

Media kit, octubre 2026

Sergi Molina

Creador de contenido en Barcelona. Lifestyle, tecnología y marketing en primera persona, grabado y editado por mí de principio a fin. Creando contenido desde 2017.

40,2K

seguidores en TikTok

3,9K

seguidores en
Instagram

10K

suscriptores en
YouTube



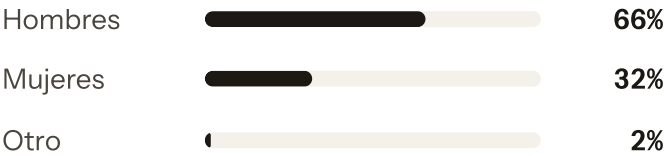
Audiencia

TikTok: espectadores del último año. Instagram: seguidores, octubre 2026.

TikTok

8,6M de espectadores en el último año, 4M nuevos

Sexo



Edad



Países



Instagram

3.852 seguidores, un 11,7% más en 90 días

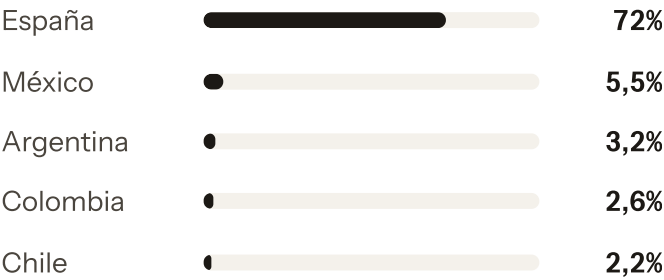
Sexo



Edad



Países



Cómo trabajo con marcas

Integración invisible

Como espectador odio sentir que me están vendiendo algo. Cada colaboración está pensada para que el vídeo se disfrute de principio a fin y la marca aparezca de forma natural dentro de la historia.

En mi perfil, con mi tono

No hago UGC para otras cuentas. La marca aparece en mis redes, delante de mi comunidad y con mi forma de contar las cosas.

Mentalidad de agencia

Trabajo a diario en marketing en Eximia. Cada pieza pasa por brief, idea, producción y revisión de resultados.

Todo lo hago yo

Idea, guion, grabación y edición. Sin intermediarios, lo que da velocidad y control total sobre cada pieza.

Formatos

Vídeo dedicado

Un vídeo pensado alrededor de tu marca, publicado en mi TikTok o Instagram.

Integración

Tu producto dentro de un vídeo o de una serie que ya funciona, como De O a Hacer Directos.

Tres redes a la vez

El mismo vídeo en TikTok, Instagram Reels y YouTube Shorts.

Derechos de uso

Opcional: ceder el vídeo para que lo uses en tus anuncios o en tu perfil.

No trabajo con tarifas cerradas. Antes de hablar de precio quiero conocer el producto, ver si de verdad encaja con mi audiencia y saber qué libertad creativa tendré para contarlo a mi manera. Con eso claro, proponemos el formato y un precio justo para los dos.

Colaboraciones

Logitech G

Gaming

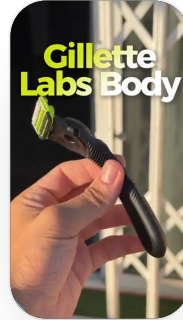


Teclado G316X y ratón G305X Superlight dentro de un capítulo de De 0 a Hacer Directos. El producto entró en la historia como la siguiente pieza del reto, no como un anuncio.

1M de visitas en TikTok y otro millón en YouTube, y entre 7.000 y 8.000 seguidores nuevos en menos de una semana.

Gillette

Cuidado personal



Lanzamiento de GilletteLabs Body. El brief pedía una frase de marca muy alejada de cómo hablo yo, así que la metí dentro de una historia real para que sonara mía.

No fue el vídeo con más visitas, pero sí de los que mejor enseñan cómo integro un mensaje rígido sin que suene a anuncio.

ConducIA

Tecnología e IA



Escribí el guion completo y grabé tres ganchos distintos para el mismo reel, para quedarnos con el que mejor retenía.

Más de 100K visitas en el perfil de ConducIA, donde también se publicó el vídeo.



UPERFECT

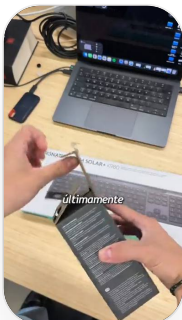
Monitores portátiles

Su monitor portátil puesto a prueba en mi setup real: jugando, trabajando y llevándolo a la oficina en la mochila.

21,7K visitas en TikTok.

Logitech

Oficina, Logi Work Days



Un vlog de 24 horas conmigo, el día que aprobé el carnet, con el teclado y el ratón de Logitech estrenándose en la oficina como parte del día.

Unas 121.000 visitas entre TikTok e Instagram.



Andorra Telecom

Telecomunicaciones

Una tarjeta SIM dentro de un top 3 de consejos para esquiar en Andorra. La conectividad entró como uno de los consejos, no como un anuncio.

Unas 47.000 visitas entre TikTok e Instagram.



MÓ by Multiópticas

Óptica

Quería regalarle unas gafas a mi madre y las de MÓ encajaban perfectas. La marca entró en un momento real con ella, sin guion de anuncio.



Cold Culture

Moda

Mi novia me viste con la ropa de Cold Culture. La marca aparece en un formato de pareja y humor que ya funcionaba en mi perfil.

Hablemos

sergimolinaaaa@gmail.com

sergimolina.pro. @sergimolinaaa en TikTok, Instagram, YouTube y X.