



Universidad de Valladolid



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

TRABAJO FIN DE GRADO

SMART – CONECTA CON UNA NUEVA VIDA

Presentado por:

JAVIER CÁCERES CANO

SERGIO DELGADO FRANCO

PABLO IZQUIERDO FERNÁNDEZ

Tutelado por: MANUEL ÁNGEL CANGA SOSA

Segovia, junio 2017

ÍNDICE

RESUMEN	4
PALABRAS CLAVE	4
1. Competencia	5
2. Target	8
3. Objetivo de la campaña	9
4. Concepto	10
6. Diseño de fundas	12
7. Producción audiovisual	14
7.1. Guion técnico	14
7.2. Storyboard	16
7.3. Plan de rodaje	24
7.4. Desglose de necesidades	25
8. Presupuesto	28
9. Elementos gráficos	30
10. Acción de Street Marketing	32
11. Video Concept	34
11.1 Guion voz en off	35
12. Memorias individuales	37
13. Anexos	38
13.1 CD/ Piezas Audiovisuales.	38
13.1.1 Spot Publicitario.	38
13.2.2 Video Concept.	38
13.2 CD/ Piezas Gráficas.	38
13.2.1 Diseño de fundas para coche.	38
13.2.2 Guion Técnico.	38
13.2.3 Storyboard.	38
13.2.4 Plan de Rodaje	38

13.2.5 Desglose de Necesidades.	38
13.2.5 Elementos Gráficos.	38
13.2.6 Street Marketing.	38
13.3 Memorias Individuales.	38
13.3.1 Javier Cáceres Cano.	38
13.3.2 Sergio Delgado Franco.	38
13.3.3 Pablo Izquierdo Fernández.	38

RESUMEN

El trabajo que aquí presentamos trata desarrollar una campaña de publicidad para posicionar el *smart fortwo electric drive* como la primera opción de compra dentro del mercado de los coches eléctricos. Para realizar esta campaña hubo que solucionar una serie de problemas que contenía el *briefing*. Desarrollamos la campaña que iba más allá de lo gráfico y audiovisual, a través de un concepto creativo que se centraba en una funda para dejar en segundo término a los coches de gasolina. A raíz de ahí, se llevó a cabo el diseño de unas fundas, un *spot*, gráficas para publicidad exterior y una acción de *street marketing*. Junto a ello se presenta un video resumen que cuenta cómo se ha desarrollado la campaña. Todo ello bajo el concepto creativo que anima a conectarse con una nueva vida.

PALABRAS CLAVE

smart fortwo electric drive, publicidad, audiovisual, video, *spot*, gráfica, funda, diseño, publicidad exterior, coche eléctrico, *street marketing*, coche de gasolina.

1. Competencia

A la hora de hacer un análisis de la competencia de este vehículo eléctrico debemos hacer una comparación por segmento ya que existen diferentes tipos, desde el pequeño urbano eléctrico al coche de ciudad por excelencia, ya sea híbrido o de gasolina. Otros puntos a tener en cuenta también son la autonomía y el precio. Por ello hacemos una distinción en la tipología de la competencia, por un lado, directa y por otro indirecta.

Se hace evidente que *smart*, cuenta con una fuerte competencia debido a que se enfrenta tanto a un sector de competencia directa muy amplio, como a otro grupo de competencia indirecta.

Aunque no se pueden considerar competencia directa, los vehículos con motor de combustión tienen una fuerte presencia. Puesto a que *smart* es una marca de coche con un precio elevado, se trata de una desventaja a la hora de elegirlo frente a un coche convencional. A nivel general, los coches eléctricos son bastante más caros que los convencionales, y aunque a largo plazo suponen un ahorro, esto no se presenta como una ventaja diferencial todavía. Además del coche en sí, es necesario también contar con una inversión en un punto de carga privado o cerca del hogar o lugar de trabajo.

Además, aunque tampoco se puede considerar competencia directa, debemos tener en cuenta el servicio que ofrece el nuevo movimiento ‘*carsharing*’. En la actualidad son muchas las ciudades que cuentan con vehículos ‘públicos’, de corto uso o alquiler que permiten que la gente sin vehículo propio o que no quiere utilizarlo en la ciudad lo activen a través de la aplicación y lo utilicen en cualquier momento. Además, estos se caracterizan también por su reducido tamaño, al igual que el *smart*, que lo dota de una ventaja diferencial a la hora de circular por dentro de la ciudad. Sin embargo, *smart* es un vehículo destinado a personas con un nivel económico bastante alto, que prefiere comprarse un coche propio y utilizarlo como segundo vehículo.

Por último, contaremos también con los vehículos híbridos como competencia puesto que, sin ser una competencia directa, se queda con muchas de las ventas de los vehículos híbridos. Aunque no se trata de un coche eléctrico 100%, que es lo que busca nuestro

público, este tipo de vehículos son una apuesta mucho más segura para aquellas personas indecisas ante la decisión de compra ya que cuenta tanto con motor eléctrico como de combustión.

Como competencia directa del *smart electric drive* contamos con todos los vehículos eléctricos del mercado. Estos están cada vez más presentes en nuestra sociedad, ya que el movimiento eléctrico está cada vez más implantado y las marcas automovilísticas están comenzando a incluirlos en todas sus flotas.

Para centralizar más las competencias que podemos encontrar para nuestro modelo, podemos hacer una división de particularidades que destacan en el *smart fortwo electric* y que podemos encontrar también en otros. Estas son el precio, el tamaño, y la autonomía, características principales que se miden en todos los coches eléctricos.

Respecto a tamaño, *smart fortwo electric drive* destaca notablemente sobre el resto de vehículos ya que la oferta de vehículos eléctricos biplaza que podemos encontrar en el mercado es muy escasa. Uno de los que podemos encontrar es el *Renault Twizy Life* que como *smart*, se trata de un coche 100% eléctrico solo para dos. Además, este es mucho más barato que el *smart electric*. Sin embargo, el diseño de este no es muy atractivo ya que se trata de un vehículo completamente abierto, todo lo contrario al *smart*, el cual destaca por diseño.

Respecto a la autonomía, *smart* no puede presumir demasiado en este ámbito puesto que su autonomía es de 160 km. Actualmente en el mercado podemos encontrar vehículos de más de 600 km de autonomía, lo que deja bastante lejos de estar en la cabeza a nuestro modelo. La tecnología eléctrica se encuentra en pleno auge y evolución avanza a pasos agigantados. Buscando vehículos que, con un precio similar, cuenten también con una autonomía aproximada encontramos el *Nissan Leaf*, el *Kia Soul* y *Mitsubishi i-MiEV*.

Smart, como decíamos antes, es una marca de coches con precios elevados. Estos están destinados principalmente a gente con un nivel de vida alto. Si ya de por sí estos coches tienen un precio elevado, los modelos eléctricos son todavía más caros. En el mercado de vehículos eléctricos en la actualidad podemos encontrar varios coches que ofrecen precios similares, aunque la mayoría también cuenta con una mayor autonomía. De este estilo

podemos encontrar coches como el *Renault Zoe* o el *Kia Soul*, que rondan un precio aproximado (29.885€ y 24.000€ respectivamente). Ambos tienen mayor autonomía que el *smart fortwo electric*, además de ser 5 plazas.

2. Target

Nos dirigimos a un tipo de consumidor de poder adquisitivo alto, con una personalidad innovadora y gran gusto por las marcas de calidad o *premium*. Un conductor urbanita joven y de alto poder adquisitivo que busca la comodidad y agilidad en sus desplazamientos. Un target de cualquier edad con capacidad de conducir, ya que el *smart fortwo electric drive* es un coche familiar que puede ser compartido y usado por todos.

A pesar de que en el audiovisual solo aparecen personas jóvenes, cabe decir que el target es mucho más amplio como nos hemos referido anteriormente. Por tanto diferenciamos entre quien adquiere el producto y quienes usan el producto. Viendo de esta manera el *smart fortwo electric drive* como un coche de uso familiar.

3. Objetivo de la campaña

Posicionar la marca *smart* como abanderada de los automóviles eléctricos en España, diferenciándose de la competencia a través de los estilos de vida y valores de quienes conducen un *smart*.

Apareciendo el *smart fortwo electric drive* como la primera opción de compra de coche eléctrico en la mente del consumidor.

Captar la atención y el interés de nuestro público a través de una campaña que sitúe a *smart fortwo electric drive* como el coche moderno e innovador que todo conductor urbanita quiere tener.

4. Concepto

Una vez tenga mi *smart fortwo electric drive*, voy a dejar de usar mi o mis otros coches. “Quiero cambiar a algo mejor, quiero un *smart fortwo electric drive*”.

Reflexión

La gente quiere cambiar de coche, sueña con tener lo mejor y más novedoso. Llega una nueva era, un cambio en la automoción en el uso del vehículo dentro de las ciudades. Es el *smart fortwo electric drive*, el coche que te ofrece ese cambio, ese nuevo modelo ágil y divertido de conducción.

Una vez el conductor ha adquirido el *smart fortwo electric drive* y se acostumbra a las ventajas de uso y conducción de su nuevo vehículo eléctrico, abandonará sus viejos coches en pro del *smart* eléctrico. Es un cambio, un nuevo modelo alternativo de vida, al que resulta fácil acostumbrarse.

Es el coche urbano perfecto, completamente eléctrico con multitud de ventajas, que hace que el conductor una vez lo prueba no quiera usar otra cosa, por eso *smart* regala con la venta del *smart fortwo electric drive* una funda de diseño para el viejo coche, que quedará en el garaje por mucho tiempo.

El concepto:

Quiero cambiar a algo mejor, quiero un *smart fortwo electric drive*.

smart fortwo electric drive la mejor alternativa de cambio

La funda para cubrir el coche puede ser creada por diseñadores de prestigio a nivel internacional o nacional, o una funda más clásica en la que aparece el modelo eléctrico de *smart* en el lateral, para que todo aquel que desee un *smart fortwo electric drive* y no lo haya comprado todavía le sirva como placebo antes de iniciar el cambio.

5. Desarrollo de la campaña

La campaña se desarrollaría con la funda como elemento principal, además del coche. Pero enfocándola de una manera divertida y diferente. Transmitiendo los valores de *smart*, a través de soportes y acciones, tanto para online como para *offline*.

La campaña publicitaria abarca diferentes medios y soportes de comunicación con el objetivo de posicionar a *smart* como la primera opción de compra de coche eléctrico en España.

La campaña se proyecta en medios convencionales como televisión, exterior e internet o soportes digitales, pero también ciertas acciones de *Street marketing*. Donde la intención siempre es captar la atención de clientes potenciales y posicionar la marca como líder del sector en España.

La campaña es diseñada bajo una estética atractiva, moderna, e innovadora afín con el tipo de *target* y usuario de la marca.

6. Diseño de fundas

La funda es el elemento creativo fundamental de la campaña, nos ayuda a transmitir el mensaje de cambio y de mejora que queremos representar tras la adquisición del nuevo *smart fortwo electric drive*, dirigiendo el concepto y la campaña.

Estas fundas son diseñadas por grandes ilustradores y diseñadores del momento actual, creando tendencia en el panorama artístico del momento y con gran influencia en ciertos segmentos de *target* al que nos dirigimos o nos queremos dirigir en un futuro próximo.

El diseño de las fundas es realizado por *Ricardo Cavolo*, un diseñador de prestigio y con fama mundial, que muestra a través de sus diseños innovadores cargados de color una estética motivadora y fuerte capaz de transmitir emociones de carga emocional positiva. Además de que se ajusta a nuestro *target* joven y dinámico, al igual que sus trabajos como *Urban Outfitters – Cologne* (mural), *Tarot Cards Deck* (diseño cartas) y *Kaytranada* (ilustración).



Figura 6.1 Diseño de funda realizado por Ricardo Cavolo.

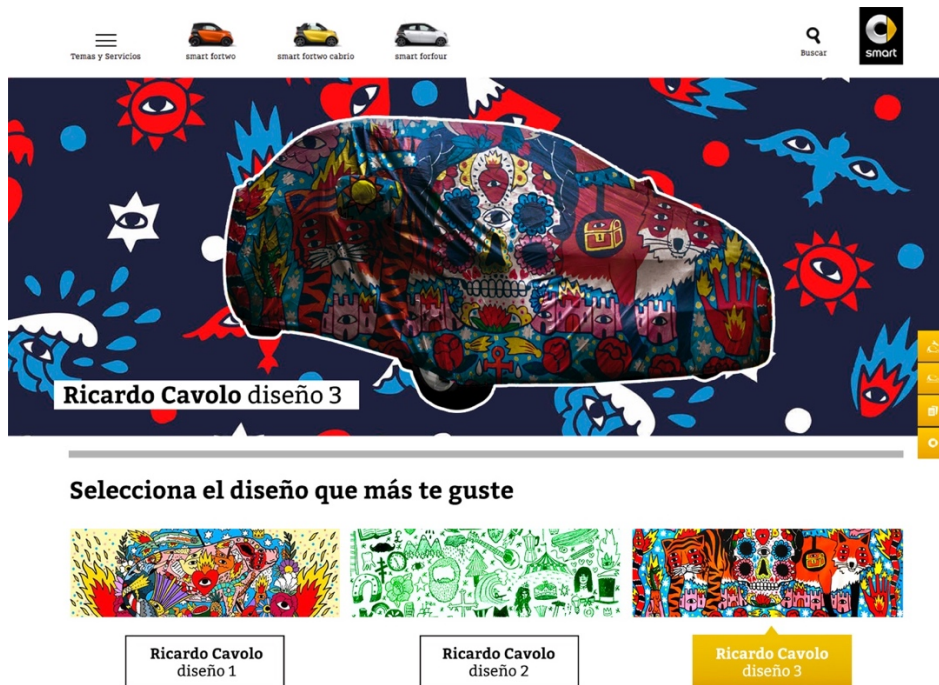


Figura 6.2 Diseño de funda realizado por Ricardo Cavolo.

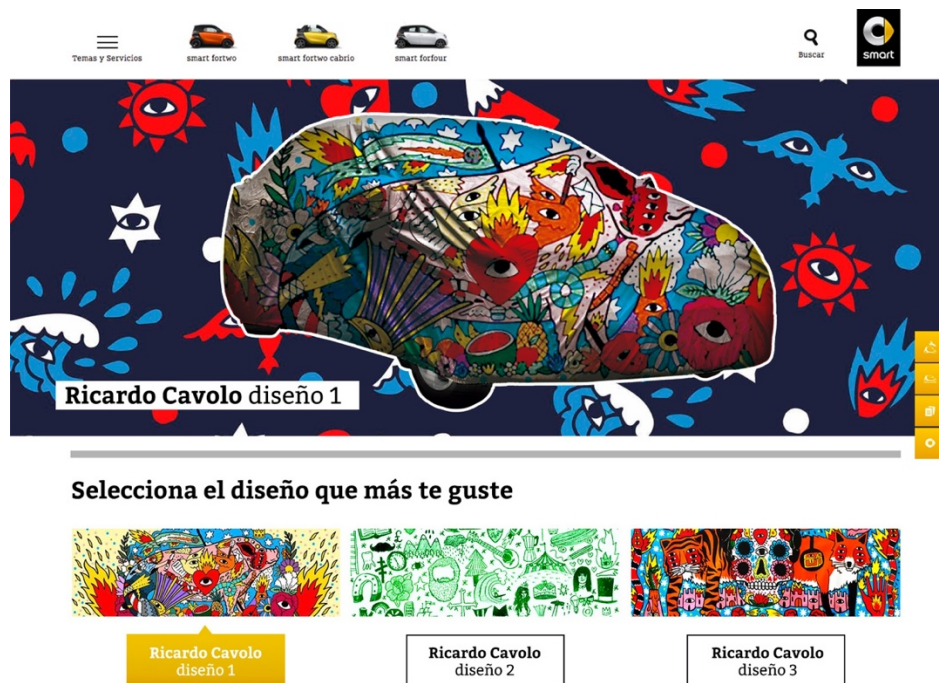


Figura 6.3 Diseño de funda realizado por Ricardo Cavolo.

7. Producción audiovisual

7.1. Guion técnico

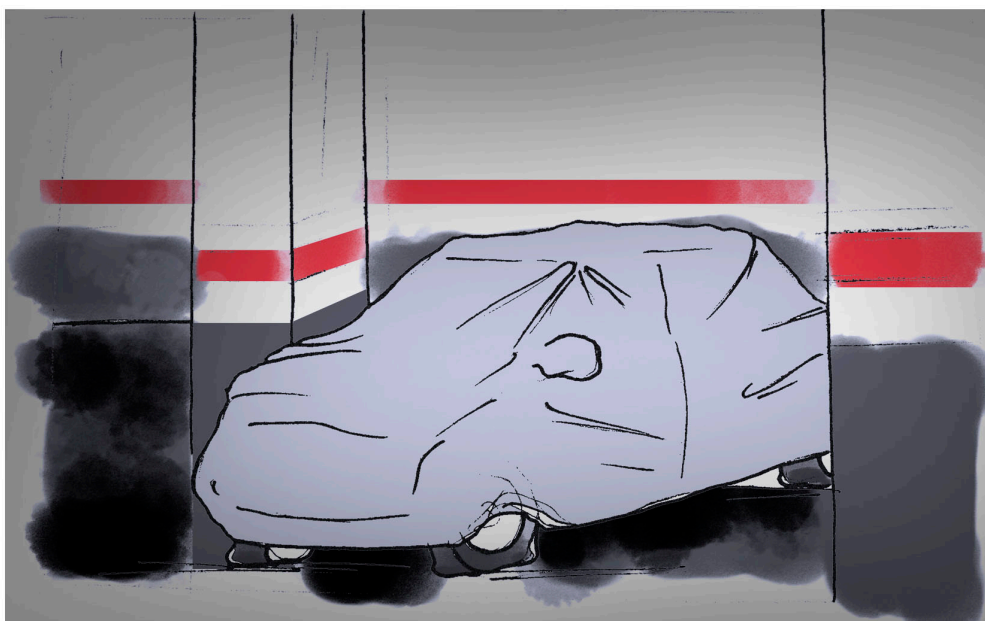
ESCENA	PLANO	LOCALIZACIÓN	CONDICIONES	IMAGEN	ACCIÓN	SONIDO	EFFECTOS	PARCIAL	TOTAL
1	1.1	Interior/Día. Garaje Universidad de Valladolid	Iluminación artificial	Plano General Angulación Normal Cámara fija. Zoom in.	COCHE 1. Aparece un coche tapado con una lona en un garaje.	Música lenta		3"	3"
2	2.1	Interior/Día. Garaje Mercadona	Iluminación artificial	Plano General Angulación Normal Cámara fija. Paneo.	COCHE 2. De nuevo vemos un segundo coche aparcado en un garaje distinto pero con la misma lona cubriéndolo.	Música lenta		3"	6"
3	3.1	Exterior/Día Entrada Chalet	Iluminación natural	Plano General Lateral Angulación Normal Cámara fija. Zoom out.	COCHE 3. En esta ocasión aparece cubierto con una lona en la entrada de una vivienda.	Música lenta		3"	9"
4	4.1	Exterior/Día Calle ciudad afueras	Iluminación natural	Plano Medio lateral Angulación ligeramente contrapicada Cámara fija	CHICO 1. Desde dentro del coche, se ve al primer protagonista conduciendo el <u>smart</u> lateralmente a la cámara.	Música dinámica	Cambio de música Transición a blanco.	3"	12"
	4.2	Exterior/Día Calle ciudad afueras	Iluminación natural	Plano General Angulación Normal Cámara fija. Seguimiento	SMART 1. El coche conducido por CHICO 1 aparece recorriendo la ciudad. La cámara desde una lateral le sigue su paso.	Música dinámica		2"	14"
5	5.1	Exterior/Día Calle ciudad centro	Iluminación natural	Plano Medio lateral Angulación ligeramente contrapicada Cámara fija	CHICA. Desde dentro del coche, la actriz conduce el <u>smart</u> lateralmente a cámara.	Música dinámica		2"	16"
	5.2	Exterior/Día Calle ciudad centro	Iluminación natural	Plano General Angulación de picada a normal Movimiento con grúa.	SMART 2. Desde un lateral se sigue al coche hasta que pasa y se observa el paisaje verde de la ciudad.	Música dinámica		3"	19"
6	6.1	Exterior/Día Carretera campo	Iluminación natural	Plano Medio lateral Angulación ligeramente contrapicada Cámara fija	CHICO 2. Desde dentro del coche, el personaje conduce el <u>smart</u> lateralmente a la cámara.	Música dinámica		2"	21"

	6.2	Exterior/Día Carretera campo	Iluminación natural	Plano General Angulación de contra picada a picada. Movimiento con grúa.	SMART 3. Seguimiento lateral del coche por carretera en un paisaje de campo.	Música dinámica		3"	24"
7	7.1	Exterior/Día Calle	Iluminación natural	Plano Medio lateral Angulación ligeramente contrapicada Cámara fija	Pantalla partida en tres aparecen los protagonistas lateralmente a cámara conduciendo los diferentes coches, poco después desaparecen uno a uno.	Música dinámica	Plano partido en tres. Se van añadiendo los tres protagonis tas y de seguido se quitan progresiva mente.	4"	28"
8	8.1	Texto <u>smart</u>			Sobre pantalla gris aparece "Nuevo <u>smart</u> <u>fortwo electric drive.</u> " y abajo aparece el <u>claim</u> de la campaña: "Conecta con una nueva vida."	Música dinámica	Texto promocio nal <u>Claim</u>	3"	31"
9	9.1	Exterior/Día Calle Aparcamiento Centro comercial	Iluminación natural	Plano General Angulación Normal Cámara fija	COCHE 4. SMART 4. Se ve un coche aparcado de forma lateral con la lona puesta y aparece por	Música dinámica	Finaliza música	3"	34"
					delante el <u>smart</u> . Dejando al coche viejo en un segundo término y poniendo al <u>smart</u> un paso por delante.				
10	10.1	Logo <u>smart</u>			Se muestra sobre pantalla negra el logo de <u>smart</u> .		Voz en off: "Smart" Logo <u>smart</u>	3"	37"

Figura 7.1 Guion Técnico.

7.2. Storyboard

El *storyboard* es un guion gráfico realizado mediante ilustraciones que nos ayuda a pre-visualizar con antelación el trabajo de producción. Marcando las pautas a seguir respecto al número de planos, es la estructura a seguir realizada con anterioridad al tiempo de rodaje. En este caso hemos realizado un *storyboard* con ilustraciones a color, marcando el número de planos y posición de cámara.



ESCENA: 1 PLANO: 1.1 LOCALIZACIÓN: Garaje universidad

IMAGEN: Plano general. Angulación normal. Cámara fija. Zoom in.

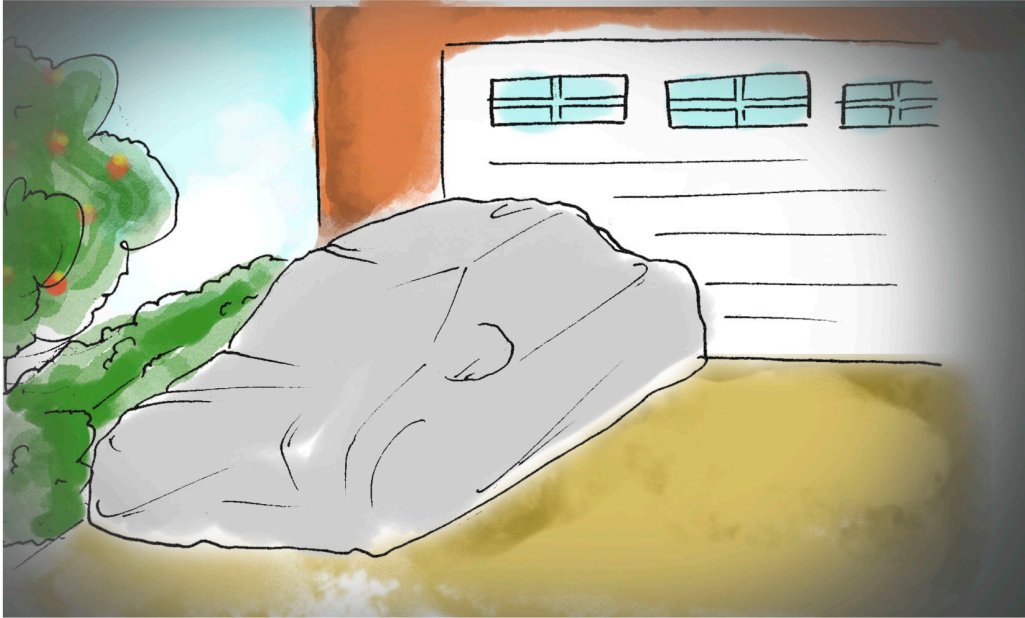
ACCIÓN: COCHE 1. Aparece un coche tapado con una lona en un garaje.



ESCENA: 2 PLANO: 2.1 LOCALIZACIÓN: Garaje Mercadona

IMAGEN: Plano general. Angulación normal. Cámara fija. Paneo.

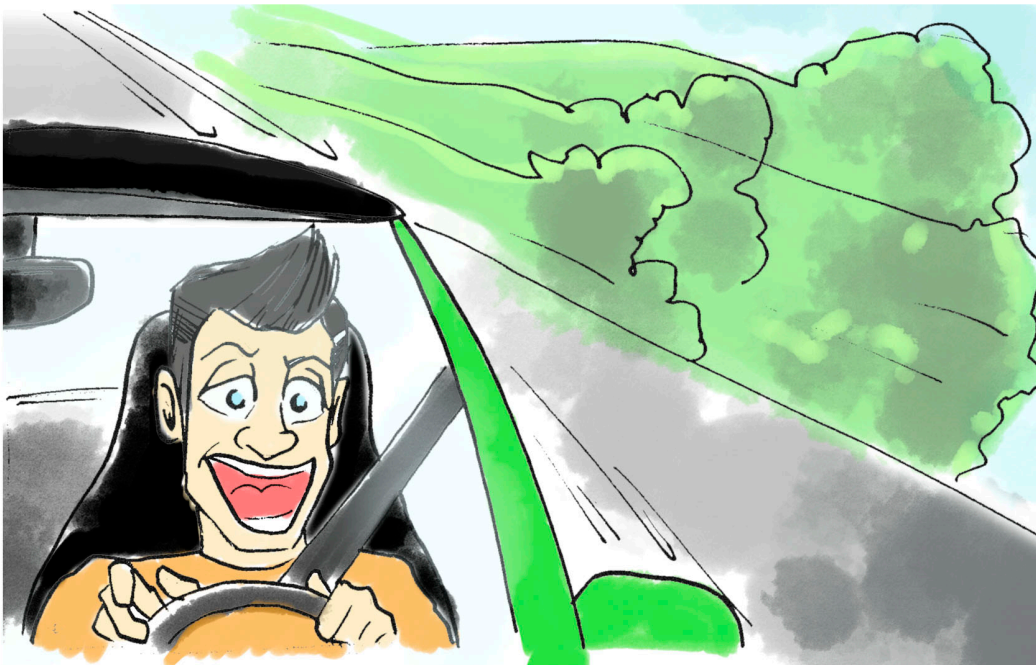
ACCIÓN: COCHE 2. De nuevo vemos un segundo coche aparcado en un garaje distinto pero con la misma lona cubriéndolo.



ESCENA: 3 PLANO: 3.1 LOCALIZACIÓN: Entrada chalet

IMAGEN: Plano General Lateral. Angulación Normal. Cámara fija. Zoom out.

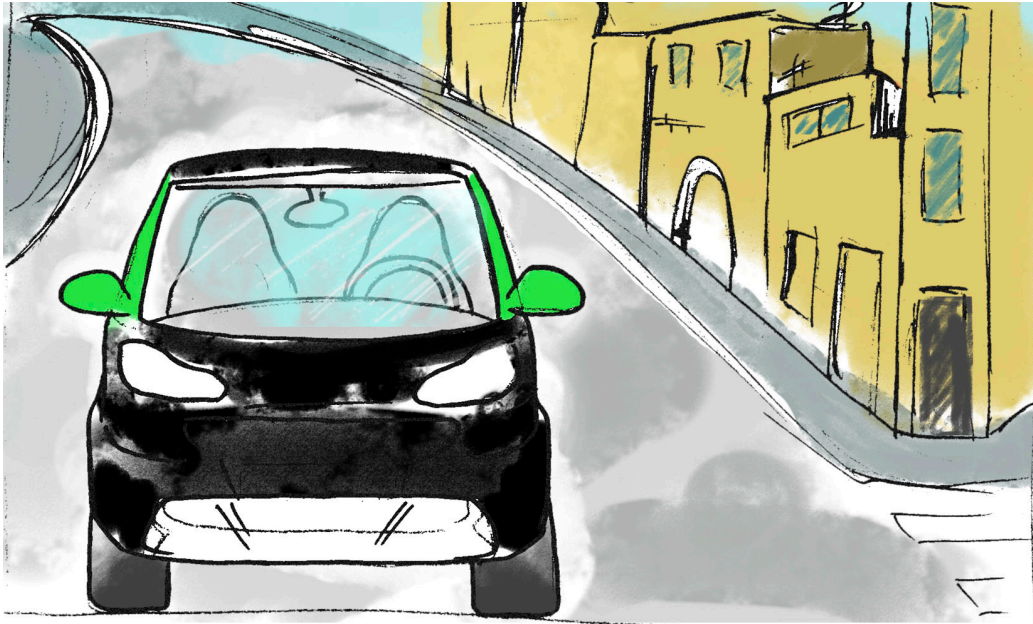
ACCIÓN: COCHE 3. En esta ocasión aparece cubierto con una lona en la entrada de una vivienda.



ESCENA: 4 PLANO: 4.1 LOCALIZACIÓN: Calle afueras de la ciudad

IMAGEN: Plano Medio lateral. Angulación ligeramente contrapicada. Cámara fija

ACCIÓN: CHICO 1. Desde dentro del coche, se ve al primer protagonista conduciendo el smart lateralmente a la cámara.



ESCENA: 4 PLANO: 4.2 LOCALIZACIÓN: Calle afueras de la ciudad

IMAGEN: Plano General. Angulación Normal. Cámara fija. Seguimiento

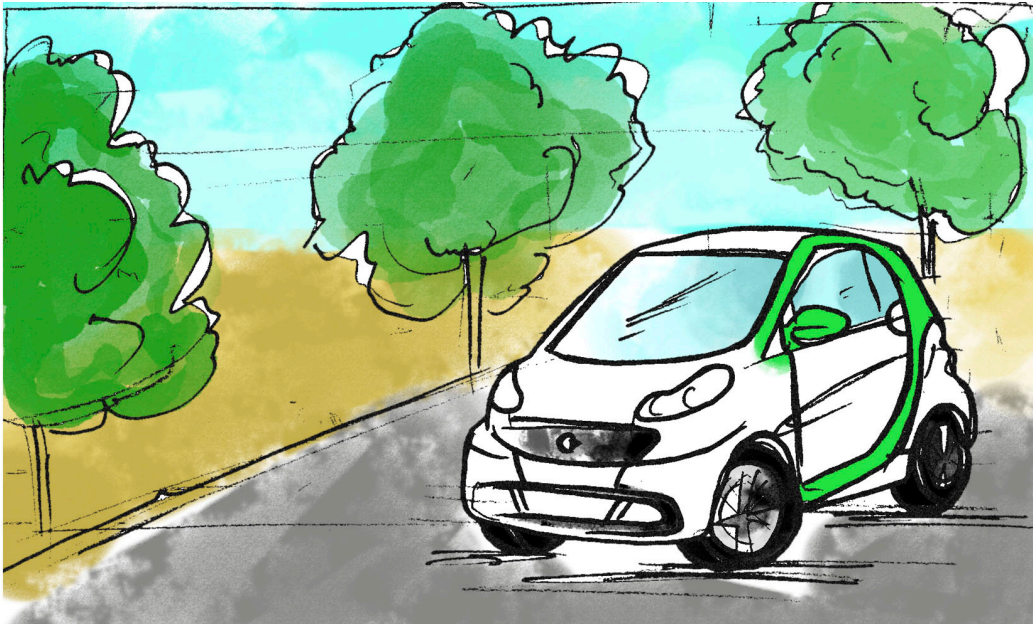
ACCIÓN: SMART 1. El coche conducido por CHICO 1 aparece recorriendo la ciudad. La cámara desde una lateral le sigue su paso.



ESCENA: 5 PLANO: 5.1 LOCALIZACIÓN: Calle centro ciudad

IMAGEN: Plano Medio lateral. Angulación ligeramente contrapicada. Cámara fija

ACCIÓN: CHICA. Desde dentro del coche, la actriz conduce el smart lateralmente a cámara.



ESCENA: 5 PLANO: 5.2 LOCALIZACIÓN: Calle centro ciudad

IMAGEN: Plano General. Angulación de picada a normal. Movimiento con grúa.

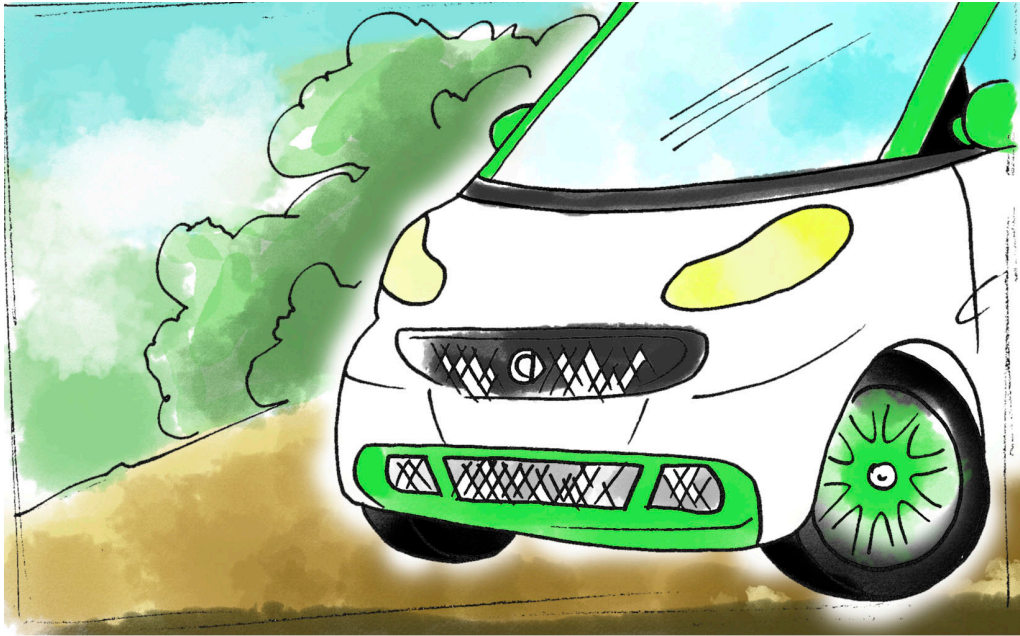
ACCIÓN: SMART 2. Desde un lateral se sigue al coche hasta que pasa y se observa el paisaje verde de la ciudad.



ESCENA: 6 PLANO: 6.1 LOCALIZACIÓN: Carretera campo

IMAGEN: Plano Medio lateral. Angulación ligeramente contrapicada. Cámara fija

ACCIÓN: CHICO 2. Desde dentro del coche, el personaje conduce el smart lateralmente a la cámara.



ESCENA: 6 PLANO: 6.2 LOCALIZACIÓN: Carretera campo

IMAGEN: Plano General. Angulación de contra picada a picada. Movimiento con grúa.

ACCIÓN: SMART 3. Seguimiento lateral del coche por carretera en un paisaje de campo.



ESCENA: 7 PLANO: 7.1 LOCALIZACIÓN: Localizaciones anteriores

IMAGEN: Plano Medio lateral. Angulación ligeramente contrapicada. Cámara fija

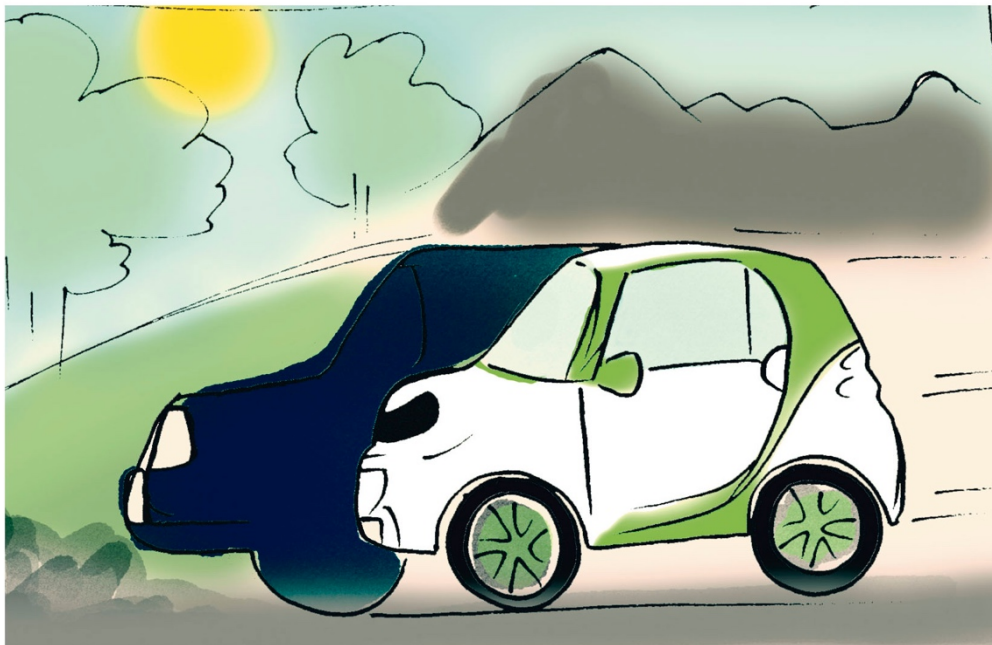
ACCIÓN: CHICO 1. CHICO 2. CHICA. Pantalla partida en tres aparecen los protagonistas lateralmente a cámara conduciendo los diferentes coches, poco después desaparecen uno a uno.

>> Nuevo smart fortwo electric drive.
Conecta con una nueva vida

ESCENA: 8 **PLANO:** 8.1 **LOCALIZACIÓN:**

IMAGEN:

ACCIÓN: Sobre pantalla gris aparece "Nuevo smart fortwo electric drive." y abajo aparece el claim de la campaña: "Conecta con una nueva vida."



ESCENA: 9 **PLANO:** 9.1 **LOCALIZACIÓN:** Aparcamiento centro comercial

IMAGEN: Plano General. Angulación Normal. Cámara fija

ACCIÓN: COCHE 4. SMART 4. Se ve un coche aparcado de forma lateral con la lona puesta y aparece por delante el smart. Dejando al coche viejo en un segundo término y poniendo al smart un paso por delante.



ESCENA: 10 **PLANO:** 10.1 **LOCALIZACIÓN:**

IMAGEN:

ACCIÓN: Se muestra sobre pantalla negra el logo de smart.

7.3. Plan de rodaje

ESCENAS	1	2	3	6	4	5	9	7
Día Rodaje	1	1	1	2	2	2	2	2
Fecha	9 junio	9 junio	9 junio	10 junio	10 junio	10 junio	10 junio	10 junio
Localización	Garaje universidad	Garaje <u>mercadona</u>	Chalet Nueva Segovia	Carretera Campo	Calle Nueva Segovia	Calle centro ciudad	Aparcamiento Centro Comercial	Localizaciones anteriores.
Condiciones	Interior/Día Iluminación artificial	Interior/Día Iluminación artificial	Exterior/Día Iluminación natural	Exterior/Día Iluminación natural	Exterior/Día Iluminación natural	Exterior/Día Iluminación natural	Exterior/Día Iluminación natural	Exterior/Día Iluminación natural
Planos	Plano General Lateral Frontal Cámara fija. Zoom in.	Plano General Frontal Cámara fija. Paneo.	Plano General Lateral Ligeramente picado Cámara fija. Zoom out.	Plano Medio lateral Angulación ligeramente <u>contrapicada</u> Cámara fija	Plano Medio lateral Angulación ligeramente <u>contrapicada</u> Cámara fija	Plano Medio lateral Angulación ligeramente <u>contrapicada</u> Cámara fija	Plano General Angulación Normal Cámara fija	Plano Medio lateral Angulación ligeramente <u>contrapicada</u> Cámara fija
				Plano General Angulación de picada a normal Movimiento con grúa.	Plano General Angulación Normal Cámara fija. Seguimiento	Plano General Angulación de contra picada a picada. Movimiento con grúa.		
Principales				Pablo	Guille	Loreto	Pablo	Pablo Loreto Guille
Figuración	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguno
Atrezzo	Coche 1 Lona	Coche 2 Lona	Coche 3 Lona	<u>smart</u>	<u>smart</u>	<u>smart</u>	Smart Coche + lona	Smart
Equipo	<u>Cannon 600D</u> Trípode <u>Micro Rode VideoMic Rycote</u>	<u>Cannon 600D</u> Trípode <u>Micro Rode VideoMic Rycote</u>	<u>Cannon 600D</u> Trípode <u>Micro Rode VideoMic Rycote</u>	<u>Cannon 600D</u> Mini grúa Monitor <u>Micro Rode VideoMic Rycote</u>	<u>Cannon 600D</u> Mini grúa Monitor <u>Micro Rode VideoMic Rycote</u>	<u>Cannon 600D</u> Mini grúa Monitor <u>Micro Rode VideoMic Rycote</u>	<u>Cannon 600D</u> Trípode <u>Micro Rode VideoMic Rycote</u>	<u>Cannon 600D</u> <u>Micro Rode VideoMic Rycote</u>

Figura 7.1 Plan de rodaje

7.4. Desglose de necesidades

PLANO	LOCALIZACIÓN	CONDICIONES	PAGS. GUIÓN	JORNADA	Nº PAGS.
1	Interior/Día. Garaje Universidad	Poca iluminación	1	5'	1
PRINCIPALES			CÁMARA	SOPORTES	ACCESORIOS
Ninguno		Coche 1 Lona	Canon 600D	Trípode	Ninguno
SECUNDARIOS			ILUMINACIÓN		
Ninguno		Coche	Artificial. Flexo garaje.	Ninguno	Ninguno
FIGURACIÓN			SONIDO		
Ninguno		Ninguno	Rode VideoMic Rycote	Ninguno	Ninguno
ESPECIALISTAS			2ª. UNIDAD		
Ninguno		Ninguno	Ninguno		
OBSERVACIONES			EQUIPO TÉCNICO		
			1 operador de cámara 1 auxiliar de cámara 1 encargado de material		

PLANO	LOCALIZACIÓN	CONDICIONES	PAGS. GUIÓN	JORNADA	Nº PAGS.
2	Interior/Día. Garaje <u>Mercadona</u>	Buena iluminación por parte de la luz natural y artificial.	1	5'	1
PRINCIPALES			CÁMARA	SOPORTES	ACCESORIOS
Ninguno		Coche 2 Lona	Canon 600D	Trípode	Ninguno
SECUNDARIOS			ILUMINACIÓN		
Ninguno		Coche	Artificial. Flexo garaje y luz natural	Ninguno	Ninguno
FIGURACIÓN			SONIDO		
Ninguno		Ninguno	Rode VideoMic Rycote	Ninguno	Ninguno
ESPECIALISTAS			2ª. UNIDAD		
Ninguno		Ninguno	Ninguno		
OBSERVACIONES			EQUIPO TÉCNICO		
			1 operador de cámara 1 auxiliar de cámara 1 encargado de material		

PLANO	LOCALIZACIÓN	CONDICIONES	PAGS. GUIÓN	JORNADA	Nº PAGS.
3	Exterior/Día Chalet Nueva Segovia	Luz natural intensa.	1	5'	1
PRINCIPALES			CÁMARA	SOPORTES	ACCESORIOS
Ninguno		Coche 3 Lona	Canon 600D	Trípode	Ninguno
SECUNDARIOS			ILUMINACIÓN		
Ninguno		Coche	Natural	Ninguno	Ninguno
FIGURACIÓN			SONIDO		
Ninguno		Ninguno	Rode VideoMic Rycote	Ninguno	Ninguno
ESPECIALISTAS			2ª. UNIDAD		
Ninguno		Ninguno	Ninguno		
OBSERVACIONES			EQUIPO TÉCNICO		
			1 operador de cámara 1 auxiliar de cámara 1 encargado de material		

PLANO	LOCALIZACIÓN	CONDICIONES	PAGS. GUIÓN	JORNADA	Nº PAGS.
4.1	Exterior/Día Calle ciudad	Iluminación natural dentro del coche	1	10'	1
PRINCIPALES			CÁMARA	SOPORTES	ACCESORIOS
Guille	Camisa Pajarita	Smart	Cámara Canon 600D	Ninguno	Ninguno
SECUNDARIOS			ILUMINACIÓN		
Ninguno		Smart	Ninguno	Ninguno	Ninguno
FIGURACIÓN			SONIDO		
Ninguno		Ninguno	Rode VideoMic Rycote	Ninguno	Ninguno
ESPECIALISTAS			2ª. UNIDAD		
Ninguno		Ninguno	Ninguno		
OBSERVACIONES			EQUIPO TÉCNICO		
			1 operador de cámara 1 auxiliar de cámara 1 encargado de material		

PLANO	LOCALIZACIÓN	CONDICIONES	PAGS. GUIÓN	JORNADA	Nº PAGS.	
4.2	Exterior/Día Calle ciudad	Iluminación natural	1	10'	1	
PRINCIPALES		CARACTERIZACIÓN	ATREZZO	CÁMARA	SOPORTES	ACCESORIOS
Guille		Camiseta Pajarita	Smart	Cámara Canon 600D	Trípode	Ninguno
SECUNDARIOS			VEHÍCULOS	ILUMINACIÓN		
Ninguno			Smart	Natural	Ninguno	Ninguno
FIGURACIÓN			ANIMALES	SONIDO		
Ninguno			Ninguno	Rode VideoMic Rycote	Ninguno	Ninguno
ESPECIALISTAS			EFFECTOS ESPECIALES	2ª. UNIDAD		
Ninguno			Ninguno	Ninguno		
OBSERVACIONES				EQUIPO TÉCNICO		
				1 operador de cámara 1 auxiliar de cámara 1 encargado de material		

PLANO	LOCALIZACIÓN	CONDICIONES	PAGS. GUIÓN	JORNADA	Nº PAGS.	
5.1	Exterior/Día Calle ciudad	Iluminación natural	1	10'	2	
PRINCIPALES		CARACTERIZACIÓN	ATREZZO	CÁMARA	SOPORTES	ACCESORIOS
Loreto		Blusa blanca Gafas de sol	Smart	Cámara Canon 600D	Ninguno	Ninguno
SECUNDARIOS			VEHÍCULOS	ILUMINACIÓN		
Ninguno			Smart	Natural	Ninguno	Ninguno
FIGURACIÓN			ANIMALES	SONIDO		
Ninguno			Ninguno	Rode VideoMic Rycote	Ninguno	Ninguno
ESPECIALISTAS			EFFECTOS ESPECIALES	2ª. UNIDAD		
Ninguno			Ninguno	Ninguno		
OBSERVACIONES				EQUIPO TÉCNICO		
				1 operador de cámara 1 auxiliar de cámara 1 encargado de material		

PLANO	LOCALIZACIÓN	CONDICIONES	PAGS. GUIÓN	JORNADA	Nº PAGS.	
5.2	Exterior/Día Calle ciudad	Iluminación natural	1	10'	2	
PRINCIPALES		CARACTERIZACIÓN	ATREZZO	CÁMARA	SOPORTES	ACCESORIOS
Loreto		Blusa blanca Gafas de sol	Smart	Cámara Canon 600D	Mini grúa	Monitor
SECUNDARIOS			VEHÍCULOS	ILUMINACIÓN		
Ninguno			Smart	Natural	Ninguno	Ninguno
FIGURACIÓN			ANIMALES	SONIDO		
Ninguno			Ninguno	Rode VideoMic Rycote	Ninguno	Ninguno
ESPECIALISTAS			EFFECTOS ESPECIALES	2ª. UNIDAD		
Ninguno			Ninguno	Ninguno		
OBSERVACIONES				EQUIPO TÉCNICO		
				1 operador de cámara 1 operador de grúa 1 encargado de material		

PLANO	LOCALIZACIÓN	CONDICIONES	PAGS. GUIÓN	JORNADA	Nº PAGS.	
6.1	Exterior/Día Carretera campo	Iluminación natural	1	10'	2	
PRINCIPALES		CARACTERIZACIÓN	ATREZZO	CÁMARA	SOPORTES	ACCESORIOS
Pablo		Polo negro Gafas de sol	Smart	Cámara Canon 600D	Ninguno	Ninguno
SECUNDARIOS			VEHÍCULOS	ILUMINACIÓN		
Ninguno			Smart	Natural	Ninguno	Ninguno
FIGURACIÓN			ANIMALES	SONIDO		
Ninguno			Ninguno	Rode VideoMic Rycote	Ninguno	Ninguno
ESPECIALISTAS			EFFECTOS ESPECIALES	2ª. UNIDAD		
Ninguno			Ninguno	Ninguno		
OBSERVACIONES				EQUIPO TÉCNICO		
				1 operador de cámara 1 auxiliar de cámara 1 encargado de material		

PLANO	LOCALIZACIÓN	CONDICIONES	PAGS. GUIÓN	JORNADA	Nº PAGS.
6.2	Exterior/Día Carretera campo	Iluminación natural	1	10'	2

PRINCIPALES	CARACTERIZACIÓN	ATREZZO	CÁMARA	SOPORTES	ACCESORIOS
Pablo	Polo negro Gafas de sol	Smart	Cámara Canon 600D	Mini grúa	Monitor
SECUNDARIOS		VEHÍCULOS	ILUMINACIÓN		
Ninguno		Smart	Natural	Ninguno	Ninguno
FIGURACIÓN		ANIMALES	SONIDO		
Ninguno		Ninguno	Rode VideoMic Rycote	Ninguno	Ninguno
ESPECIALISTAS		EFFECTOS ESPECIALES	2ª. UNIDAD		
Ninguno		Ninguno		Ninguno	
OBSERVACIONES			EQUIPO TÉCNICO		
			1 operador de cámara 1 operador de grúa 1 encargado de material		

PLANO	LOCALIZACIÓN	CONDICIONES	PAGS. GUIÓN	JORNADA	Nº PAGS.
9	Exterior/Día Aparcamiento centro comercial	Iluminación natural	1	10'	2

PRINCIPALES	CARACTERIZACIÓN	ATREZZO	CÁMARA	SOPORTES	ACCESORIOS
Pablo	Polo negro Gafas de sol	Smart, coche y lona	Cámara Canon 600D	Trípode	Ninguno
SECUNDARIOS		VEHÍCULOS	ILUMINACIÓN		
Ninguno		Smart y coche	Natural	Ninguno	Ninguno
FIGURACIÓN		ANIMALES	SONIDO		
Ninguno		Ninguno	Rode VideoMic Rycote	Ninguno	Ninguno
ESPECIALISTAS		EFFECTOS ESPECIALES	2ª. UNIDAD		
Ninguno		Ninguno		Ninguno	
OBSERVACIONES			EQUIPO TÉCNICO		
			1 operador de cámara 1 auxiliar de cámara 1 encargado de material		

Figura 7.3 Desglose de necesidades.

8. Presupuesto

DESGLOSE DE PRESUPUESTO PRODUCCIÓN

	CANTIDAD	PRECIO
ALQUILER EQUIPO DE RODAJE		
- Cámara Canon 600D	1	20 €
- 4 Baterías de Cámara	4	36 €
- Objetivo Sigma DC 17-50mm 1:2.8 EX HSM	1	21 €
- Trípode Beike 586	1	19 €
- Tarjeta de memoria Lexar Profesional SD 32 GB	1	9 €
- Mini Grúa Libec Swift Jib50	1	150 €
- Seguro alquiler material 10%		25,50 €
		275,50 €
EQUIPO TÉCNICO		
- Operador de cámara	1	90 €
- Auxiliar de cámara	1	50 €
- Script	1	45 €
- Personal montaje de equipo	1	55 €
- Chofer	1	50 €
		290 €
ESCENOGRAFÍA:		
- Alquiler smart	1	21,81 €
- Funda para tapar coche	1	14,99 €
- Alquiler coche para tapar con funda	1	35,09 €
- Seguro alquiler de coches	1	45 €
		116,89 €

	CANTIDAD	PRECIO
PERSONAL ARTÍSTICO		
- Actor	2	100 €
- Actriz	1	50 €
- Derechos de la propiedad intelectual 5%		7,50 €
		157,50 €
POSTPRODUCCIÓN		
- Editor de video y audio	1	80 €
		80 €
OTROS		
- Coste Derechos Musicales SDAE		300 €
- Coste Permiso de Rodaje Segovia Film Office		315 €
- Movilidad - Gasolina		60 €
- Catering		65 €
		740 €
		TOTAL
		1659,89
		€

9. Elementos gráficos

Las gráficas son el soporte que utilizaremos para dar visibilidad a la marca en los medios exteriores y digitales. El objetivo es alcanzar el mayor número de impactos y posicionar la marca en la mente de los clientes potenciales. Estas gráficas están pensadas para ser colocadas en soportes publicitarios como vallas, lonas o muros en formato horizontal facilitando así su visibilidad y lectura.

Las gráficas reflejan la esencia de la campaña a través del uso de las fundas de coche como elemento creativo y característico, acompañadas del slogan “Conecta con una nueva vida”. Anunciando el nuevo *‘smart fortwo electric drive’*.



Figura 9.1 Gráfica para *smart* “Conecta con una nueva vida”.



Figura 9.2 Gráfica para *smart* “Conecta con una nueva vida”.

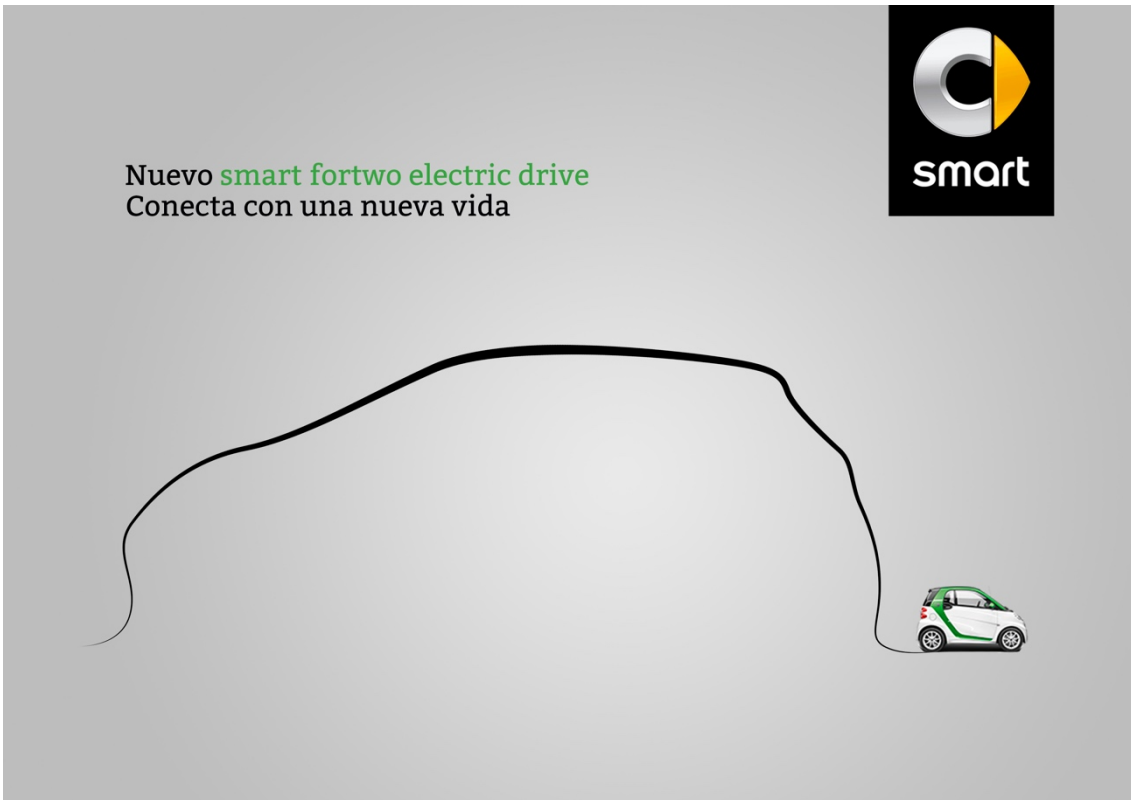


Figura 9.3 Gráfica para *smart* “Conecta con una nueva vida”.

10. Acción de Street Marketing

Una de las acciones claves de la campaña fue el *Street Marketing* realizado por las calles de Segovia. Consistía en cubrir con la funda de *smart* los *mupis* y marquesinas para crear un contenido para poderlo difundir en las redes sociales y generar viralidad. Ese contenido quedó registrado mediante videos y fotos de los soportes cubiertos, dotando de protagonismo, de nuevo, a la funda.

Se trataba de dar una vuelta a los soportes del entorno urbano para darle más visibilidad y notoriedad al *smart fortwo electric drive* generando impacto más allá de nuestro *target*.



Figura 10.1 Fotografía de las acciones de *Street Marketing* 'Conecta con una nueva vida'.



Figura 10.2 Fotografía de las acciones de *Street Marketing* 'Conecta con una nueva vida'.

11. Video Concept

El proyecto requería un video en el que se contase cómo había sido el proceso de trabajo y el desarrollo de la campaña creada que hiciera las veces de *making of*. Lo estructuramos en dos partes, en la primera mostramos las cuestiones referidas a objetivos, problema y concepto, y en la segunda mostramos la creación de las acciones que desarrollamos.

Para ello, nos servimos de imágenes recurso del *smart fortwo electric drive*, videos propios que grabamos a modo *making of*, imágenes de la publicidad gráfica, proceso del *storyboard* y diseño de las fundas, además de un texto que servía de apoyo a la voz en off locutada a lo largo del video.

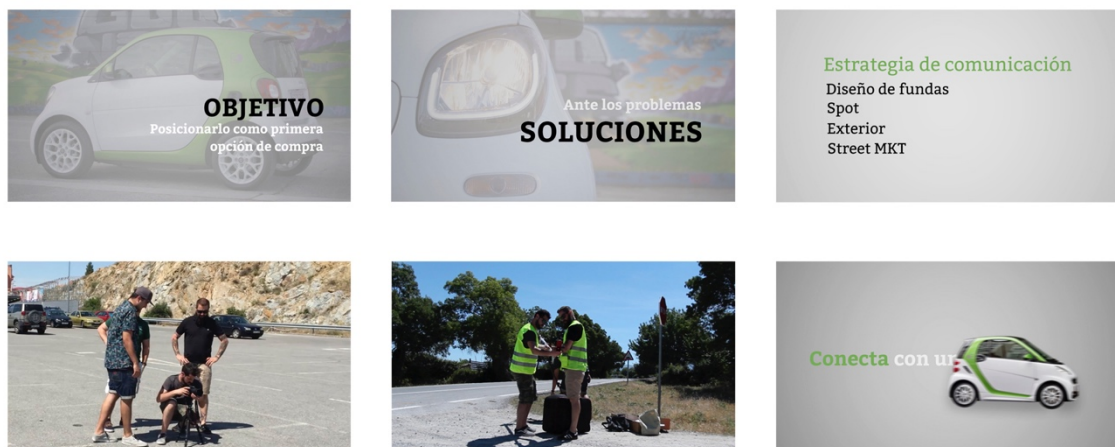


Figura 11.1 Imágenes de video concept.

11.1 Guion voz en off

Este año se ha presentado una nueva modalidad de TFG, se trata del proyecto profesional. Un proyecto que no sigue la línea de los anteriores, sino que trata de realizar un trabajo más práctico y enfocado a lo que nos dedicaremos el día de mañana, la publicidad.

Aquí es donde aparece *smart* presentando su nuevo modelo de coche eléctrico, el *smart fortwo electric drive*. Debíamos llevar a cabo una campaña para posicionar el *smart* como primera opción de compra en el mercado del coche eléctrico.

Uno de los principales problemas de la marca es que este mercado aún no se ha desarrollado y una gran mayoría de la población aún desconfía de esta tecnología.

El objetivo era realizar una campaña basada en los valores de las personas que están a favor de tener un coche eléctrico y que fueran afines a la marca ¿Cómo lo llevamos a cabo? Nos centramos en una funda para coche representando así el paso que está dando *smart* con su coche eléctrico.

Decidimos dar una vuelta al problema e ir un paso por delante. Los coches de gasolina no son competencia de *smart*, por ello creamos una campaña que girase en torno a un elemento principal, además del coche, una funda.

Porque conducir un *smart*, es disfrutar, es vivir experiencias que otros coches no ofrecen. Para dar este paso la idea es regalar una funda con la compra de tu *smart*.

Conecta con una nueva vida.

Realizamos varias acciones adaptadas a distintos soportes. Para empezar, las fundas fueron diseñadas por Ricardo *Cavolo*, diseñador español, que le dan un toque más divertido. Estas fundas se podían adquirir con la compra de un *smart* en la web eligiendo qué estilo iba más con cada uno.

Para dar a conocer esta acción, procedimos a la grabación de un spot, en el cual se podía ver tres coches abandonados con su funda en contraste con tres estilos de vida disfrutando de un *smart*, para aquellas personas que van un paso por delante.

Ya que el coche es pequeño ¿por qué no hacer una campaña a lo grande? Utilizamos una mini grúa para dos planos además del equipo básico de rodaje. Y no solo nos movimos dentro de la ciudad, también nos desplazamos hasta entornos más naturales, haciendo un guiño a la sostenibilidad medioambiental.

Otro elemento que seguía la línea del spot fue la publicidad exterior, una serie de gráficas que seguían teniendo como referente la funda, mostrando de nuevo el paso que da *smart* dejando en segundo término al coche de gasolina.

La acción más viral fue el Marketing de Guerrilla por las calles de Segovia. Consistía en cubrir con la funda los *mupis* y marquesinas para difundirlo en redes sociales.

Era darlo una vuelta a los soportes del entorno urbano, dándole más visibilidad al nuevo *smart* más allá de nuestro target.

Han sido estos cuatro soportes los responsables de que el *smart fortwo electric drive* esté llamado a ser el elegido para que te haga vivir la experiencia que te conecte con una nueva vida.

12. Memorias individuales

Las memorias insertadas van paginadas de forma individual, formando este punto por tres memorias.

13. Anexos

13.1 CD/ Piezas Audiovisuales.

13.1.1 Spot Publicitario.

13.2.2 Video Concept.

13.2 CD/ Piezas Gráficas.

13.2.1 Diseño de fundas para coche.

13.2.2 Guion Técnico.

13.2.3 Storyboard.

13.2.4 Plan de Rodaje.

13.2.5 Desglose de Necesidades.

13.2.6 Elementos Gráficos.

13.2.7 Street Marketing.

13.3 Memorias Individuales.

13.3.1 Javier Cáceres Cano.

13.3.2 Sergio Delgado Franco.

13.3.3 Pablo Izquierdo Fernández.