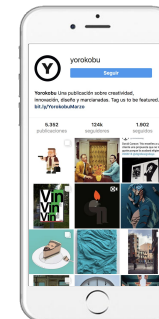
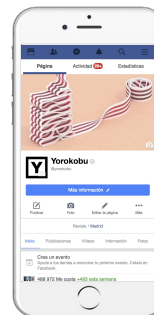
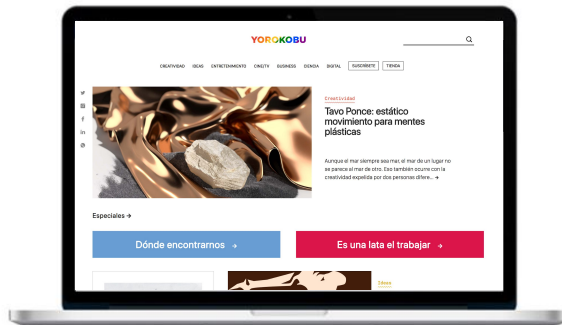
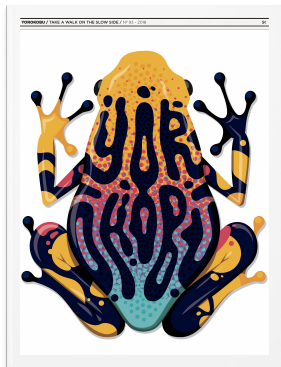


Experiencias narrativas con impacto

YOROKOBUPLUS



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



Somos una agencia de contenido y también un medio de comunicación: Yorokobu

ejemplares print

25.000

distribución cualitativa

más de

500.000

usuarios únicos al mes

más de

4.500.000

usuarios únicos al AÑO

más de

800.000

seguidores en redes





Somos un medio de
comunicación:
YOROKOBU

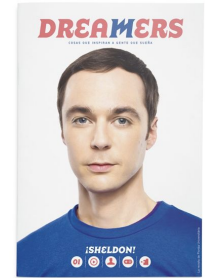
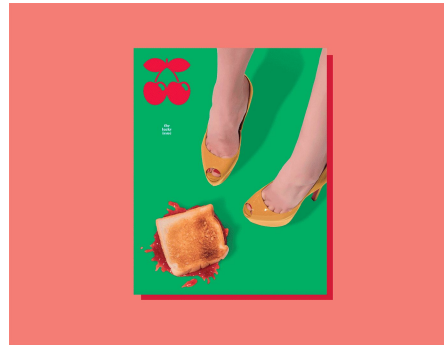


y también una agencia
de contenidos:
YOROKOBU PLUS

Hoy somos la
única agencia
de contenidos
que cuenta con
su propia
revista.



YOROKOBUPUS





YOROKOB U es nuestro laboratorio

Aprendemos de los mejores
entrevistándolos, probamos las
nuevas tecnologías con nuestro
propio producto y lo aplicamos a
YOROKOBU PLUS, nuestra agencia
de contenido.

Podemos hacer cosas en...



YOROKOBU PLUS

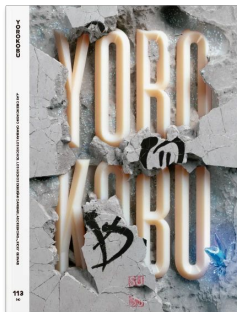
Contenido off:

Revistas, libros de marca, infografías, dosieres de prensa.

Contenido on:

Estrategia digital, vídeos, redes sociales, ilustraciones, infografías animadas...

[ver aquí](#)



YOROKOBU PAPEL

10.000 ejemplares

4 números al año

[Ver revistas digitales](#)



YOROKOBU WEB + RRSS

+208.000 usuarios únicos/mes

400.000 visitas/mes

+2.000.000 seguidores en redes sociales

[Ver web](#)



SERVICIOS

VÍDEOS Y ANIMACIONES

ARTÍCULOS

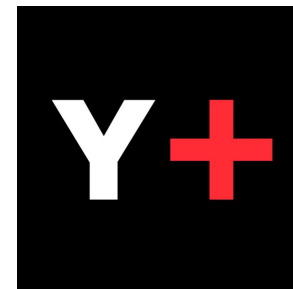
INFOGRAFÍAS

ILUSTRACIÓN

FOTOGRAFÍA

DISPLAY

CREATIVE INFLUENCERS



LIBROS

REVISTAS

MEMORIAS

MICROSITES

CONTENIDO INTEGRADO

ACCIONES ESPECIALES:
TALLERES, EVENTOS...

Diseñamos estrategias globales de contenido nativo y transmedia

1. Definimos los mejores formatos on y off.
2. Creamos el contenido que mejor contará tu historia y lo gestionamos.
Una receta que combina:
 - **Una buena idea**
 - **Diseño visual bonito y disruptivo**
 - **Contenido de calidad que conecta**
3. Amplificación.
Nos aseguramos de que el contenido llegue a la audiencia correcta. No lanzamos bombas nucleares, somos francotiradores.



Hacemos artículos y reportajes



Diseñamos infografías y piezas gráficas



Rodamos videos y producimos animaciones



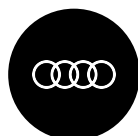
Diseñamos campañas con *Influencers* creativos



Creamos experiencias creativas:
talleres, charlas y formatos especiales en papel



Siempre *storytelling*



Ya hemos
sido el
laboratorio
de marcas
como



VOLKSWAGEN



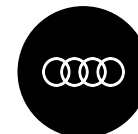
COCA-COLA



DESIGUAL



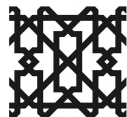
IE



AUDI



IED



CERVEZAS
ALHAMBRA



HP



FUNDACIÓN
TELEFÓNICA



BULLDOG
GIN



LENOVO



NEW
BALANCE



BOMBAY
SAPPHIRE



CONVERSE



REEBOK



CORREOS



INSIDE
MELIÁ



VUELING



HOTELES 10



EL CORTE
INGLÉS



ADIDAS



IE



ABERTIS



INNSIDE
BY MELIÁ



UNIVERSIDAD
EUROPEA



EOI



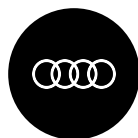
FUNDACIÓN
TELEFÓNICA



MINI



EVO BANCO



AUDI



PFIZER



BBVA



DESIGUAL



TURISMO SUIZA



FOX

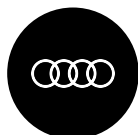




VOLKSWAGEN



SEAT



AUDI



SKODA



OPEL



BMW



MINI



RENAULT



NISSAN





BULLDOG GIN



JÄGERMEISTER



LONDON GIN 3



ABSOLUT



CHIVAS



LADRÓN DE
MANZANAS



CERVEZAS
ALHAMBRA



BRUGAL



APEROL



MORITZ



HEINEKEN



LAGUNITAS



CORONA



AMBAR IPA



BOMBAY
SAPPHIRE



SUIZA



JUNTA DE
CASTILLA Y LEÓN



AYUNTAMIENTO
DE MADRID



AYUNTAMIENTO
DE BARCELONA



VUELING



TURISMO
JAPÓN



JUNTA DE
EXTREMADURA



CCCB



eDREAMS





IE



UNIVERSIDAD
EUROPEA



EOI



IED



IRON HACK





BBVA



EVO BANCO



ING



N26



TRIODOS BANK



LA CAIXA



PELAYO





DESIGUAL



ADIDAS



TISSOT



NEW
BALANCE



CONVERSE



REEBOK





COCA-COLA



NESPRESSO



KELLOGGS



ARROZ
BRILLANTE



DANONE



EL CORTE
INGLÉS





HP



SAMSUNG



LG



LENOVO



GOOGLE



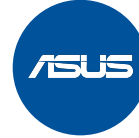
FUNDACIÓN
TELEFÓNICA



VODAFONE



IRON HACK



ASUS





H10



RIU



PACHÁ



ARTIEM



INNSIDE
MELIA





FOX



NATIONAL
GEOGRAPHIC



AMC NETWORKS



XTRM





OXFAM
INTERMÓN



PFIZER



METRO DE
MADRID



SHISEIDO



LOOPAS



AMBILAMP



HABITISSIMO



CORREOS



ARVAL



ABERTIS

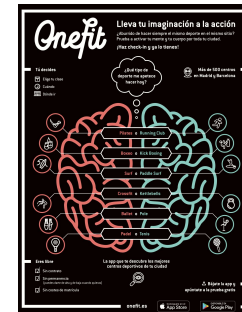
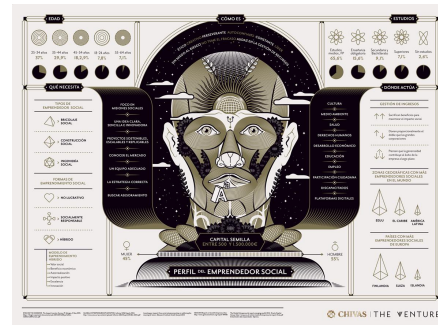
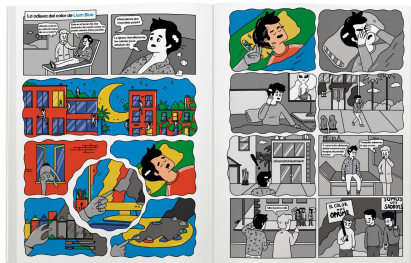


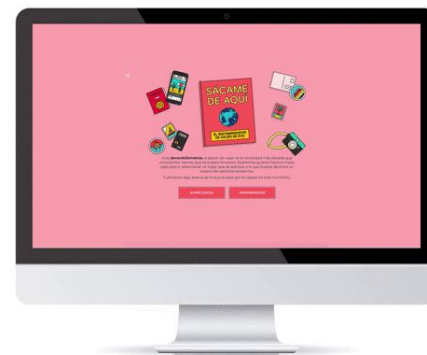
BAYER

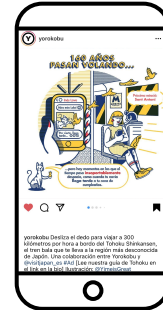
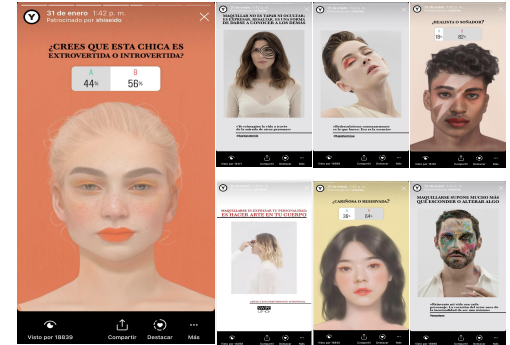


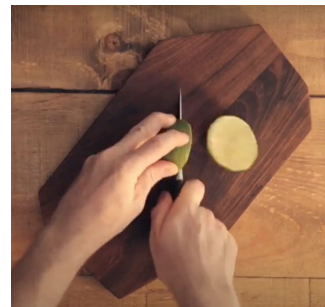
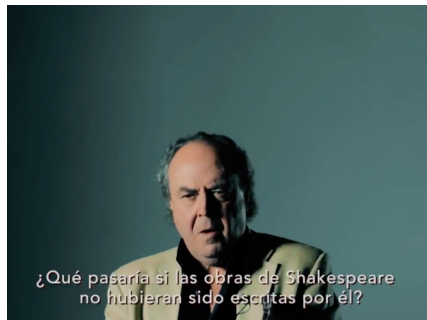
IBERDROLA

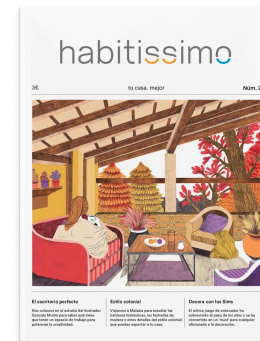
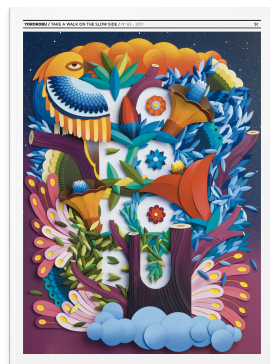
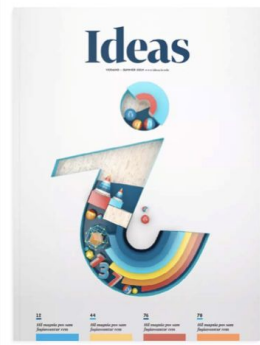


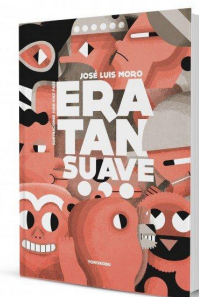
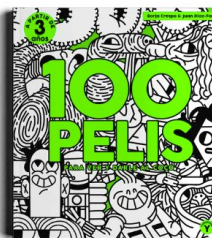
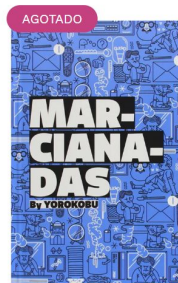
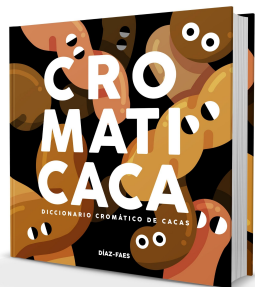
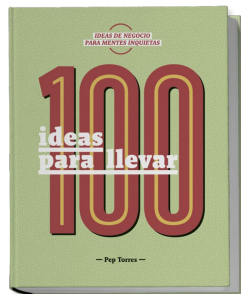
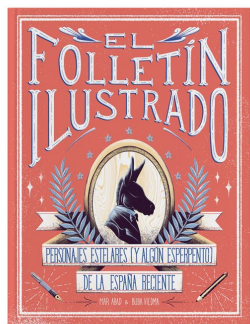


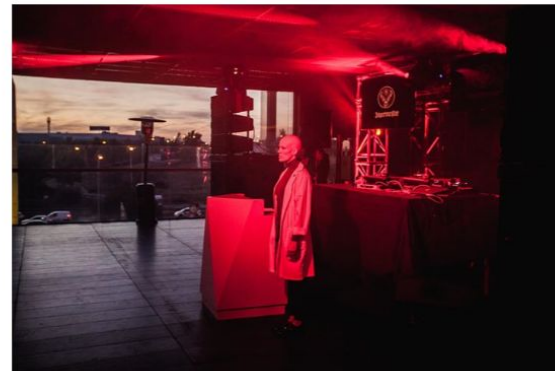
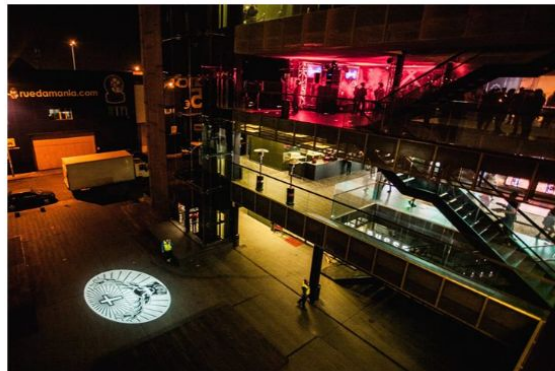












Yorokobu es periodismo enfocado en la inspiración, las ideas innovadoras, el emprendimiento y las personas creativas e insólitas.

Es una revista en papel y un medio digital de reflexiones sobre esa vida imprescindible que ocurre más allá de las 'breaking news'



**YOROKOBU es una
plataforma creativa
que ayuda a amplificar
las acciones de las marcas
y llevarlas a públicos
influyentes y creativos**

**Nos encargamos
de toda la cadena
de valor,** desde
producción hasta
distribución en
nuestros canales



LA REVISTA

En papel:

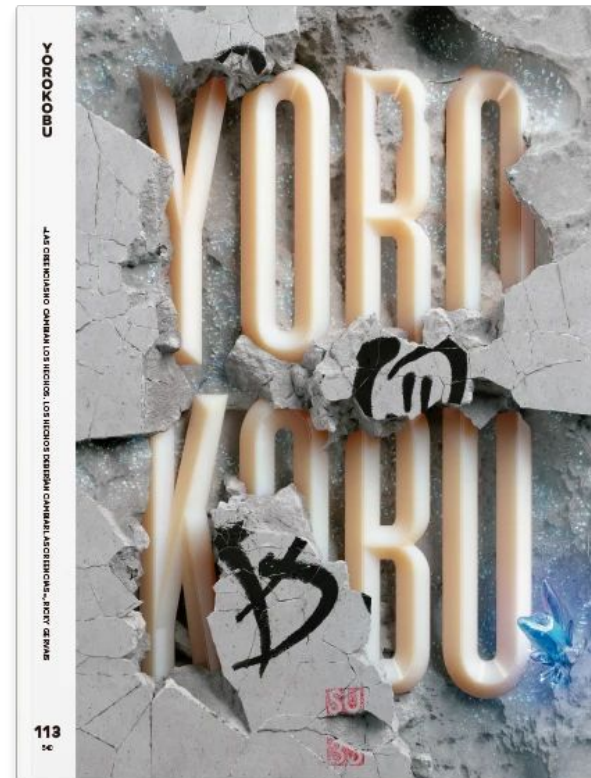
Distribución física:

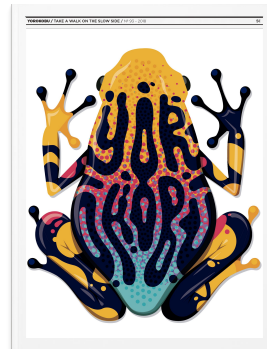
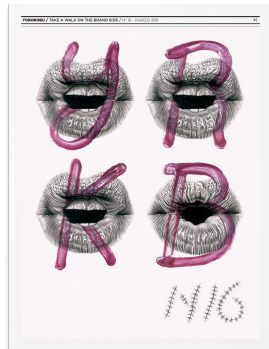
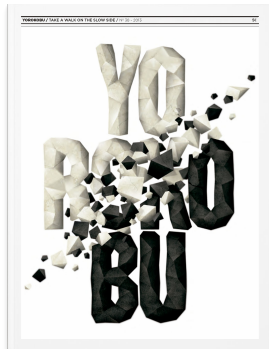
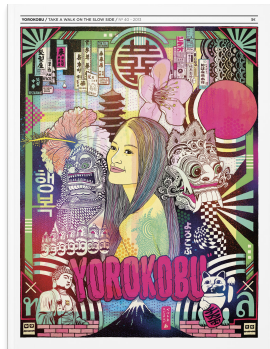
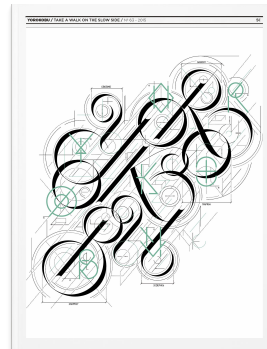
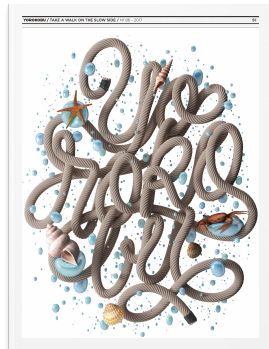
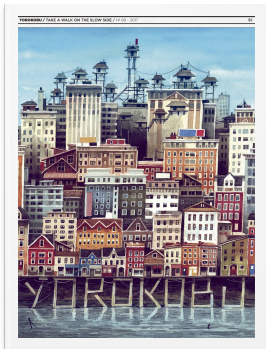
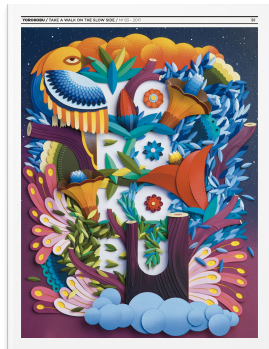
- **139** números publicados
- **10.000** ejemplares
- **100** *coworkings*
- Para leer ahí en **IKEA Y ROOM MATE**

Distribución con los pedidos *online*:

- **+2.500** suscriptores, agencias y marcas.

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





PASO 1



PASO 2

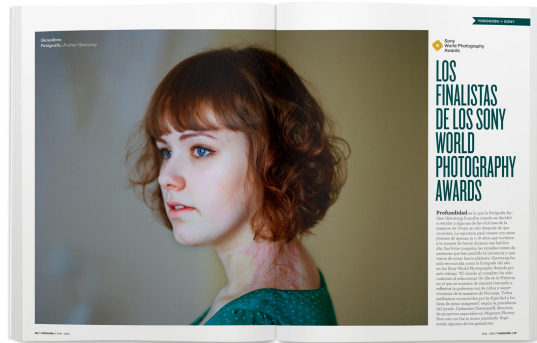


PASO 3



PASO 4





NUESTROS PARTNERS

Ikea

Tu tienda de
muebles y
decoración



Room Mate

Hoteles boutique &
apartamentos en
todo el mundo.



En digital:

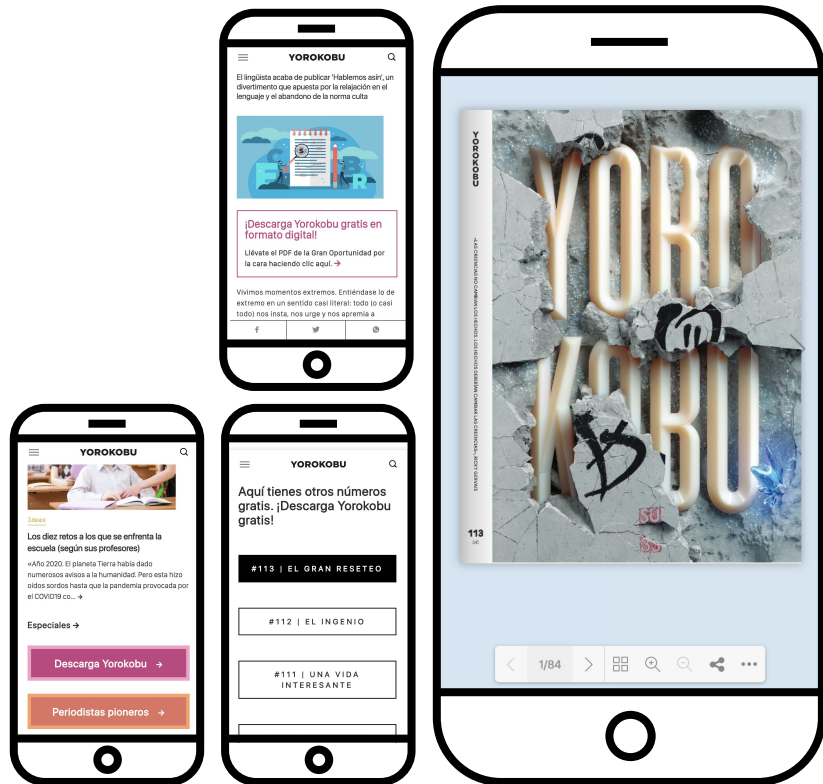
Ahora también publicamos el número en digital para que nuestros seguidores y lectores lo puedan visualizar en cualquier dispositivo.

Comunicamos esta acción en nuestras redes sociales.

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

+ 30.000 visualizaciones
por número

Ver números digitales



COMUNIDAD DIGITAL

+ 2.500.000
de usuarios en vorokobu.es en 2023

+ 4.800.000
páginas vistas en 2023

+ 2.000.000
personas en redes sociales

f 963K

▶ 526K

📷 274K

🎵 273K

X 113K

+ 70%
nos ve a través del móvil





Premio ÑH 2017, Yorokobu 4 premios:

- mejor portada
- mejor ilustración
- mejores reportajes fotográficos

Premio ÑH 2016, Yorokobu y Pacha magazine

- finalistas revista mejor diseñada

Premio Laus Oro 2012

- mejor blog

Premio ÑH 2011

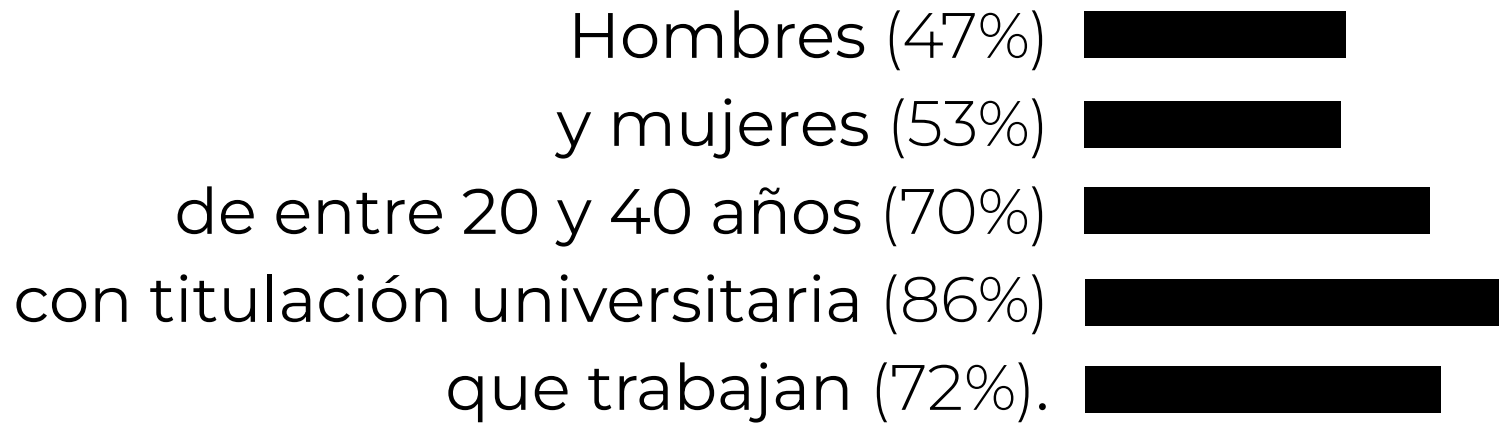
- mejor revista del año

Premio jurado Bitacoras .com

- mejor blog de habla hispana



NUESTRA AUDIENCIA



Son curiosos, consumen mucha **cultura** (cine, series, teatro, exposiciones...) **viajan**, **compran** mucho, juegan a **videojuegos** y son **creativos**.

Yorokobu es un generador de contenido

No hacemos publicidad o contenido de forma aislada

sino estrategias a medida

donde nos encargamos de toda la cadena de valor, desde la producción a la distribución en nuestros canales.



Yorokobu es una plataforma creativa que ayuda a amplificar las acciones de las marcas para convertirse en las preferidas de los usuarios a través de la generación de contenidos de valor.

Yorokobu es la revista de los curiosos, inquietos e inconformistas

INNOVADORES

ARTISTAS

EMPRENEDORES

CINEASTAS

CREATIVOS

BRAND MANAGERS

MÚSICOS

DISEÑADORES DE MODA

PUBLICITARIOS

PENSADORES

DIRECTIVOS

DISEÑADORES

COCINEROS

ARQUITECTOS

INGENIEROS

MÉDICOS

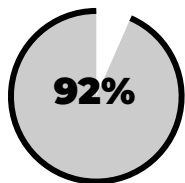
PROGRAMADORES

ESTUDIANTES

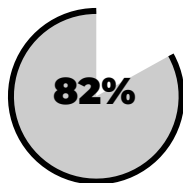




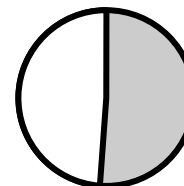
Cualquiera que emplea la creatividad en su día a día. Personas que no separan trabajo y ocio porque para ellos su profesión es su pasión



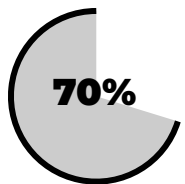
Piensa que en Yorokobu se hablan de temas que no se hablan en otras publicaciones



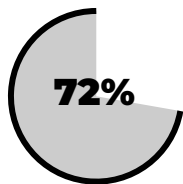
Afirma que Yorokobu les inspira en su vida profesional y personal



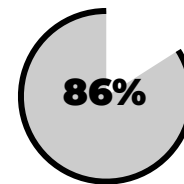
*53% mujeres
47% hombres*



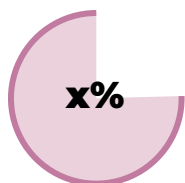
Viven solos o acompañados de amigos o pareja



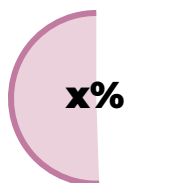
Están ocupados



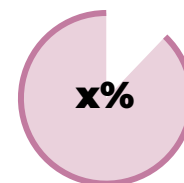
Tiene una titulación universitaria o superior



Información relevante para la marca a la que vas



Información relevante para la marca a la que vas



Información relevante para la marca a la que vas

Fuente: Encuesta realizada por Netquest - abril de 2017

¿milenials?

YOROKOBU se lee principalmente por millennials pero también es transversal. Un reflejo del tiempo en que vivimos:

Internet es un mundo en el que las etiquetas como el género, la edad o la clase social se diluyen. Somos más urbanos: tenemos la libertad de construir nuestra propia identidad más allá de nuestro perfil demográfico tradicional.

Entre 25 y 35 años



Entre 35 y 45 años





**Son las personas mejor
preparadas para
prosperar en el futuro.
El pensamiento
creativo será lo más
difícil de automatizar**

Vienen a Yorokobu en busca de temas de:



INSPIRACIÓN



DISEÑO



IDEAS DE NEGOCIO



CREATIVIDAD



REFLEXIÓN



TECNOHUMANISMO

Las viejas categorías se están quedando anticuadas

“Si analizas los 1.000 artistas favoritos de la gente de sesenta años y se contraponen con los elegidos por adolescentes de 13, encontramos un 40% de coincidencia”, estudio de BBC Radio 1, 2015

“Casi el 50% del mercado de videojuegos en España son mujeres”



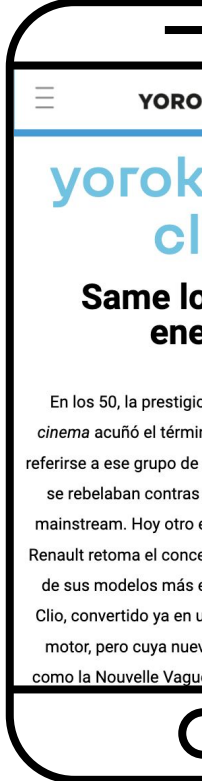
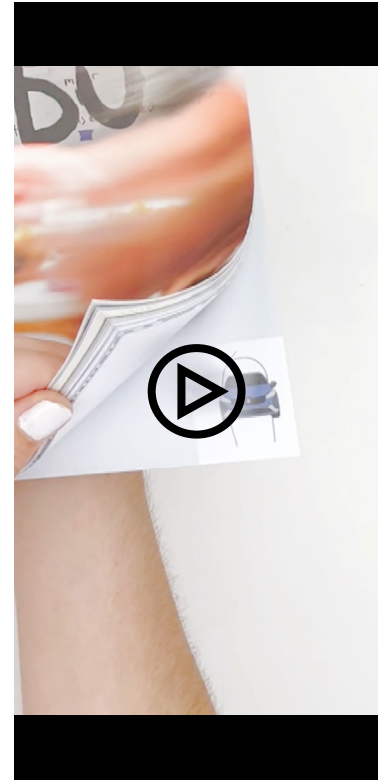
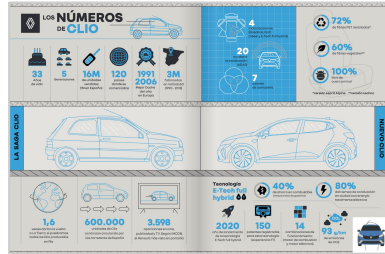
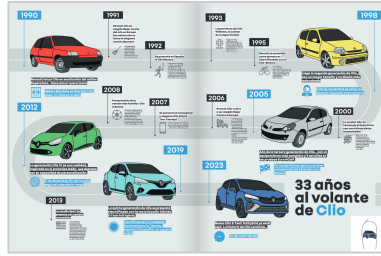
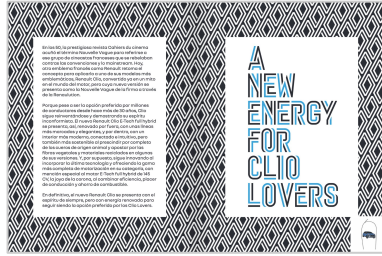
PROYECTOS

Clio

Cuadernillo monográfico

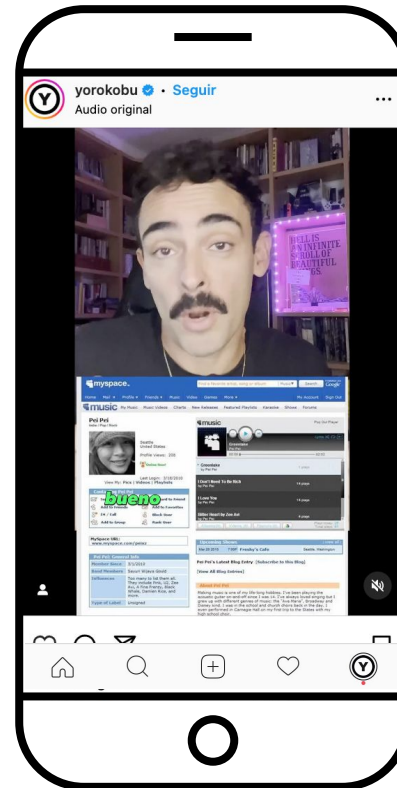
new energy

Visitar vertical Clio



Ver vídeo







Web

Contenido gamificado



La calculadora de ahorro de Zity

Zity quiere demostrar que su servicio es más barato que el uso general de los coches en propiedad. Contactaron con nosotros, y creamos una calculadora en la que el usuario va facilitando datos reales para que, finalmente, un algoritmo ofrezca el resultado. Te sorprendería ver lo que te ahorrarías vendiendo tu coche y usando solo Zity. La cantidad de cosas que podrías hacer.

[Ver calculadora de ahorro](#)



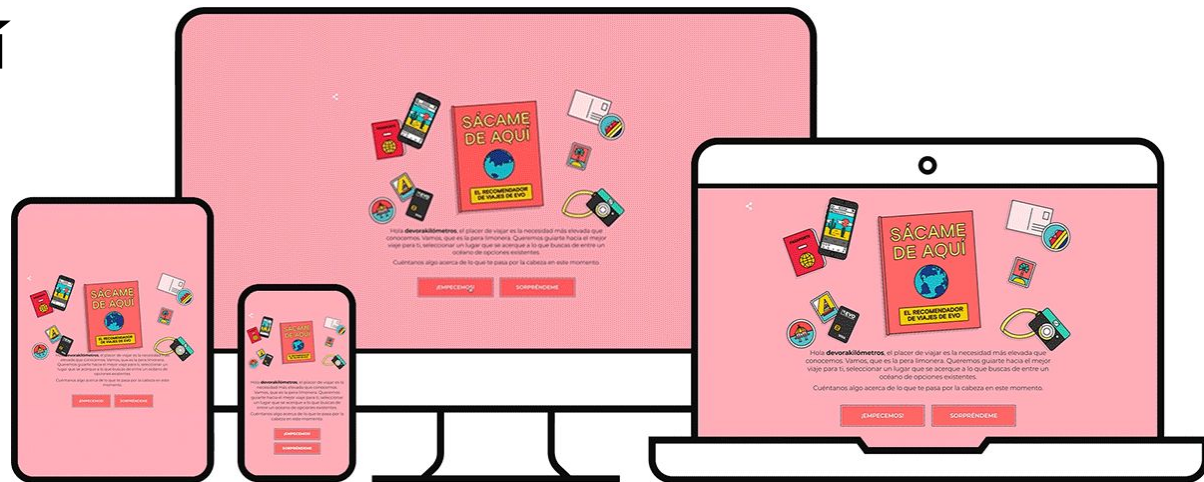
Recomendador de viajes EVO Banco Sácame de aquí

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.

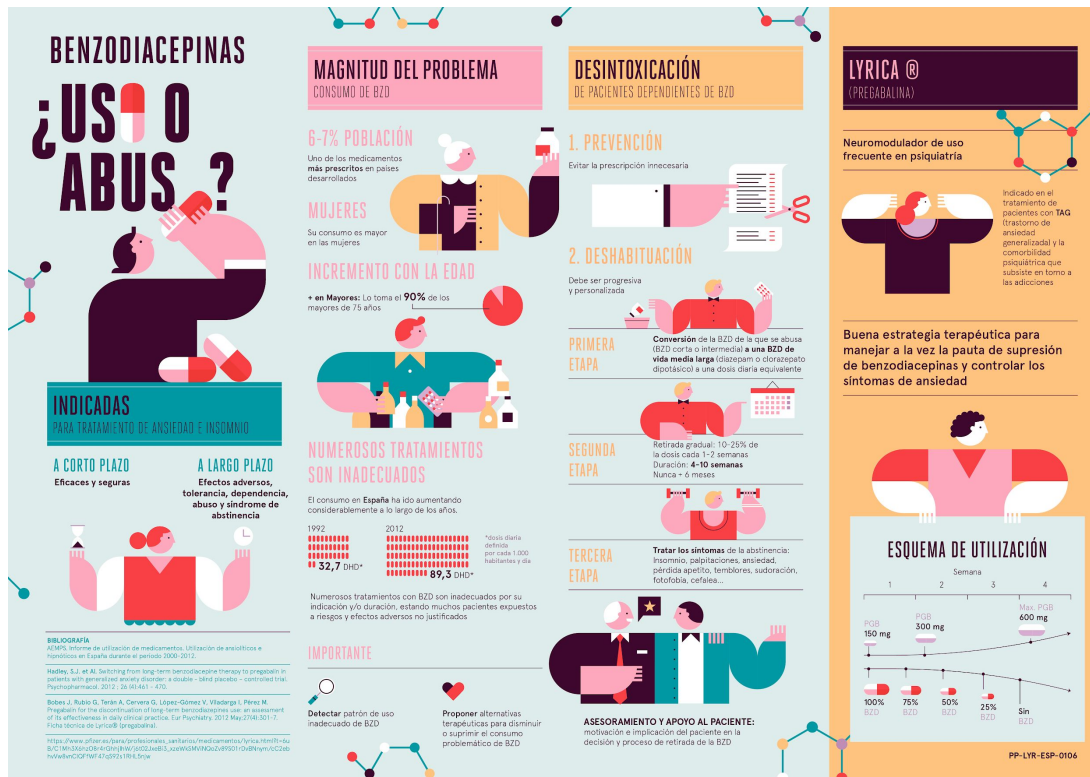
Decidimos diseñar una acción a través de la gamificación del contenido.

[Ver aplicación web](#)



Pfizer

Usos o abusos de las benzodiacepinas.



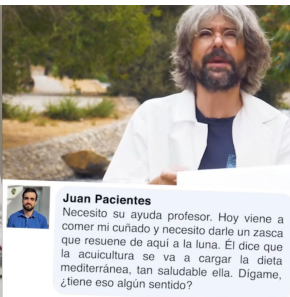
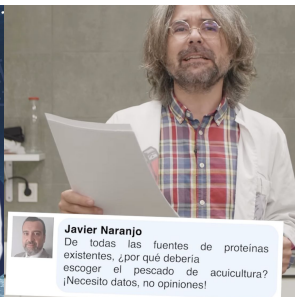
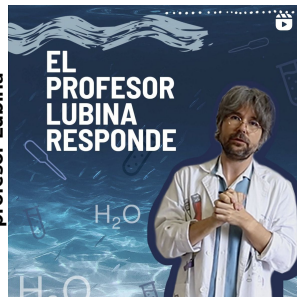
Contenidos



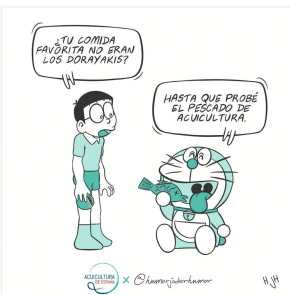
Acuicultura

Nutrir de contenido la web y redes del cliente con:

El consultorio del profesor Lubina



Memes



Recetas



INGREDIENTES: 1000g de lenguado, 200g de zanahoria, 100g de puerro, 100g de cebolla, 100g de ajo, 100g de tomate, 100g de patata, 100g de guisantes, 100g de judías verdes, 100g de calabacín, 100g de berenjena, 100g de pepino, 100g de melón, 100g de sandía, 100g de melocotón, 100g de nectarina, 100g de kiwi, 100g de mango, 100g de piña, 100g de uva, 100g de higo, 100g de ciruela, 100g de albaricoque, 100g de melocotón, 100g de nectarina, 100g de kiwi, 100g de mango, 100g de piña, 100g de uva, 100g de higo, 100g de ciruela, 100g de albaricoque.



RECETA: EL LENGUADO, SIEMPRE EL GATO A LA CULTURA MEDITERRANEA

Infografías



QUE ES LA ACUICULTURA

EL 70% DEL PESCADO SE HA CONVERTIDO EN ACUICULTURA

POR QUÉ ES BUENO PARA LA ACUICULTURA

POR QUÉ ES IMPORTANTE COMO SECTOR

MANEJO DEL PISCICULTIVO

CONSEJOS AL PISCICULTIVO

Pikolinos. Caminamos

Pikolinos nos ha escogido para seguir contando historias en la línea #SmilingStories y llevarlo a un mundo más actual, más rápido, más móvil. El objetivo es conseguir más interacción con el público.

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. Una buena sonrisa y la comodidad de sus productos tienen que ser la clave de todas las historias. Una campaña internacional en 4 idiomas.

Ver Smiling Stories



Ocio y Cultura, El Corte Inglés

El Corte Inglés decide reforzar su departamento de Ocio y Cultura. Se diseñan entonces diferentes acciones para potenciarlo a través del branded content, generando contenidos desde sus productos. Estos contenidos se gestionan desde su CM para compartirlo en las redes sociales.



Papel

Publicaciones

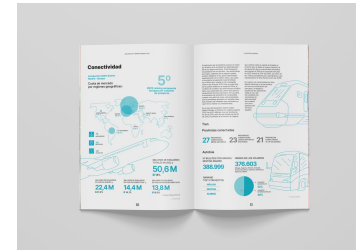
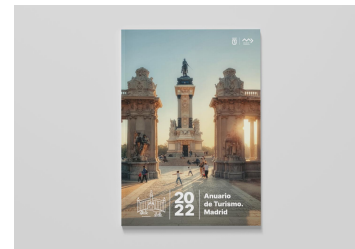
Ayuntamiento de Madrid

Desde la Dirección General de Turismo del Ayuntamiento de Madrid nos encargan la realización de un informe sobre la evolución del turismo en la ciudad en el año 2022, sus principales indicadores turísticos, así como tendencias, previsiones del sector y la actividad más destacada del área de turismo de Madrid Destino.

El trabajo consistió en la búsqueda, análisis y valoración de los distintos indicadores turísticos, mostrando su evolución respecto a los años anteriores.

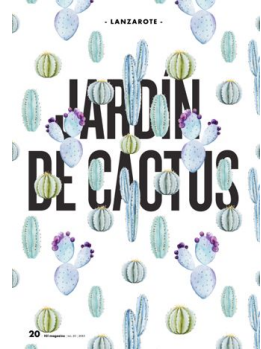
Nos encargamos de la redacción, edición, diseño y maquetación de este informe, que se ha destinado tanto para uso interno como externo ya que sirve de herramienta de trabajo a los distintos agentes del sector turístico, tanto públicos como privados.

[Ver completo aquí](#)



Hoteles H10. Historias inspiradoras

La cadena hotelera internacional H10 quería un producto que se convirtiera en un sosegado complemento para los viajeros que pernoctan en sus establecimientos y que, además, contase historias inspiradoras de los destinos en los que se establecen sus hoteles. Hi! Magazine es la respuesta a esa necesidad: una revista amena, práctica y visualmente atractiva.



Ling magazine

La revista inflight de Vueling

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



Igluu.

Lifestyle consciente

21 gramos, consultora B Corp especializada en sostenibilidad y consumo consciente, nos pidió ayuda para lanzar un nuevo medio, con la convicción de que hay otra manera de hacer las cosas para construir una sociedad más justa, humana y sostenible.

Juntos creamos un suplemento *print* encuadrado junto a Yorokobu, refugio para inspirar a quienes buscan un nuevo *lifestyle* consciente, saludable, optimista y plural. Sin esnobismos, sin moralismos.

[Leer Igluu N1](#)

[Leer Igluu N2](#)





Brand book

Un regalo único para los que compran un Mini

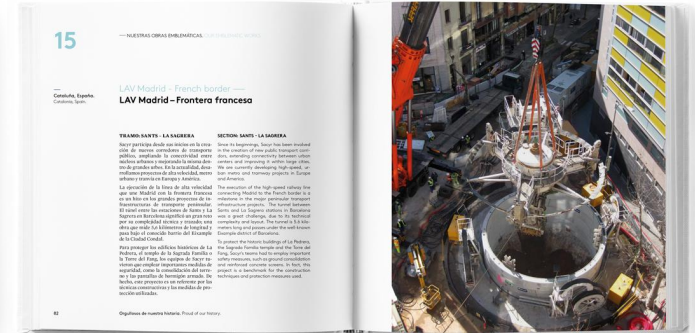
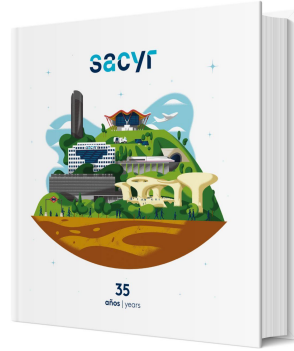
Desde hace unos meses recibir un automóvil de alta tecnología viene acompañado de una experiencia analógica y táctil que solo puede ofrecer un libro.

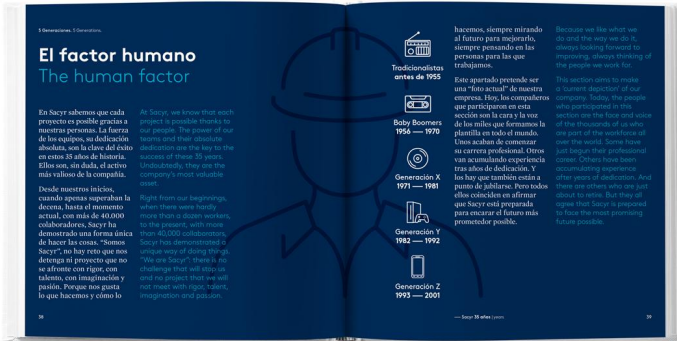
La marca contactó con YOROKOBU PLUS con el objetivo de hacer un objeto en honor al pasado y presente de MINI. Un libro lleno de historias, texturas y de la filosofía de Mini.



Libro 35 aniversario de Sacyr

Sacyr cumplía 35 años y quería celebrarlo. Nos llamó para que le diéramos ideas, y el resultado fue un libro lleno de ilustraciones e infografías alejadas de su brand book, y una web conmemorativa que mostraba algunas pinceladas animadas de ese libro.





Fanzines y dosieres



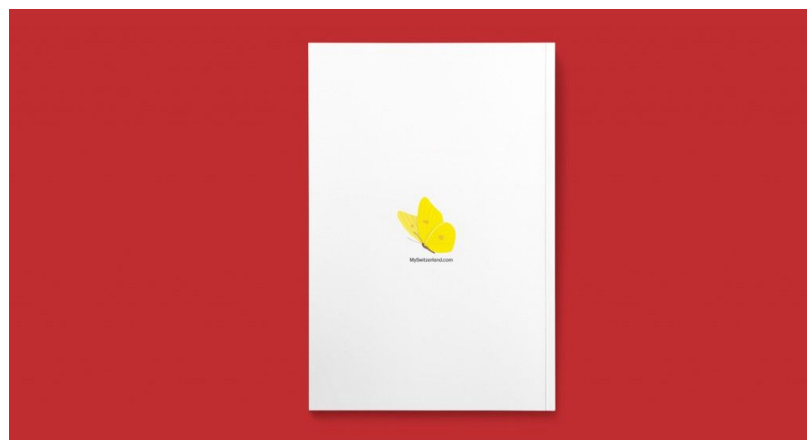
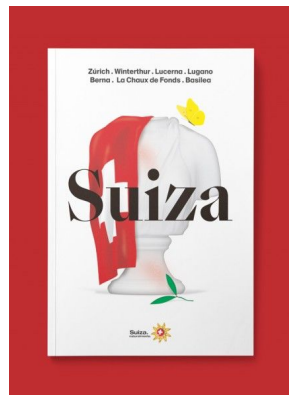
Guía cultural de Suiza

Es conocida la naturaleza suiza, sus chocolates, sus relojes, sus bancos... Pero el país guarda una historia enorme de arte, cultura y 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.

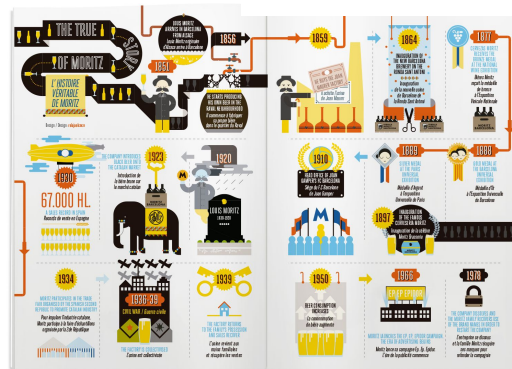
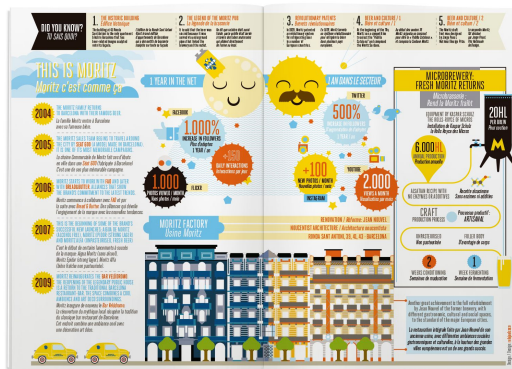
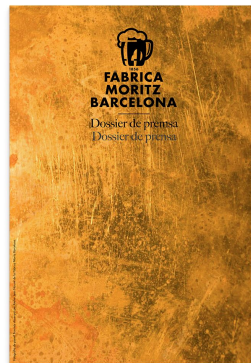
Además de mostrar los museos y centros de interés cultural de muchas de sus ciudades, esta guía habla de las grandes obras realizadas por suizos y artistas de todo el mundo que viajaron hasta Suiza para desarrollar sus obras.

Mediante infografías, planos ilustrados e imágenes, se dan a conocer importantes aportaciones que Suiza ha dado al mundo en el campo del arte, la arquitectura y el diseño industrial y gráfico, tales como la navaja suiza, la tipografía Helvética o la figura de Le Corbusier.



Dossier Moritz

La compañía cervecera tenía algo importante que contar a la prensa: había inaugurado la Fábrica Moritz en Barcelona. Diseñamos y creamos un dosier de prensa con toda la información del nuevo espacio, contada mediante textos, fotografías, ilustraciones e infografías. Porque la comunicación de empresa puede ser bonita y amena.



Redes

sociales

Museo Nacional Thyssen-Bornemisza



La colección Carmen Thyssen en 5 cuadros



Arte americano



Trampan-tojo



Picasso Chanel

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 nuestro 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.



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.

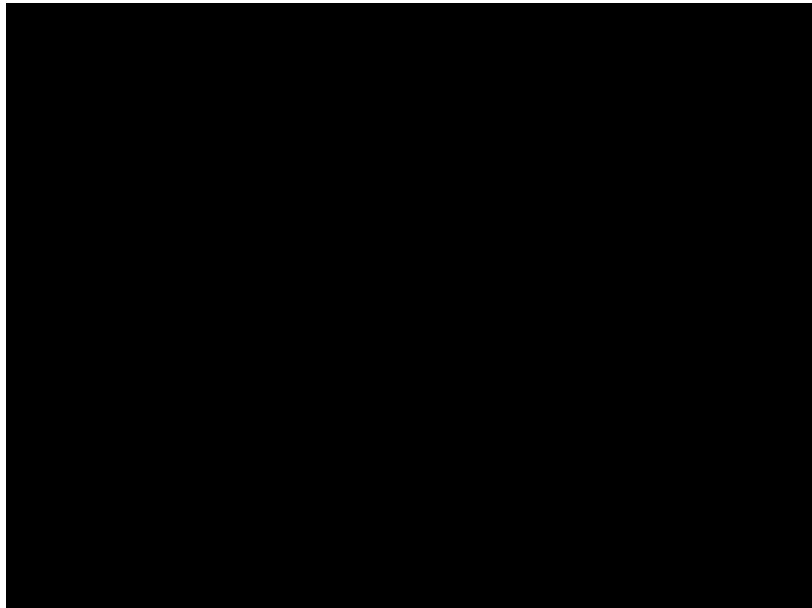
600.000 visualizaciones.

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.

[Ver vídeo](#)



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

[Ver vídeo](#)

Audiovisual

Cómic Bombay Sapphire

Yorokobu quiso aprovechar 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](#)

Artículos:

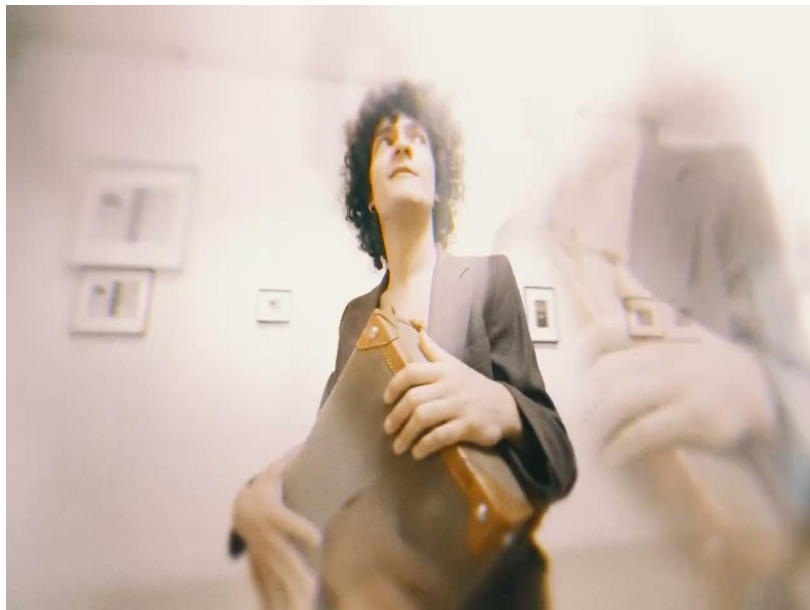
[Gertrude Jekyll, la mujer que convirtió el impresionismo en una forma de plantar flores](#)



Fundación Mapfre

Facundo de Zuviría

Fundación MAPFRE, desde su área de CULTURA, encarga a YOROKOBU PLUS la elaboración de dos piezas audiovisuales como parte de la programación expositiva de febrero 2023, en Madrid. El objetivo es divulgar la exposición dedicada al fotógrafo Facundo de Zuviría. La exhibición se representó en el programa Arte en digital y contó con la colaboración del poeta Mario Obrero.



[Ver vídeo](#)

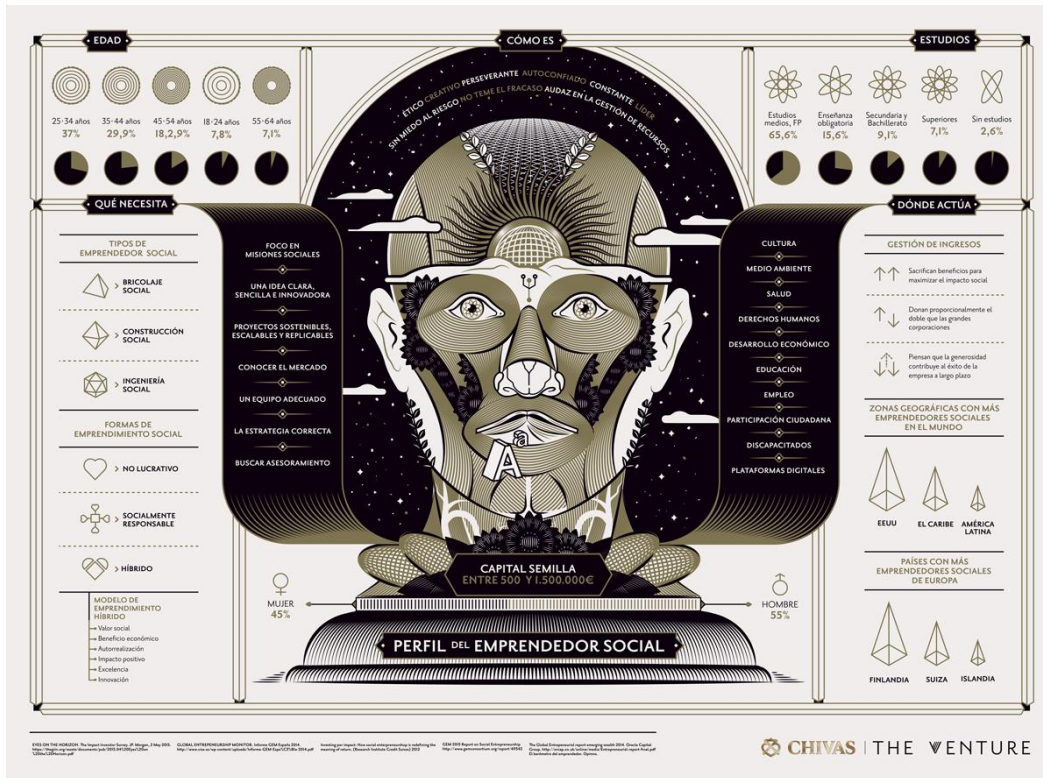
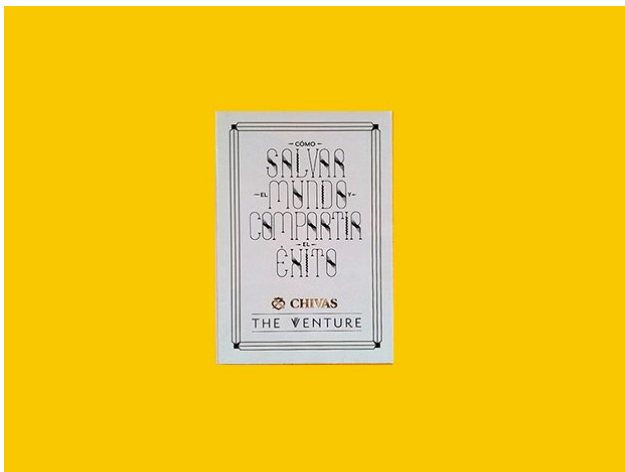


[Ver vídeo](#)

Infografías

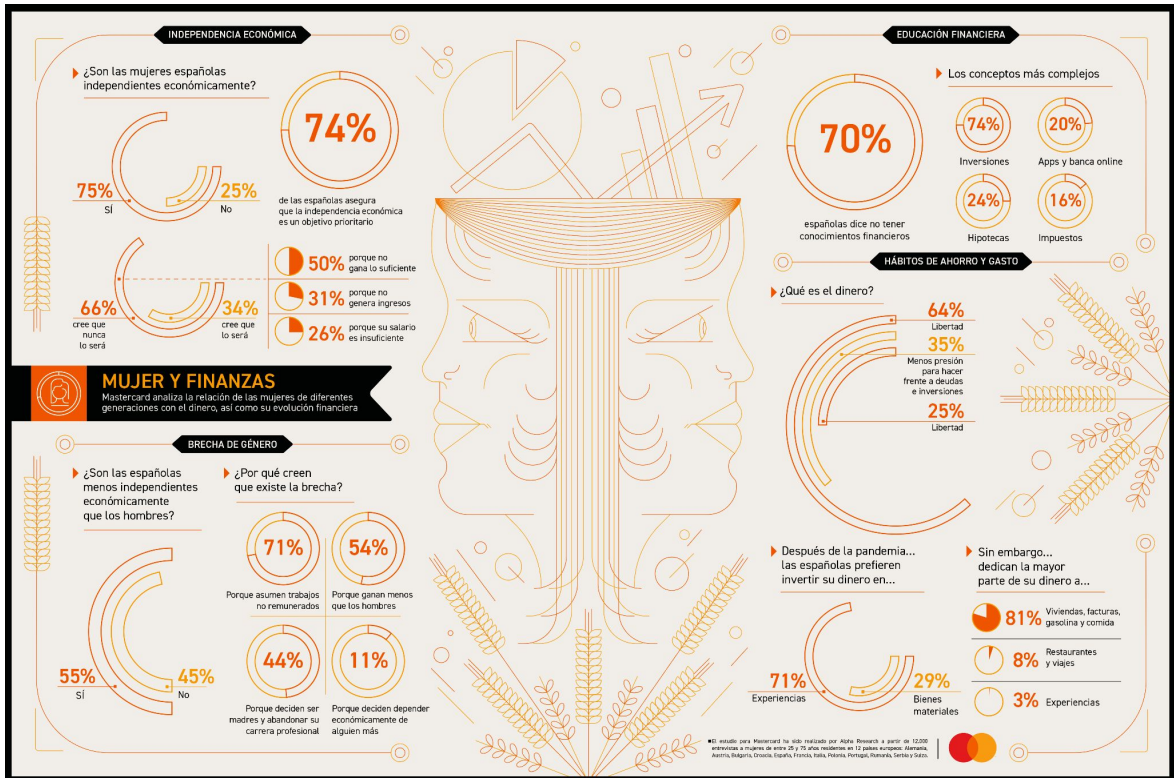


Infografía Chivas



Mastercard

Coincidiendo con el 8M, Día de la Mujer, realizamos una infografía adaptando los datos del estudio *Mujer y finanzas* de Mastercard. De manera clara, sencilla y original, conseguimos plasmar todos los datos de dicho estudio. El resultado fue una maravillosa infografía que es capaz de aunar complejidad y sencillez.





EL EQUIPO



DIRECTOR

Juanjo Moreno
juanjo@yorokobu.es



**DIRECTOR COMERCIAL Y
DE ESTRATEGIA**

Fermín Abella
fermin@yorokobu.es



DIRECTOR DE ARTE

Luis B
luisb@yorokobu.es



REDACTORA JEFE

Gema Lozano
gema@yorokobu.es



REDACCIÓN

Mariángeles García
mangeles@yorokobu.es



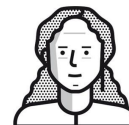
CREATIVA

Carla Ferrería
carla@yorokobu.es



**PRODUCCIÓN Y
COORDINACIÓN
EDITORIAL**

Laura Calvo
laura@yorokobu.es



COMERCIAL MADRID

Silvia Moreno
silvia@yorokobu.es



COMERCIAL MADRID

Marisa Caballero
marisa@yorokobu.es



C/Acebo, 13 - 28016 Madrid
t. 914 157 283

www.yorokobu.es
YOROKOBU PLUS, S.L.