

HOLA

LA



**Somos una
agencia de
contenidos:
YOROKOBU PLUS**



**Somos un
medio de
comunicación:
YOROKOBU**

VAYAMOS POR PARTES

1ª PARTE

¿QUÉ ES YOROKOBU

MEDIO ?

NUESTRO ECOSISTEMA



YOROKOBU

Yorokobu es periodismo que se enfoca en las ideas innovadoras, en la gente que emprende y en las historias que inspiran.

Es una revista en papel y un medio digital al que no le interesan tanto las *breaking news* en sí como las reflexiones que se pueden extraer de ellas.





01

¿QUÉ SOMOS?

ECOSISTEMA

FIGITAL

SOMOS UN ECOSISTEMA 'FIGITAL'

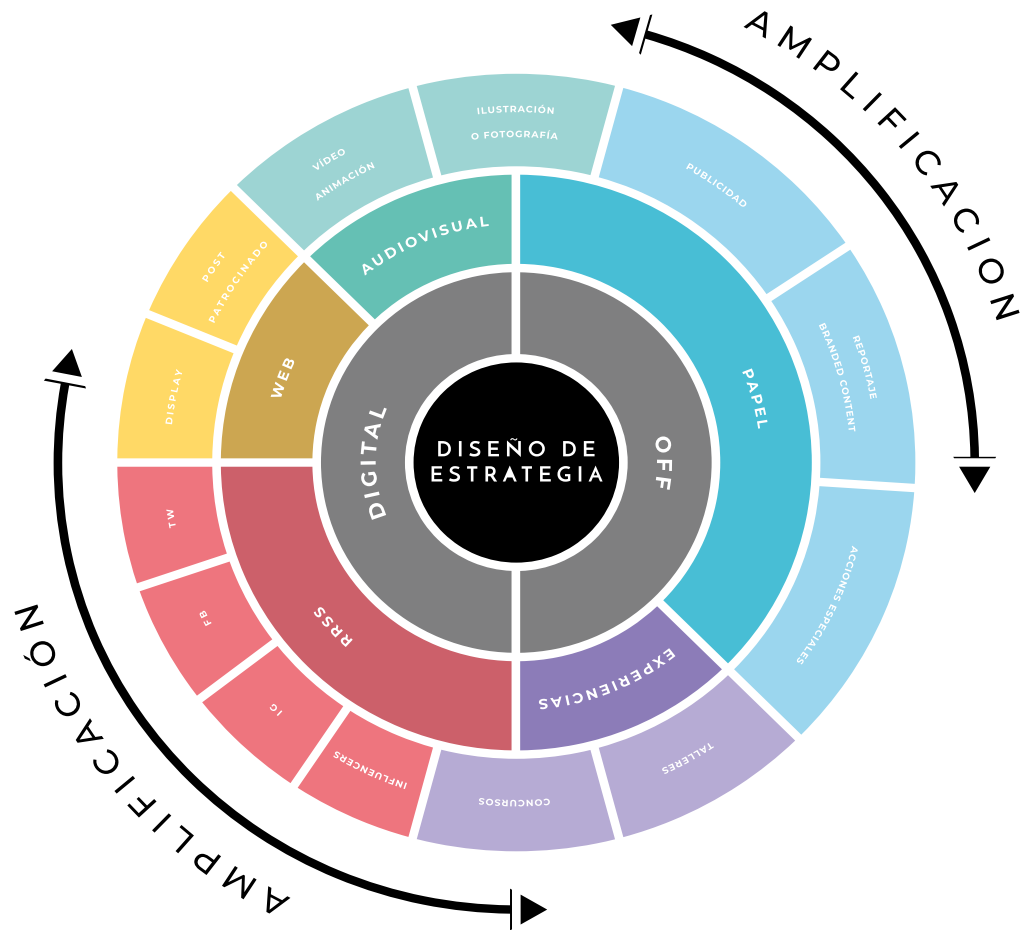
Somos una plataforma creativa, tanto física como digital, que ayuda a amplificar las acciones de las marcas y llevarlas a públicos influyentes y creativos.



02

¿CÓMO
SOMOS?

SOMOS 360

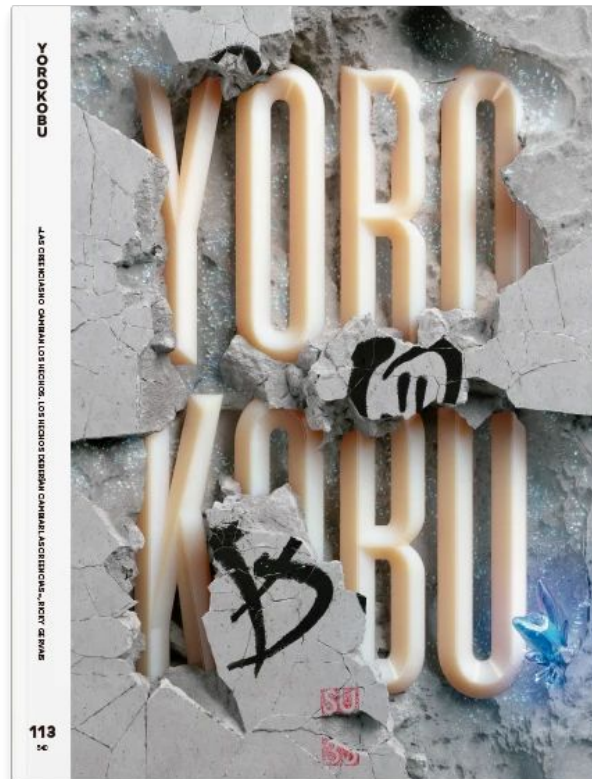


EN PAPEL

Distribución física:

- **144** números publicados
- **5.000** ejemplares
- **100** *coworkings*
- **+2.500** suscriptores, agencias y marcas.

Presencia en los eventos más especiales de **diseño, creatividad, arte y cultura.**



EN DIGITAL

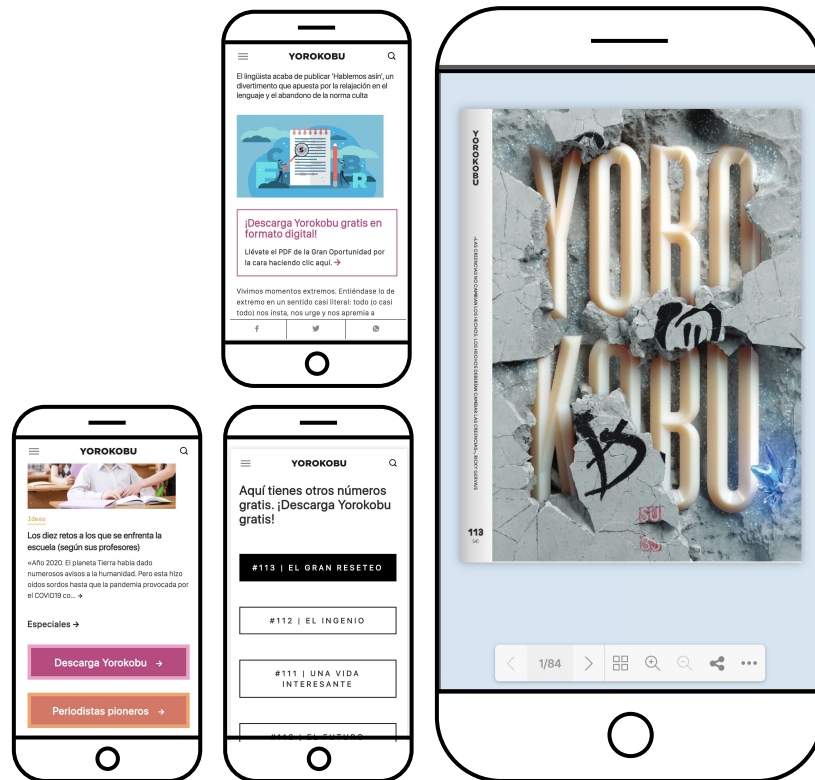
Ahora también publicamos el número en digital para que nuestros seguidores y lectores lo puedan visualizar en cualquier dispositivo.

Comunicamos esta acción en nuestras redes sociales.

Estos han sido los datos de los números que hemos publicado en este formato:

+ 30.000 visualizaciones
por número

Ver números digitales



COMUNIDAD DIGITAL

+ 2.000.000
de usuarios en **yorokobu.es** en 2024

+ 3.000.000
páginas vistas en 2024

+ 70% nos ve a través del móvil

+ 2.000.000
personas en redes sociales

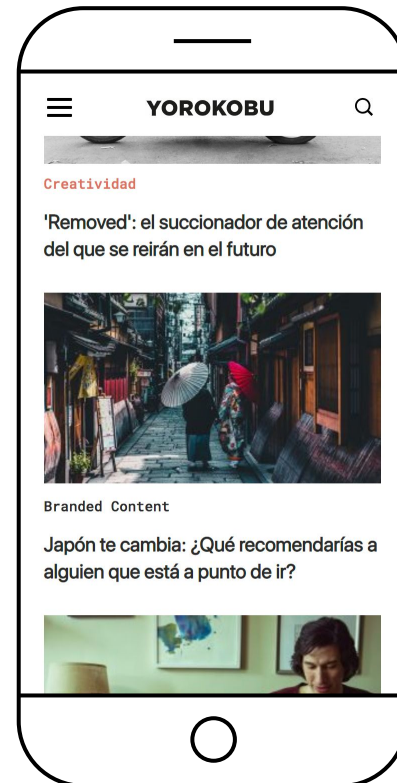
f 923K

▶ 506K

📷 280K

🎵 262K

X 106K



* Datos 2024.- Fuente Google Analytics / Datos Noviembre 2025 - RRSS



03

¿QUIÉN?
**AUDIENCIA Y
PÚBLICOS**

**Gente curiosa, inquieta,
inconformista.
Consumen mucha
cultura (cine, series,
teatro, exposiciones...),
viajan, juegan a
videojuegos y son
creativos.**



INNOVADORES

ARTISTAS

EMPRENDEDORES

CINEASTAS

CREATIVOS

**BRAND
MANAGERS**

MÚSICOS

**DISEÑADORES DE
MODA**

PUBLICITARIOS

PENSADORES

DIRECTIVOS

DISEÑADORES

COCINEROS

ARQUITECTOS

INGENIEROS

MÉDICOS

PROGRAMADORES

ESTUDIANTES





Son personas que emplean la creatividad en su día a día, que disfrutan de su tiempo de ocio, pero a las que el domingo por la tarde no se les hace tan cuesta arriba porque les gusta lo que hacen.

YOROKOBU ES TRANSVERSAL

Un reflejo del tiempo en que vivimos:

Internet es un mundo en el que etiquetas como el género, la edad o la clase social se diluyen.

Tenemos la libertad de construir nuestra propia identidad más allá de nuestro perfil demográfico tradicional.

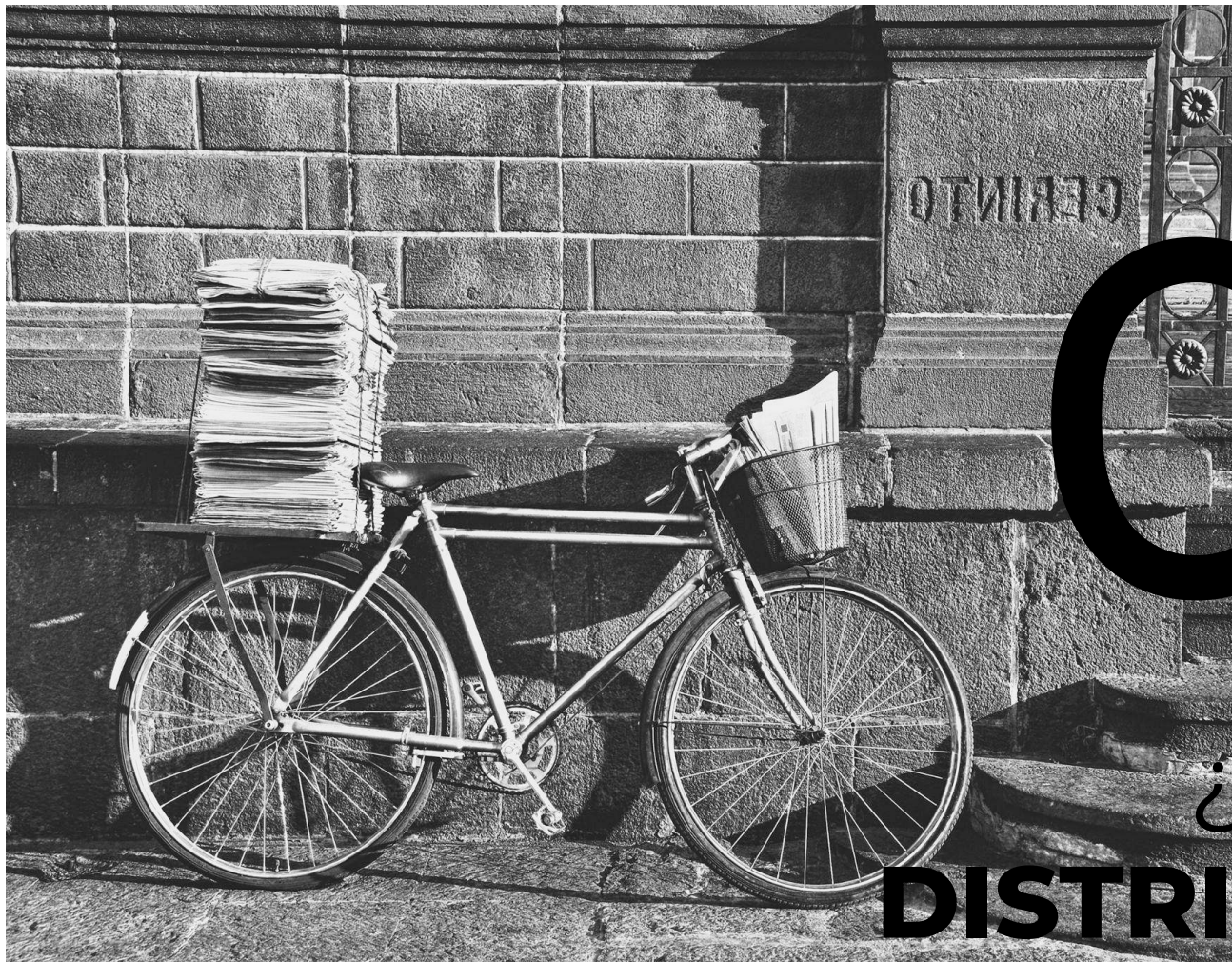
Ahora hablamos de un perfil *psicográfico* que viene definido por los gustos, independientemente de la edad y de la clase social.



Las viejas categorías se han quedado anticuadas

«Si analizas los 1.000 artistas favoritos de la gente de 60 años y se contraponen con los elegidos por adolescentes de 13, encontramos un 40% de coincidencia». Estudio de BBC Radio 1

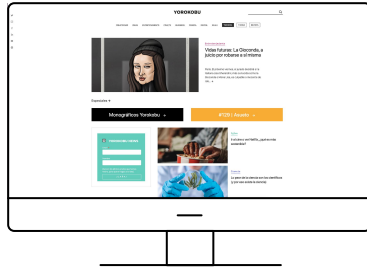
«Casi el 50% del mercado de videojuegos en España son mujeres».



04

¿DÓNDE?

DISTRIBUCIÓN



YOROKOBU WEB

El lugar para estar al día.

[Ver web](#)



YOROKOBU REVISTA

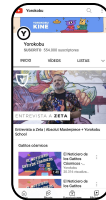
Calidad artesanal para reflexionar cada mes sobre los grandes temas de nuestro tiempo.

[Ver tienda](#)

[Ver números digitales](#)



FACEBOOK
[Ver facebook](#)



YOUTUBE
[Ver canal](#)



INSTAGRAM
[Ver instagram](#)



TIKTOK
[Ver tiktok](#)



X (TWITTER)
[Ver X](#)



LINKEDIN
[Ver linkedin](#)



Suscriptores

Reciben la revista cada mes.



Partners

Room Mate Hotel

Ikea.



Eventos

Estamos en eventos creativos.



Coworkings

Estamos en más de 100 coworkings.



Escuelas y Universidades

Llegamos a las escuelas más creativas.



05

PRODUCTOS
Y FORMATOS

EN PAPEL (OFF)

Formato	Tamaño
Página interior	200 x 264 mm
Contraportada	200 x 264 mm
Segunda portada	200 x 264 mm
Interior de contraportada	200 x 264 mm
Doble página	400 x 264 mm
Total look (monográfico para marcas)	A partir de 4 páginas
½ revista para la marca	Consultar
Encartes, Acciones Especiales	Consultar

Tamaño 200 x 264 mm

Mancha publicidad 200 x 264 mm (con 3 mm de sangre)

Impresión **Cuatricromía**

Papel **Offset**

Portada **4/4 tintas, papel couche mate 250 gr + plastificada brillo 1 cara**

Reservas de espacio **Mínimo 15 días antes de publicación**

Anulaciones **Mínimo 15 días antes de publicación**

Entrega material **Mínimo 15 días antes de publicación**

Impresión **Offset**

Envío creatividades **CD o email con archivo formato PDF a 300 ppp.**

Nº de publicaciones **4 números al año (Primavera, Verano, Otoño e Invierno)**

Recargo por emplazamiento, sección, exclusividad, etc: **20%**

Consúltanos para ofrecerte algo *ad hoc* para tu marca

EN WEB (ON)

Formato

Artículo patrocinado (web + RRSS + Newsletter)

Artículo patrocinado + IG (web + RRSS + Newsletter)

Artículo + destacado en Sección Web (categoría)

Artículo + destacado separador

Artículo Especial

Sección sobre territorio dentro de nuestra web

Acciones especiales

Ad server **DFP**

Peso máximo **1MB**

Formatos **PNG, JPG Y GIF***

Tag **Aceptamos url de impresión de terceros**

*Aceptamos fragmento de código HTML5 o JavaScript personalizados, así como etiquetas de servidores de anuncios de terceros o de DoubleClick for Advertisers
SOLO EN NEWSLETTER: Aceptamos flash

[Ver todas las especificaciones](#)

EN REDES (ON)

Formato	Tamaño
Post ilustración con colaborador	1 ilustración
Post galería ilustraciones con colaborador	4 - 6 ilustraciones
Vídeo de imágenes (2D)	Entre 15" - 30"
Vídeo de animación (2D)	Entre 15" - 30"
Acción tipo QUIZ	Portada + 6-7 preguntas + CTA a la marca
Combinación formatos anteriores	Consultar
Infografías	Consultar
Otros formatos	Consultar

Publicación en FB, X, IG, TikTok y LinkedIn, si procede.

Hacemos **producción de contenidos, inversión en redes** y publicación en **perfil del colaborador**.

CPM bruto estimado de 25 €

LOS CONTENIDOS QUE
PUBLIQUEMOS EN **YOROKOBU**
MEDIO, LOS PODREMOS
AMPLIFICAR Y DARTER MÁS
VISIBILIDAD. TE EXPLICAMOS MAS
ADELANTE NUESTRO **AS EN LA**
MANGA

VAYAMOS A POR LA

2ª PARTE

¿QUÉ ES YOROKOBU

PLUS?

YOROKOBU PLUS es una
agencia de contenidos que te
ayuda a conectar con tu
audiencia de una forma
diferente.



01

¿QUÉ
HACEMOS?
SERVICIOS



BRANDED CONTENT

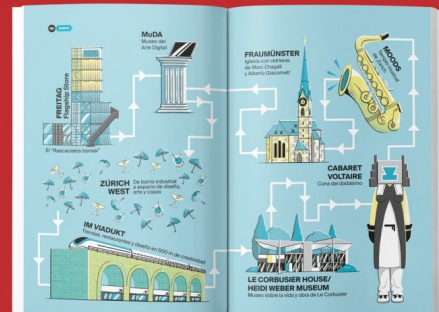
Suiza Turismo

Guía cultural de Suiza

Suiza es conocida por sus chocolates, sus relojes, sus bancos... Pero el país alpino dispone de muchos más atractivos relacionados con el arte, la cultura y también con los grandes genios de la humanidad que buscaron la inspiración en este país.

Turismo de Suiza nos propuso crear una guía destinada a personas interesadas en el diseño gráfico, el arte y la cultura. Además de los museos y centros de interés cultural de muchas de sus ciudades, la guía recogía las grandes obras realizadas por artistas suizos y también algunas de las grandes aportaciones del país relacionadas con el diseño industrial o la arquitectura. Así, mediante infografías, planos ilustrados e imágenes, mostramos el origen de inventos tan geniales como la navaja suiza o la tipografía Helvética, y conocimos mejor la figura de Le Corbusier.





Suiza Turismo

El Tinder de los momentos urbanos Suizos

[Ver momentossuizos.yorokobu.es](http://ver.momentossuizos.yorokobu.es)



Suiza Turismo

Relatos de Zúrich

Yorokobu crea *Relatos de Zúrich*, una serie de 4 vídeos que cuentan historias originales sobre la ciudad. Se busca despertar el interés por visitarla sin recurrir a los tópicos turísticos. Cada historia está diseñada para ser consumida en las redes sociales de Yorokobu.

600.000 visualizaciones.

1,5 millones personas alcanzadas.

20.000 likes, compartidos y comentarios.

Disfrutar de la vida sin matar animales:
Seguimos la serie con un reportaje sobre Hiltl, el restaurante vegetariano más antiguo del mundo con un modelo de negocio muy inusual.



Seguimos la serie con un reportaje sobre Hiltl, el vegetariano más antiguo del mundo con un modelo de negocio muy inusual.

[Ver vídeo](#)

Coca-Cola

Zero Listillos

Coca Cola Zero tenía un reto: callar la boca a los listillos, esos que creen saber de todo y que todo el rato te lo quieren hacer saber.

Y nosotros le propusimos una solución: una web, hospedada en Cocacola.es y actualizada a diario, con contenido de lo más interesante con el que dejar en evidencia la sabiduría *fake* de los listillos. Resultado: un completo contenedor de artículos *online* con más de 60 entradas al mes.



VOLVER DE VACACIONES CON OPTIMISMO

Están a punto de acabarse las vacaciones y no quieres ni pensar en la idea de volver a la oficina. Vaya, no hay que obsesionarse con el trabajo, pero es bueno afrontar la realidad para evitar al temido síndrome post-vacacional. Te damos algunos consejos para afrontar al regreso con más optimismo:



1. VUELVETE LINDO DÍAS ANTES

Prepara tu ropa para ir al trabajo y al momento de despertarte el día del primer día de trabajo, tendrás con lo menos diez prendas de ropa listas para ir al trabajo.

2. NO TE INCORPORRES UN LUNES

La primera semana de trabajo es la más importante. No te incorporas un lunes, sino que te incorporas el día que quieras.

3. TOMATELO CON FILOSOFÍA

Afronta la vuelta de las vacaciones con filosofía. Recuerda que la vida es un viaje y que cada día es una oportunidad para vivir.

4. HAZ PLANES DE FUTURO

Haz planes de futuro. No te preocupes por el futuro, sino que haz planes de futuro. Haz planes de futuro.

5. DIVIDE LAS VACACIONES

Divide las vacaciones en partes más pequeñas. No te preocupes por las vacaciones, sino que divide las vacaciones.

6. HAZ VIDA DESPUÉS DEL VERANO

Haz vida después del verano. No te preocupes por el verano, sino que haz vida después del verano.

7. MOVIMIENTO ES FELICIDAD

Movimiento es felicidad. No te preocupes por la felicidad, sino que movimiento es felicidad.

8. MENTALIDAD POSITIVA

Mentalidad positiva. No te preocupes por la mentalidad, sino que mentalidad positiva.

eDreams Odigeo

'Meaningful journeys'

Cada año, millones de personas utilizan eDreams Odigeo para planificar sus viajes. Pero detrás de esa compleja tecnología hay personas. Para humanizar la labor de eDreams, realizamos un documental en el que narramos el primer encuentro entre Sal, un joven estadounidense que había visitado todos los países del mundo, y Enriqueta, quien, a sus 77 años, no había salido nunca de su isla natal, La Graciosa. Una entrañable muestra de los millones de *meaningful journeys* que son posibles gracias a la tecnología de eDreams Odigeo.

[Leer artículo 'Un milenial que ha viajado a todos los países conoce a una mujer que nunca salió de su tierra'](#)

[Leer artículo 'Tiene 27 años y ha viajado a todos los países del mundo'](#)



[Ver aquí](#)

BRAND ART

Arroz Brillante

Arte con brillante

Yorokobu y Arroz Brillante cocinaron un proyecto artístico en Instagram.

Hay 26 obras de 26 artistas elaboradas con arroz, quinoa, legumbres y otros productos de Brillante.

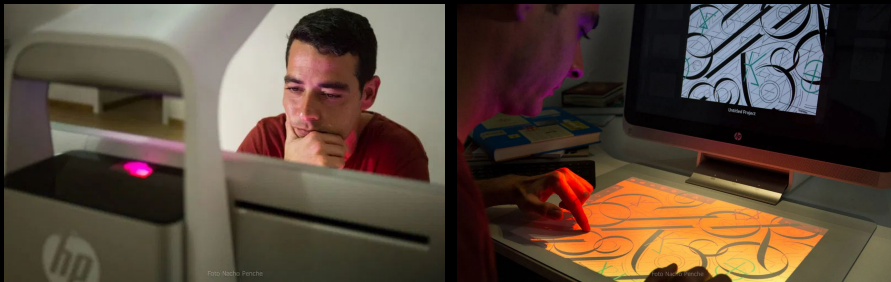
[Ver aquí](#)



Hp Sprout

Cuando HP lanzó el ordenador “*all in one*”, lo presentó como el primero de su categoría diseñado para dar rienda suelta a la creatividad. El tipógrafo WETE quiso comprobarlo. Para ello, realizó los bocetos y las líneas de la portada de Yorokobu usando el ordenador. Y nosotros nos encargamos de explicar todo el proceso con un *making of* que se contó en un artículo en la revista en papel, y a través de un vídeo en nuestra web.

[Leer artículo](#)



Callao Citylights

Durante un año, realizamos una labor de comisariado para promocionar el arte urbano en pleno centro de Madrid. Desde YOROKOBU PLUS, nos encargamos de seleccionar a los mejores talentos emergentes, cuyos trabajos fueron proyectados en las pantallas de Callao Citylights. Una propuesta artística que alcanzó gran notoriedad al destacar entre los clásicos anuncios de la zona. Además, desde las pantallas se animaba a los viandantes a conocer más sobre el artista a través de las entrevistas y reportajes publicados en la web de Yorokobu.



CONTENIDO PATROCINADO

Volkswagen

Concurso Hazlo tú

Para estar en la mente de los diseñadores

Una vez al año, dejamos la portada en blanco y abrimos la posibilidad de diseñarla a creativos de todo el mundo, en colaboración con Volkswagen, que ocupaba la contraportada.

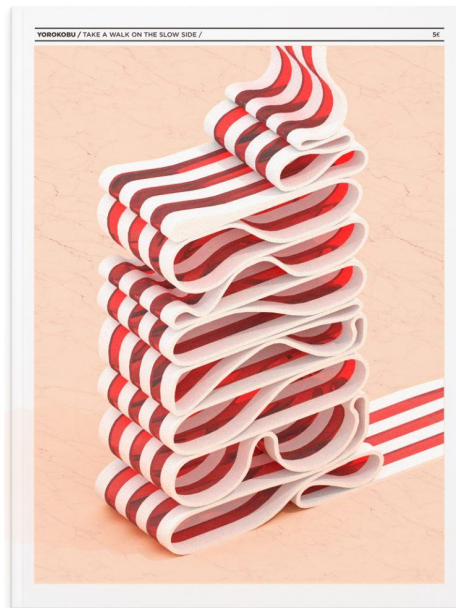
Vídeo finalistas 7ª edición

+9 años

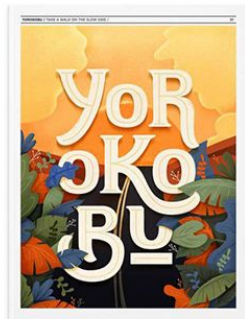
+3.000 trabajos presentados

3 millones de impresiones

Plataforma de lanzamiento de talento



2018
PORTADA GANADORA



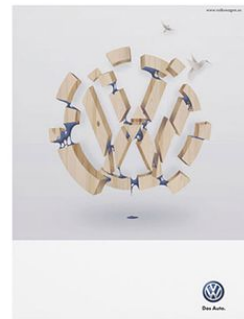
2017



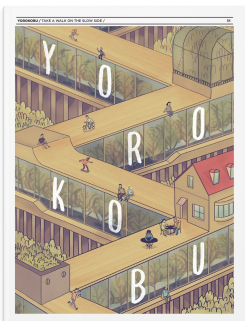
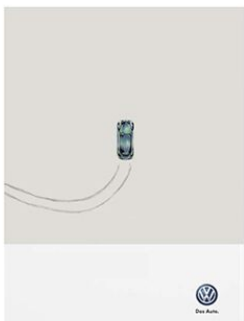
2016



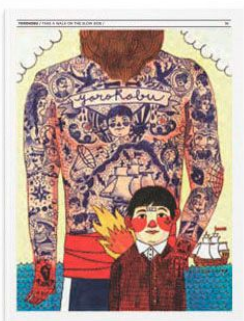
2015



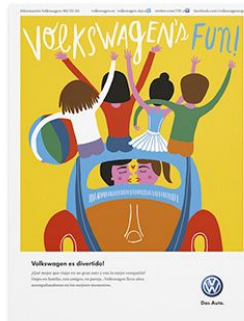
2014



2013



2012

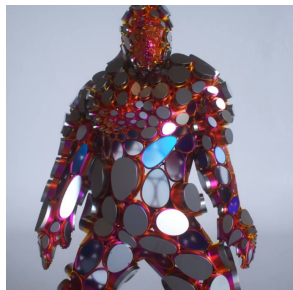


Trabajamos estrategias de amplificación con otros medios con cinco ilustradores en Instagram



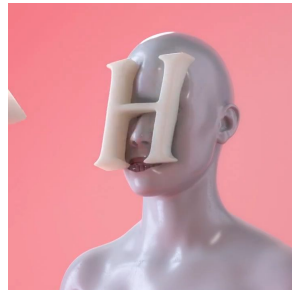
1 Octubre
FEDERICO LEGGIO

[Ver aquí](#)



15 Octubre
ESTEBAN DIÁCONO

[Ver aquí](#)



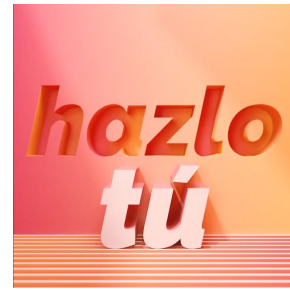
6 Noviembre
EXTRAWEG (Oliver Latta)

[Ver aquí](#)



17 Noviembre
ALESSIO DE VECCHI

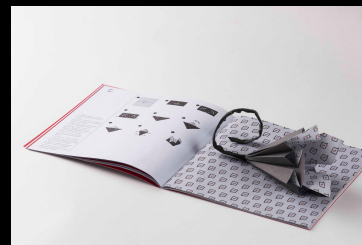
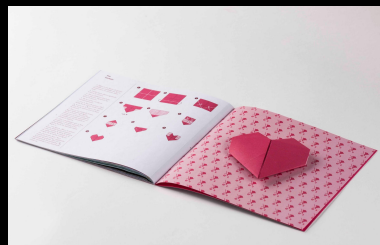
[Ver aquí](#)



29 Noviembre
FRANK J GUZZONE

[Ver aquí](#)

Calendario origami



José Cuervo

Be Random

Leer artículo 'El tequila, paso a paso'
Leer en revista: 'El origen del tequila'

YOROKOBU+ JOSÉ CUERVO

EL ORIGEN DEL TEQUILA

José Cuervo te lleva a infinidad de lugares. Te invita a vivir el momento y a crear nuevas experiencias. **Be Random** es un reto que propone vivir sin etiquetas, prejuicios y planes cerrados. Queremos que abras la mente y te asombres al descubrir esos lugares y situaciones donde nunca imaginaste que José Cuervo podría acompañarte. Por ejemplo, a su origen, a donde empezó todo.

Jose Cuervo

EXPERTOS EN TEQUILA

EL TEQUILA, EN CIFRAS
 El tequila es una bebida alcohólica destilada hecha de agave.

1. CRECIMIENTO Y COSECHA
 El jinador corta las pencas y da forma a la pila. La pila (20-30 kilos) no tiene líquido. Solo fibra. Sale cuando se cocina. Hay que esperar entre 6 y 8 meses para poder hacer la pila.

2. COCINADO Y EXTRACCIÓN DEL AZÚCAR
 La **Roqueta** cuenta con 16 hornos con una capacidad de 300 kg hornados.

3. FERMENTACIÓN
 Duración: 50/60 horas
 El jugo resultante se envía los tiempos de fermentación donde se añade una levadura natural que consume el azúcar y lo transforma en alcohol.

4. DESTILACIÓN
 Muestra líquida resultante tras la fermentación.
2 Destilaciones:
De 1 a 3 horas: Alambique de cobre - Tequila ordinario.
De 2 a 4 horas: Alambique de cobre - Tequila blanco.

5. MADURACIÓN
 Proceso de reposo y envejecimiento: **Barricas de roble francés y americano.**

6. MEZCLA Y ACABADO

Los horneros visten ropas tradicionales para protegerse del contacto con las pifas, que irritan la piel.
 Usan canchales para transportar las pifas en la labaja.
 Su herramienta principal es un hacha.

HAZE MÁS DE 200 AÑOS...
 D.M.E. - José Antonio de Cuervo compra un parcelo en Tequila (estado Jalisco) para cultivar y cosechar Agave Azul.
 D.M.E. - La familia recibe la primera jarra del mar. Carlos A. de Cuervo crea la primera destilación artesanalmente en su lugar de producción: "La Taberna de Cuervo".
 D.M.E. - Comienza a producir el D.O.M.E. con agave que cosecha.
 La **Roqueta** - La destilería más antigua del D.O.M.E. Ubicada a unos pasos de la plaza principal de la Ciudad de Tequila.

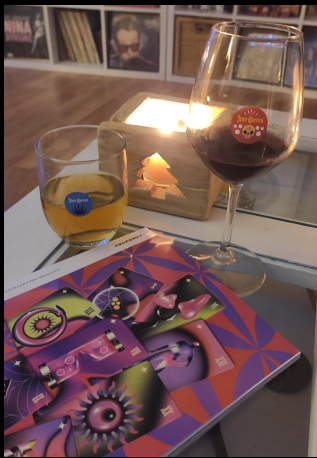
DENOMINACIÓN DE ORIGEN
 Requiere una zona común a los Tequilas:
 • Producción en estado de México.
 • Solo con agave azul.
 • Destino unificado que incluye D.O.M.E., D.O.M.E. Blanco y D.O.M.E. Reposado.
 • Elaboración en México.

Jose Cuervo

Jose Cuervo

IMPROVISA PLANES, NO TU COPA. BE RANDOM

Marca copas reutilizable. Disfruta de un consumo responsable. 38°.



[Ver completo aquí](#)



SPOILER

NO DEJES
PARA MAÑANA
LOS MARGARITAS
QUE PUEDES
BEBER HOY

LA MANDANGA X JOSE CUERVO

SPOILER

AÚN NO
HAS CONOCIDO
A VARIAS
PERSONAS
IMPORTANTES
DE TU VIDA

LA MANDANGA X JOSE CUERVO

SPOILER

LAS COSAS
RANDOM MOLAN,
MENOS
LAS OPINIONES

LA MANDANGA X JOSE CUERVO

Mandanga Mondays



CAPÍTULO 185 HÁBITOS RANDOM

No podemos tenerlo todo bajo control, lo aceptamos. Así que te proponemos dejarte llevar con este capítulo especial de @la_mandanga x @josecuervo_es

Porque ser random te puede transportar hasta personas y sitios brutales

Mandanga Mondays

x @josecuervo_es



¿Un año escuchando la música favorita de la gente de tu curro, sin poder elegir, o escuchar solo un grupo que tú elijas?



Mandanga Mondays

x @josecuervo_es



¿No poder repetir de bar ni de bebida en un año o no poder repetir outfit?



¡UN BRINDIS POR ESAS NOCHES DE SOFÁ Y MANTA QUE ACABAN EN CHARLAS INTENSAS CON COLEGAS DE LAVABO!

Porque ser random no es elegir entre noche o día, sino todo a la vez. Incluso el tequila @josecuervo_es es random: el primer chupito de la noche, un margarita clásico con unos buenos totopos, un cóctel squeeze después de cenar o un margarita sour frozen mientras tomas el sol.

🔗 BE RANDOM CON JOSE CUERVO

Samsung Galaxy Note 10.1

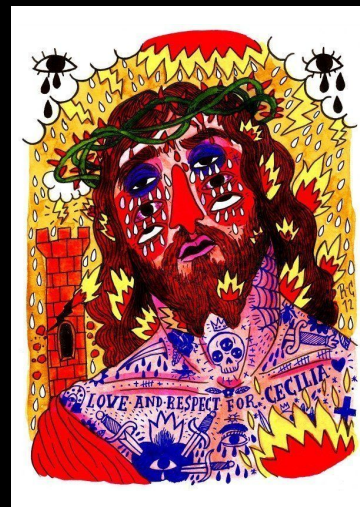
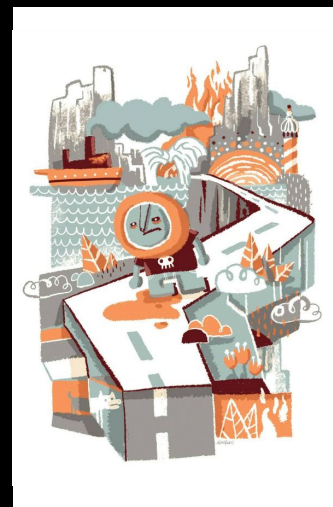
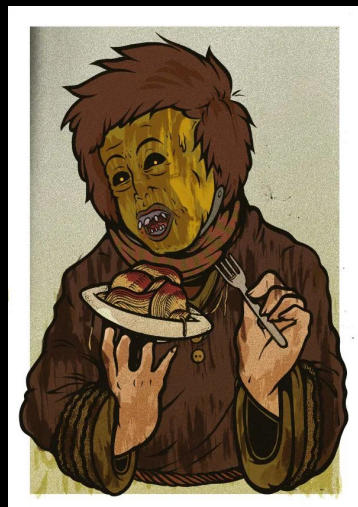
Ecce Homo

Cecilia Giménez, vecina de Borja (Zaragoza), se hizo famosa tras tratar de restaurar, con su mejor intención, el fresco de un *ecce homo* en la iglesia de su pueblo. Su trabajo acabó siendo una reinterpretación. Y eso es lo que hicimos para Samsung: interpretar el *ecce hommo* de Cecilia. Para ello, seleccionamos a 6 ilustradores que, pertrechados con un Galaxy Note 10.1, dieron rienda suelta a su creatividad.

[Leer artículo Los discípulos de Cecilia](#)

[El making of del ecce homo \(I\)](#)

[El making of del ecce homo \(II\)](#)



ACCIONES ESPECIALES

Pikolinos

Caminamos

Pikolinos nos escogió para dotar de más actualidad a sus #SmilingStories y conseguir mayor interacción con su audiencia a través de ellas.

Bajo el claim «Get Comfy and Smile» y sus valores (autenticidad, originalidad y naturalidad), nutrimos de contenido sus redes sociales, web y tiendas a través de fotografías, vídeos e ilustraciones. La campaña se difundió a escala internacional en 4 idiomas.

[Ver Smiling Stories](#)



Evo Banco

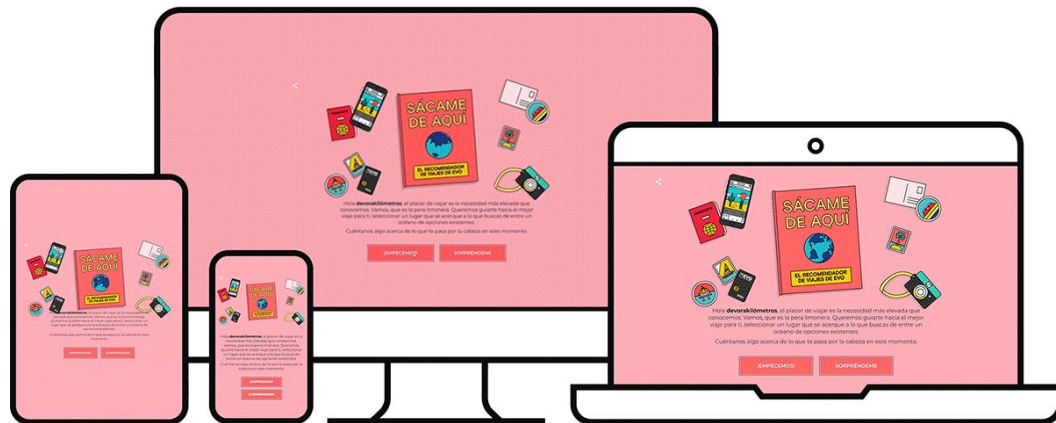
Recomendador de viajes 'Sácame de aquí'

EVO nos pidió una acción notoria para potenciar uno de sus productos más valorados: su tarjeta para perfiles de clientes con ganas de viajar.

Esta tarjeta no cobra comisiones para sacar dinero, además de ofrecer otros beneficios.

Decidimos diseñar una acción a través de la gamificación del contenido.

[Ver aplicación web](#)



Jägermeister

Concept56

850 inscritos, 5 ganadores, un proyecto de innovación durante 6 meses.

«El talento creativo ya no quiere estar atado a una oficina durante el resto de su vida. Busca nuevas formas de trabajar y proyectos que estimulen su forma de pensar».

A partir de esta reflexión, Jägermeister creó un proyecto con la intención de cocrear su gran evento del año con cinco jóvenes creativos.

YOROKOBU PLUS fue elegida para llevar a cabo este proyecto. El primer paso fue buscar cinco mentes inquietas para formar el laboratorio creativo, formarlos durante los cinco meses siguientes y preparar la mejor fiesta de la historia.

[Ver proyecto al completo](#)



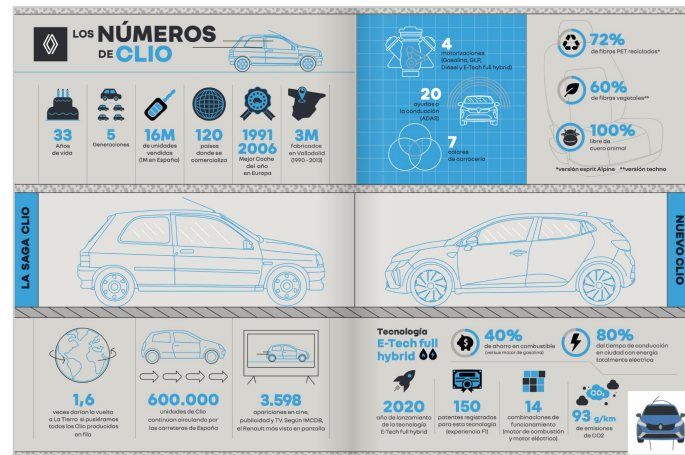
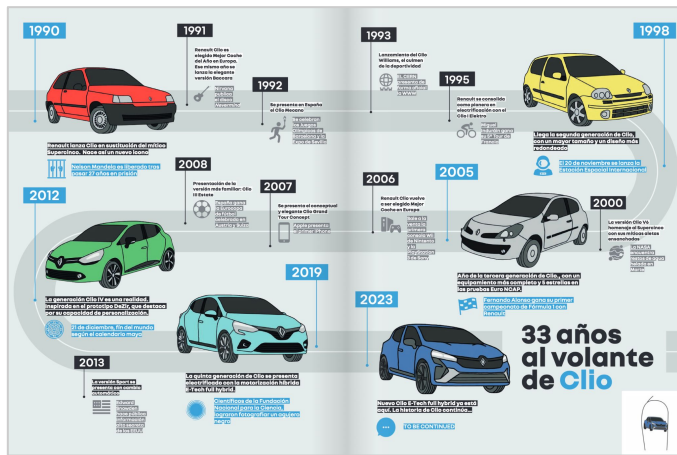
CONTENIDO DE MARCA

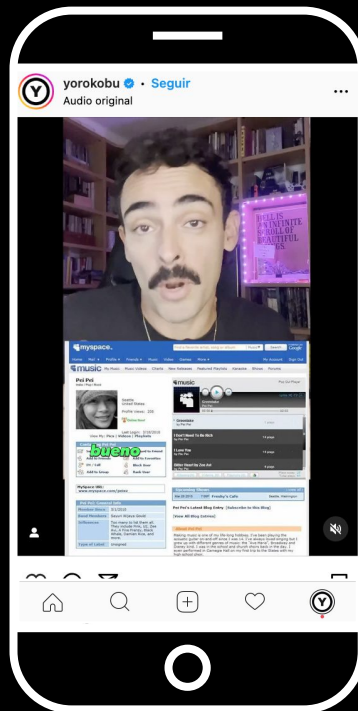
Renault Clio

Cuadernillo monográfico

Visitar vertical Clio

Ver vídeo





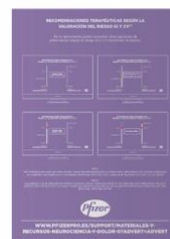
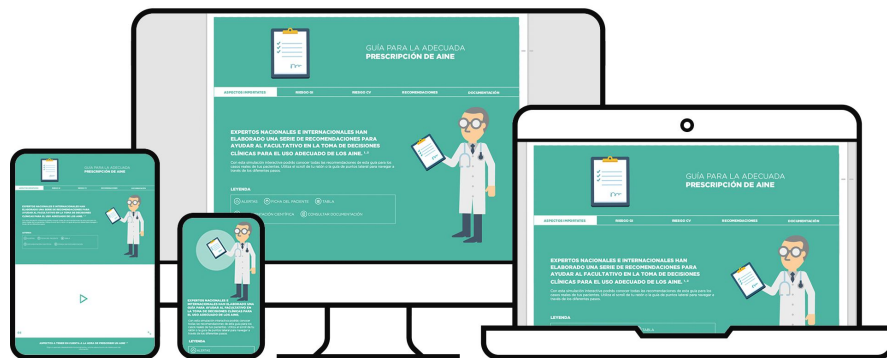
Pfizer

AINE

Pfizer quería dar a conocer los informes de expertos nacionales e internacionales sobre la prescripción segura de los AINE. Había que trasladar esa información médica a los profesionales que acceden a su plataforma de manera sencilla y visual.

Además, se realizó un tríptico para repartir en centros médicos y dar a conocer esta herramienta entre los profesionales del sector.

[Ver vídeo](#)



Adif

Contenidos audio- visuales

Adif contó con Yorokobu Plus para nutrir de contenidos audiovisuales sus espacios Adif. Planoplanes, quiz de entretenimiento, vídeos de marca, etc.

Así como para el rediseño de sus monitores, teleindicadores y app móvil, dentro de su proyecto de modernización y actualización de las estaciones españolas.

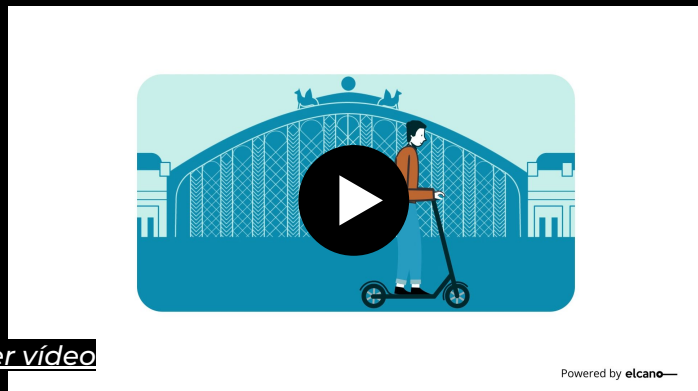




Ver vídeo



Ver vídeo



Ver vídeo

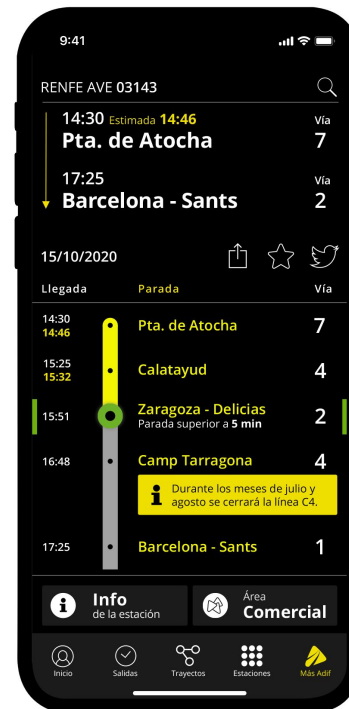
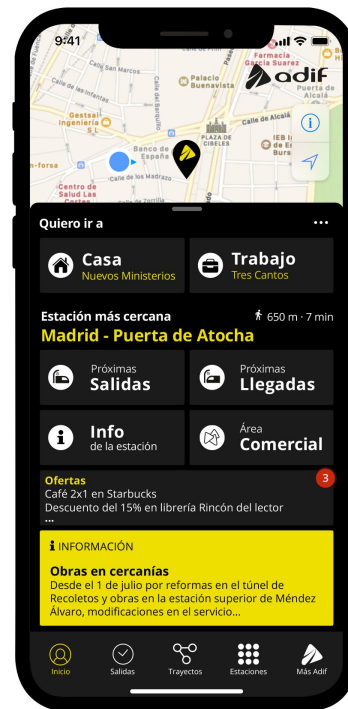


Ver vídeo

Adif

Definición de la imagen y el estilo para el canal de aplicaciones móviles

Salidas		Llegadas	Pta. de Atocha		Cercanías	AV LD MD
Hora	Destino	Tren	Vía			
14:35 Embarque	Granada	RENFE AVE 02446	7	Planta 1		
15:05 15:12	Logroño	RENFE ALVIA 00701	4			
15:08	Algeciras	RENFE ALTARIA 09330	4			
15:30	Figueras - Vilafant	RENFE AVE 03153	12B	Planta baja		
17:05	Málaga - María Zambrano	RENFE ALVIA 11912				



Bombay Sapphire

Gertrude Jekyll

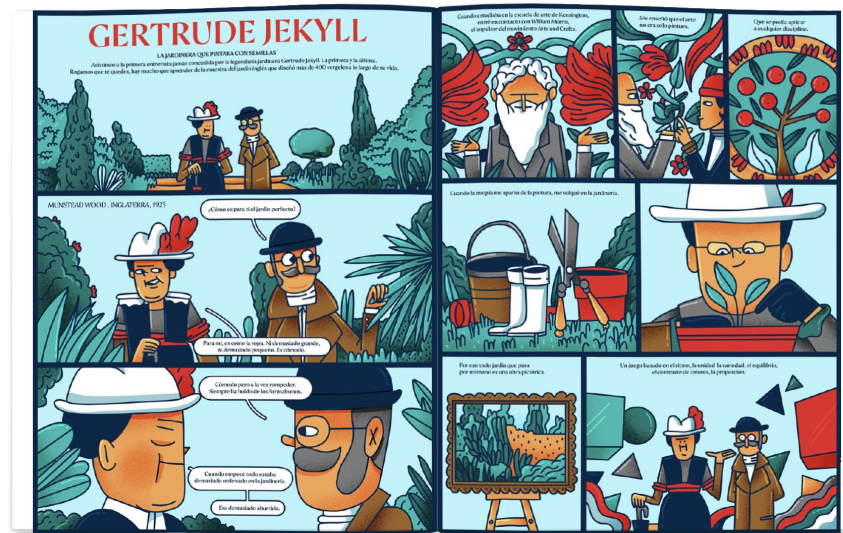
OMD se puso en contacto con YOROKOBU PLUS con el fin de difundir este lanzamiento a través de una campaña 360: papel, web y redes sociales

Aprovechamos el lanzamiento de 'English Estate' para conmemorar la vida y obra de Gertrude Jekyll. Para ello, asociamos su legado con el producto.

¿Cómo? A través de un cómic que contaba su historia.

[Ver cómic completo](#)

[Leer artículo](#)



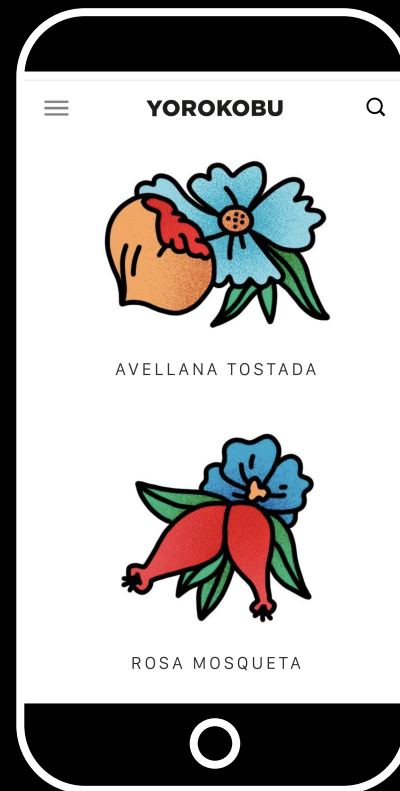
Bombay Sapphire

El 'countryside' inglés en un sorbo de ginebra

Hablamos también del producto:

Para ello, cubrimos el evento de presentación 'English State' llevando al ilustrador Juan Díaz Faes a que viviera la experiencia y la contara dibujando.

[Leer artículo](#)



Bombay Sapphire Jardines ilustrados

Colaboramos con **4 influencers creativos** para diseñar un jardín británico que se desplegaba a lo largo de 10 imágenes en un carrusel de Instagram.

Cada jardín estaba inspirado en la historia de Gertrude Jekyll y los jardines ingleses.

Publicamos los carruseles en Yorokobu y cada ilustrador influencer también lo hizo en su perfil para aumentar al alcance.



**PAPEL, PAPEL,
PAPEL**

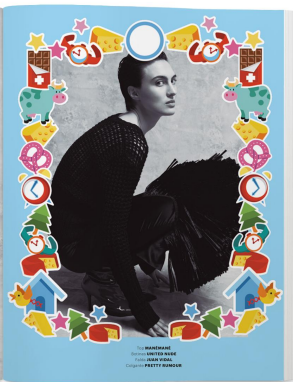
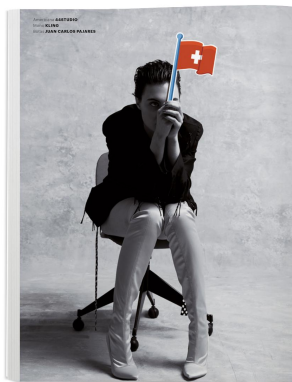
Más de 12
cabeceras
periódicas
editadas.



Vueling Ling Magazine

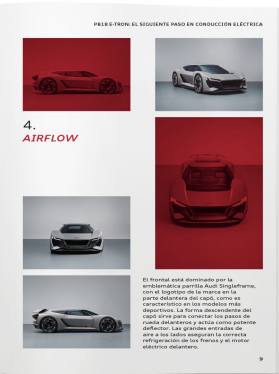
Revista 'inflight'

Vueling quería ofrecer a sus pasajeros una revista de avión que no pareciera una revista de avión. No le interesaba un discurso turístico manido. En respuesta a ese *brief*, creamos un medio que hablaba de las ciudades Vueling a través de cosas interesantes que ocurren en ellas. Una revista, *Ling*, que cuidaba el diseño tanto como las historias que contamos en cada número.



Audi

Para el rediseño de *Audi Magazine*, YOROKOBU PLUS tuvo muy presente la máxima de la firma alemana: «A la vanguardia de la técnica». El resultado, más que una revista, fue una verdadera fuente de inspiración.



Nike Air Fanzine

Nike quería llegar a la GenZ. Y lo hizo a través del fanzine que insertamos en el especial en papel *On fire* de Yorokobu. Con Clara Fanlo (*concept designer*) como *host* del contenido, se trataron distintos temas desde los diferentes puntos de vista de los perfiles artísticos que se seleccionaron bajo el *claim* de la campaña «Bring the future light».

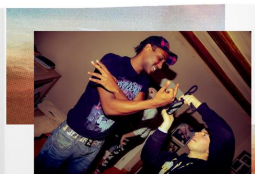
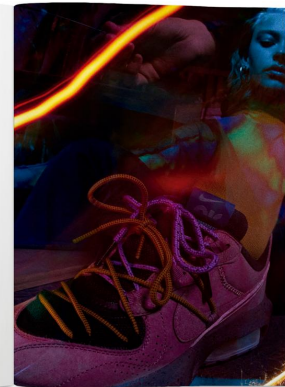
[Leer artículo 'Nike reúne a tres creativos de la 'Gen Z' para hablar de futuro e innovación'](#)

[Leer artículo 'Las zapatillas del futuro están hechas de aire'](#)



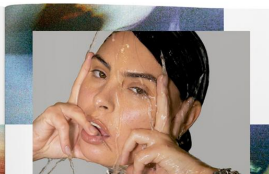
— La generación Z adora las Nike. Por noveno año consecutivo, el estudio de la consultora estadounidense Piper Jaffray (realizado entre 9.500 encuestados con una media de edad de 16,3 años) ha destacado a Nike como la marca preferida de los adolescentes. Es una constante que se repite a lo largo de los años, de las décadas. Sus usuarios envejecen, pero las Nike no ¿Por qué? Su última colección es un buen ejemplo. Se mantiene fiel a su espíritu, pero se expresa con una nueva voz, más joven, más dinámica, más creativa e irreverente. Las nuevas zapatillas Nike se proyectan desde una nueva perspectiva. La innovación, a través de la experimentación y el descubrimiento, es la base de estas nuevas zapatillas. Entrocan con su pasado, pero dan pasos hacia el futuro. Una nueva generación de creativos ha llegado. Y está pluriendo paso.

— Productora, profesora, creadora y estratega, Clara Fanlo es una de ellos. Resume su motivación con un eslogan: «I like to make things happen». Esos things bien pueden ser unos editoriales de moda como una campaña para una marca. Compagina encargos con trabajos más personales, como sus fotografías de Barcelona, que retratan una ciudad evocadora, rica en detalles y no necesariamente bonita. La Barcelona que se extiende más allá de la postal. Fanlo ha llevado a cabo diferentes campañas para Nike, haciendo realidad ideas bastante locas. Aquí entrevista a Cami Albert y Leïti Séné.



LEÏTI SÉNÉ

— Leïti Séné habla igual que canta, pero no imitando. Después de haber trabajado en un estudio de diseño de moda en París, se dedica a diseñar zapatillas deportivas que, además de ser funcionales, también son una declaración de intenciones. ¿De qué se trata? De hacer zapatos que sean fáciles de llevar y que sean cómodos. ¿De qué se trata? De hacer zapatos que sean fáciles de llevar y que sean cómodos. ¿De qué se trata? De hacer zapatos que sean fáciles de llevar y que sean cómodos.



CAMI ALBERTI

— Cami Alberti se ha de ir a las universidades de Barcelona y de Valencia. Es una estudiante de diseño de moda. ¿De qué se trata? De hacer zapatos que sean fáciles de llevar y que sean cómodos. ¿De qué se trata? De hacer zapatos que sean fáciles de llevar y que sean cómodos. ¿De qué se trata? De hacer zapatos que sean fáciles de llevar y que sean cómodos.



NIKE AIR MAX VIVA

— Diseño de moda es el último diseño. Las Nike Air Max Viva son una combinación de tecnología y creatividad. ¿De qué se trata? De hacer zapatos que sean fáciles de llevar y que sean cómodos. ¿De qué se trata? De hacer zapatos que sean fáciles de llevar y que sean cómodos. ¿De qué se trata? De hacer zapatos que sean fáciles de llevar y que sean cómodos.

PAPEL, QUE ADEMÁS COMERCIALIZAMOS

MOVISTAR MAGAZINE

La nueva Movistar Magazine informa de las novedades de la marca y su mundo, pero también de las últimas tendencias en entretenimiento, tecnología, movilidad, deporte y cualquier otro tema que sirva para mejorar la vida de las personas.

A principio de cada mes 200.000 ejemplares viajan hacia las tiendas Movistar de toda España. Si no te pasaste por una tienda a recogerla, puedes leerla en digital pinchando [aquí](#)

Número 23 | Octubre

Ahora Movistar en color. 300 visiones.

¡Hay contenido, padre desconocido!

Movistar Swap

Estrena. Disfruta. Renueva. Repite

Una cuota mensual, y al quincena, cada 21 meses estrenas el último modelo de smartphone de la primera marca.

ENTRETENIMIENTO

Número 23 | Septiembre

Vuelve la Champagnes

Organizado de cara al nuevo curso

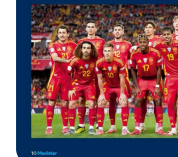
Qué hacer en la rutina del móvil

DE VUELTA AL COLE

ENTRETENIMIENTO



CONMEBOL clasifica Copa del Mundo. Lucevieron los colores de la Selección Argentina como protagonistas de la Copa del Mundo de Fútbol en Catar. El equipo argentino se clasificó para disputar la final ante la Selección Argentina de Chile.



UEFA Nations League. El equipo español se clasificó para disputar la final de la UEFA Nations League ante el equipo de Portugal.

Entretenimiento

Un mes de cine Más razones para disfrutar de las vacaciones

'Al otro barrio'
El protagonista de la película, el actor español, se enfrenta a una dura vida de crimen en un barrio de Nueva York.

'Wolfs'
George Clooney y Brad Pitt se enfrentan en una película de acción que trata sobre un hombre que se convierte en un lobo.

'El consultorio de Bertie Piz'
Bertie Piz es un médico que trata a pacientes con problemas de salud mental.

'Soy el más fuerte'
Una película que trata sobre un hombre que se enfrenta a una dura vida de crimen en un barrio de Nueva York.

'El mundo a mano'
Una película que trata sobre un hombre que se enfrenta a una dura vida de crimen en un barrio de Nueva York.

'Las Almas'
Una película que trata sobre un hombre que se enfrenta a una dura vida de crimen en un barrio de Nueva York.

'Los Intimidados'
Una película que trata sobre un hombre que se enfrenta a una dura vida de crimen en un barrio de Nueva York.

'La Trampita'
Una película que trata sobre un hombre que se enfrenta a una dura vida de crimen en un barrio de Nueva York.

'Dos documentales'
Una película que trata sobre un hombre que se enfrenta a una dura vida de crimen en un barrio de Nueva York.

'El mundo a mano'
Una película que trata sobre un hombre que se enfrenta a una dura vida de crimen en un barrio de Nueva York.

'El mundo a mano'
Una película que trata sobre un hombre que se enfrenta a una dura vida de crimen en un barrio de Nueva York.

'El mundo a mano'
Una película que trata sobre un hombre que se enfrenta a una dura vida de crimen en un barrio de Nueva York.

Dispositivos

¡PREPARADOS, LISTOS, IA!

Estos cinco dispositivos, dotados de inteligencia artificial, sorprenden por sus prestaciones

Galaxy S25 Ultra

EL MUNDO A MANO
Una película que trata sobre un hombre que se enfrenta a una dura vida de crimen en un barrio de Nueva York.

TE LLENAN LA VISTA
Una película que trata sobre un hombre que se enfrenta a una dura vida de crimen en un barrio de Nueva York.

TALLERES

Ambar IPA

Taller de creatividad

Junto con Ambar y OmnicomPRgroup, organizamos dos talleres creativos con el fin de que la marca ofreciera un contenido de valor a personas interesadas en el mundo del **diseño, el dibujo, la ilustración, el storytelling y la innovación creativa.**

Unas 30 personas acudieron a cada uno de estos dos talleres gratuitos, impartidos por el tipógrafo y letrista Iván Campo. Durante una 2 horas y media, los asistentes tuvieron la oportunidad de aprender y crear en un ambiente inspirador y distendido.

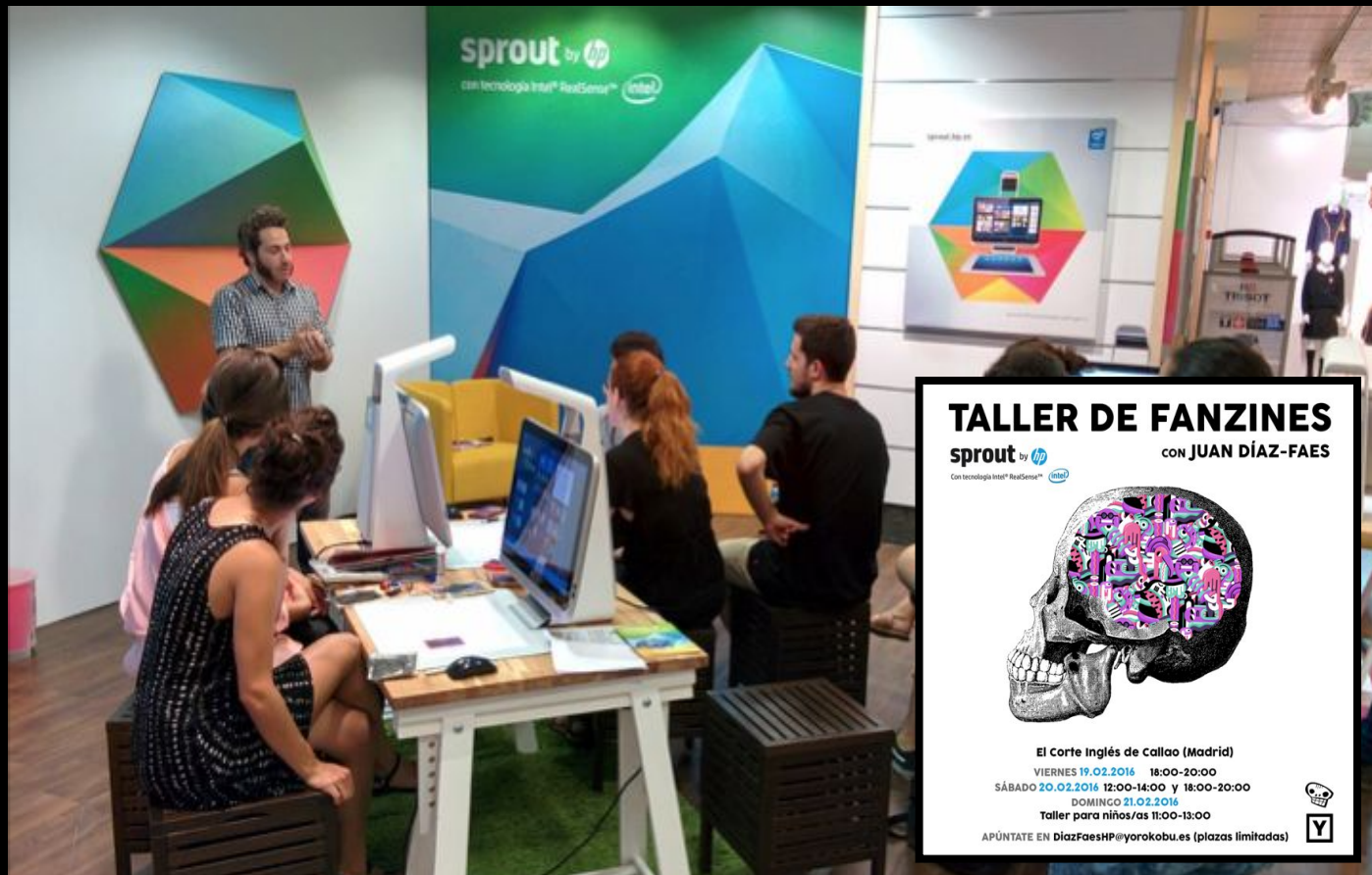
[Leer artículo 'un taller gratuito de lettering de Yorokobu y Ambar IPA impartido por Iván Castro'](#)



hp Sprout Taller de fanzines

Realizamos un total de 13 talleres para un máximo de 10 personas. 75% para adultos y 25% para niños.

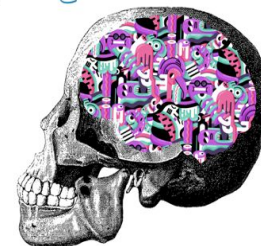
[Leer artículo 'Masterclass de fanzines by Díaz-Faes'](#)



TALLER DE FANZINES

sprout by hp
Con tecnología Intel® RealSense™ intel

CON JUAN DÍAZ-FAES



El Corte Inglés de callao (Madrid)

VIERNES 19.02.2016 18:00-20:00

SÁBADO 20.02.2016 12:00-14:00 Y 18:00-20:00

DOMINGO 21.02.2016

Taller para niños/as 11:00-13:00

APÚNTATE EN DiazFaesHP@yorokobu.es (plazas limitadas)



Lenovo Yoga Book

Taller de ilustración

Más de **395.900** personas alcanzadas.

Más de **10.700** reacciones en redes sociales.

En **2 horas**, talleres llenos.

Más de **250** veces compartido.

Más de **6.200** clics en redes sociales.

Más de **400 leads** conseguidos.

No faltó nadie: **32** asistentes.

Más de **350** personas en lista de espera.

[Leer artículo 'Cómo dibujar la felicidad serena'](#)

[Leer artículo 'Taller gratuito de ilustración con tableta y regalo de un Yoga Book de Lenovo'](#)



TALLER DE ILUSTRACIÓN
YOGA BOOK by **Lenovo** con **NARANJALIDAD**

fnac **YOROKOBU**
TIENE MÁS CALIDAD EN CASA TAKE A WALK ON THE SLOW SIDE

fnac de Callao (Madrid)
SÁBADO 8 DE ABRIL, de 17h a 18.30h y de 19h a 20.30h
Apúntate (gratis, plazas limitadas) en lenovo@yorokobu.es

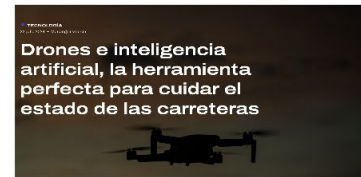
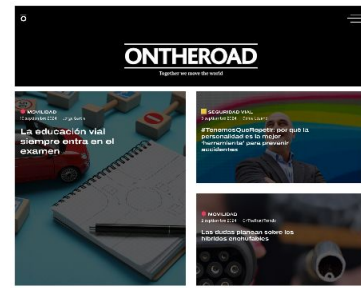
ESTRATEGIA DE CONTENIDOS

Abertis

On The Road

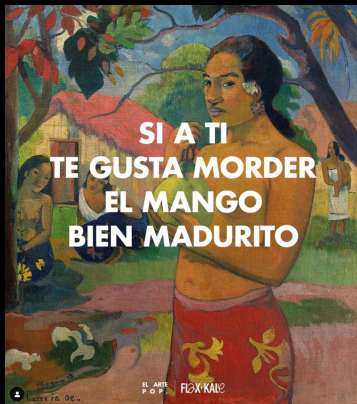
Abertis tenía una publicación impresa obsoleta dirigida a socios y accionistas y basada en una comunicación corporativa. Han dado un giro muy importante en su comunicación, aportando contenidos interesantes para los accionistas y socios. Además, han abierto la comunicación a las personas interesadas en el sector. Este proyecto tiene su versión *offline* y *online*.

Visitar página web



Flax & Kale

La marca flexitariana quería enriquecer sus redes sociales con diferentes secciones entretenidas, bonitas y con *storytelling* relacionadas con la cultura y filosofía de la compañía. Con una frecuencia semanal, la marca subía contenidos de distinto formato, creados por microinfluencers de la casa: novelas gráficas, animaciones, juegos interactivos, obras de arte, música, sorteos, etc. Todo estaba vinculado a los territorios y a los productos que quería comunicar Flax & Kale. Además, las publicaciones más afines se publicaban en nuestros perfiles de Yorokobu.



Spoiler:
estamos aún
más buenas
si nos bebes
leyendo
la Yorokobu



KOMBUCHA FLAX & KALE

La alternativa a los refrescos. Con probióticos, baja en azúcares y calorías.

flaxandkale.com

*La kombucha es una bebida de té fermentada.



02

CÓMO PODEMOS
COLABORAR

JUNTOS

Opción A

Creando una estrategia de contenidos desde cero que trabaje vuestro territorio y *buyer* persona.

Opción B

Complementando vuestra campaña con más estrategia de contenidos que ayude a amplificar mensajes.

La bajada de **los contenidos** puede ser en forma de:



Revistas y libros corporativos



Guías



Infografías / Planoplanes



Acciones especiales



Vídeos



Reportajes fotográficos



Podcasts



Newsletter



Contenidos para redes sociales



Digital: web, landing, portales...



Eventos



Juegos



Entrevistas



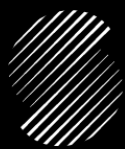
y un largo etc.



03

TENEMOS UN
AS EN LA
MANGA

Ese **AS EN LA MANGA** se llama **Smartclip**, una empresa del grupo Atresmedia con la que hemos llegado a una alianza estratégica que nos va a permitir incrementar nuestra capacidad para crear y distribuir contenidos transmedia de alta calidad.

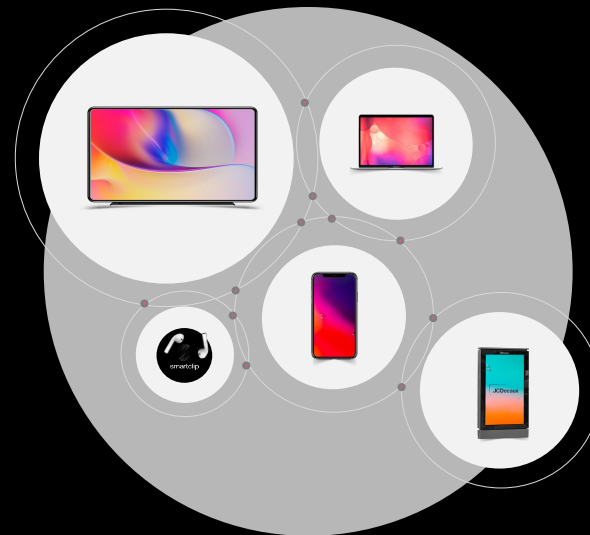


smartclip

¿Que cómo se come eso? Espera, que te contamos...



Diseño de estrategia, creatividad, redacción, edición, producción y... Amplificación omnicanal con alcance masivo a través de la integración



YOROKOBUPLUS



Nosotros creamos el contenido y Smartclip lo adapta y amplifica.
Unimos diseño, estrategia, calidad y amplificación.



DOOH



OTT



MOBILE



PC



LINEAR TV

1 Omnichannel

Domina el recorrido del consumidor
Alcanza tu audiencia a través de su consumo de medios en una estrategia omnicanal.

2 Data Cross Device

Utiliza data cross device para identificar y conectar audiencias, asegurando mensajes relevantes en cada pantalla.

3 Alcance Premium

Medios premium de contenido profesionales con alcance masivo para garantizar visibilidad y credibilidad a gran escala.

4 Producción Creativa

Formatos de alto impacto
Rich media y Video adaptados a cada pantalla y objetivo de comunicación.

5 KPI First con medición oficial

Soluciones optimizadas a KPIs con medición respaldada por fuentes oficiales y estudios de Institutos de Investigación para entregar datos precisos y accionables.



Escalabilidad en Medios Premium

Alcance masivo a través de la integración de inventario de medios profesionales

MEDIAKIT 2025



LINEAR TV & OTT

+8M

OPT-IN HOUSEHOLDS

LINEAR TV



OTT



+32M
INTERNET USERS



CREACIÓN DE CONTENIDO DE MARCA

PROYECTOS DE BRANDED CONTENT

DESARROLLO DE EXPERIENCIAS AD HOC

YOROKOBU PLUS



DOOH

+34M

PEOPLE

JCDecaux

25

CIUDADES

1.245

PANTALLAS MOBILIARIO URBANO

468

PANTALLAS METRO BILBAO Y MADRID

503

PANTALLAS CENTROS COMERCIALES

**Ahora que ya sabes lo que hacemos y cómo lo hacemos,
cuéntanos lo que necesitas y buscaremos contigo la mejor
forma de conseguirlo.**

FIN