarizar y etiquetar las identidades de los objetos, formas y conceptos para hacerlas coincidir bien con uno u otro sexo. La herencia y aprendizaje de este lenguaje simbólico de los estereotipos de género, impregna la sociedad, nos permite relacionar inconscientemente las formas, los colores, las funciones de los objetos, la conducta a la caracterización de lo que se considera femenino o masculino. (Martínez, 2005, p.307)

Según la Asociación de Solidaridad Integral, **“La elección de juguetes y espacios de juegos determinará la construcción de la identidad de niñas y niños y, por tanto, la manera en la que interpretarán en mundo y las relaciones”**. Esto demuestra que desde muy pequeños los niños y niñas están expuestos a influencias que puedan marcar el curso de sus intereses y desarrollo en un futuro. En el caso de las niñas, su interés y desarrollo por la mecánica.

La mecánica como ciencia apareció en el periodo helenístico por medio de Arquímedes, quien descubrió cuánticamente las leyes de la palanca y otras máquinas simples, las cuales dieron su uso al origen de las primeras nociones de la dinámica y estática. Además de Arquímedes, a lo largo de los años también existieron varios estudios de la física que poco a poco sirvieron como impulso para el desarrollo de la mecánica.

Existen diferentes tipos de mecánica que son:

**Mecánica clásica:** está formada por áreas de estudio que va desde la mecánica de sólido rígido y otros sistemas mecánicos con un número finito de grado de libertad, a sistemas como la mecánica de medios continuos.

**Mecánica relativista:** esta mecánica comprende la Teoría de la Relatividad que describe adecuadamente el comportamiento clásico de los cuerpos que se mueven a grandes velocidades en un tiempo-espacio plano.

**Mecánica cuántica relativista:** trata de juntar la mecánica relativista y la cuántica, aunque el desarrollo de esta teoría lleva a la conclusión de un sistema cuántico relativista, el número de partículas no se conserva y de hecho no puede hablarse de mecánica de partículas, sino simplemente de una teoría cuántica de campos.

**Mecánica cuántica:** trata con sistemas mecánicos de pequeña escala o con energía muy pequeña.

## Aspectos básicos sobre el funcionamiento de un vehículo:

**Caja de transmisión:** También conocido como caja de cambio o cajas de velocidades, es el encargado de conseguir que el vehículo esté en movimiento o que se detenga. Según Coy este necesita de un mantenimiento de periodos cortos.

**El motor:** Aunque la caja nos permite hacer el cambio de velocidades, el vehículo no se moverá sin su “corazón”, el motor. Este funciona con el combustible por medio de la explosión, en el caso de los vehículos de gasolina. Según expertos con Coy y Laguardia al no cambiar el aceite del motor, se puede dañar algún componente o completamente el motor. Por lo tanto, debe estar pendiente del cambio de aceite en los servicios de mantenimiento, los cuales deben realizarse cada 5 mil kilómetros.

**Luces del tablero:** Al poner él “switch”, es decir, al encender el vehículo, podrá observar que encienden unas luces en el tablero, las cuales suelen ser anaranjadas o rojas. Estas deberían apagarse en su totalidad cuando el auto tiene unos segundos de haberse encendido y va en marcha. Si esto no sucede, las luces le indican que existe un problema y debería ser chequeado en un taller de mecánica, pues hay problemas que no son totalmente visibles o audibles.

**Sonidos de los vehículos:** Parte de conocer el estado de un vehículo es saber como suena. Si en algún momento se percibe un ruido normal, este podría ser advertencia de que algo sucede, dice Coy. “Muchos dueños los pasan por alto y tienen accidentes. Deben de chequearlo por seguridad propia, del vehículo y quienes transitan en las calles, tanto conductores como peatones”, agrega.

**Tanque de combustible:** Un aspecto esencial del cual se tiene que estar pendiente es el tanque de combustible. Existen tanques de diésel o de gasolina y su capacidad dependerá del tipo de vehículo que se posee. Es importante que las personas conozcan el tipo de tanque que tienen para que le den el mantenimiento que le corresponde cada uno.

**Revisión de fluidos:** También hay que considerar la revisión constante de los fluidos del auto. Laguardia aconseja que esté por lo menos dos días. “Revise los niveles de aceite, líquido refrigerante, líquido de frenos y líquido hidráulico. Chequee si su vehículo tiene fugas”, dice.

**Estado de las llantas:** Para conservar la vida de los neumáticos, debe de revisar constantemente la presión. Esto, según Coy, debe ser cada vez que se llena el tanque de combustible en una gasolinera o cuando se le da servicio de mantenimiento al vehículo.

**Revisión de luces:** Como parte del sistema de comunicación, al estar en la vía pública es el sistema de luces de vehículo. Por eso es importante que se asegure de que está bien y que utilice las luces de direcciones, frenos, retroceso, pivedias, emergencias y de carretera.

Después de entender los fundamentos de la mecánica, es necesario investigar la problemática del conocimiento de las mujeres de este tema en el mundo, enfocando más en las mujeres jóvenes del Distrito Nacional de República Dominicana.

**Muchos años más tarde se puede ver la aparición de las mujeres en esta área y que han representado un papel muy importante en este sector, no solo como pioneras, sino como empresarias, ingenieras y también como inventoras.**

**Dorothy Levitt y el retrovisor:** logró el primer récord del mundo femenino de velocidad al alcanzar 146.26 km. Ser la mujer más rápida en el planeta en una época en que aún faltaban 66 años para reconocer el sufragio femenino como derecho humano universal no era fácil.

Una de sus grandes aportaciones fue su libro (The woman and The Car: A chatty little handbook for all woman who motor or who wants to motor) publicado en 1909

en el que aportaba una serie de consejos para llevar un pequeño espejo para ver el tráfico que había detrás de los vehículos. Los constructores automovilísticos no introdujeron este invento hasta 1914.

**Florence Lawrence y los intermitentes:** actriz nacida a finales del siglo XIX en Canadá, que no únicamente triunfó en Hollywood, sino que fue una apasionada en el mundo del motor. Esta invierte una fortuna en coleccionar vehículos y modificarlos en así como diseñar un artilugio en forma de palo que se movía de forma intermitente para informar a los otros usuarios de que el vehículo iba a girar.

Nunca patentó este invento, por desgracia años después fueron desarrollados por los fabricantes sin tener que pagarle nada ni reconocer su idea.

**Mary Anderson y los limpia parabrisas:** mujer inquieta y empresaria nata, observó en 1902 que los taxistas de Nueva York sufrían y se desorientaron con la lluvia mientras conducían. Tuvo la brillante idea de crear un dispositivo manual que accionaba desde el interior para limpiar el parabrisas. En 1905, Anderson intentó vender los derechos de su invento a una empresa canadiense, y esta considero que no tenía el valor comercial para ser vendido. En 1922 Cadillac se convirtió en el primer fabricante de automóviles que adoptó este invento.

**Margaret A. Wilcox y la calefacción:** fue de las pocas mujeres ingenieras. En 1893, con tan solo 34 años, inventó el primer sistema de calefacción para vehículos, que llevaba aire caliente desde el motor hasta el interior.

**Margaret E. Knight y las válvulas de camisas:** nacida en Nueva York y es conocida como una de las inventoras más relevantes del siglo XIX. Una de sus grandes aportaciones en el mundo del motor fueron las válvulas de camisas, uno de los componentes clave para desarrollar el motor rotativo. No únicamente aportó ideas en el mundo del automóvil, sino que también inventó la máquina para desarrollar bolsas de papel en serie. De hecho, a lo largo de su vida obtuvo 21 patentes y realizó unos 90 inventos.

**June McCarroll y la línea divisora:** enfermera y médica nacida en 1867 en Nueva York, fue la mujer en que pensó dibujar una línea divisoria que permitirá circular a cada vehículo por su carril, evitando situaciones peligrosas. Según registros de California, tras un accidente en 1917, ella misma pintó esa línea cuando iba a atender a algunos de sus pacientes.

**Sophie Opel:** nacida el 13 de febrero de 1840 en Alemania, esta emprendedora decidió sumarse a los esfuerzos de su marido, Adam Opel invirtiendo 10,000 marcos para comprar una máquina de vapor que permitió a la empresa poner en marcha su producción. Tras el fallecimiento de su marido, la conocida “Mamá Opel” tuvo que hacerse cargo y sacar adelante la empresa, convirtiéndose en la primera mujer fabricante de automóviles de 1895.

**Madame Labrousse y Camille du Gast:** primeras pilotos de carreras: En 1899, Labrousse se convirtió en la primera mujer en participar en una carrera de coches. Disputó la París-Spa y acabó en la quinta posición en la categoría de tres plazas. Camille de Gast, en 1901, pasó a la historia como el primer piloto profesional de carreras, participando con su taxi en la París-Berlín.

**Clarenore Stinnes:** vuelta al mundo en coche: Nacida en 1901 en Alemania, siempre tuvo una especial afición por la conducción. Hasta el punto de participar de incógnito en una competición automovilística en Essen. En 1927 ya había ganado 17 carreras compitiendo con hombres, ya se consideraba una de las pilotos con más éxito de Europa. Ese mismo año, esta mujer fue la primera en dar la vuelta al mundo en un coche.

**Bertha Benz y Emilia Pardo Bazán:** primeras mujeres al volante: Bertha, nacida en Alemania, fue conocida como la esposa de Karl Benz, esta pionera es considerada la primera en conducir un coche e hizo un viaje con sus hijos en 1888. 16 años más tarde, en 1904, Emilia Pardo fue la primera mujer española en tomar el volante de un coche.

**Jutta Kleinschmidt: primera mujer ganadora del Dakar:**

nacida en 1962 en Colonia y el motor siempre fue su pasión y a sus 18 años se compró su primera moto. Estudió física y trabajó como ingeniera en el Departamento de Investigación y desarrollo de BMW hasta que decidió dejarlo para dedicarse profesionalmente a las carreras. Participó cuatro veces en motos en el Dakar. En 1995 decidió pasarse a los coches y en el 2001 ganó el Dakar, convirtiéndose en la primera mujer de la historia en conseguirlo.

Como se pudo ver, estas mujeres no solo se destacaron por su género, sino también por los grandes aportes en el sector de la mecánica, que hasta el día de hoy siguen siendo aportes muy importantes para la sociedad y su desarrollo.

A lo largo de la historia, la mecánica ha evolucionado a gran escala. Gracias a los grandes inventos de la mecánica las personas pueden utilizar vehículos en su día a día.

## Línea de tiempo

**1893**

**Margaret A. Wilcox** inventó el primer sistema de calefacción para vehículos.



**1899**

**Genevra Delphine** fue la primera mujer en tener licencia de conducir.



**1888**

**Bertha Benz** fue la primera mujer en conducir un auto y la primera mecánica.



**1895**

**Sophie Opel** fue la primera fabricante de automóviles.



**1899**

**Madame Labrousse** se convirtió en la primera mujer en participar en una carrera de coches.

## Línea de tiempo

**1905**

**Mary Anderson** fue la que ideó el primer parabrisas.



**1924**

**June McCarroll** inventó la línea divisora.



**1901**

**Camille Du Gast** fue la primera piloto profesional en carreras.



**1905**

**Dorothy Levitt** logró el primer record femenino en alcanzar un record de 146.26 km.



**1927**

**Clarenore Stinnes** en 1927 fue la piloto más famosa de Europa.

## Glosario de términos

**Automovilísticas:** del vehículo o relacionado con este medio de transporte.

**Arquímedes:** fue un físico, ingeniero, inventor, astrónomo y matemático griego.

**Audibles:** que emitido lo suficiente para ser oído

**Dinámica:** rama de la física que describe la evolución del tiempo en un sistema físico en relación con los motivos o causas que provocan los cambios de estado físico o estado de movimiento.

**Dakar:** es una competencia anual organizada por ASO a partir del 26 de diciembre de 1978.

**Estática:** es la rama de la física que estudió los cuerpos en reposo

**Grado de libertad:** el número de coordenadas independiente (escalares) necesarias para determinar simultáneamente la posición de cada partícula en un sistema dinámico llamado número de grados de libertad del sistema.

**Mecánica:** técnica de inventar, construir, arreglar o manejar máquinas.

**Período helenístico:** etapa histórica de la antigüedad cuyos límites cronológicos vienen marcados por dos importantes acontecimientos políticos.

**Teoría cuántica de campos:** es una disciplina de la física que aplica los principios de la mecánica cuántica a los sistemas de campos continuos.

**Vehículo:** aparato con o sin motor que se mueve sobre el suelo, en el agua o el aire y sirve para transportar cosas o personas.

**Válvulas de camisas:** Es un tipo de mecanismo de válvula para motores de pistones.

# **Justificación del proyecto**

# Justificación de proyecto

Esta investigación se realizará con el fin de descubrir y evaluar si existe un nicho en el mercado para **la introducción de una nueva propuesta de aprendizaje y ayuda para las mujeres de 20-34 años de edad en el área de la mecánica, en el Distrito Nacional**. Al investigar, se identificará el nivel de conocimiento que tienen sobre aspectos básicos del funcionamiento de un vehículo y mecánica en general. Esto también ayudará a conocer las principales problemáticas que experimentan las mujeres en el área de la mecánica. Es sumamente importante que a través de esta investigación se identifique la forma y las vías en que le gustaría al target recibir este aprendizaje, y también determinar el nivel de interés de parte de ellas en el área de mecánica general automovilística.

# **Objetivos de la investigación**

# Objetivo General

Evaluar si existe un nicho en el mercado para la introducción de una nueva propuesta de aprendizaje para las mujeres en el área de la mecánica.

# Objetivos Específicos

- Identificar el nivel de conocimiento que tienen sobre aspectos básicos del funcionamiento de un vehículo y mecánica en general.
- Conocer las principales problemáticas que experimentan las mujeres en el área de la mecánica.
- Determinar la forma en que le gustaría recibir ese aprendizaje y ayuda.
- Determinar el nivel de interés en el área de mecánica general automovilística.

# **Metodología de la investigación**

## Estudio descriptivo y exploratorio

El estudio de investigación consta con una parte exploratoria debido a que, el tema de la mecánica, en general, es muy poco tratado en el territorio dominicano por parte de las mujeres. Esto se debe a que la población que pertenece a este nicho es muy reducida.

Por otra parte, la investigación cuenta con el tipo de estudio descriptivo por el hecho de que se basa en detallar lo que es la mecánica automovilística y dar a conocer los aprendizajes más importantes que se debe tener, al igual que investigar, por parte de las mujeres, qué conocimientos que tienen y cómo han llegado a desarrollar el mismo. Esta investigación se inclina por un estudio cualitativo, sin embargo, cuenta con algunas muestras cuantitativas.

## Método de Investigación

Inductivo, analítico-sintético

## Técnicas de Investigación

### Encuestas:

Desarrollar la técnica de investigación de encuestas permite medir con mayor precisión posible las causas de la problemática y posibilitar una idea general de los conocimientos ya aprendidos del target. También enseñará qué herramientas se utilizarán al momento de encontrar una posible solución y cuál es el mejor medio para esto.

## Población y muestra

La población identificada para esta investigación serán mujeres de **20-34 años** de edad que residen en el Distrito Nacional. Clase socioeconómica: media y media-alta. De acuerdo a la oficina Nacional de Estadística (ONE) en su reporte de estimaciones y proyecciones de la población total por año calendario, según sexo y grupos quinquenales de edad, 2000-2030, para proyecciones del 2022 existe un total de **134,945 mujeres**.

**Cálculo de muestra con un 95% nivel de confianza y un 5% de margen de error refleja el tamaño de muestra de 384**

## Diseño de Instrumento

Para esta investigación se realizó un cuestionario con las siguientes preguntas:

1. **¿Aceptas llenar este formulario?**
2. **¿Su edad está en el rango de 20-34 años?**
3. **¿Cuál es su sexo?**
4. **¿Usted vive en el Distrito Nacional?**
5. **¿Cuál es su nivel educativo?**
6. **¿Tienes o manejas un vehículo de motor?**
7. **¿Cómo consideras que es su nivel de conocimiento acerca de la mecánica automovilística?**
8. **¿Sabes cómo afrontar situaciones donde experimentes problemas mecánicos?**
9. **¿Si sabes afrontar situaciones, cómo aprendiste?**
10. **¿Qué sueles hacer cuando experimentas un problema mecánico, mientras manejas?**
11. **¿Cuántas veces al año experimentas un problema mecánico en el vehículo?**

12. **De las siguientes opciones, selecciona las problemáticas mecánicas que has enfrentado con un vehículo:**

Cambio de neumáticos, Descarga de batería, Fallas en el motor, Falta de mantenimiento del vehículo

Marcador de gasolina desbalanceado o Problemas de aceite (u otros líquidos)

13. **¿Cuántas veces al año le das mantenimiento al vehículo?**

Cada mes, Cada tres meses, Cada seis meses o Ninguno

14. **¿Quién se encarga de llevar el vehículo que usas a darle mantenimiento?**

Yo, Un familiar o Un empleado

15. **¿Consideras que es importante que las mujeres tengan conocimientos básicos de mecánica automovilística? (Ej. cambio de gomas, aceite, mantenimiento, etc.)**

Sí o No

16. **¿Qué tan importante es para ti mantener el cuidado y mantenimiento mecánico del vehículo?**

No es importante, Normal o Es muy importante

**17. ¿Te gustaría saber sobre la mecánica y cómo afrontar situaciones donde experimentes problemas mecánicos?**

No, No me molestaría aprender o Si

**18. ¿Cómo te gustaría recibir aprendizajes básicos y asistencia en el área de mecánica/mantenimiento automovilístico?**

Cursos especializados, Aplicación móvil con contenido personalizado y audiovisual, Página de internet o Material de aprendizaje físico (manual impreso)

**19. ¿Si existiera una aplicación móvil donde te ofrezcan contenido informativo y personalizado de apoyo en la mecánica/mantenimiento automovilístico, la utilizarías?**

Si, No o Tal vez

**20. ¿En qué medio de comunicación diría que consume mayor contenido?**

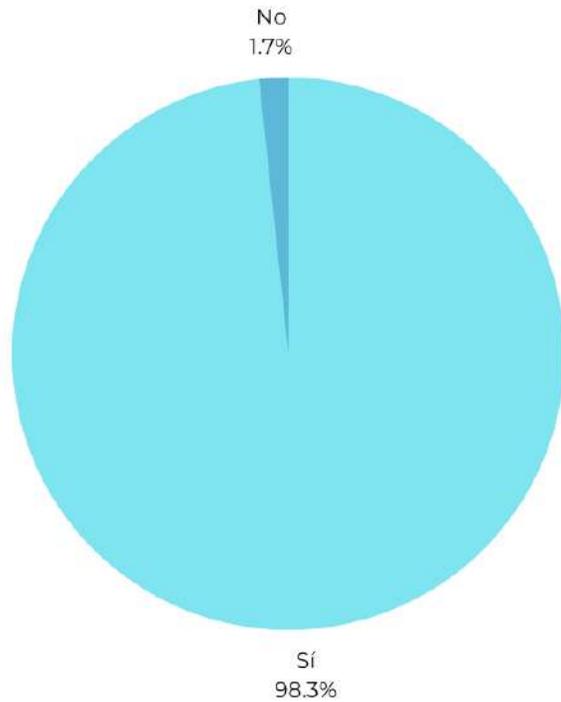
Pódcast, Redes Sociales, Páginas web, Radio, Televisión o Vallas publicitarias

**21. ¿Cuáles son las redes sociales que más utiliza?**

Instagram, WhatsApp, Facebook, TikTok, LinkedIn, YouTube, Spotify, Apple Music, Snapchat o Twitter

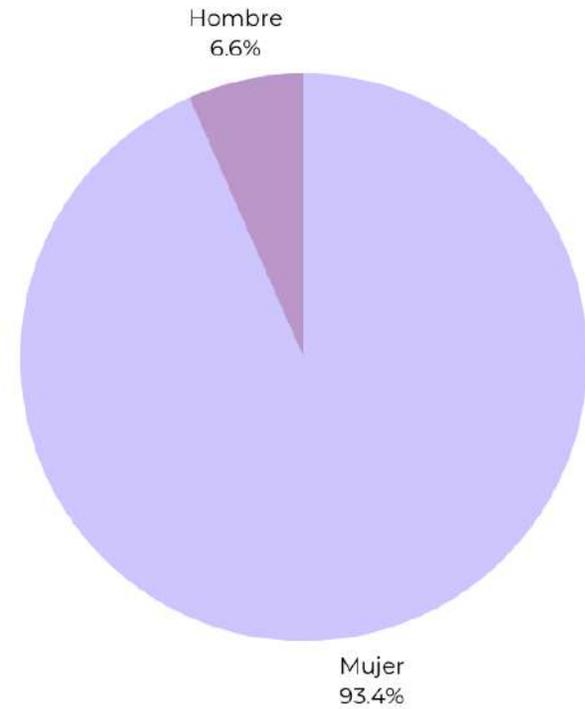
# Resultados

### 01. Confirmación de edad dentro del target:



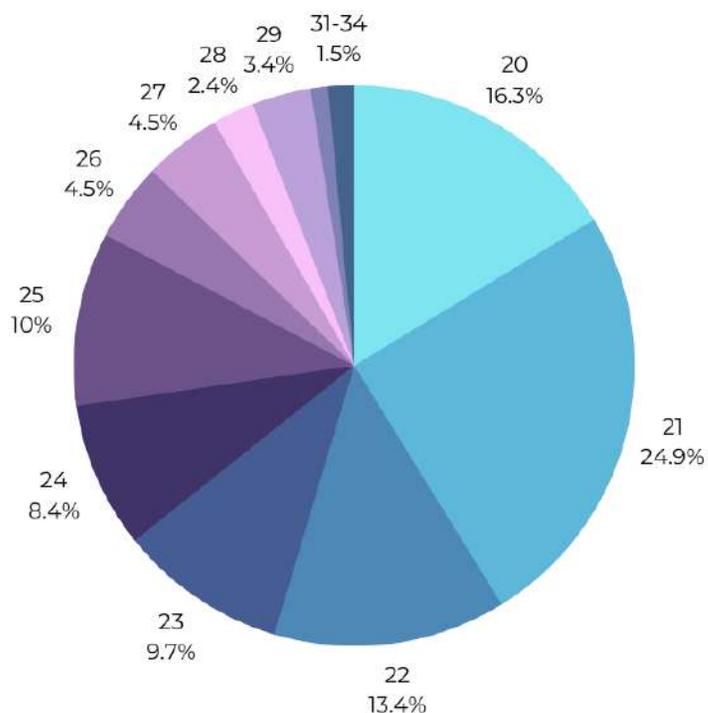
**Nota.** La edad de las mujeres encuestadas es entre **20 y 34** años.

### 02. Sexo



**Nota.** El **93,4%** de las encuestadas son mujeres.

### 03. Especificación de edad



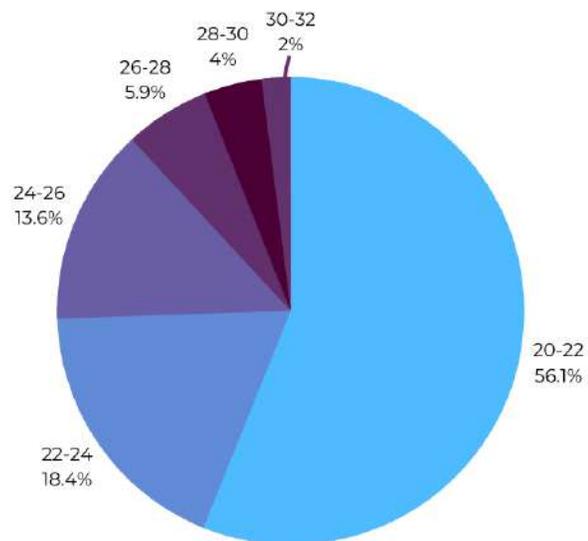
**Nota.** En la siguiente gráfica se muestra la edad de las mujeres encuestadas. Entre las mayores cantidades, el **24.9%** de las mujeres tenían 21 años de edad, el **16.3%** tenía 20 años, y el **13.4%** tenía 22 años de edad.

**Tabla 1. Especificación de edad**

Media	23,07073171
Error típico	4,582575695
Mediana	22
Modo	21
Desviación estándar	0,7071067812
Varianza de la muestra	9,166133938
Curtosis	1,702278792
Coficiente	1,353130054
Rango	14
Mínimo	20
Máximo	34
Suma	9459
Cuenta	410

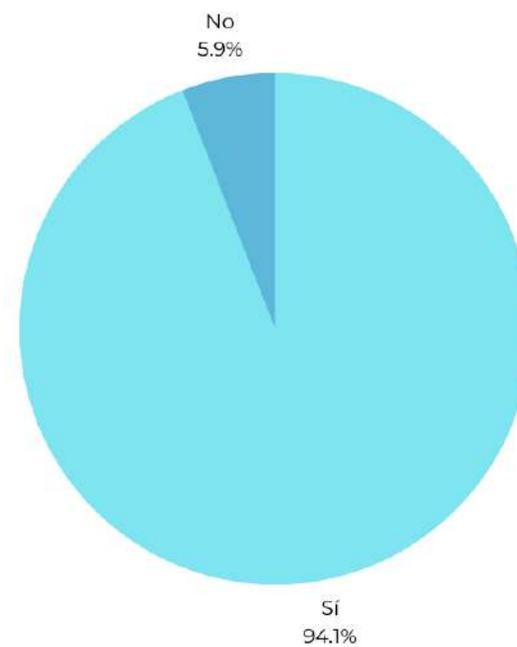
**Nota.** En la siguiente gráfica se muestra la media, el error típico, la mediada, la moda, la desviación estándar, la varianza de la muestra, la curtosis, el coeficiente, el rango, el máximo, el mínimo, la suma y finalmente la cuenta de las edades

**Tabla 2. Especificación de edad**



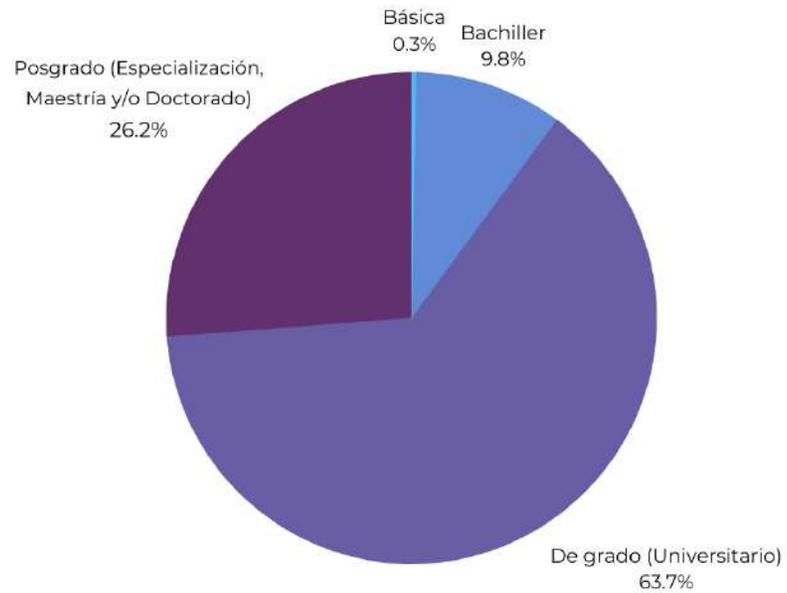
**Nota.** Gráfica del intervalo de las edades de las encuestadas.

**04. Residencia en el Distrito Nacional**



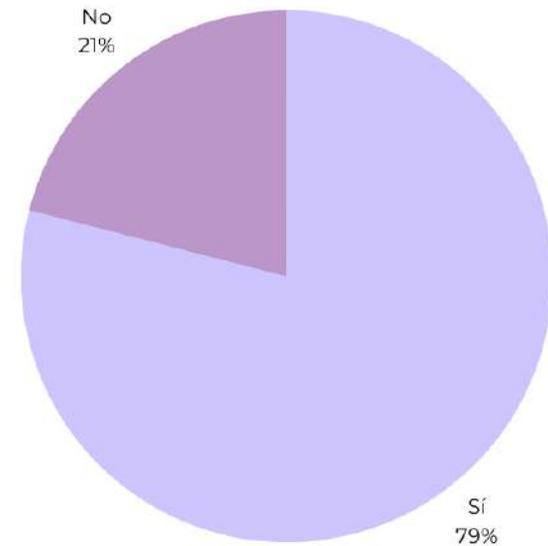
**Nota.** El **94,1%** de las encuestadas residen en el Distrito Nacional.

## 05. Nivel educativo



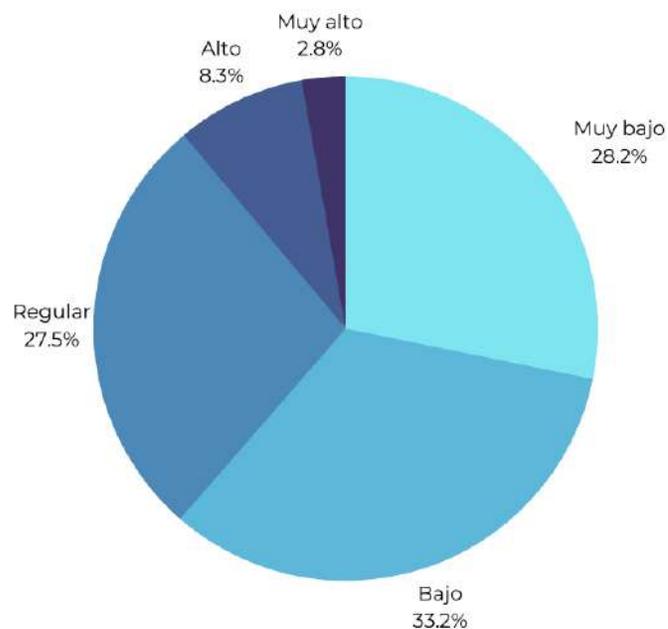
**Nota.** En la siguiente gráfica se muestran los niveles educativos de las encuestas. Donde se puede ver que el **63,7%** de las encuestadas son de grado universitario, **26,2%** Posgrado y **9,8%** Bachiller.

## 06. Pertenencia/manejo de vehículo



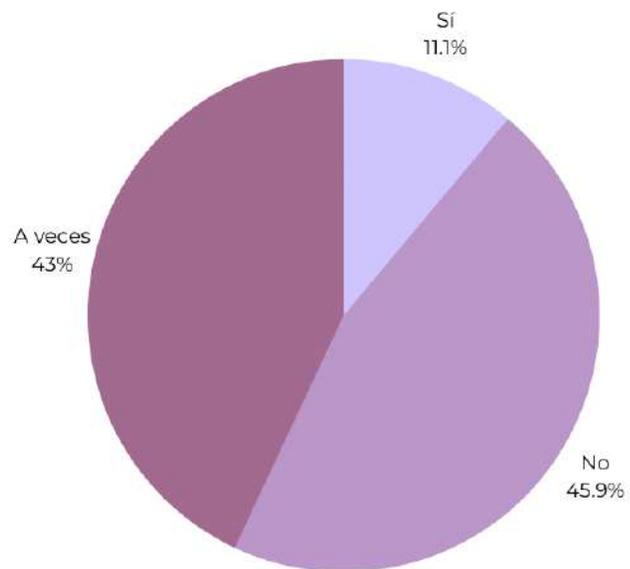
**Nota.** El **79 %** de las encuestadas tiene vehículo de motor y el **21%** restante no tiene vehículo de motor.

## 07. Nivel de conocimiento general acerca de mecánica



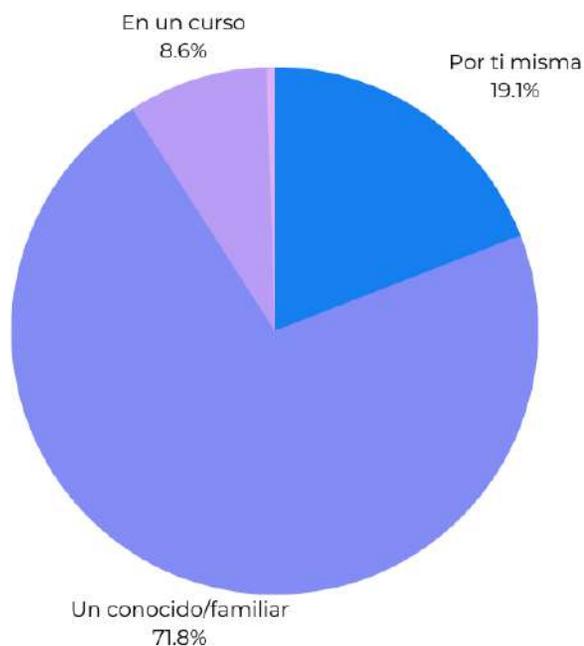
**Nota.** En la siguiente encuesta se muestra que el **28,2%** tienen un nivel muy bajo de conocimiento general acerca de la mecánica, el **33,2%** de las encuestadas tienen un nivel bajo de conocimiento, el **27,5%** tienen un nivel regular de conocimiento, el **8,3%** tienen un nivel bueno de conocimiento y el **2,8%** tienen un nivel muy bueno de conocimiento general acerca de la mecánica.

## 08. Conocimiento al enfrentar problemas mecánicos



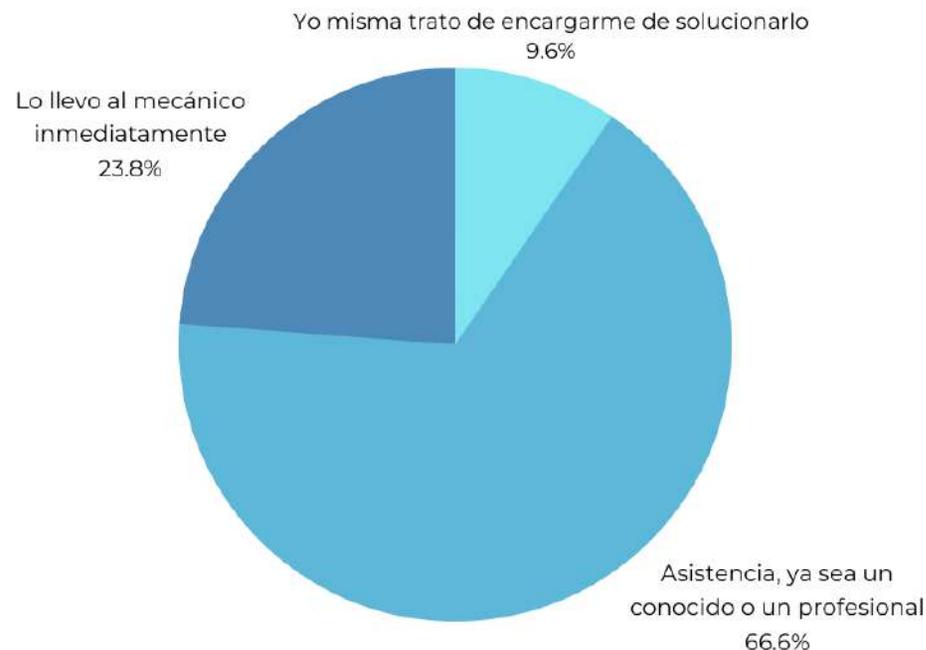
**Nota.** El **45,9%** de las encuestadas respondieron que no saben afrontar situaciones de problemas mecánicos, el **43%** dijo que a veces saben afrontar situaciones y el **11,1%** dijo que si saben afrontar situaciones de problemas mecánicos.

### 09. Forma de aprendizaje utilizada para resolver problemas mecánicos



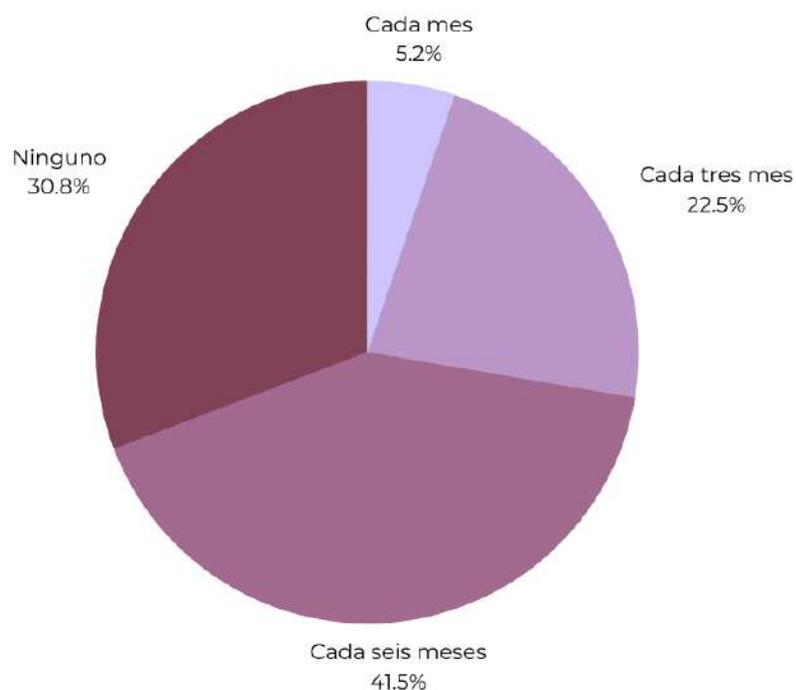
**Nota.** El **71,8%** de las encuestadas aprendieron a afrontar problemas mecánicos por conocidos o familiares, el **19,1%** de las encuestadas aprendieron por sí misma, el **8,6%** aprendieron en un curso y un **1,1%** dijo que aprendió en clases de manejo.

### 10. Método de resolución de problema más frecuentado



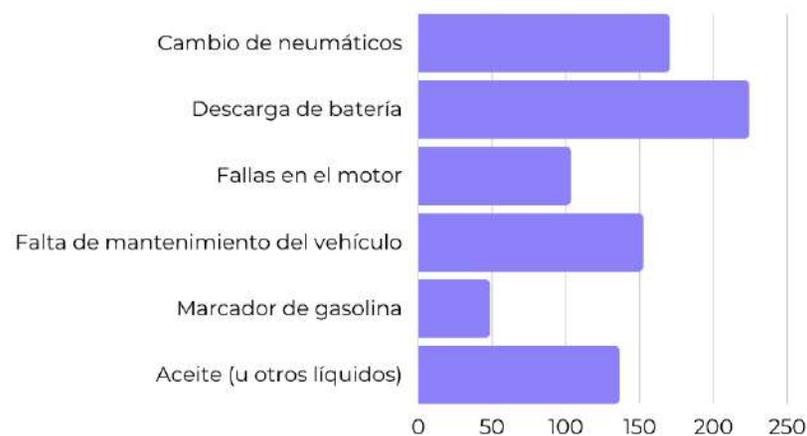
**Nota.** En la siguiente gráfica se ve lo siguiente: El **66,6%** de las encuestadas a la hora de enfrentar problemas mecánicos llaman a alguien que les pueda dar asistencia, El **23,8%** de las encuestadas llevan el vehículo al mecánico por sí mismas, El **9,6%** de las encuestadas tratan ellas mismas de solucionar el problema.

## 11. Frecuencia de problemas mecánicos enfrentados



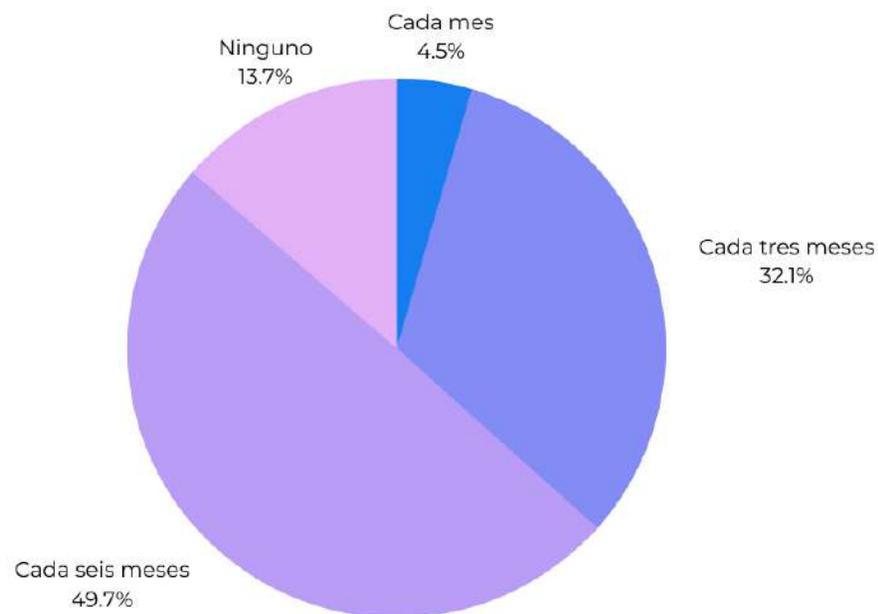
**Nota.** Los siguientes resultados muestran que el **41,5%** de las encuestadas frecuentan problemas mecánicos cada 6 meses, **30,8%** no presentan ningún problema mecánico, el **22,5%** de las encuestadas frecuentan problemas mecánicos cada 3 meses y el **5,2%** presentan problemas mecánicos cada mes.

## 12. Problemas mecánicos más enfrentados



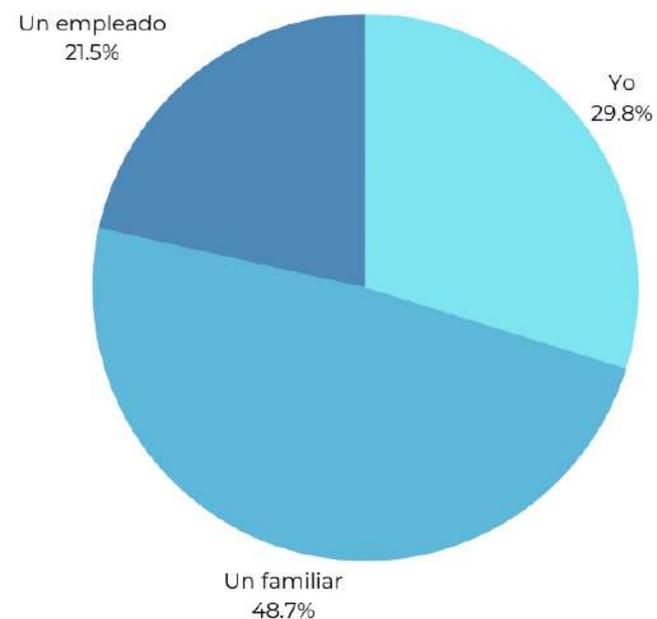
**Nota.** La siguiente gráfica presenta los problemas mecánicos más enfrentados en las mujeres encuestadas, donde **58%** presentan problemas de descargas de batería, el **44%** cambios de neumáticos, **39,4%** falta de mantenimiento del vehículo, **35,2%** problemas de aceite, **26,7%** fallas de motor y el **12,4%** marcador de gasolina desbalanceado.

### 13. Frecuencia de mantenimiento del vehículo



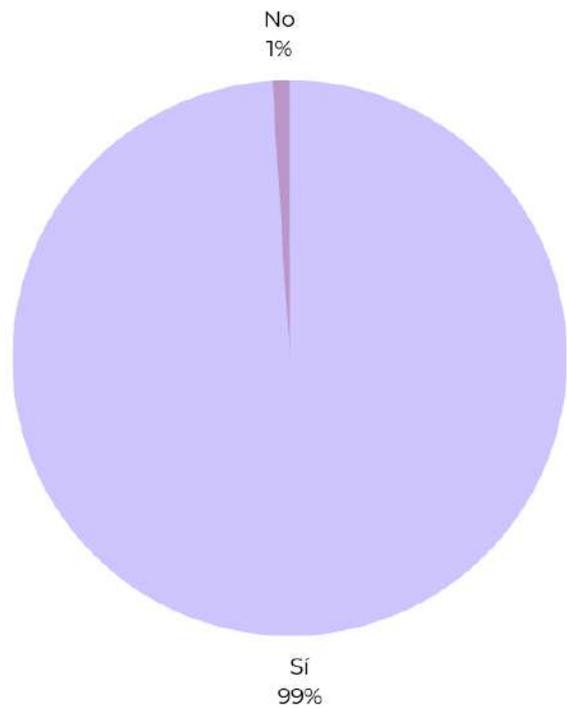
**Nota.** El **49.7%** de las encuestadas le dan mantenimiento al carro cada 6 meses, el **32,1%** le dan mantenimiento al carro cada 3 meses, el **13,7%** no realizan ningún mantenimiento y el **4,4%** le da mantenimiento cada mes.

### 14. Encargado de llevar el vehículo a darle mantenimiento



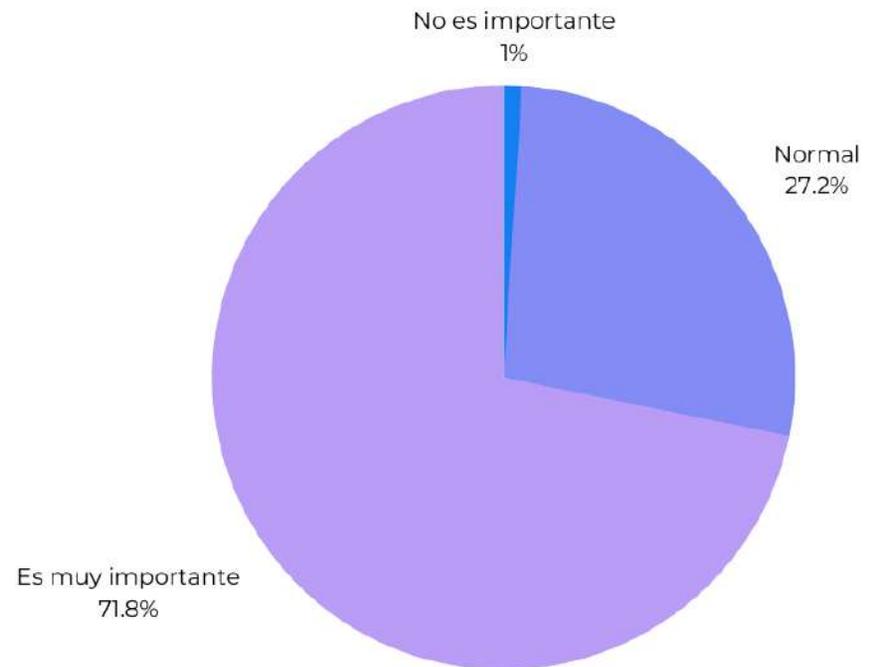
**Nota.** En la siguiente encuesta se puede ver que **48.7%** de las encuestadas tienen y usan un familiar para llevar el vehículo a darle mantenimiento, el **29.8%** de estas mujeres van ellas mismas, y el **21.5%** utilizan un empleado.

### 15. Consideración de importancia de que las mujeres sepan de mecánica



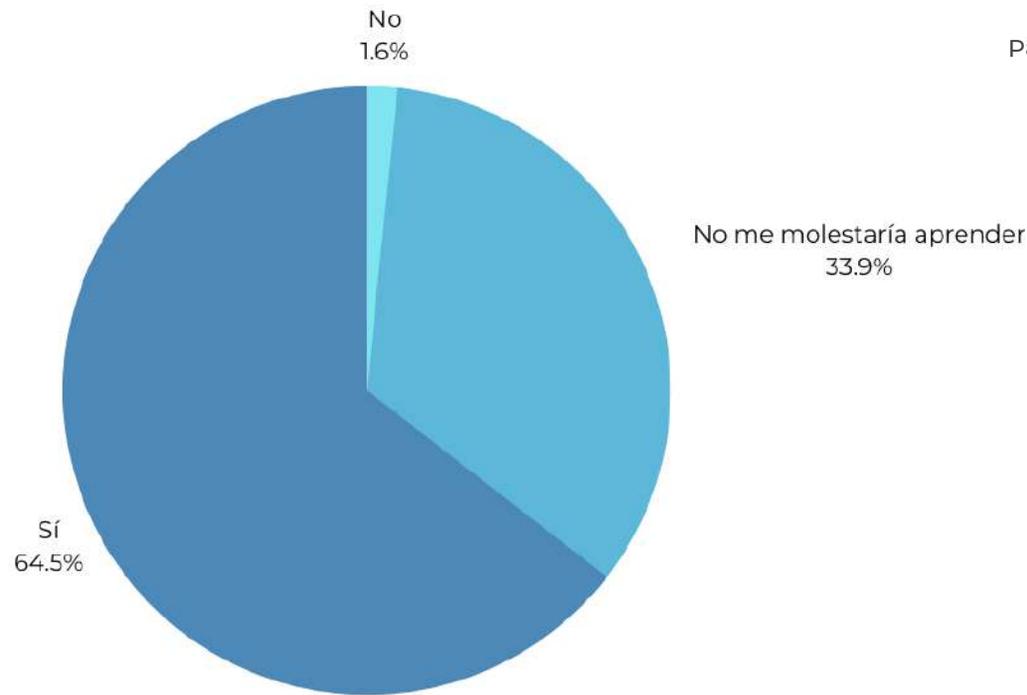
**Nota.** La mayor parte de las encuestadas (**99%**) opina que es importante que las mujeres sepan de mecánica.

### 16. Importancia del mantenimiento y cuidado del vehículo



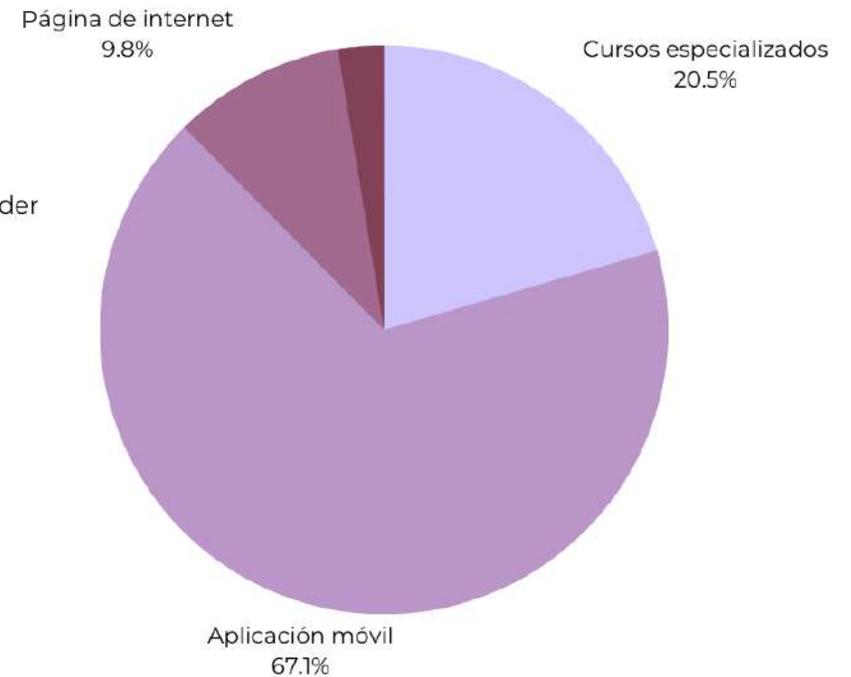
**Nota.** La mayor parte de las encuestadas (**71.8%**) consideran que es muy importante el mantenimiento y cuidado del vehículo. Un **27.2%** lo consideran normal y **1%** considera que no es importante.

### 17. Interés acerca el aprendizaje de mecánica y la resolución de problemas



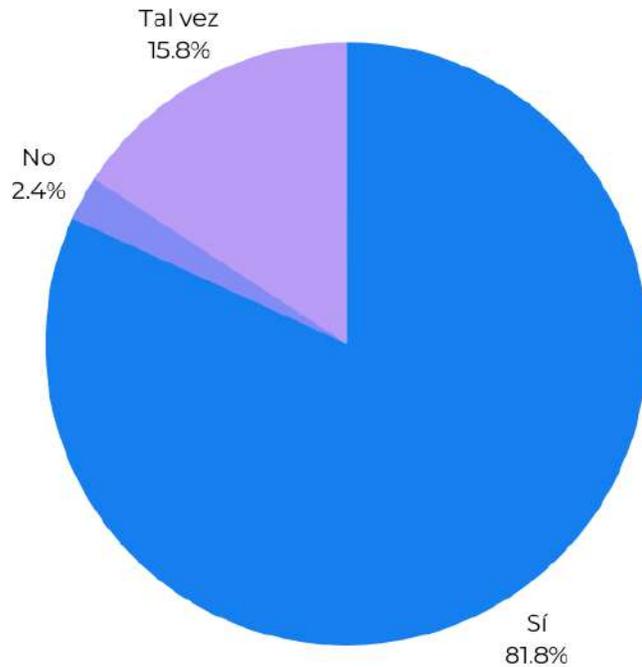
**Nota.** Los siguientes resultados muestran que un **64.5%** de las encuestadas muestran interés total en el aprendizaje de mecánica, el **33.9%** no les molestaría aprender, y **1.6%** opina que no le interesa aprender sobre mecánica.

### 18. Método ideal para recibir aprendizaje de mecánica



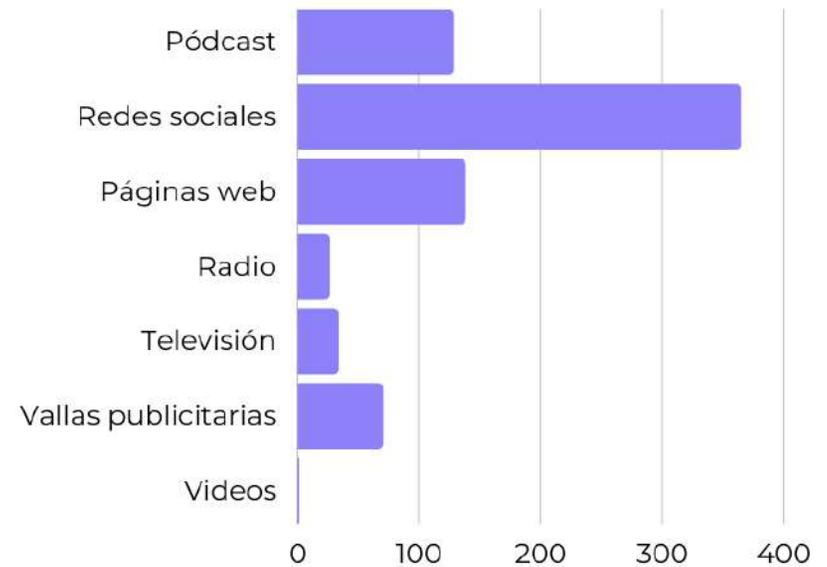
**Nota.** La mayor parte de las encuestadas (**67.1%**) prefiere una aplicación móvil, el **20.5%** prefiere cursos especializados, el **9.8%** prefiere una página de internet, y el **2.6%** prefiere material de aprendizaje físico como medio para recibir aprendizaje de mecánica.

**19. Interés en aplicación móvil que te ofrezca contenido informativo y personalizado de apoyo en la mecánica/mantenimiento automovilístico**



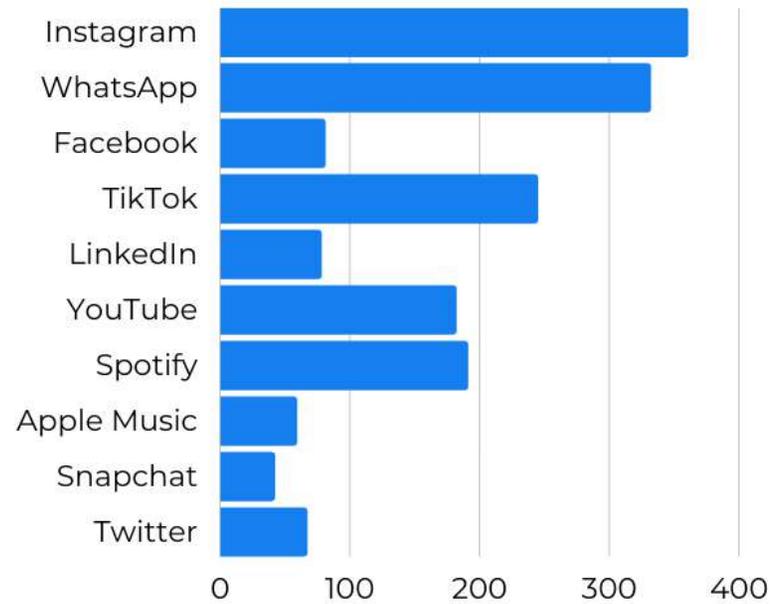
**Nota.** La mayor parte de las encuestadas (**81.8%**) está interesada en una aplicación móvil que ofrezca contenido informativo de mecánica, el **15.8%** tal vez le interesaría, y el **2.3%** no le interesa.

**20. Medios de comunicación más consumidos:**



**Nota.** Según la siguiente gráfica, los medios de comunicación más consumidos por las encuestadas son redes sociales (**94.6%**), páginas web (**35.8%**) y pódcast (**33.2%**).

## 21. Redes sociales más consumidas



**Nota.** Nota. Según la siguiente gráfica, las redes sociales más consumidas por las encuestadas son Instagram (93.5%), WhatsApp (86%) y TikTok (63.5%).

# Conclusiones

## Conclusiones

Se puede concluir, con los datos recopilados, que en el Distrito Nacional, hay un grupo de mujeres jóvenes entre los 20-34 años de edad que tienen un bajo conocimiento sobre la mecánica automovilística, según los datos arrojados, solo un **8,3%** de las encuestadas tienen un buen conocimiento sobre el tema. Se demuestra en la mayor cantidad de respuestas, que cuando a estas jóvenes se les presenta algún inconveniente mecánico, el **66,6%** de las encuestadas suelen llamar a otra persona que les asista para poder resolver dicha situación.

Según los datos arrojados por la encuesta, el **64.5%** de las mujeres encuestadas tienen el interés en el tema y el **99,9%** consideran que es muy importante que las mujeres aprenden y adquieran conocimientos básicos de la mecánica automovilística, para que de esta forma ellas puedan resolver situaciones mecánicas de la vida cotidiana, como cambiar gomas, revisar aceites, entre otros.

En la encuesta se demostró en cuáles medios a las encuestadas les gustaría recibir dicho conocimiento, donde el **67,1%** de las encuestadas eligió una aplicación móvil con contenido personalizado de ayuda sobre la mecánica automovilística.

Con los resultados arrojados por la encuesta, se pudieron cumplir los objetivos de investigación y obtener información relevante y necesaria para el futuro del proyecto. Se comprobó que existe un nicho en el mercado para la introducción de una nueva propuesta de aprendizaje y ayuda personalizada para las mujeres en el área de la mecánica. De igual forma, se pudo conocer las principales problemáticas que experimentan las mujeres en el área de la mecánica y determinar la forma en que le gustaría recibir este tipo de aprendizaje y ayuda. Finalmente, se identificó su nivel de interés en el área de mecánica general automovilística.

# Recomendaciones

## Recomendaciones

Las recomendaciones para la población de mujeres de 20-34 años de edad en el Distrito Nacional, basándose en los resultados de la investigación, son las siguientes:

- 1** Lanzamiento de campaña y creación de una aplicación móvil disponible en diferentes dispositivos que contenga contenido personalizado de mecánica automovilística, donde cuente con videos explicativos, guías, herramientas y soluciones para resolver situaciones mecánicas.
- 2** Creación de una página web, que contenga información con aquellos conocimientos básicos que las mujeres necesitan saber.
- 3** Hacer un pódcast donde se compartan historias de situaciones mecánicas que le han pasado a las mujeres, y que se compartan ideas de posibles soluciones. Esto con el fin de crear una comunidad donde las mujeres se sientan cómodas de hablar del tema y que estas sepan que no están
- 4** La comunicación debe tener un tono y lenguaje llano, no demasiado técnico ni abrumador. Debe sentirse amigable y cercano al público, y que no excluya a ningún género. De igual forma, dicha comunicación llevaría una línea gráfica moderna, con colores frescos, de forma minimalista, simple,

# **Análisis de entorno**

## Análisis

Esta aplicación es uno de los pocos materiales de contenido sobre mecánica dirigido a la mujer en la actualidad, aplicación apta para diferentes dispositivos, es una herramienta que ayuda a disminuir accidentes automovilísticos, descuidos, etc.

**F**

Gran cantidad de mujeres que conducen vehículos propios, el interés de las mujeres de ser autosuficientes e independientes, la accesibilidad y la evolución de la tecnología en la actualidad, el impulso de la educación de las personas de manera autodidacta.

**O**

Sentimiento de que la aplicación está marginalizada o dirigida a un género específico, que el proceso de descarga y uso sea complicado, que los usuarios no tengan acceso a servicios de internet.

**D**

**FODA**

**A**

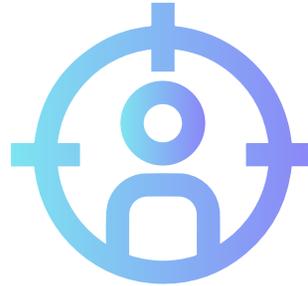
Que surjan otras plataformas digitales con el mismo objetivo, la falta de señal/data que puedan experimentar los usuarios.

## Pensamiento Estratégico



### ¿Qué se quiere comunicar?

Demostrar que existe un nicho de mujeres jóvenes que tienen interés en el área de la mecánica, y que en la actualidad es posible buscar una solución para ayudar a estas mujeres, no solo a aprender y arreglar problemas de mecánica, sino a ser más independientes.



### Público objetivo:

Mujeres jóvenes de 20-34 años de edad del Distrito Nacional, interesadas en adquirir conocimientos sobre la mecánica automovilística.



### Pensamiento creativo:

Mediante la creación de una campaña de comunicación en la cual se promoverá el uso de una aplicación móvil gratuita que tenga guías personalizadas y herramientas de ayuda para poder resolver situaciones mecánicas.

# **Perfil del consumidor**

# Segmentación

**Edad:** Mujeres de 20 a 34 años de edad

**Ingresos mensuales:** RD\$35,000.00-RD\$70,000.00

**Ocupación:** Estudiantes/empleadas/empresarias

**Personalidad:** Alegre, divertida, sociable y responsable

**Estilo de vida:** Positivo y auténtico

**Expectativas:** Progresión e independencia

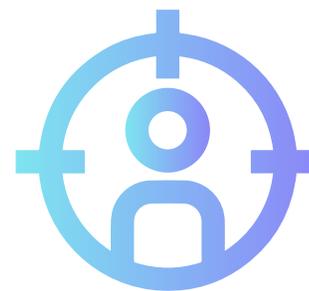
**Ciclo de vida:** Juventud y madurez

**Clase social:** C y C +

**Grado de fidelidad de la marca:** Media y alta

**Tasa de compra/uso:** Media

**Motivación de compra/uso:** Adquirir nuevos conocimientos y más independencia



El target de este proyecto se enfoca en un público de mujeres dominicanas entre los 20 y 34 años de edad de una clase socioeconómica C y C +. Este público está pasando por una etapa de su vida donde buscan ser más independientes, autodidactas y desean empoderarse como mujeres dominicanas.

**Buscan crear experiencias, viajar, salir con amigos, estudiar, formar relaciones, crecer personal y profesionalmente.**



## María Muñoz

### Target primario Rango de edad de 20-26 años

Son mujeres jóvenes que residen en el Distrito Nacional, que desean aprender a cómo resolver problemas mecánicos de vehículos por sí mismas, ya que no tienen ningún conocimiento básico del tema y ellas entienden que es importante que las mujeres tengan ese conocimiento, ya que será útil cuando en un futuro tengan un vehículo propio.

## Alicia González

### Target secundario Rango de edad de 27-34 años

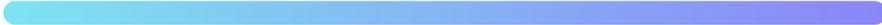
Este público de mujeres busca aprender más de la mecánica automovilística, tienen vehículo propio y por experiencias que han tenido con su vehículo han adquirido un poco de conocimiento básico del tema, pero estas han tenido la necesidad de querer enriquecer más su conocimiento, para que de esta forma puedan darle un mejor cuidado y mantenimiento a su vehículo y que su correcto funcionamiento sea duradero.



# Tamaño de Mercado

De acuerdo a la Oficina Nacional de Estadística (ONE) en su reporte de estimaciones y proyecciones de la población total por año calendario, según sexo y grupos quinquenales de edad, 2000-2030, para proyecciones del 2022 existe un total de:

**134,945 mujeres.**



# **Objetivos de la propuesta**

# Objetivo General

Elaborar una aplicación móvil, dirigida a mujeres, que tenga una propuesta diferente e innovadora, que brinde soluciones y herramientas para solucionar situaciones mecánicas.

# Objetivos Específicos

- Que la aplicación forme parte de la vida de los usuarios.
- Motivar a las mujeres aprender sobre la importancia de los conocimientos básicos de la mecánica.
- Lograr que el usuario se sienta satisfecho al momento de usar la aplicación cuando busque una solución ante la necesidad que se presente.
- Alcanzar un mínimo de 40,000 descargas y creación de perfiles en la plataforma en los primeros 5 meses.

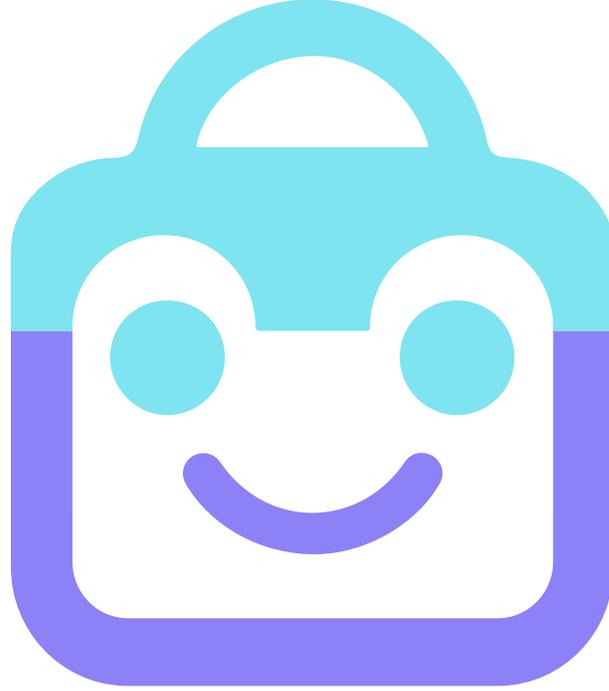
# Propuesta



AutoTool







**La propuesta se basa en el desarrollo de una aplicación móvil que busca brindar herramientas y soluciones a mujeres a la hora de experimentar situaciones mecánicas con automóviles.** Esta aplicación tiene como fin ayudar a las mujeres a buscar soluciones de una forma más rápida y sencilla para que se sientan más seguras a la hora de experimentar estas situaciones.

# AutoTool

**Pronunciación: au-to-tool/ auto-tul**

Se escogió el nombre AutoTool, porque representa la visión de esta marca, la cual, es ayudar a las mujeres dominicanas a que tenga una herramienta que les facilite resolver problemas mecánicos de una forma rápida y sencilla. Con la palabra (Auto) queremos representar la autonomía y también hacer referencia a los automóviles, con la palabra (Tool), que de inglés se traduce a “herramienta” en español, se quiere hacer referencia a esas herramientas y la ayuda que le brindara la aplicación a los usuarios.



## Misión:

Ayudar a solucionar problemas de mecánica automovilística y fomentar la educación de la misma en las mujeres del Distrito Nacional.



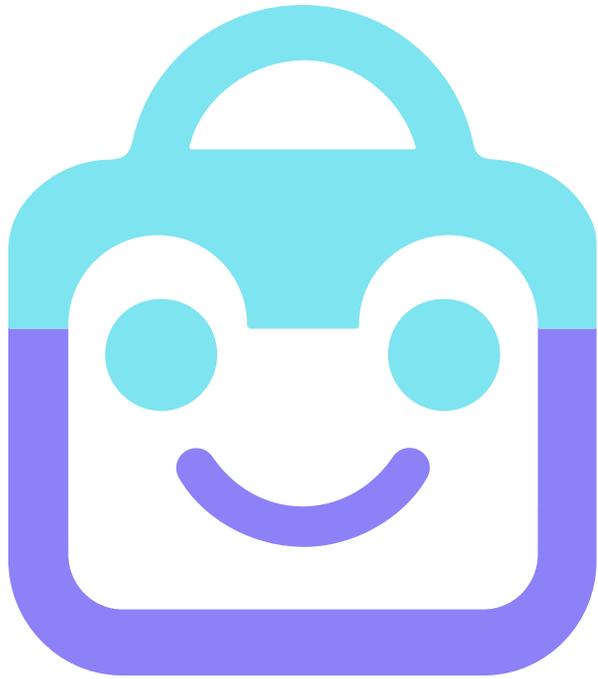
## Visión:

Brindar todas las herramientas y ayudas necesarias a las mujeres a la hora de enfrentar problemas mecánicos automovilísticos en el Distrito Nacional.



## Valores:

Independencia, Autenticidad, Progreso, Optimismo, Seguridad y Confianza



# AutoTool

## Racional Creativo

Para el desarrollo del isotipo, se realizó una mezcla de objetos representativos del concepto e idea, que es un auto o carro y una caja de herramientas.

La forma redonda de la tipografía principal, **Arial Rounded MT Bold**, en el nombre de la marca, representa el tono de comunicación cercano e informal y una personalidad jovial. La utilización de los colores corporativos le da un toque representativo de alegría, confianza y creatividad.

# Tipografías

Primaria

**Arial Rounded MT Bold**

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll

Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww

Xx Yy Zz

Secundaria

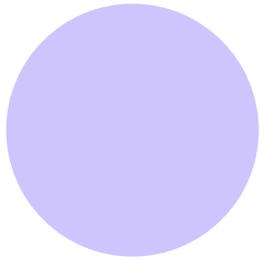
**Montserrat**

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll

Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww

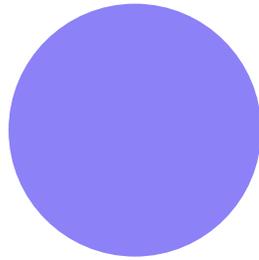
Xx Yy Zz

# Paleta de colores



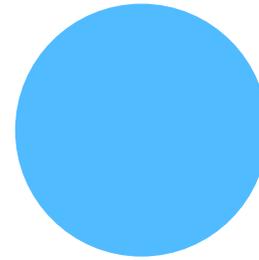
**#CEC5FE**

R 206 G 197 B 254  
C 23% M 25% Y 0% K 0%



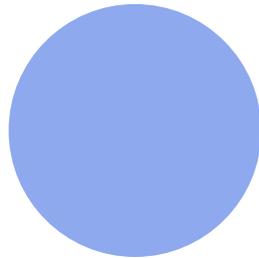
**#8C81F7**

R 140 G 129 B 247  
C 59% M 52% Y 0% K 0%



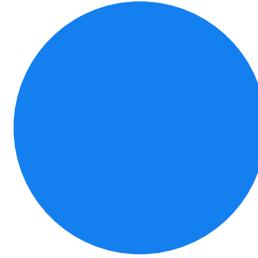
**#51BBFF**

R 81 G 187 B 255  
C 60% M 13% Y 0% K 0%



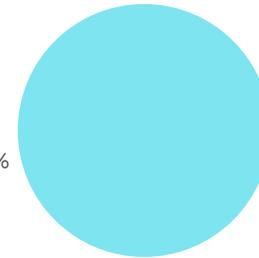
**#8EA9EE**

R 142 G 169 B 238  
C 49% M 30% Y 0% K 0%



**#147FEF**

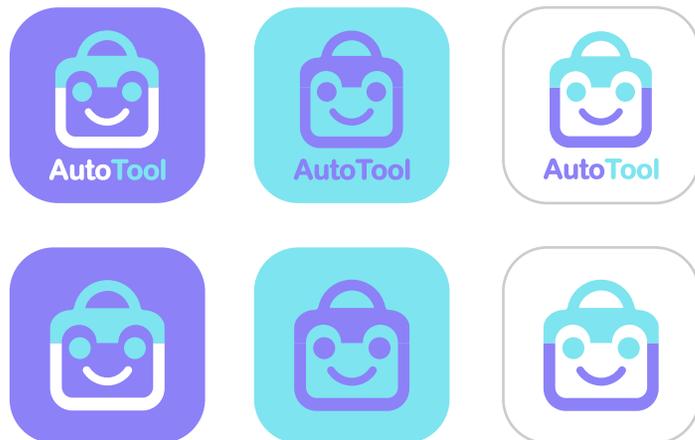
R 20 G 127 B 239  
C 80% M 49% Y 0% K 0%



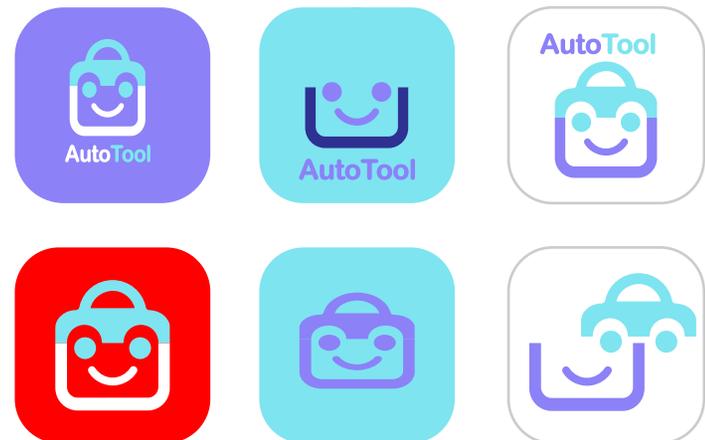
**#7EE4FO**

R 126 G 228 B 240  
C 48% M 25% Y 12% K 0%

# Usos permitidos

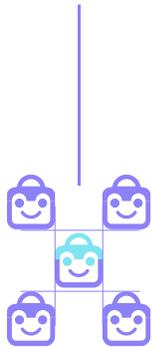


# Usos no permitidos



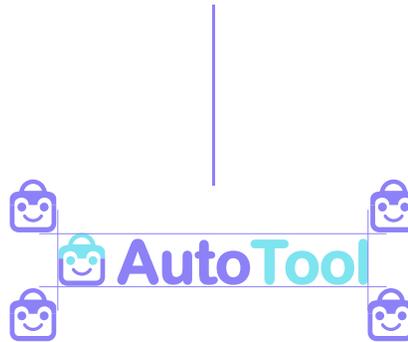
# Tamaño mínimo y protección de área

19 píxeles (19PX)



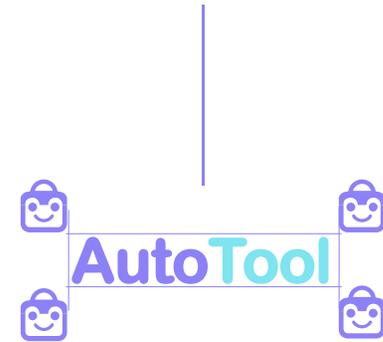
Área de protección  
1 " K "

27 píxeles (27PX)



Área de protección  
4 " O "

27 píxeles (27PX)



Área de protección  
4 " O "

# **Diseño y funcionalidad de la aplicación**

# Ícono de la aplicación



# Íconos de la aplicación



# ¿Qué es AutoTool?

AutoTool es una aplicación móvil gratuita que busca brindar herramientas y soluciones a mujeres a la hora de experimentar situaciones mecánicas con automóviles. Esta aplicación cuenta con una serie de herramientas e informaciones para poder solucionar problemas mecánicos de una forma más rápida y mucho más sencilla.

## **Funciones:**

**Foro:** La plataforma contará con un foro para que los usuarios puedan interactuar entre ellos, compartir mensajes y experiencias.

**Contactos:** Los usuarios contarán con una sección de contactos. En su contenido tendrán contactos de ayuda personales añadidos por los mismos usuarios y contactos de servicios de grúas, seguro de su vehículo, de asistencia vial y 911.

**Tutoriales:** La plataforma contará con secciones de tutoriales explicativos sobre cómo solucionar problemas mecánicos automovilísticos. Estos tutoriales contarán con videos explicativos y con descripciones de lo explicado en el video.

**Live location:** La plataforma también contará con una sección de ayuda mecánica, esta vendrá con un mapa en vivo (live location) de talleres y bombas de combustibles que se encuentran cerca de donde el usuario esté y también tendrán el número de teléfono y horario del local o empresa.

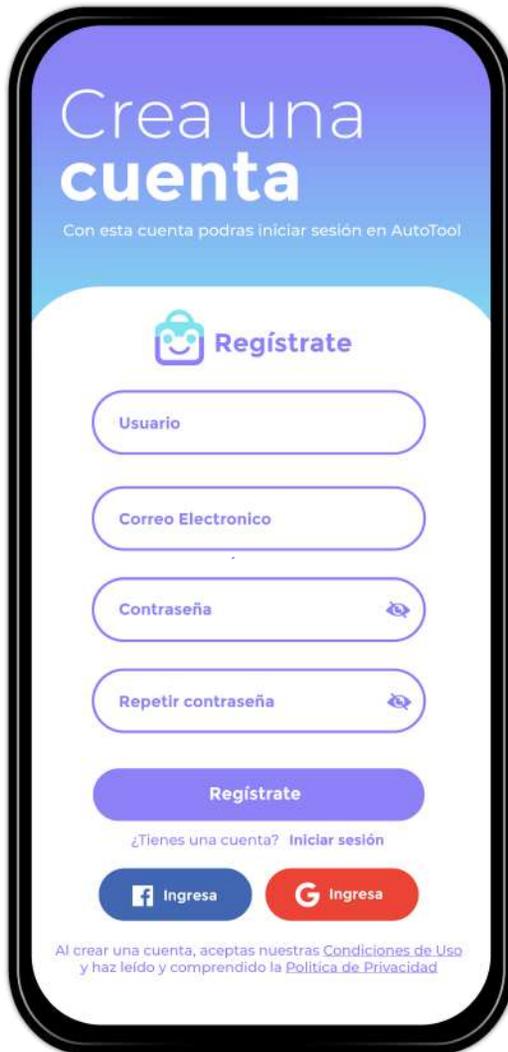
**Registra tu vehículo:** La plataforma brindará un servicio personalizado, ya que contará con una sección para registrar vehículos. La aplicación creará un perfil para el vehículo registrado por el usuario, donde le brindará información básica de su vehículo, esta información será suministrada con la ayuda de colaboraciones que se harán con talleres mecánicos que tendrán un espacio publicitario en la app, a cambio de informaciones que se necesiten para el mantenimiento informativo de la aplicación. Si surge alguna situación, como algún cambio de neumático o pieza, la aplicación le indicará que tipo de neumático/pieza el vehículo necesitará. También mandará recordatorios de mantenimiento del vehículo, consejos y datos.



Intro



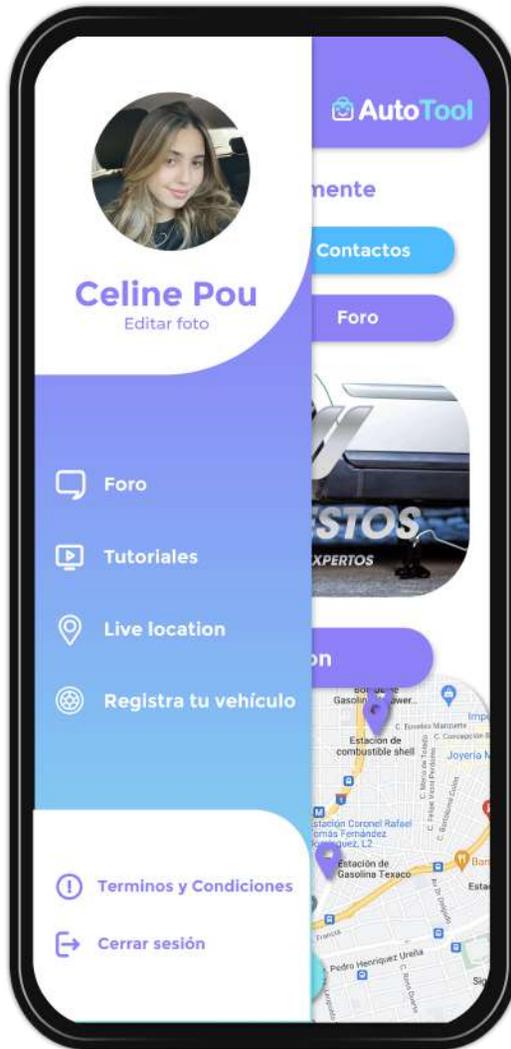
Iniciar sesión



Regístrate



Página principal



Menú



Perfil



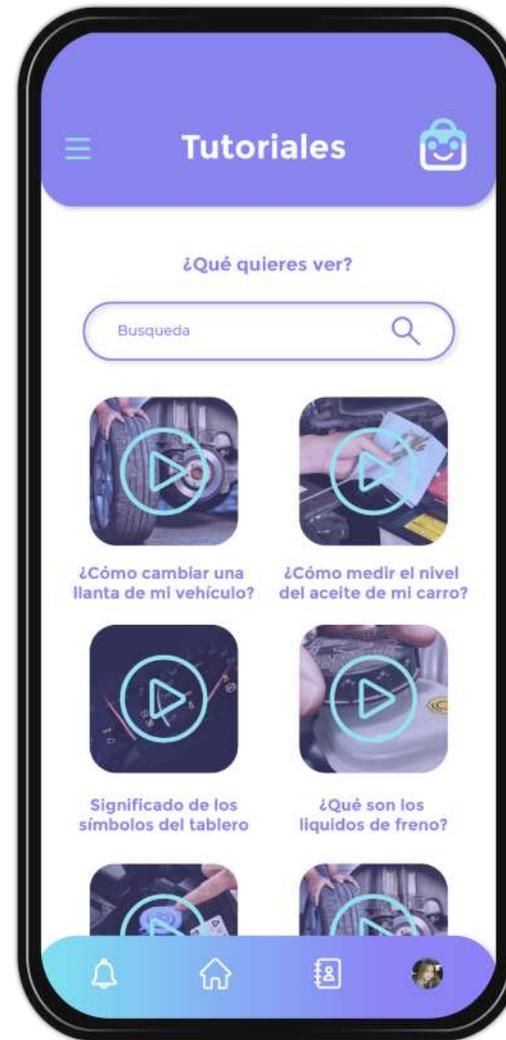
Foro



Foro: Tips



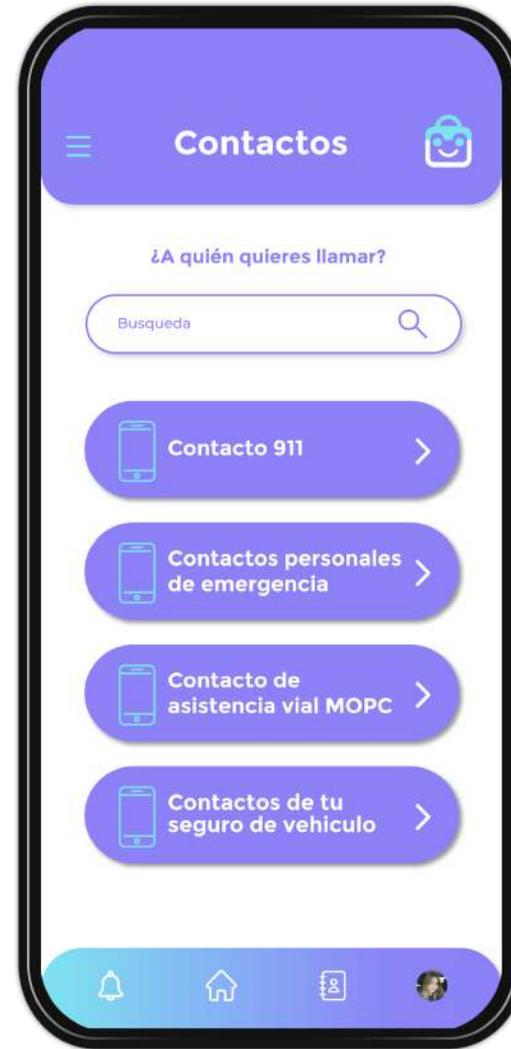
Foro: Tips



Tutoriales



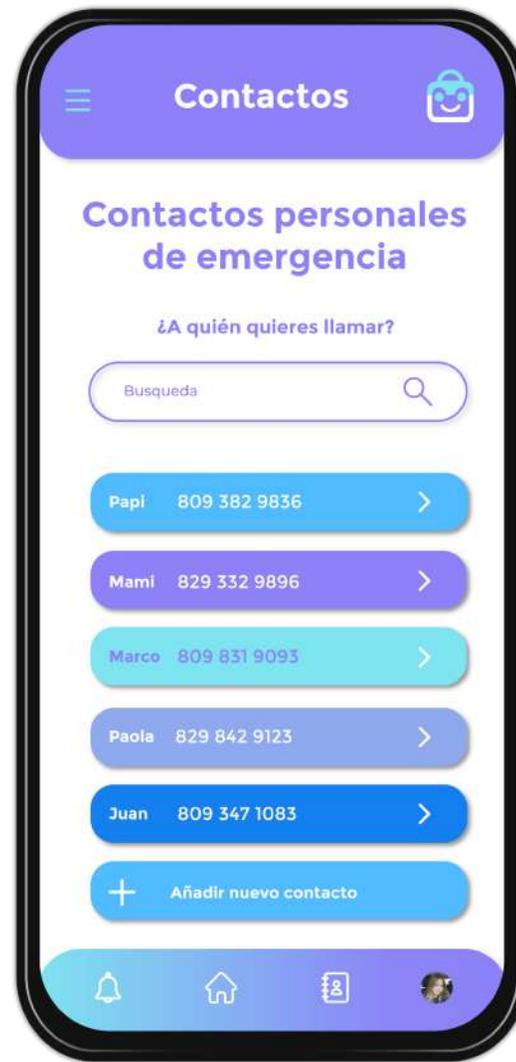
Tutoriales



Contactos



Contacto 911



Contactos personales



Live location:  
Talleres



Live location:  
Bombas

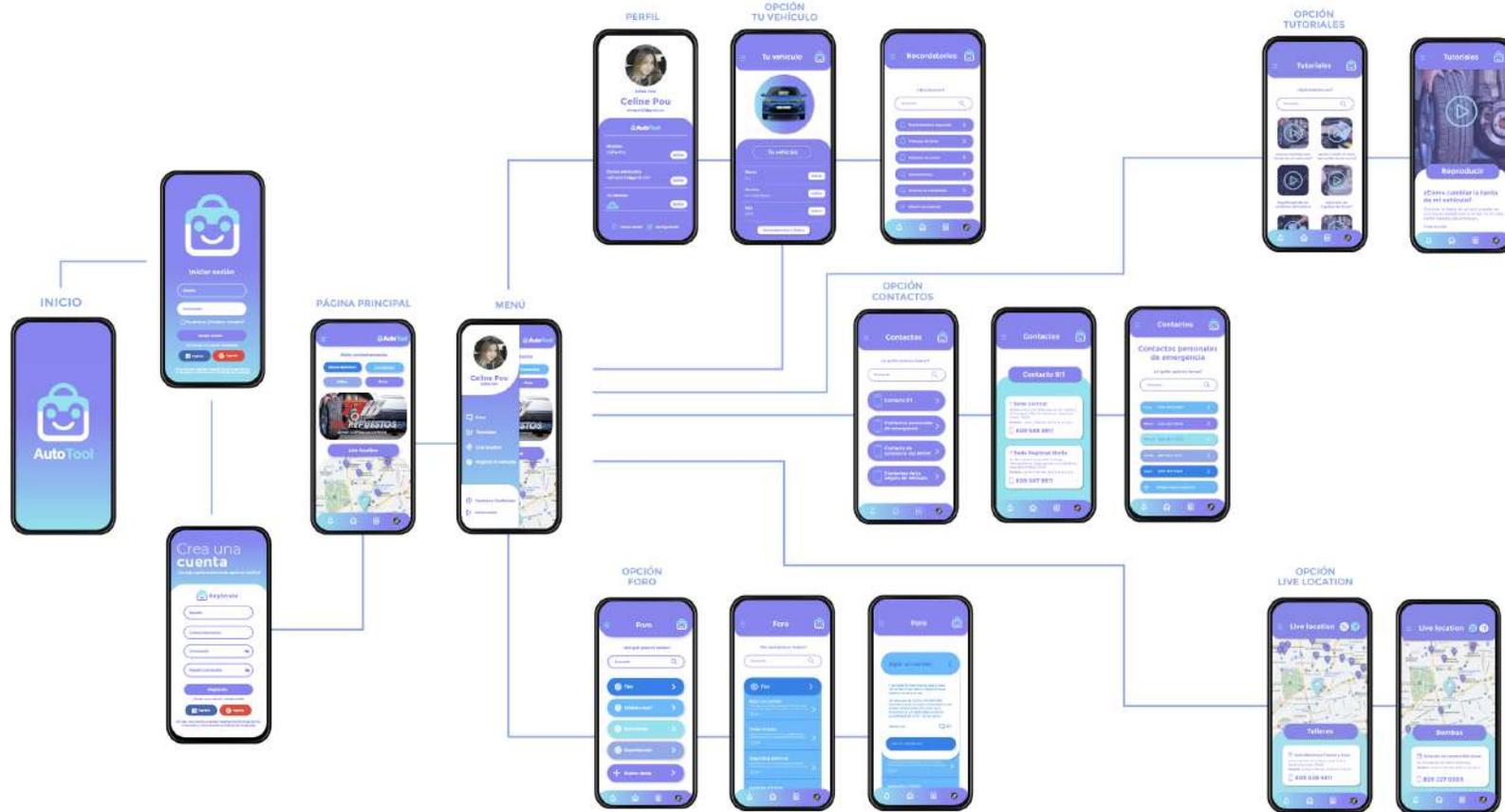


Tu vehículo



Recordatorios

# User flow



# **Plan de lanzamiento**

# Estrategia de comunicación

Partiendo del público objetivo, el cual abarca un rango de edad a partir de los 20 a 34 años de edad, de nivel socioeconómico C y C +, residentes en República Dominicana, Distrito Nacional, **se realizará una campaña de marketing a través de redes sociales (Instagram y Facebook), email marketing y vallas.** La aplicación contará con un perfil propio de cada red social con el nombre de **@autotooldr**, desde donde se compartirán publicaciones de sumo interés para mantener una comunicación directa con el público.

Además, se elaborará un **landing page** por el cual se recolectará los correos de los interesados y se dirigirá al público hacia las redes sociales y a descargar la aplicación según el sistema móvil. (Android o iOS).

Se contará con el apoyo de marcas e influencers que serán parte de esta iniciativa.

**María Alonzo**, charlista y creadora de “Mujer sobre ruedas” donde educa a las mujeres con charlas y conferencias sobre la educación mecánica y vial.

**Rosmery Herrand**, influencer y creadora de contenido en redes sociales.

**Jean Villanueva**, influencer y creador de contenido en redes sociales.

**Pódcast: Cuéntale al Pódcast**, los hosts son Jean Villanueva e Irma García, es un pódcast donde las personas comparten sus experiencias vividas del día a día.

**Se planea la creación de una campaña con una duración de 3 meses.** Se espera que para el primer mes se obtenga un 40% del público interesado. Se busca dar a conocer la disponibilidad de uso de la aplicación y atraer a un adicional 15% del público objetivo.

# Medios

## ATL

**Vallas exteriores:** Estas vallas se colocarán en los puentes de las avenidas John F. Kennedy y 27 de Febrero. De igual forma, se colocarán en algunas de las avenidas principales del Distrito Nacional. Estas incluyen la avenida Tiradentes, Winston Churchill, Abraham Lincoln, Los Próceres y Núñez de Cáceres.

## BTL

**Campaña de Publicidad Online y Marketing Directo:** se realizará una campaña digital a través de Facebook e Instagram, basándose en una segmentación geográfica y demográfica del target ya identificado. Cuando los tres meses de la campaña lleguen a su fin, se planifica tener un mantenimiento de redes sociales consistente. Este mantenimiento de las redes sociales ayudará a crear una comunicación fija e integración con el público.

**Email Marketing:** La marca utilizará el método de email marketing para la recolección de correos electrónicos mediante un landing page. Esto ayudará a crear una base de datos, y también aportará con el envío planificado de dos correos mensuales durante la campaña.

**Colocación de vehículos rotulados en diferentes centros comerciales del Distrito Nacional, específicamente Blue Mall y Galería 360.**

# Influencers



@rosmeryhdc



@elpandaqueanda



@cuentalealpodcast



@mariaalonzotv

# Insight

Las mujeres, cuando se les presenta una situación mecánica con un vehículo, siempre necesitan ayuda.

# Concepto creativo

Tú sola resuelves

# Posicionamiento deseado

“Cuando se me presentan situaciones mecánicas con autos, con la aplicación de AutoTool puedo encontrar la solución de una manera rápida y sencilla.”

# Tono de comunicación

AutoTool tiene como objetivo establecer una conexión con la audiencia y crear engagement. Quiere motivar a las personas, específicamente a las mujeres, a que se descarguen la aplicación. De igual forma, quiere que los futuros usuarios se suscriban a través del landing page y asegurarles que la idea del producto es confiable y verdadera. El tono de la comunicación de la marca es el siguiente:

## Cercano

La marca busca relacionarse y crear un vínculo con el público y los posibles usuarios de la aplicación con palabras, términos y un lenguaje que el target principal conozca y utilice en sus vidas cotidianas.

## Informal

La marca se dirige a un tipo de target específico. Es una audiencia joven, moderna, independiente y responsable. Este target se mantiene actualizado con lo que pasa en el mundo digital y de las redes sociales. La marca se comunica de forma simple y directa, pero no se confunde con lo que es ofensivo ni inapropiado.

# **Fases de la campaña**

# Fase 1

**Expectativa: Marzo 2023 (duración 15 días)**

**Objetivo:** Crear expectativa e interés en el target sobre el producto y su lanzamiento.

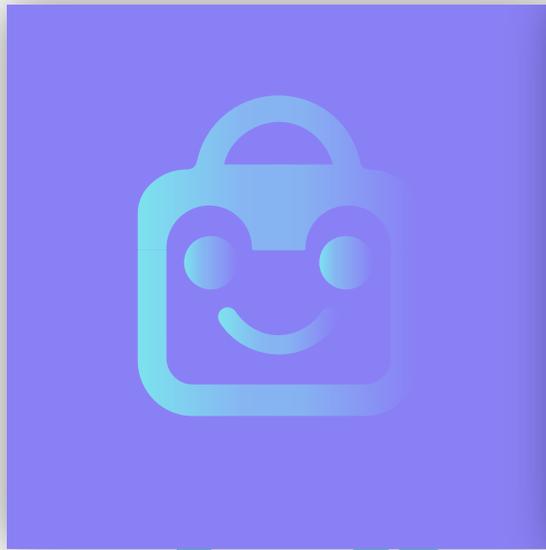
Para la fase de expectativa se crearán cuentas en las redes sociales de Instagram y Facebook bajo el nombre de @autotoolrd. Esta fase tendrá una duración de 15 días (marzo 2023). En esta fase se realizarán publicaciones en las redes sociales.

También, en las redes sociales, se le dará promoción a un **landing page** que se creará para la recolección de correos electrónicos de los interesados, para de esta forma enviarles correos dos veces al mes, para mantener a los usuarios al tanto de nuestra aplicación, esta también contará con contenido informativo de la aplicación .



# Fase de Expectativa

Redes sociales



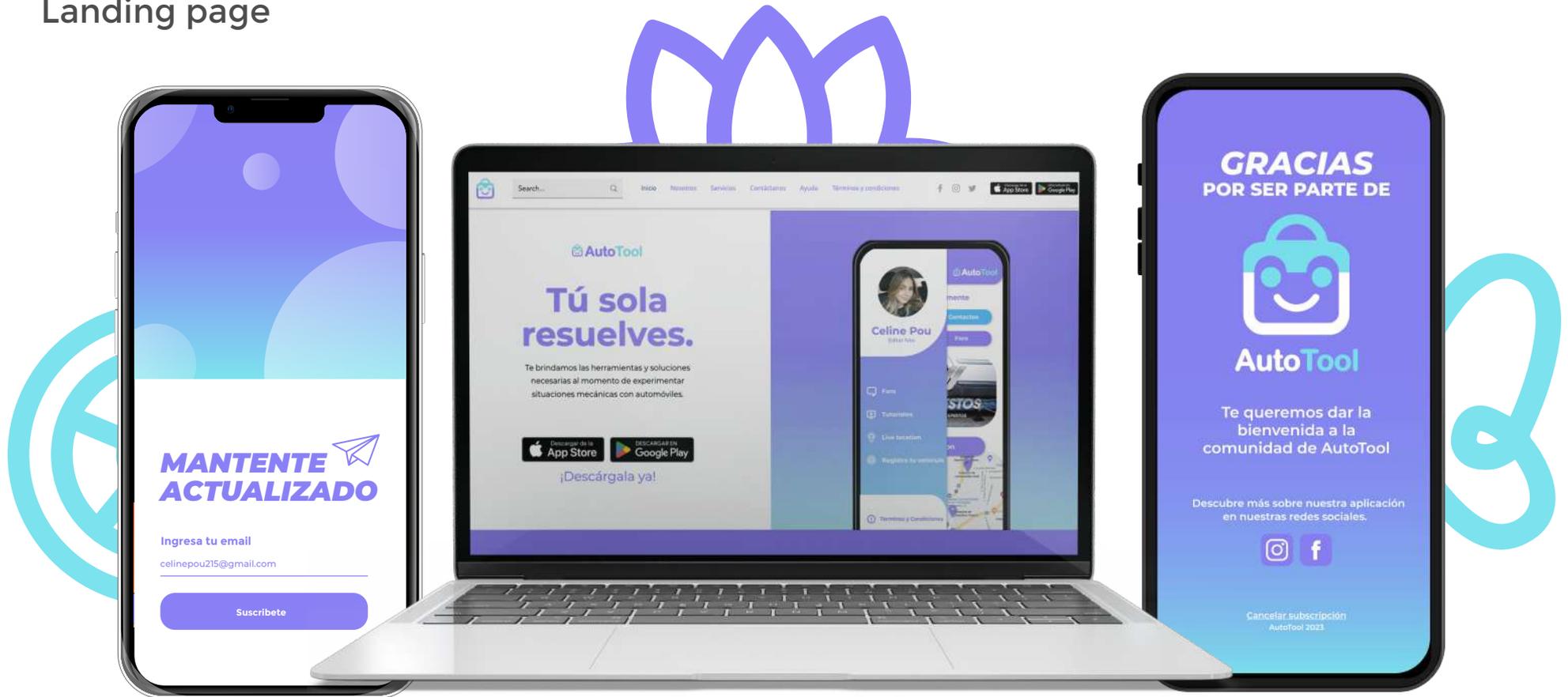
# Fase de Expectativa

Redes sociales



# Fase de Expectativa

Landing page



# Fase de Expectativa

## Cronograma de campaña de redes sociales

### Cronograma de redes sociales (Fase 1): marzo 2023

Fecha	Red social	Tipo de publicación	Tema y objetivo
06/03/2023	Instagram y Facebook	Post e historia	Presentar la marca para crear curiosidad entre el público
08/03/2023	Instagram y Facebook	Post e historia	Contenido del Día de la Mujer para conectar con el target
10/03/2023	Instagram y Facebook	Post e historia	Contenido creativo para provocar interacciones
13/03/2023	Instagram y Facebook	Post e historia	Contenido creativo para promocionar landing page (página web)
15/03/2023	Instagram y Facebook	Post e historia	Cuenta regresiva al lanzamiento para provocar interés e interacciones
17/03/2023	Instagram y Facebook	Post e historia	Contenido creativo para provocar interacciones
20/03/2023	Instagram y Facebook	Post e historia	Contenido creativo para promocionar landing page (página web)

# Fase 2

## Lanzamiento: Abril 2023 (duración 2 semanas)

**Objetivo:** Dar a conocer la app y generar una conversación sobre la mecánica entre las mujeres jóvenes dominicanas del D.N.

En la fase de lanzamiento se promocionará la descarga de la aplicación AutoTool mediante las redes sociales, vallas, email marketing y stands de BTL. Esta fase tendrá una duración de dos semanas (3 de abril 2023-14 de abril 2023)

En las redes sociales se creará contenido con influencers y charlistas, de esta forma ayudando a promocionar la aplicación y crear conciencia sobre la mecánica en la comunidad de las mujeres.

**Colaboración en redes sociales con Maria Alonzo (@/mariaalonzotv):** se contará con la charlista Maria Alonzo para la creación de un live en el instagram de AutoTool. En este live se hablará de la importancia de que las mujeres tengan y aprendan sobre los conocimientos básicos de la mecánica.

**Colaboración en redes sociales con Jean Villanueva: se contará con el influencer (@/elpandaqueanda):** mejor conocido como “El Panda que Anda”, para la creación de contenido en sus redes sociales, al igual que en las de AutoTool. De igual forma, se contará con su participación en publicaciones de Instagram y Facebook retratando su famoso personaje de “Doña Jessy”. Este contenido se basará en una historia, en que Doña Jessy está manejando en su carro y este deja de funcionar sin razón alguna. Doña Jessy procede a llamar a Jean Carlos para que la ayude a resolver el problema, y este le dice que use la aplicación AutoTool, que la ayudará a solucionar el problema de una manera más fácil y sencilla.

**Colaboración con Cuéntale al Pódcast:** Se planifica patrocinar un episodio de su pódcast llamado Cuéntale al Pódcast, donde como tema se planteará: “Cosas que te han pasado manejando en un carro”, y se hará una mención de la aplicación.

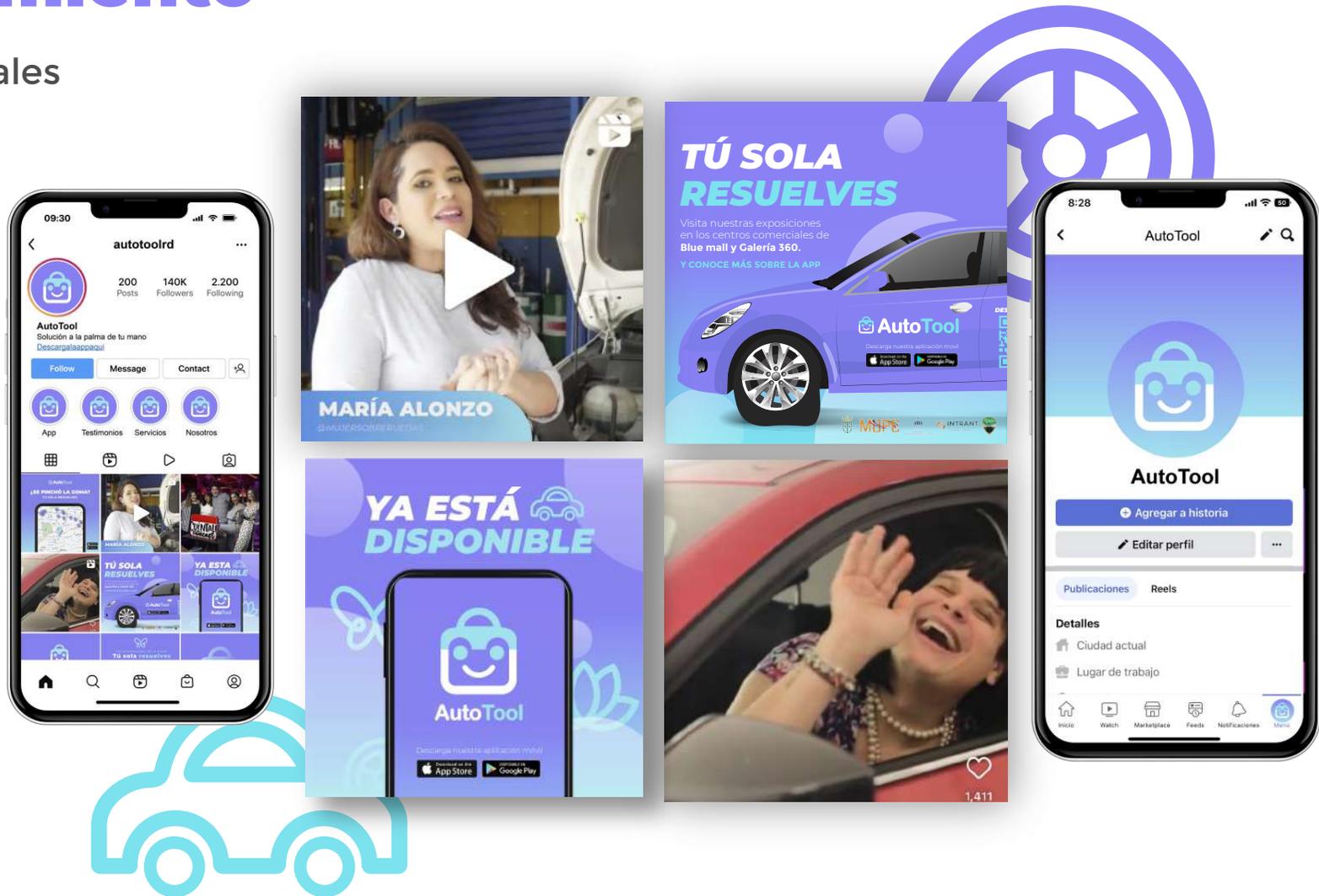
Se realizará una acción BTL con la colocación de vehículos rotulados promocionando la app en centros comerciales del Distrito Nacional durante la primera semana. Estos vehículos estarán simulando un problema mecánico, ya sea una goma pinchada, con el bonete abierto, o una pieza exterior rota. Se mostrará el código QR de descarga de la aplicación con el mensaje **“Tú sola resuelves”**.

En los medios tradicionales, se harán vallas publicitarias que se colocarán en algunas de las avenidas principales del Distrito Nacional.



# Fase de lanzamiento

## Redes sociales



# Fase de lanzamiento

Redes sociales



# Vallas

**YA ESTÁ**  **DISPONIBLE**

  @autotoolrd

  
**AutoTool**

Descarga la aplicación móvil

 Download on the App Store  DISPONIBLE EN Google Play

*Small*

# Vallas

LOREN S.A



## TÚ SOLA RESUELVES

¡DESCÁRGALA YA!

 **AutoTool**





**BTL**

BlueMall y Galeria 360

# Fase de Lanzamiento

## Cronograma de campaña de redes sociales

### Cronograma de redes sociales (Fase 2): 1 de abril 2023 - 14 de abril 2023

Fecha	Red social	Tipo de publicación	Tema y objetivo
01/04/2023	Instagram y Facebook	Post e historia	Contenido creativo de lanzamiento de la aplicación
04/04/2023	Instagram y Facebook	Post e historia	Contenido incentivando la visita de stands promocionales de vehículos (BTL)
05/04/2025	Instagram y Facebook	Post estático	Contenido creativo explicando las funciones de la aplicación
07/04/2023	Instagram	Live	Live colaborativo con la charlista María Alonzo, donde se hablara de la importancia que tienen que las mujeres tengan y aprendan sobre los conocimientos básicos de la mecánica.
10/04/2023	Instagram y Facebook	Post e historia	Contenido creativo para aumento de seguidores e incentivo a descarga de APP
12/04/2023	Instagram	Post e historia	Contenido creativo con influencer Jean Villanueva (@/elpandaqueanda)
14/04/2023	Instagram y Facebook	Post e historia	Contenido creativo para aumento de seguidores e incentivo a descarga de APP

## Fase 3

**Mantenimiento: 17 de abril del 2023 - 31 de mayo del 2023 (duración 1 mes y 2 semanas)**

**Objetivo:** Posicionar AutoTool en el top of mind del target.

En la fase de mantenimiento se mantendrá el manejo de las redes sociales y email marketing fijo. Esta fase tendrá una duración de un mes y dos semanas. Las vallas en los exteriores formarán parte de esta fase por las primeras dos semanas. En las redes sociales se creará contenido con influencers, promocionar la aplicación y crear conciencia sobre la mecánica en la comunidad de las mujeres.

**Hacer una colaboración con la INTRANT (@intrantrd)** y se realizará un post informativo sobre la educación vial y de cómo conducir de manera más segura.

**Hacer una colaboración con Rosmery Herrand (@rosmeryhdc)**, donde subiera un reel cómico-informativo en su cuenta de Instagram, donde promociona la aplicación.



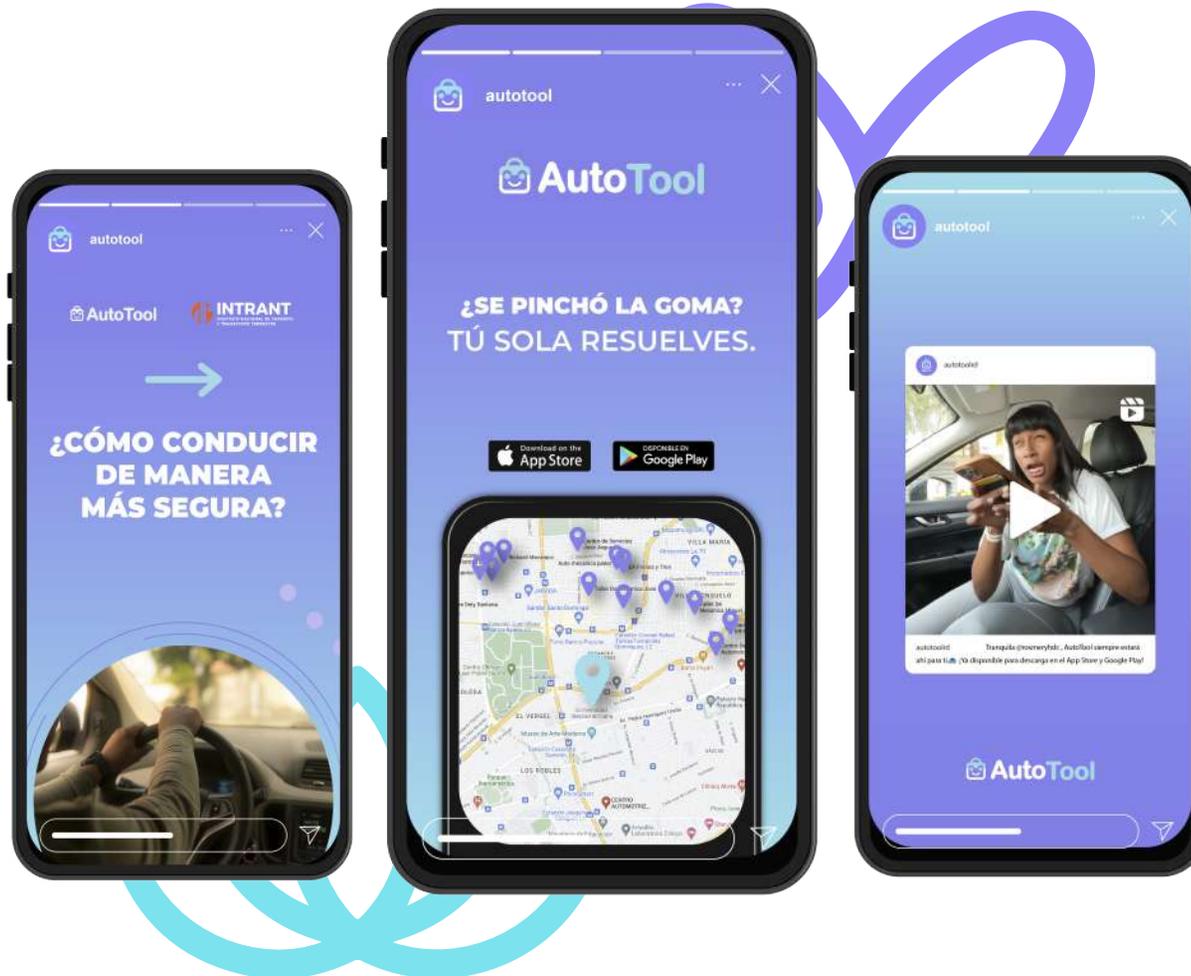
# Fase de Mantenimiento

Redes sociales



# Fase de Mantenimiento

Redes sociales



Vallas



**TÚ SOLA  
RESUELVES**

Descarga la aplicación móvil



  @autotoolrd

# Fase de Mantenimiento

## Cronograma de campaña de redes sociales

### Cronograma de redes sociales (Fase 3): 17 de abril 2023 - 31 de mayo 2023

Fecha	Red social	Tipo de publicación	Tema y objetivo
17/04/2023	Instagram y Facebook	Post e historia	Contenido creativo para aumento de seguidores e incentivo a descarga de APP
20/04/2023	Instagram y Facebook	Post e historia	Colaboración con INTRANT: Se realizará un post informativo sobre la educación vial y de cómo conducir de manera más segura
24/04/2023	Instagram y Facebook	Post e historia	Contenido creativo para aumento de seguidores.
27/04/2023	Instagram y Facebook	Post e historia	Contenido creativo para aumento de seguidores e incentivo a descarga de APP
1/05/2023	Instagram y Facebook	Post carrusel	Contenido creativo para aumento de seguidores e incentivo a descarga de APP
4/05/2023	Instagram y Facebook	Reel e historia	Colaboración con Rosmery Herrand: Reel cómico
8/05/2023	Instagram y Facebook	Post estático	Contenido creativo para aumento de seguidores e incentivo a descarga de APP
11/05/2023	Instagram y Facebook	Post e historia	Contenido creativo para aumento de seguidores e incentivo a descarga de APP
15/05/2023	Instagram y Facebook	Post estático	Contenido creativo para dar gracias por el apoyo a los usuarios con el fin de crear conexión con la audiencia.
22/05/2023	Instagram y Facebook	Post e historia	Contenido creativo para aumento de seguidores e incentivo a descarga de APP
25/05/2023	Instagram y Facebook	Post e historia	Contenido creativo para aumento de seguidores e incentivo a descarga de APP
29/05/2023	Instagram y Facebook	Post estático	Contenido creativo para aumento de seguidores e incentivo a descarga de APP
31/05/2023	Instagram y Facebook	Post e historia	Contenido creativo para aumento de seguidores e incentivo a descarga de APP

# Cronograma de plan de medios

Mes	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Marzo 2023	<p><b>Inicio fase de expectativa:</b> Promoción en RRSS (Facebook e Instagram) y email marketing.</p>	<p><b>Fase de expectativa:</b> Promoción en RRSS (Facebook e Instagram).</p>		
Abril 2023	<p><b>Lanzamiento de la aplicación:</b> Promoción en RRSS (Facebook e Instagram), colaboración con marcas patrocinadoras e influencers, email marketing, vallas y stand BTL.</p>	<p><b>Lanzamiento de la aplicación:</b> Promoción en RRSS (Facebook e Instagram), colaboración con marcas patrocinadoras e influencers, y vallas</p>	<p><b>Inicio fase de mantenimiento:</b> Creación de contenido en las RRSS (Facebook e Instagram), email marketing y vallas.</p>	<p><b>Fase de mantenimiento:</b> Creación de contenido en las RRSS (Facebook e Instagram), y vallas.</p>
Mayo 2023	<p><b>Fase de mantenimiento:</b> Creación de contenido en las RRSS (Facebook e Instagram), colaboración con influencers/negocios, y email marketing.</p>	<p><b>Fase de mantenimiento:</b> Creación de contenido en las RRSS (Facebook e Instagram), y colaboración con influencers/negocios.</p>	<p><b>Fase de mantenimiento:</b> Creación de contenido en las RRSS (Facebook e Instagram), colaboración con marcas patrocinadoras, y email marketing.</p>	<p><b>Fase de mantenimiento:</b> Creación de contenido en las RRSS (Facebook e Instagram), y colaboración con marcas patrocinadoras.</p>

# Medición

La campaña tiene como propósito atraer a futuros usuarios, conseguir una conexión y crear una lealtad natural. Los resultados de la campaña se empezarán a medir a través de las suscripciones recibidas al newsletter del landing page antes del lanzamiento. Después, se medirá basándose en las impresiones recibidas en las redes sociales. Finalmente, el total de captaciones de usuarios se medirá de forma definitiva basándose en la cantidad de descargas de la aplicación y los usuarios registrados en la plataforma.

# Presupuesto

# Fuente de financiamiento

Para la ejecución de este proyecto, desde la creación de la plataforma hasta su lanzamiento y mantenimiento, se optará por la financiación aseguradoras de vehículos. Las empresas escogidas creen en proyectos enfocados al desarrollo y crecimiento, entre las que destacamos están: Mapfre Seguros, Sura, Seguros Pepín y Seguros Universal.



## Fondos por patrocinio

DETALLE	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	SUBTOTAL (+ITBIS)
Mapfre	Patrocinio	1	RD\$662,500	RD\$662,500
SURA	Patrocinio	1	RD\$662,500	RD\$662,500
Seguros Pepín	Patrocinio	1	RD\$662,500	RD\$662,500
Universal	Patrocinio	1	RD\$662,500	RD\$662,500

<b>TOTAL</b>	RD\$2,650,000
--------------	---------------

# Creación de marca, aplicación, campaña e imprevistos

A continuación, se observará el presupuesto que agrupa los gastos que conlleva la creación de la aplicación, registro de la marca, campaña, las licencias o dominios a solicitar e imprevistos.

**RD\$2,650,000**

TOTAL DE CREACIÓN DE MARCA,  
APLICACIÓN, CAMPAÑA E IMPREVISTOS

## Registro de la marca

DETALLE	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	SUBTOTAL (+ITBIS)
Registro de Nombre Comercial	Solicitud base	1	RD\$3,899	RD\$4,755
Derecho de autor	Solicitud base	1	RD\$12,300	RD\$15,000
Registro de Marca	Publicación base	1	RD\$1,282	RD\$1,564
Registro de la Patente de la Invención	Pago único	1	RD\$7,544	RD\$9,200
Registro Nacional de Contribuyentes	Solicitud base	1	Gratuito	RD\$0
Consultoría Legal	Pago único	1	RD\$50,000	RD\$59,000
Consultoría Financiera	Pago único	1	RD\$29,028	RD\$35,400

<b>TOTAL</b>	<b>RD\$124,919</b>
--------------	--------------------

## Branding

DETALLE	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	SUBTOTAL (+ITBIS)
Identidad Visual	Diseño de logotipo, iconografía, manual de marca y papelería corporativa básica	1	RD\$31,453	RD\$37,114
Costo por creatividad	Diseño gráfico de artes de campaña	3	RD\$15,000	RD\$53,100

<b>TOTAL</b>	<b>RD\$90,214</b>
--------------	-------------------

## Aplicación y campaña

DETALLE	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	SUBTOTAL (+ITBIS)
Plan de redes sociales y marketing digital	Manejo de redes sociales (con anuncios de Instagram y Facebook)	3	RD\$37,980	RD\$134,449
	Email marketing	3	RD\$4,855	RD\$17,188
Aplicación móvil	Desarrollo y creación de la aplicación IOS y Android	1	RD\$850,736	RD\$1,003,868
	Mantenimiento de la aplicación	1	RD\$ 33,600	RD\$39,648
	Licencia App Store	1	RD\$4,379	RD\$5,341
	Licencia Google Play	1	RD\$1,106	RD\$1,349
Landing page	Desarrollo de landing page	1	RD\$39,815	RD\$48,555
	Alojamiento web (dominio)	1	RD\$1,640	RD\$2,000
BTL (stands de carros rotulados)	Stand en el centro comercial Galería 360	7	RD\$13,487	RD\$111,407
	Stand en el centro comercial Blue Mall	7	RD\$37,765	RD\$311,939
	Alquiler de vehículos	2	RD\$2,475	RD\$3,050
	Impresión y aplicación de rotulación	2	RD\$23,000	RD\$46,000

<b>TOTAL</b>	<b>RD\$1,724,794</b>
--------------	----------------------

## Campaña: Vallas

DETALLE	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	SUBTOTAL (+ITBIS)
Vallas exteriores Colorín	Valla de gran formato 50x20 ave. Tiradentes, ave. Winston Churchill, ave. Abraham Lincoln, ave. Los Próceres, ave. Núñez de Cáceres	5	RD\$19,410	RD\$114,519
	Vallas de puente 31x6 ave. John F. Kennedy y 27 de Febrero	2	RD\$12,875	RD\$30,385
	Impresiones vallas de gran formato 50x20	5	RD\$15,000	RD\$88,500
	Impresiones vallas de puente 31x6	2	RD\$7,000	RD\$16,520

<b>TOTAL</b>	<b>RD\$249,924</b>
--------------	--------------------

## Campaña: Influencers

DETALLE	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	SUBTOTAL (+ITBIS)
Jean Villanueva	Reel	1	RD\$75,000	RD\$88,500
Cuéntale al Pódcast	Mención en el pódcast	1	RD\$60,000	RD\$70,800
Rosmery Herrand	Reel	1	RD\$85,00	RD\$100,300
Maria Alonzo	Live	1	Gratuito	RD\$0

<b>TOTAL</b>	<b>RD\$259,600</b>
--------------	--------------------

## Capital de imprevistos

DETALLE	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO
Imprevistos	Capital de imprevistos	1	RD\$200,549

<b>TOTAL</b>	<b>RD\$200,549</b>
--------------	--------------------

**Estatus legal**

# Estatus legal

## Leyes destacadas

### **Ley No. 65-00. Sobre Derecho de Autor.**

Las disposiciones de la presente ley se reputan de interés público y social. Los autores y los titulares de las obras literarias, artísticas y de la forma literaria o artística de las obras científicas, gozarán de protección para sus obras de la manera prescrita por la presente ley.

### **Ley 493-06 que modifica la ley 424-06**

La radiodifusión y distribución al público del original o de los ejemplares que contienen su interpretación o ejecución fijada en un fonograma, mediante venta, alquiler o en cualquier otra forma.

### **Ley No. 53-07. Sobre crímenes y delitos de alta tecnología.**

La presente ley tiene por objeto la protección integral de los sistemas que utilicen tecnologías de información y comunicación y su contenido, así como la prevención y sanción de los delitos cometidos contra estos o cualquiera de sus componentes o los cometidos mediante el uso de dichas tecnologías en perjuicio de personas física o morales, en los términos previstos en esta ley.

### **Ley No. 172-13 sobre la Protección Integral de los Datos Personales**

La presente ley tiene por objeto la protección integral de los datos personales asentados en archivos, registros públicos, bancos de datos u otros medios técnicos de tratamiento de datos destinados a dar informes, sean estos públicos o privados, así como garantizar que no se lesione el derecho al honor y a la intimidad de las personas, y también facilitar el acceso a la información que sobre las mismas se registre, de conformidad a lo establecido en el Artículo 44 de la Constitución de la República Dominicana (NACIONAL, C., 2013).

# **Webgrafía y Bibliografía**

## Webgrafías

Andreu, M. (2019, marzo 8). Mujeres que han marcado la historia del motor. La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/motor/actualidad/20190308/46908951164/mujeres-pioneras-historia-motor.html>

Autocasión. (2021, marzo 8). Porque la automoción también es cosa de mujeres.... Autocasión. <https://www.autocasion.com/actualidad/reportajes/8-historias-que-demuestran-que-el-automovilismo-tambien-es-cosa-de-mujeres>

Congreso Nacional, E. L. (s/f). Ley No. 65-00 sobre Derecho de Autor. Gob.do. Recuperado el 18 de octubre de 2022, de [https://www.aduanas.gob.do/media/2213/65-00\\_sobre\\_der echo\\_de\\_autor.pdf](https://www.aduanas.gob.do/media/2213/65-00_sobre_der echo_de_autor.pdf)

Encuentra aquí información de Historia de la Mecánica para tu escuela ¡Entra ya! (2005, diciembre 19). Rincondelvago.com. <https://html.rincondelvago.com/historia-de-la-mecanica.ht>

Esmeralda Ballesteros Doncel, & María del Mar Maira Vidal. (2019). Explorando las barreras de la segregación ocupacional. Un estudio comparativo entre mujeres maquinistas de tren y mecánicas de vehículos de automoción. Cuadernos de Relaciones Laborales, 37(1). <https://ezproxy.unibe.edu.do:2085/10.5209/CRLA.63822>.

Fermín, D. (2018, agosto 20). De cada 100 vehículos en República Dominicana, 22 son propiedad de mujeres. Periódico elDinero. <https://eldinero.com.do/65899/de-cada-100-vehiculos-en-republica-dominicana-22-son-propiedad-de-mujeres/>

Herrera, F. (2020, enero 17). Aspectos básicos que debería saber sobre el funcionamiento de su carro. Prensa Libre. <https://www.prensalibre.com/vida/tecnologia/cosas-basicas-que-deberia-saber-sobre-el-funcionamiento-de-su-vehiculo/>

MANUAL DEL CONDUCTOR / Como prevenir accidentes.  
(2011, June 4). Reforma (Mexico D.F., Mexico).

Mujeres al volante: Rompiendo el mito. (s. f.). Puerto Plata  
Digital. Recuperado 30 de mayo de 2022, de  
[https://www.puertoplatadigital.com/verNoticia.aspx?Id=1177](https://www.puertoplatadigital.com/verNoticia.aspx?Id=11776)

6

Revista Teoría Educativa, 24-29.  
[https://ezproxy.unibe.edu.do:2085/10.35429/jet.2019.9.3.24.2](https://ezproxy.unibe.edu.do:2085/10.35429/jet.2019.9.3.24.29)  
9.

Tom Denton. (2020). Diagnóstico avanzado de fallas  
automotrices. : Tecnología automotriz: mantenimiento y  
reparación de vehículos. Marcombo.

Wikipedia.org. Recuperado el 31 de mayo de 2022, de  
<https://es.wikipedia.org/wiki/Mecánica>.

## Bibliografía

Armas Gonzalez, L., Fernández Barrios, M., & Mena Lorenzo, J. A. (2016). Dirección del proceso de enseñanza aprendizaje de la Mecánica de Vehículos Automotores en el aula anexa, algunas consideraciones para su desarrollo.

¿Cómo ha sido la experiencia de las mujeres que se dedican a la mecánica automotriz? (2021, Marzo 9). Publímetro.

Consejos de mecánica básica para tu automóvil. (2021, September 23). El Universal de México.

CyberCenter. (2019, febrero 1). Qué es una campaña digital y cuáles son los beneficios para tu empresa. CyberCenter.

De La O Pino, L. M., Diaz Bondy, M., Ramirez Zarate, L., & Rojas Saravia, J. (2020). Implementación de una aplicación móvil de mecánica digital, atendido por mujeres presidiaria expertas en el mantenimiento de su vehículo en la zona urbana del distrito de Huancayo. Universidad Continental ; Repositorio Institucional - Continental.

Federico Julián Mancera-Valencia, & Guadalupe Jiménez-Hidalgo. (2019). Mujeres con competencias STEM en el área de metalmecánica.

Google Play Console. (s/f). Crea una app o un juego de alta calidad. Googleadservices.com.

Leskow, E. C. (s/f). Mecánica en Física. Concepto. Recuperado el 18 de octubre de (2022).

Roberto Avilés. (2004, June 26). Mujeres ante emergencias mecánicas; Seguridad en vacaciones. Puede llamar a empresas de auxilio vial o si así lo dispone corregir usted misma el desperfecto. Reforma (Ciudad de México, Distrito Federal, Mexico), 11, 13.

Roberto Avilés. (2001, March 17). El toque femenino en la mecánica; Desde niña se aficionó a los automóviles y desea tener un taller propio atendido solo por mujeres. Reforma (Ciudad de México, Distrito Federal, Mexico), 8, 10.

Sánchez, R. (2019, febrero 27). Papel de la mujer en la Independencia Nacional. El Día.

**Anexos**



# Índice de anexos

01	Formulario de aprobación
02	Comité de Ética
03	Formulario de consentimiento informado
04	Encuestas
05	Cotizaciones
06	Glosario de palabras



## Formulario de aprobación



**UNIBE** ESCUELA DE COMUNICACIÓN

**Proyecto Final de Grado**  
Escuela de Comunicación  
Mención Publicidad  
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA – UNIBE

FORMULARIO APROBACIÓN

**PROBLEMÁTICA DE COMUNICACIÓN A INVESTIGAR PARA PROYECTO DE GRADO**

INFORMACIONES IMPORTANTES: Una vez el alumno o pareja llene esta solicitud y la misma sea aprobada y firmada por el/la director(a) de la Escuela y el/la asesor(a) titular de la asignatura, la problemática a investigar y la composición del grupo no podrán ser modificados.

Fecha	08/08/2022	Semestre	Noveno
-------	------------	----------	--------

DATOS GENERALES DEL ALUMNO O INTEGRANTES DE LA PAREJA SOLICITANTE			
INTEGRANTE 1			
Apellidos / Nombres	Celine Pou Acosta		
Matrícula	20-0459		
Teléfonos	829-941-4999		
Correo electrónico	<a href="mailto:celinepou215@gmail.com">celinepou215@gmail.com</a>		
Firma	Celine Pou Acosta		
INTEGRANTE 2			
Apellidos / Nombres	Susana Juncá		
Matrícula	20-0427		
Teléfonos	809-779-7091		
Correo electrónico	<a href="mailto:juncasusana@gmail.com">juncasusana@gmail.com</a>		
Firma	Susana Juncá		

Problemática o situación de comunicación seleccionada para investigar.
--

La falta de educación de mecánica automovilística de la población de mujeres jóvenes dominicanas de 20 a 34 años en el Distrito Nacional

  
 Firma del/la director(a)

  
 Firma del/la asesor(a)

Título del Proyecto de Grado (en la semana 13 debe colocarse el título del proyecto bajo estas líneas)

Plan de comunicación para lanzamiento de aplicación móvil sobre mecánica automovilística

  
 Firma del/la director(a)

  
 Firma del/la asesor(a)

## Comité de Ética

### APLICACION SCREENER ESTUDIANTIL AL COMITÉ DE ÉTICA DE INVESTIGACIÓN

Código de Aplicación	CEI2022-117
Cantidad de Estudiantes en la Investigación	2
Nombre del Estudiante #1	Celine Pou
Matrícula del Estudiante #1	200459
Correo Electrónico del Estudiante #1	<a href="mailto:celinepou215@gmail.com">celinepou215@gmail.com</a>
Teléfono del Estudiante #1	(8299414968) 8295547048
Nombre del Estudiante #2	Susana Juncá
Matrícula del Estudiante #2	200427
Correo Electrónico del Estudiante #2	<a href="mailto:juncasusana@gmail.com">juncasusana@gmail.com</a>
Teléfono	(8097797091) 8097290580
Carrera:	Comunicación Publicitaria
Nombre del Profesor o Asesor:	Claudia Montas
Correo Electrónico del Profesor o Asesor:	<a href="mailto:c.montas@prof.unibe.edu.do">c.montas@prof.unibe.edu.do</a>
Nombre del Proyecto	Fomentar la educación mecánica automovilística a la población de mujeres jóvenes dominicanas de 20 a 34 años en el Distrito Nacional
El estudio es:	Prospectivo
El estudio tiene un enfoque:	Cuantitativo
El diseño del estudio es:	No Experimental
La selección de la muestra será:	Probabilística
La muestra está conformada por:	Mayores de 18 años

por:	
Describa brevemente el procedimiento que utilizará en su investigación	Este procedimiento se realizará con la recolección de datos mediante encuestas electrónicas difundidas por WhatsApp de forma aleatoria a mujeres jóvenes de 20-34 años de edad que residen en el Distrito Nacional.
Describa si existe algún riesgo para los participantes y como protegerá a los participantes del mismo	No existe ningún tipo de riesgo, sólo los asociados con el uso de aparatos electrónicos.
Describa el mecanismo a través del cual asegurará la confidencialidad de los datos	En esta investigación no se solicitará ningún dato personal ni confidencial de los encuestados.
Fecha estimada de recolección de datos	27/06/2022
Formulario de consentimiento informado	<a href="#">Consentimiento informado.pdf</a>
Cuestionarios, escalas u otros anexos. Anexe a esta aplicación una copia de los cuestionarios o pruebas que se utilizarán en la investigación. En caso de que estas pruebas no estén disponibles (porque no se han comprado o su reproducción no está permitida por la ley de derecho de autor y propiedad intelectual) describalas propiedades psicométricas de esta e incluya una breve descripción del uso de esta prueba en investigaciones previas o similares a esta. Si en esta investigación se van a crear los instrumentos, describa los procedimientos	<a href="#">Cuestionario de encuestas.pdf</a>

## Formulario de consentimiento informado

### Formulario de Consentimiento Informado

Encuesta “Aprendizaje de mecánica automovilística para mujeres”

Estimado participante:

Agradecemos su disponibilidad para participar en esta encuesta, somos estudiantes de **Comunicación Publicitaria** de la Universidad Iberoamericana, UNIBE. Esta investigación es parte de nuestro proyecto final de grado para obtener el título en Licenciatura en Comunicación, las informaciones levantadas en esta encuesta serán de uso académico exclusivamente. No se pedirá información personal ni confidencial a los encuestados.

Se realizarán preguntas para conocer el nivel de conocimiento y punto de vista que tienen las ciudadanas del Distrito Nacional con respecto al tema de la investigación: Aprendizaje de mecánica automovilística para mujeres, realizada para detectar si la problemática planteada realmente existe.

Usted está en la libertad de elegir si participar o no en esta encuesta y si en algún momento durante la misma se siente incómodo o no desea continuar, puede abandonar la misma en cualquier momento.

Cualquier duda, inquietud o comentario sobre la investigación o la encuesta me puede contactar:

Nombre estudiantes: Susana Juncá / Celine Pou

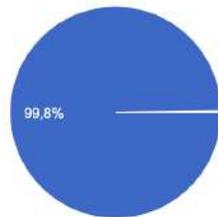
Correo de contacto: [sjunca@est.unibe.edu.do](mailto:sjunca@est.unibe.edu.do) / [cpoul@est.unibe.edu.do](mailto:cpoul@est.unibe.edu.do)

Gracias de antemano.

## Encuestas

¿Aceptas llenar este formulario?

417 respuestas

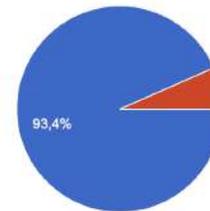


● Si  
● No

Copiar

1. ¿Cuál es su sexo?

410 respuestas

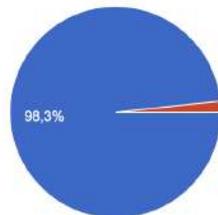


● Femenino  
● Masculino

Copiar

¿Su edad está en el rango entre los 20-34 años?

417 respuestas

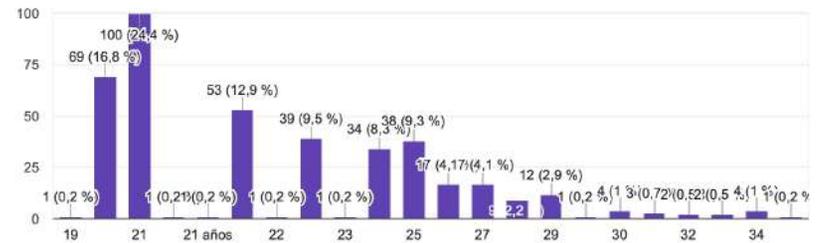


● Si  
● No

Copiar

2. ¿Cuál es su edad?

410 respuestas

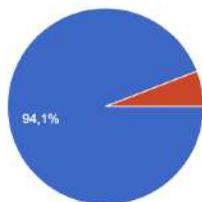


Copiar

## Encuestas

3. ¿Usted vive en el Distrito Nacional?

410 respuestas

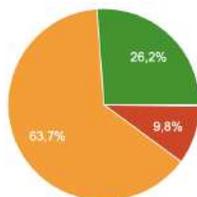


● Si  
● No

Copiar

4. ¿Cuál es su nivel educativo?

386 respuestas

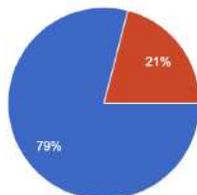


● Básica  
● Bachiller  
● De grado (Universitario)  
● Posgrado (Especialización, Maestría, y/ o Doctorado)

Copiar

5. ¿Tienes o manejas un vehículo de motor?

386 respuestas

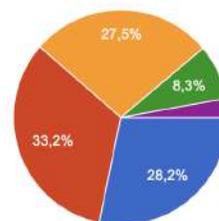


● Si  
● No

Copiar

6. ¿Cómo considera que es su nivel de conocimiento acerca de la mecánica automovilística?

386 respuestas

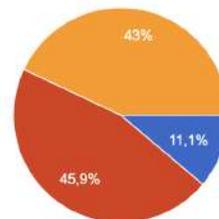


● Muy bajo conocimiento  
● Bajo  
● Regular  
● Bueno  
● Muy bueno

Copiar

7. ¿Sabes cómo afrontar situaciones donde experimentes problemas mecánicos?

386 respuestas



● Si  
● No  
● A veces

Copiar

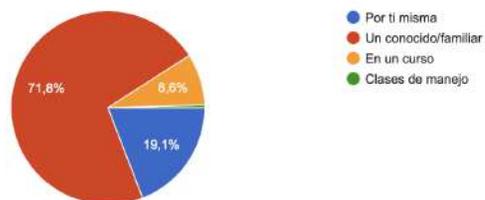
## Encuestas

Untitled Section

8. ¿Si sabes afrontar situaciones mecánicas, cómo aprendiste?

[Copiar](#)

209 respuestas

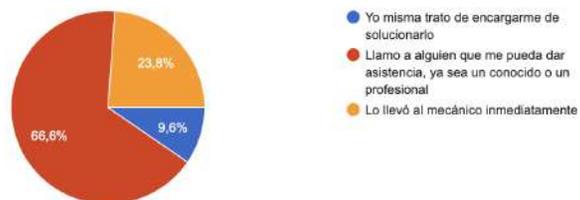


Untitled Section

9. ¿Qué sueles hacer cuando experimentas un problema mecánico mientras manejas?

[Copiar](#)

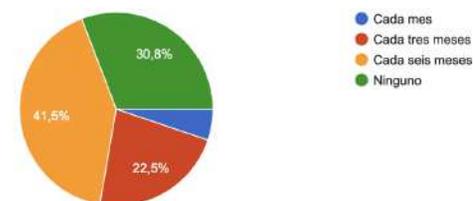
386 respuestas



10. ¿Cuántas veces al año experimentas un problema mecánico en el vehículo?

[Copiar](#)

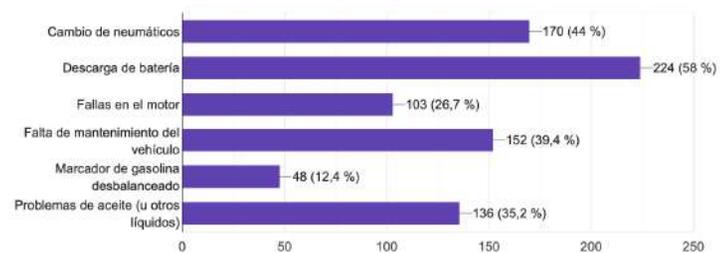
386 respuestas



11. De las siguientes opciones, selecciona las problemáticas mecánicas que has enfrentado con un vehículo:

[Copiar](#)

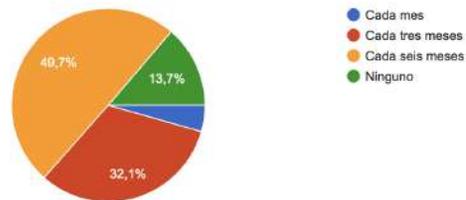
386 respuestas



## Encuestas

12. ¿Cuántas veces al año le das mantenimiento al vehículo?

386 respuestas



Copiar

14. ¿Consideras que es importante que las mujeres tengan conocimientos básicos de mecánica automovilística? (Ej. cambio de gomas, aceite, mantenimiento, etc.)

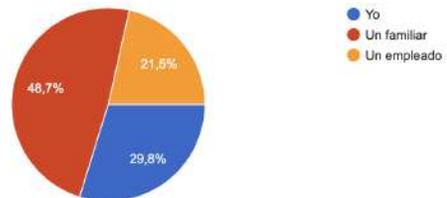
386 respuestas



Copiar

13. ¿Quién se encarga de llevar el vehículo que usas a darle mantenimiento?

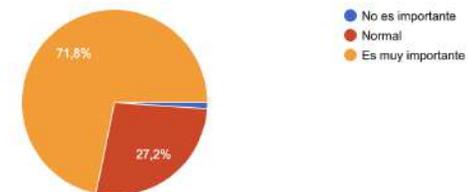
386 respuestas



Copiar

15. ¿Qué tan importante es para ti mantener el cuidado y mantenimiento mecánico del vehículo?

386 respuestas



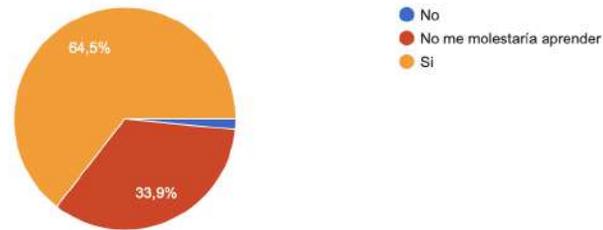
Copiar

## Encuestas

16. ¿Te gustaría saber sobre la mecánica y cómo afrontar situaciones donde experimentes problemas mecánicos?



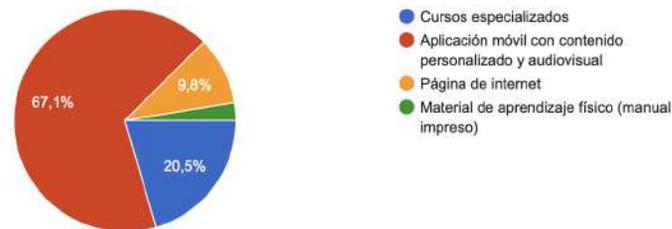
386 respuestas



17. ¿Cómo te gustaría recibir aprendizajes básicos y asistencia en el área de mecánica/mantenimiento automovilístico?



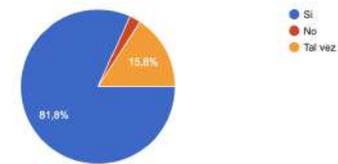
386 respuestas



18. ¿Si existiera una aplicación móvil donde te ofrezcan contenido informativo y personalizado de apoyo en la mecánica/mantenimiento automovilístico, la utilizarías?



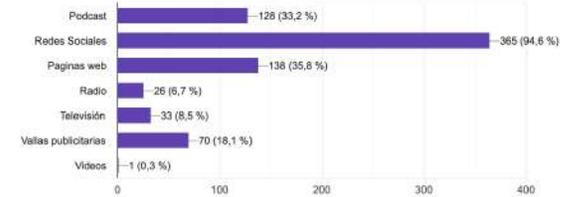
385 respuestas



19. ¿En qué medio de comunicación diría que consume mayor contenido?



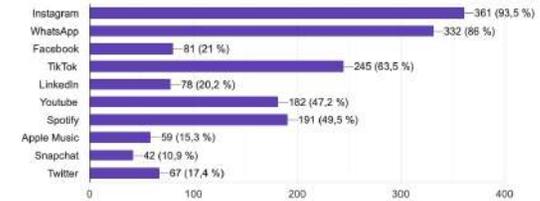
386 respuestas



20. ¿Cuáles son las redes sociales que más utiliza?



386 respuestas



# Cotizaciones

## Consultoría legal

### FACTURA

RNC # 00100269570

NCF: A010010010100002621

Fecha: 12/Sep/2022

Cliente : Celine Pou.

RNC No.:

#### CONCEPTO

Consultoria Legal ..... RD\$ 50,000.00

Total ..... RD\$ 50,000.00

ITBIS ..... RD\$ 9,000.00

Total a pagar ..... RD\$ 59,000.00

Dr. Carlos Vásquez  
Abogado

Recibido

## Consultoría financiera

ROSMERY E. LECLERC C.

ASESORIA IMPOSITIVA E IGUALAS CONTABLES  
TEL. 809-221-8811, CEL. 809-968-4511

### Cotización

<b>Cliente</b>		<b>Varios</b>	
Nombre	Celine Pou	Fecha	13/10/2022
Dirección			
RNC			
Teléfono			

Cantidad	Descripción	Precio unitario	TOTAL
1	ASESORIA FINANCIERA LANZAMIENTO DE MARCA	30,000.00	30,000.00
Subtotal			RD\$30,000.00
Impuestos			18.00% RD\$5,400.00
<b>TOTAL</b>			<b>RD\$35,400.00</b>

Medio de pago A crédito

RECIBIDO:  
Nombre \_\_\_\_\_  
FECHA \_\_\_\_\_

Cotizado por 



Recibido por \_\_\_\_\_

DR. DELGADO NO. 39, ESQ. BOLIVAR, PLAZA JESUS, SUITE 202  
E-MAIL: rleclerc11@hotmail.com

## Cotizaciones

### Registro de Nombre Comercial



Imprimir | Enviar por correo

Valora este servicio (779 votos)

- Teléfono y/o correo electrónico.
- Número y copia de documento de identidad.

 <b>Horario de prestación</b> 8:00 a.m. a 3:30 p.m.	 <b>Costo</b> RD\$4,755.00
 <b>Tiempo de realización</b> 1 día laborable	 <b>Canal de Prestación</b> Presencial o vía electrónica

**Solicitar este servicio en línea**

ESERPI

### Registro de Marca Mixto



- Firma del solicitante o
- Pago de la(s) tasa(s) correspondiente(s).

 <b>Horario de prestación</b> 8:00 a.m. - 3:30 p.m.	 <b>Costo</b> RD\$5,445.00 Solicitud base RD\$ 1,564.00 Publicación Base RD\$ 4,111.00 Clase adicional *Si es una marca multiclases se cobra RD\$ 2,300.00 la publicación base y RD\$ 1,564.00 Cada Clase clase adicional. RD\$ 1,288.00 reclamo de prioridad por cada clase.
 <b>Tiempo de realización</b> 10 días laborables	 <b>Canal de Prestación</b> Presencial o electrónica

## Cotizaciones

### Registro de Nombre Comercial



b. Tasa establecida.

 <b>Horario de prestación</b> 8:00 a.m. - 3:30 p.m.	 <b>Costo</b> RD\$ 5,750.00 de 2 a 4 años, RD\$ 9,200.00 de 5 a 9 años, RD\$ 11,500.00 de 10 a 15 años, RD\$ 13,800.00 de 16 o más años.
 <b>Tiempo de realización</b> N/A	 <b>Canal de Prestación</b> Presencial
<b>Solicitar este servicio en línea</b> N/A	

### Licencia de App Store



## Cotizaciones

### Licencia de Google Play



Dennis Tobar  Experto de Producto Diamante

"La clave del éxito es el fracaso"

Hola Sonia,

Bienvenida a la comunidad de Google Play.

Para publicar una app debes registrarte como desarrolladora y pagar, por única vez, 25 USD (dólares estadounidenses) para completar tu alta.

Debes registrarte aquí con una cuenta de Google/Gmail: <https://play.google.com/apps/publish/signup/>

Espero te sea útil esta pequeña orientación.

Saludos!

### Manejo de redes sociales

#### PAQUETE PRO

**USD\$ 704**

#### ESTRATEGIA DE CONTENIDO

#### PROGRAMACIÓN Y MANTENIMIENTO

- 1-2 Redes Sociales
- 4 posts por semana
- 5 stories por semana
- Calendario de Contenido Mensual
- Servicio al Cliente (Días y Horario Laborable)
- Reporte Analítico Mensual Básico

#### CONTENIDO

- Fotos Shutter o suplido por el cliente
- Max. 4 Adaptaciones por mes
- Fotografía Profesional (costo adicional)

#### MARKETING

- Programación de ads en redes sociales. (max. 5 ads por mes)

## Cotizaciones

### Identidad visual

#### IDENTIDAD DE MARCA

**USD\$ 583**

- Desarrollo de Nombre de Marca
- Diseño de Logo (3 Propuestas)
- Revisiones Ilimitadas
- Material Gastable (Digital) (5 entregables)
- Manual de Marca

### Artes de campaña

#### ARTES DE CAMPAÑA

**USD\$ 834.10**

- 3 adaptaciones de artes para medios tradicionales

# Cotizaciones

## Creación de aplicación

MICHA CLOUD TECHNOLOGY SRL  
RNC: 132-28539-5  
Antigua Trujillo  
10804, Santo Domingo Oeste (Santo Domingo), República Dominicana



www.michacloud.com  
info@michacloud.com  
(809) 317-0102  
(879) 578-7073

**COTIZACION PRE2022A18**    **30-09-2022**    **RD\$ 1,043,516.4**

**Cliente**  
CELINE POU

DESCRIPCIÓN	CANT.	NETO	IMP.
Creación de APP móvil para Android y IOS: (pago único)	1	<del>880,785.00</del>	18%
Mantenimiento de app móvil: corrección de bugs, testing recurrentes, mantenimiento y optimización de servidores, etc... (pago mensual)	1	33,600.00	18%

**TOTAL: RD\$ 1,043,516.4**

FORMA DE PAGO	VENCIMIENTO
Transferencia bancaria	31/12/2022

## Email marketing

### Mailchimp Recommends

### Standard

Sell even more with personalization, optimization tools, and enhanced automations.

Starts at  
**\$90**  
/month\*

**Buy Now**

\*Overages apply if contact or email send limit is exceeded.  
[Learn more](#)

60,000

100,000

5 Seats

24/7 Email & Chat Support

## Cotizaciones

Landing page

### PÁGINA INFORMATICA / SERVICIOS

- ✓ Landing page
- ✓ Retoque de imagen
- ✓ Diseño Responsive
- ✓ Conexión con newsletter
- ✓ Tutorial + Walkthrough

Desde  
**USD\$900**

Dominio web



INICIO DOMINIOS SOPORTE

### Precio de Dominio

	Nuevo registro	Renovaciones	Transferencias	Restauraciones	
Dominios	1 Año	2 Años	3 Años	5 Años	10 Años
.art.do	DOP 800,00	DOP 1.600,00	DOP 2.400,00	DOP 4.000,00	DOP 8.000,00
.com.do	DOP 800,00	DOP 1.600,00	DOP 2.400,00	DOP 4.000,00	DOP 8.000,00
.do	DOP 2.000,00	DOP 4.000,00	DOP 6.000,00	DOP 10.000,00	DOP 20.000,00
.edu.do	DOP 800,00	DOP 1.600,00	DOP 2.400,00	DOP 4.000,00	DOP 8.000,00

# Cotizaciones

## Alquiler de vehículos



## Rotulación de vehículos



## Cotizaciones

### Alquiler de espacio en Galería 360

k

Keyla Durán  
to Heidi, me ▾

Hola Susana,

Bueno, le estaría dando un estimado solo como referencia ya que estos precios no se manejan de esta manera.

Por día 1 vehículo 250 + 250 por el espacio + ITBIS. Esto puede variar según promoción y localidad del espacio.

Cualquier inquietud, quedo a la orden

Saludos,  
\*\*\*

### Alquiler de espacio en Blue Mall



Modulo Informacion <moduloinformacion@bluemall.com.do>  
to me ▾

Buenas tardes Susana

Para darte un precio estimado, ya que depende de diferentes factores, serian \$700 por día.

Modulo de Información  
moduloinformación@bluemall.com.do



## Cotizaciones

### Alquiler de vallas



RNC: 1-01-58194-8

FECHA: 14/10/2022

CLIENTE: SUSANA JUNCA

CAMPAÑA: ALQUILER DE PUBLICIDAD EXTERIOR

CANTIDAD	DETALLE	PRECIO POR UNIDAD	TIEMPO	TOTAL
1	ALQUILER VALLA (TIRADENTES, CHURCHILL, LINCOLN, LOS PROCERES, NUÑEZ DE CACERES)	RD\$85,000.00	1 MES	RD\$85,000.00
1	3% IMPUESTOS MUNICIPALES	RD\$2,550.00	1 MES	RD\$2,550.00
1	ILUMINACION	RD\$9,500.00	1 MES	RD\$9,500.00
1	ALQUILER PUENTE	RD\$25,000.00	1 MES	RD\$25,000.00
1	3% IMPUESTOS MUNICIPALES	RD\$750.00	1 MES	RD\$750.00

**NOTA:** COTIZACION NO INCLUYE COMISION DE AGENCIA  
 COTIZACION VALIDA POR 5 DIAS  
 PRUEBA DE COLOR DE 48 A 72 HORAS DESPUES DE RECIBIDO EL ARTE  
 IMPRESION: 5 DIAS DESPUES DE APROBADA LA PRUEBA DE COLOR Y RECIBIDO EL PAGO  
 NO INCLUYE DISEÑO DE ARTE

<b>SUB-TOTAL NETO</b>	RD\$122,800.00
<b>18% ITBIS</b>	RD\$21,510.00
<b>TOTAL</b>	RD\$144,310.00

Elaborada por: **Rocio Morales**  
 Ejecutiva de ventas

### Impresión de vallas



RNC: 1-01-06510-9

FECHA: 13/10/2022

CLIENTE: SUSANA JUNCA

CAMPAÑA: IMPRESION EXTERIORES

CANTIDAD	DETALLE	PRECIO POR UNIDAD	TOTAL
1	IMPRESIÓN DE VALLA TAMAÑO: 50 X 20 PIES MATERIAL: FLEX FACE FULL COLOR	RD\$75,000.00	RD\$75,000.00
1	IMPRESIÓN DE VALLA TAMAÑO: 31 X 6 PIES MATERIAL: FLEX FACE FULL COLOR	RD\$14,000.00	RD\$14,000.00

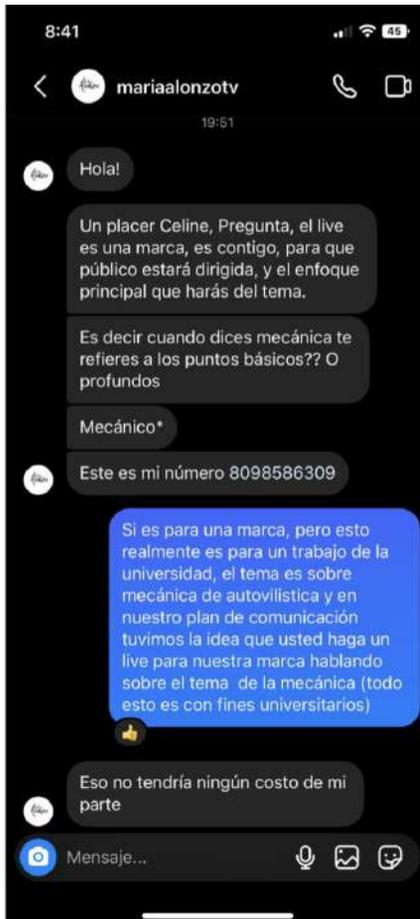
**NOTA:** COTIZACION NO INCLUYE COMISION DE AGENCIA  
 PRUEBA DE COLOR DE 48 A 72 HORAS DESPUES DE RECIBIDO EL ARTE  
 NO INCLUYE DISEÑO DE ARTE  
 EL ARTE DEBE DE VENIR EN FORMATO TIF Y CON EL TAMAÑO A PROPORCION EN PULGADAS A 300DPI Y EN CMYK

<b>SUB-TOTAL NETO</b>	RD\$89,000.00
<b>18% ITBIS</b>	RD\$16,020.00
<b>TOTAL</b>	RD\$105,020.00

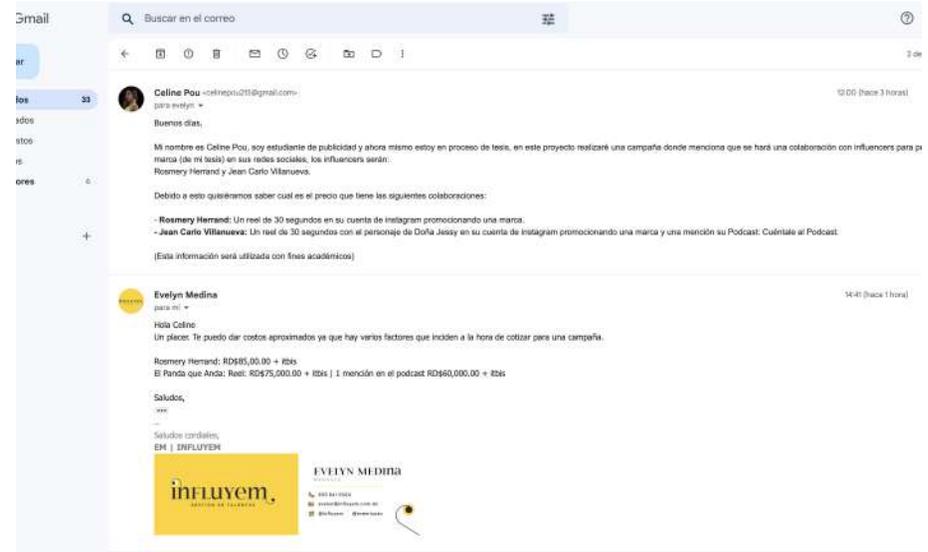
Elaborada por: **ROCIO MORALES**  
 Ejecutiva de ventas

## Cotizaciones

### Colaboración con María Alonzo



### Colaboración con Jean Villanueva, Rosmery Herrand y el pódcast





AutoTool