

HEY CAMPERS

Joaquim Surinyach Muñoz

Creació Gràfica

Tutor/a de TF

Gerard Adell Español

**Professor/a responsable de
l'assignatura**

Ferran Adell

21/06/2024

Universitat Oberta
de Catalunya





Aquesta obra està subjecta a una llicència de [Reconeixement-NoComercial 3.0 Espanya de Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/es/)

GNU Free Documentation License (GNU FDL)

Copyright © ANY EL-TEU-NOM.

Permission is granted to copy, distribute and/or modify this document under the terms of the GNU Free Documentation License, Version 1.3 or any later version published by the Free Software Foundation; with no Invariant Sections, no Front-Cover Texts, and no Back-Cover Texts.

A copy of the license is included in the section entitled "GNU Free Documentation License".

C) Copyright

© (l'autor/a)

Reservats tots els drets. Està prohibit la reproducció total o parcial d'aquesta obra per qualsevol mitjà o procediment, compresos la impressió, la reprografia, el microfilm, el tractament informàtic o qualsevol altre sistema, així com la distribució d'exemplars mitjançant lloguer i préstec, sense l'autorització escrita de l'autor o dels límits que autoritzi la Llei de Propietat Intel·lectual.

Fitxa del Treball Final

Títol del treball:	Hey Campers
Nom de l'autor/a:	Joaquim Surinyach
Nom del Tutor/a de TF:	Ferran Adell
Nom del/de la PRA:	Gerard Adell Español
Data de lliurament:	06/2024
Titulació o programa:	Programa d'estudis
Àrea del Treball Final:	Creació Gràfica
Idioma del treball:	Català
Paraules clau	#camper #viatges #productes #brandbook #identitat #marca
Resum del Treball	
<p>Projecte de creació d'una marca dedicada al sector dels viatges i productes camper. Es treballarà en la identitat de marca, el pla de comunicació i els elements derivats d'aquests</p>	
Abstract	
<p>Creació d'una marca pròpia per a la venda de productes relacionats amb el món camper, autocaravana i acampada. Dins el TFG projectarem totes les etapes, des de l'inici fins al punt previ a la comercialització del nostre producte "Hey Campers"</p> <p>Elaborarem la identitat de la nostre marca creant el brandbook i tota la informació necessària. Elaborarem contingut audiovisual i gràfic o renders d'identificació i comercials de la nostre marca. Intentarem dissenyar un catàleg de productes propis de la marca així com la creació i gestió de les xarxes socials i diferents canals de comunicació.</p> <p>Principalment treballarem en la primera fase de projectat d'una empresa. D'acord al projecte, entre altre material entregarem la documentació necessària per a plantejar la nostre empresa enfocat en la part gràfica, el disseny i de comunicació.</p>	

- **Brandbook:** i tota la informació necessària i de identitat de marca.
- **Catàleg de productes:** Exemple del disseny d'un catàleg de productes amb alguns dels productes elaborats per la marca.
- **Contingut gràfic i audiovisual:** Anuncis i presentació de productes
- **Pla de comunicació:** Crear unes regles de com utilitzar la imatge de marca i els seus elements visuals en diferents contextos i plataformes.
- **Presentació comercial:** Presentació comercial de la nostre marca.

Índex

Introducció	3
Context i justificació del Treball	4
Objectius del Treball	6
Impacte en sostenibilitat, ètic-social i de diversitat	8
Enfocament i mètode seguit	8
Planificació del Treball	11
Breu sumari de productes obtinguts	14
Materials i mètodes	15
Resultats	16
Conclusions i treballs futurs	17
Glossari	18
Bibliografia	18
Llicència d'ús	19



1. Introducció

Per a la elaboració del TFG s'ha fet una selecció entre diferents opcions de projecte plantejats per l'estudiant.

Amb la ajuda del professor, aplicant el major esperit crític possible i la intenció d'obtenir un resultat d'òptima qualitat per a la fita que se'ns proposa, s'han descartat altres opcions de treball que, tot i poder resultar més atractives i/o potents es feien complicades d'assolir amb garanties dins els temps i recursos actuals de l'estudiant i afrontaven una temàtica menys vinculada amb el objectiu del grau.

Un cop argumentada la decisió he decidit dedicar el meu TFG a la creació d'una marca pròpia.

Com faríem en la vida real, tot projecte requereix el coneixement previ del ecosistema i marc en el que el nostre producte ha de tenir cabuda.

Hey Campers, neix amb la intenció de ser una marca de productes per aquells aficionats i consumidors del món camper.

A dia d'avui i des de fa uns anys la denominada "comunitat camper" és quelcom creixent i segueix en expansió. La popularitat d'aquesta manera de veure el món cada cop te més adeptes, tot i que va viure el seu moment més àlgid els anys posteriors a la pandèmia i les vendes de vehicles de grans dimensions han baixat, les furgonetes camper han pres el relleu donant continuïtat a aquest sector.

Aprofitant doncs aquesta època daurada Hey Camper vol fer-se un lloc entre els consumidors oferint productes amb un disseny minimalista, atractiu i amb un valor afegit.

Volem crear una marca que tingui aquell toc especial i atractiu que desperta interès en la gent, productes sota la marca Hey Camper que tots els campistes voldran tenir.

D'altre banda, com s'ha comentat a l'inici el coneixement previ del ecosistema és important. En aquest, per pròpia experiència com a propietari d'una furgoneta camparitzada tant en el moment de viatjar com en la elaboració i adaptació de mobiliari crec disposar d'un ampli coneixement de les necessitats i podem enfocar el nostre projecte en elaborar una marca atractiva amb productes interessants per a tots els usuaris.

Emprenem el nostre projecte sota el lema:

"El viatge no comença quan s'arriba a destí, arribar a destí és el viatge"

1.1. Context i justificació del Treball

Com hem comentat, el món camper està de moda!

Fent una cerca ràpida a internet o xarxes socials podem veure com posant al cercador la paraula “camper” ens apareixent infinitat de entrades.

Des de empreses dedicades al món de la venda i construcció/adaptació, botigues físiques, e-commerce, blogs, notícies o creadors de contingut que comparteixen els seus viatges o manera de viure.

Tanmateix fruit de la popularitat d'aquesta manera de viure o viatjar ha portat a molts creadors de continguts i empreses a crear una imatge “cool”, moderna i idealitzada de tot el que envolta el món camper.

La imatge d'una persona, recolzada llegint un llibre, dins d'un vehicle adaptat per viure, on tot el mobiliari és de fusta, amb unes banderoles tibetanes penjant del sostre, un cactus a sobre la taula, una petita llum càlida i la porta oberta observant una posta de sol davant una platja deserta és una postal idíl·lica que qualsevol persona pot poder publicar a les seves xarxes socials.

Tothom té el concepte que per viure i gaudir la vida s'ha de viatjar i veure món en una societat altament influenciada per les xarxes socials i la opinió pública.

Afegir a aquest plantejament que el que entem per camper avui poc té a veure amb el concepte antic on gairebé anar de vacances a un camping en lloc d'anar d'hotel era quelcom considerat de baix nivell adquisitiu o pocs recursos.

I és que avui en dia la cultura camper es pot dir gairebé que és un món de rics.

La nostre idea:

Volem crear una marca atractiva, fàcilment identificable i que generi una sensació de simpatia vers els compradors. Volem assolir una satisfacció per part del comprador a l'hora d'adquirir els nostres productes.

Dins aquesta marca desenvoluparem productes simples però atractius estèticament i una gamma de mobiliari adaptat a diferents models de vehicle.

Per assolir aquest objectiu dins el TFG treballarem les següents fites:

- Crearem una visió de la marca arrelada al moviment, amb una narrativa que proposi un **valor afegit** i generi l'atractiu desitjat.
- Definirem el logotip i elements visuals **fàcilment identificables**
- Disposarem d'un **catàleg de productes** dividits en categories
- Definirem el **packaging** amb els detalls distintius dels principis de la nostre marca
- Establirem unes **normes de com utilitzar i aplicar la nostre imatge** a els diferents productes i packaging
- Crearem una **estratègia de màrqueting i comunicació definint** els canals i el contingut

Fruit d'aquestes fites és generen el següent material d'entrega:

- **Memòria TFG:** Document de referència on inclourem els detalls i decisions preses durant el projecte.
- **Patró de disseny:** Document de referència amb la estructura, disseny i cromàtica que aplicarem per a tots els documents i entregables.
- **Brandbook:** Element transversal que on definirem la identitat de la nostre marca, el disseny, els elements gràfics i la seva utilització.
- **Catàleg de productes:** Un desplegable en format digital on proposarem un seguit de productes i mobiliari amb el seu disseny, descripció i opcions
- **Material audiovisual:** Alguns fitxers de vídeo, animacions i gràfics que s'utilitzaran dins el pla de comunicació.
- **Pla de Comunicació:** Document on inclourem la estratègia de comunicació, com s'inclourà el contingut audiovisual, els canals i el públic.

1.2. Objectius del Treball

A continuació definirem els objectius que volem assolir dins el nostre TFG.

- Crear una imatge atractiva i d'encaix dins l'actual ecosistema d'empreses dedicades al món camper.
- Presentar la nostre imatge corporativa i la nostre línia de productes respectant uns principis de disseny homogenis que permetin a l'usuari identificar la autoria del producte.
- Aconseguir que els consumidors relacionin Hey Campers amb un model de turisme responsable i sostenible.
- Crear un pla de comunicació efectiu i eficient, així com estèticament atractiu i multi plataforma.

Per a completar el projecte plantegem la següent estructura de documents i processos.

Aquests marcaran les línies bàsiques del nostre projecte assolint la marca, la seva identitat i com arribarà al públic objectiu, no tant la definició i creació d'una extensa gamma de productes.

Disseny Digital

- **Patró Disseny:** Elaborem un patró o template que ens servia de referència per a la elaboració del brand book i la resta de documentació oficial de la marca.

Brand book:

- **Introducció:** Presentarem la nostre marca, mostrarem els principis i valors associats a la nostre empresa així com l'origen d'aquesta.
- **Identitat visual:** Definirem els principals elements gràfics de la nostre marca. Detallarem el procés de creació d'aquests i les línies bàsiques a respectar a l'hora de reproduir la nostre marca. Definirem les proporcions dels elements, les normes, cromàtica i tipografia utilitzada per a cada element.
- **Elements gràfics:** Definim les normes a seguir a l'hora de reproduir la nostre marca sobre diferents element derivats del negoci. Amb la intenció d'assolir la millor imatge corporativa possible una bona presentació del producte un cop materialitzat és important. El packaging, la papereria o els elements identificatius inclosos dins la mateixa caixa.

- **Brandbook:**
 - Definició de marca
 - Elements visuals
 - Normes de disseny
 - Catàleg de productes (primer plantejament)
 - Packaging
 - Memòria TFG

- **Catàleg de productes / Portfolio**
 - Disseny producte tipus mobiliari (render)
 - Disseny producte tipus accessori (render)
 - Disseny producte tipus lifestyle (render)

- **Comunicació**
 - Estratègia marketing
 - Objectius
 - Canals
 - Calendari de publicacions
 - Formats
 - Crear Canals

- **Audiovisual/Render**
 - Contingut tipus vídeo
 - Comercial
 - Reel
 - Histories
 - Contingut tipus imatge
 - Contingut tipus render
 - Models del catàlegs
 - Expositor de mobiliari

1.3. Impacte en sostenibilitat, ètic-social i de diversitat

Des del plantejament de la nostre marca els principis definits guarden relació amb la sostenibilitat, el turisme responsable i la utilització de productes de proximitat.

Principi bàsic per aquesta projecte és aconseguir que els usuaris o clients assimilin la nostre marca amb quelcom compromès amb els principis ambientals aportant un impacte positiu en la visió de la marca.

Tot i no estar emmarcat dins aquest projecte. Hey Campers presentarà un clar compromís amb els materials reciclables, aquests quedaran de manifest sobretot en l'àrea del packaging i papereria.

Punt i exemple de compromís n'és la denominació dels productes on el nom de cada producte guarda una estreta relació amb elements emblemàtics de la geografia catalana. O la vinculació amb la natura i el medi ambient que apliquem a gairebé tot el material audiovisual creat.

D'altre banda la futurible manufactura i elaboració dels productes vindrà condicionada per la proximitat i compromís sostenible dels productors i constructors.

1.4. Enfocament i mètode seguit

Per a desenvolupar aquest TFG crec dispo de coneixements necessaris en les diferents matèries per a dur el projecte a bon port.

Coneixements tècnics: Gràcies al Grau Multimèdia posteriorment adaptat a Tècniques de d'Interacció Digital i Multimèdia he obtingut coneixements a nivell de creació gràfica, disseny i elaboració de contingut que crec em donen la base ideal per a poder desenvolupar aquest projecte.

Per desenvolupar el TFG s'utilitzaran eines d'edició professionals i llicenciades.

- **Àrea gràfics:** Edició i creació d'elements gràfics
 - Software:
 - Adobe Photoshop
 - Adobe Illustrator
 - The Gimp
 - Llicència: Llicenciat / Freeware
 - Formats: .png, .jpeg, .ico, .bmp, .ai, .psd, .skp

- **Àrea audiovisuals:** Edició i creació de contingut audiovisual en diferents formats
 - Software:
 - Adobe Premiere
 - Adobe After Effects
 - OSB Studio
 - Llicència: Llicenciat alumne / Freeware
 - Formats: .mp3, .mp4, .gif, .mpeg, .aep, .ai, .proj

- **Àrea documentació:** Creació de documentació en format escrit i gràfic
 - Software:
 - Adobe Indesign
 - Adobe Acrobat Reader
 - Microsoft Word
 - Llicència: Llicenciat alumne
 - Formats: .docx, .indd, .pdf,

- **Àrea disseny de productes:** Creació de models 3d per al disseny de productes
 - Software:
 - Sketchup (2017)
 - Llicència: Freeware
 - Formats: .skp

Coneixements del camp motiu del projecte: Com a usuari des de fa anys d'una furgoneta camperitzada tinc una visió bastant ampla del moviment i les necessitats d'aquest. El procés de camperització ha estat íntegrament manual i autodidacte tant a nivell de mobiliari com d'instal·lació elèctrica. Això fa que tingui una idea bastant clara de les necessitats i quin tipus de producte o element poden encaixar millor en el marc de la nostre marca.

Valor afegit

Un cop definit el tipus de projecte cal definir la nostre marca.

Com hem indicat anteriorment volem elaborar una identitat clara i amigable associada a els nostres productes.

Per a tal d'obtenir aquesta fita crec important elaborar un disseny elaborat i detallista que en el moment de navegar per les nostres xarxes socials, veure el nostre catàleg, comprar un producte o rebre'l a casa aquest proporcioni petits detalls, un valor afegit que creï en el consumidor una sensació de felicitat.

Com a indicatiu de proximitat, compromís amb el petit productor i senyal d'identitat dels orígens de la marca aplicarem una política de noms on tota la nostra línia de productes tindrà mots identificables dins la geografia catalana (muntanyes, rius, poblacions, etc.) per exemple:

- Pedraforca
- Cadaqués
- Vall d'Aran
- Montserrat
- Freser

La utilització de tipografies clares i simples, una gamma cromàtica correctament treballada i agradable així com un missatge de marca compromès amb el sector i arrelat als seus principis.

1.5. Planificació del Treball

Per a elaborar una planificació el més objectiva i real possible hem fet un llistat de fites que volem assolir i una aproximació dins una línia temporal.

Com a línies principals doncs, contemplem les PACs, quatre activitats que ens guiaran al llarg del TFG i en les que anirem desenvolupant el projecte. Així com la memòria d'aquest que serà un tasca transversal des d'inici fins a fi i que ens permetrà obtenir una visió general.

A continuació establim algunes de les fies principals:

Execució del projecte:

Inici: 27/02/2024

Fi: 21/06/2024

▪ **Memòria del Projecte**

- Inici: 27/02/2024
- Fi: 21/06/2024
- Fites:
 - *Inclores en les PACs*

▪ **PAC01**

- Inici: 27/02/2024
- Fi: 11/03/2024
- Fites:
 - Plantejament idees
 - Reunió professor
 - Decisió i primeres propostes
 - Objectius i enfocament
 - Començar a plantejar la marca
 - Memòria TFG: Primera versió

- **PAC02**

- Inici: 12/03/2024
- Fi: 09/04/2024
- Fites:
 - Brandbook: Començar a definir
 - Definició de marca
 - Elements visuals
 - Normes de disseny
 - Catàleg de productes (primer plantejament)
 - Memòria TFG: Segona versió

- PAC03

- Inici: 10/04/2024
- Fi: 11/05/2024
- Fites:
 - Brandbook: Ampliar
 - Catàleg de productes
 - Definició dels productes
 - Audiovisuals: Començar a crear contingut
 - Comercials
 - Infografies
 - Vídeos
 - Pla Comunicació: Començar a definir
 - Canals
 - Plataformes
 - Objectius
 - Memòria TFG: Tercera versió

- PAC04

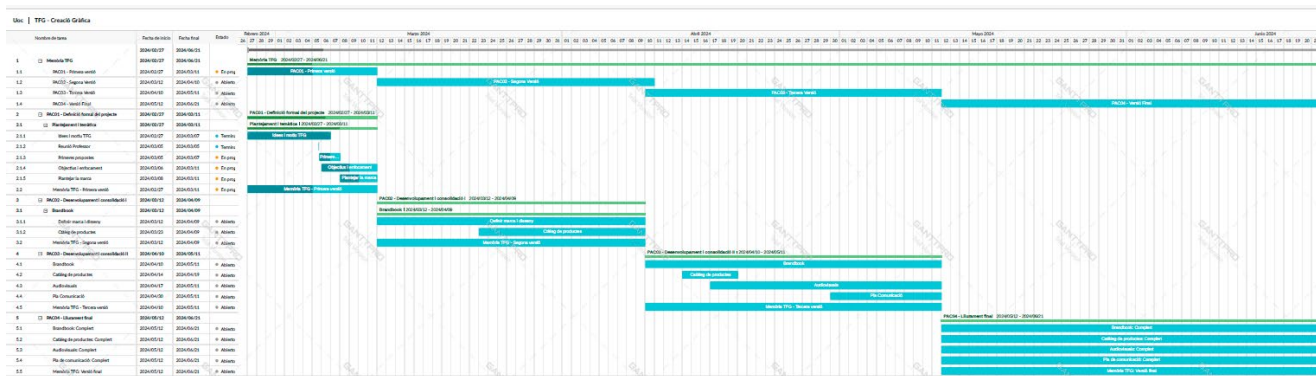
- Inici: 12/05/2024
- Fi: 21/06/2024
- Fites:
 - Brandbook: Completar
 - Catàleg de productes: Completar
 - Presentació productes
 - Audiovisuals: Completar
 - Vídeo
 - Imatge
 - Render
 - Pla de Comunicació: Completar
 - Publicació
 - Memòria TFG: Versió final

Seguint aquesta estructura hem elaborat un diagrama de [Gantt](#), on encabim totes les parts del procés del nostre projecte. Coneixent les dates d'entrega de cada una de les PACs i les tasques definides hem establert unes dates provisionals que a mesura que anem avançant en el nostre projecte es poden veure desplaçades.

Adjunt a la memòria proporcionem en format PDF una primera versió del nostre diagrama

Uoc | TFG - Creació Gràfica

Nombre de tarea	Fecha de inicio	Fecha final
1 <input type="checkbox"/> Memòria TFG	2024/02/27	2024/06/21
1.1 PAC01 - Primera versió	2024/02/27	2024/03/11
1.2 PAC02 - Segona Versió	2024/03/12	2024/04/10
1.3 PAC03 - Tercera Versió	2024/04/10	2024/05/11
1.4 PAC04 - Versió Final	2024/05/12	2024/06/21
2 <input type="checkbox"/> PAC01 - Definició formal del projecte	2024/02/27	2024/03/11
2.1 <input type="checkbox"/> Plantejament i temàtica	2024/02/27	2024/03/11
2.1.1 Idees i motiu TFG	2024/02/27	2024/03/07
2.1.2 Reunió Professor	2024/03/05	2024/03/05
2.1.3 Primeres propostes	2024/03/05	2024/03/07
2.1.4 Objectius i enfocament	2024/03/06	2024/03/11
2.1.5 Plantejar la marca	2024/03/08	2024/03/11
2.2 Memòria TFG - Primera versió	2024/02/27	2024/03/11
3 <input type="checkbox"/> PAC02 - Desenvolupament i consolidació I	2024/03/12	2024/04/09
3.1 <input type="checkbox"/> Brandbook	2024/03/12	2024/04/09
3.1.1 Definir marca i disseny	2024/03/12	2024/04/09
3.1.2 Catàleg de productes	2024/03/23	2024/04/09
3.2 Memòria TFG - Segona versió	2024/03/12	2024/04/09
4 <input type="checkbox"/> PAC03 - Desenvolupament i consolidació II	2024/04/10	2024/05/11
4.1 Brandbook	2024/04/10	2024/05/11
4.2 Catàleg de productes	2024/04/14	2024/04/19
4.3 Audiovisuals	2024/04/17	2024/05/11
4.4 Pla Comunicació	2024/04/30	2024/05/11
4.5 Memòria TFG - Tercera versió	2024/04/10	2024/05/11
5 <input type="checkbox"/> PAC04 - Lliurament final	2024/05/12	2024/06/21
5.1 Brandbook: Complet	2024/05/12	2024/06/21
5.2 Catàleg de productes: Complet	2024/05/12	2024/06/21
5.3 Audiovisuals: Complet	2024/05/12	2024/06/21
5.4 Pla de comunicació: Complet	2024/05/12	2024/06/21
5.5 Memòria TFG: Versió final	2024/05/12	2024/06/21



1.6. Breu sumari/resultats de productes obtinguts

- Carpeta: “Projecte Principal”

DOCUMENTS:

- **“PAC_FINAL_Brand_book_HeyCampers.pdf”** : Adjunt a la documentació trobem el document on l'alumne fa la presentació de la marca sota el document de brand book.
- **“PAC_FINAL_Disseny_Digital_HeyCampers.pdf”**: Adjunt a la documentació trobem el document o template origen a partir del que l'alumne crea el Brandbook i tota la resta de documentació corporativa.
- **“PAC_FINAL_Cataleg_Productes.pdf”**: Document amb el format definit en el nostre Brand Book on mostrem la nostre línia de productes i els detalls dels mateixos.
- **“PAC_FINAL_Pla_Comunicacio.pdf”**: Document on detallem els objectius, canals de comunicació formats i com ens comunicarem amb els usuaris.
- **“PAC_FINAL_prs_Surinyach_Joaquim.pdf”**: Document de presentació escrita-visual per a el públic en general.
- **“PAC_FINAL_prs_Surinyach_Joaquim.mp4”**: Vídeo presentació adjunta amb el document de “presentació escrita-visual”.
- **“PAC_FINAL_Autoinforme_Surinyach_Joaquim.pdf”**: Document on indiquem els coneixements aplicats com a mostra detallem algun dels processos seguits.

MATERIAL GRÀFIC

- **“Contingut audiovisual”**: Resultat final dels fitxers en format vídeo i àudio o animacions que s'han elaborat per l'alumne i que s'han utilitzat per a la edició de la entrega final.

MATERIAL AUDIOVISUAL

- **“Contingut audiovisual”**: Resultat final dels fitxers en format vídeo i àudio o animacions que s'han elaborat per l'alumne i que s'han utilitzat per a la edició de la entrega final.

2. Materials i mètodes

Per a la elaboració del projecte s'ha fet una petita estimació del total de documents i fitxers generats per l'alumne.

Extensió	Fitxers
*.ai - Adobe Adobe Illustrator	67
*.ae - Adobe After Effects	27
*.prproj - Adobe Premiere Pro	57
*.indd - Adobe InDesign	7
*.png - Portable Network Graphics	275
*.skp - Sketchup 2017	13
*.mp4 - MPEG-4	65
*.mov - QuickTime Movie	10

MOSTRA

The image displays a grid of file icons categorized by software application. The top row shows Adobe Illustrator (.ai) icons, followed by Adobe After Effects (.ae) icons, and Adobe InDesign (.indd) icons. The middle row shows Adobe Premiere Pro (.prproj) icons, and the bottom row shows SketchUp (.skp) icons. The icons are arranged in a grid format, with some files having descriptive text below them.

3. Resultats

A continuació detallem els documents que estructuraven el nostre projecte

Nom: PAC_Final_mem_Surinyach_Joaquim

Format: PDF

Informació: Memòria del projecte on



Nom: PAC_FINAL_Disseny_Digital_HeyCampers

Format: PDF

Informació: document de template origen a partir del que l'alumne crea el disseny i estructura de la documentació corporativa.



Nom: PAC_FINAL_Pla_Comunicacio_HeyCampers

Format: PDF

Informació: document on es detalla el pla de comunicació amb els principis, objectius i canals



Nom: PAC_FINAL_Brand_Book_HeyCampers

Format: PDF

Informació: document truncal on presentem la nostre marca, definim els principis i elements relacionats



Nom: PAC_FINAL_Cataleg_Productes_HeyCampers

Format: PDF

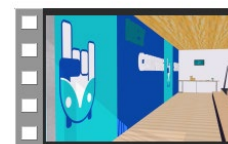
Informació: document de presentació on definim i mostrem els productes elaborats així com els detalls d'aquests



Nom: PAC_FINAL_Expositor_HeyCampers

Format: VÍDEO

Informació: Vídeo en primera persona on mostrem tota la línia de productes desenvolupats per la marca dins el projecte



Nom: PAC_FINAL_prs_Surinyach_Joaquim
Format: VÍDEO
Informació: Presentació escrita-visual per al públic en general.



Nom: PAC_FINAL_prs_Surinyach_Joaquim
Format: VÍDEO
Informació: Vídeo utilitzat per a la presentació visual-escrita demanada



Nom: PAC_FINAL_Autoinforme_Surinyach_Joaquim
Format: VÍDEO
Informació: Autoinforme on analitzem els coneixements aplicats per aquest projecte.



4. Conclusions i treballs futurs

Amb aquest TFG hem posat la primera pedra d'un projecte més extens i ambiciós, s'ha fet una part essencial per a qualsevol companyia la imatge corporativa.

Per molt bon producte que tinguis si aquest no resulta atractiu o som capaços de presentar-lo de forma adequada complicadament resultarà interessant per qui visualitzi.

Amb aquest TFG intentem establir els principis de comunicació necessaris.

D'acord amb el material entregat crec hem obtingut per un costat una documentació clara i simple, però a la vegada completa. Per altre banda mitjançant els elements gràfics i renders visualitzem el resultat "final" de manera efectiva.

Una bona fita d'aquest crec n'és el document *PAC_FINAL_Expositor_HeyCampers.mp4*, per un costat plasmem en un sol document gran part de la feina feta dins el projecte (disseny de marca, cromàtica, renders, modelatge, edició de vídeo i foto i maquetació) Amb aquesta podem obtenir una experiència en primera persona del producte final.

Com a millora del resultat obtingut crec podem obtenir un render de més qualitat i realista mitjançant eines més professionals o llicenciades que no siguin el Sketchup 2017 (versió gratuïta) amb aquesta podem obtenir un render i posterior vídeo de més qualitat.

D'altre banda tot i tenir ja creades les xarxes socials, caldria la dedicació d'una persona o CM a temps complert per a gestionar-les i crear contingut.

5. Glossari

- **Camper**: vinculat al món del vehicle, "camper" és un concepte que assimilem a "casa rodant" o vehicle vivenda tot i que també el podem concebre dins el món de la acampada. En l'amplia gama de vehicles camper trobem diferents formats com les furgonetes habitables, les autocaravanas capuchines, les perfilades entre altres.
-
- **Brand book**: Traduït al català com a "**Manual d'identitat corporativa**" és un document que defineix les línies principals de la nostre imatge com a companyia, disseny i producte. Allà definim les normes que han de seguir tots els elements gràfics que generem amb la marca tant en suports físics com digitals.
- **Diagrama Gantt**: Sistema de representació gràfica de processos de treball amb la intenció de mostrar visualment la evolució i estat de cada tasca que forma un projecte. Aquest representa en un llistat de tasques on indiquem les dates, fites i elements clau. Mitjançant una barra horitzontal comptabilitzem o evolucionem l'estat d'aquesta obtenint una visió transversal del projecte sencer.

6. Bibliografia

Per aquest TFG no s'ha utilitzat cap text, referència o llibre en concret més que els apunts propis d'assignatures cursades i els coneixements adquirits per l'alumne.

Tot el material ha estat creat de zero per l'alumne






















7. Llicència d'ús

Tot el material gràfic, de veu i vídeo és estrictament creat per l'alumne. Les imatges s'han creat de zero mitjançant software de imatge vectorial, editors o creadors d'imatges i renders en 3d.

Per altre costat tot el material audiovisual i fonts utilitzades han estat creades o són contingut de la biblioteca pròpia de l'alumne.

Per a la selecció de pistes d'àudio s'han utilitzat documents de llicència pública/gratuïta extrets de la biblioteca de [Youtube Studio](#)

Listat de pistes d'àudio utilitzades:

-  Checkmate - Nathan Moore.mp3
-  Flipping Newspaper Pages.mp3
-  Flipping Newspaper Pages.mp3
-  July - John Patitucci.mp3
-  Button Push.mp3
-  Summer Somewhere In Cuba - Cumbia Deli.mp3
-  Ship Bell.mp3
-  Suburban Streets Summer.mp3
-  Sneaker Walk Hollow Wood.mp3
-  Walking Wood Floor Hous.mp3
-  Child Toy Chime Clinck and Clanks.mp3
-  Jungle Atmosphere Night.mp3
-  Jungle Atmosphere Night.mp3
-  Wine Bottles Clinking.mp3
-  Wine Bottles Clinking.mp3
-  Wood Bat Falling in Dirt.mp3
-  Wood Bat Falling in Dirt.mp3
-  Desert Howling Wind.mp3
-  Desert Howling Wind.mp3
-  drawing on paper with pencil.mp3
-  Stirring Liquid in Glass.mp3