



El valor  
de la *diferencia*.

“Si quieres marcar la diferencia, *piensa diferente*”

Palle Oswald.

En Prensa Ibérica trabajamos  
**estrategias de contenido  
personalizadas** para las marcas  
con las que alcanzar  
la diferenciación.

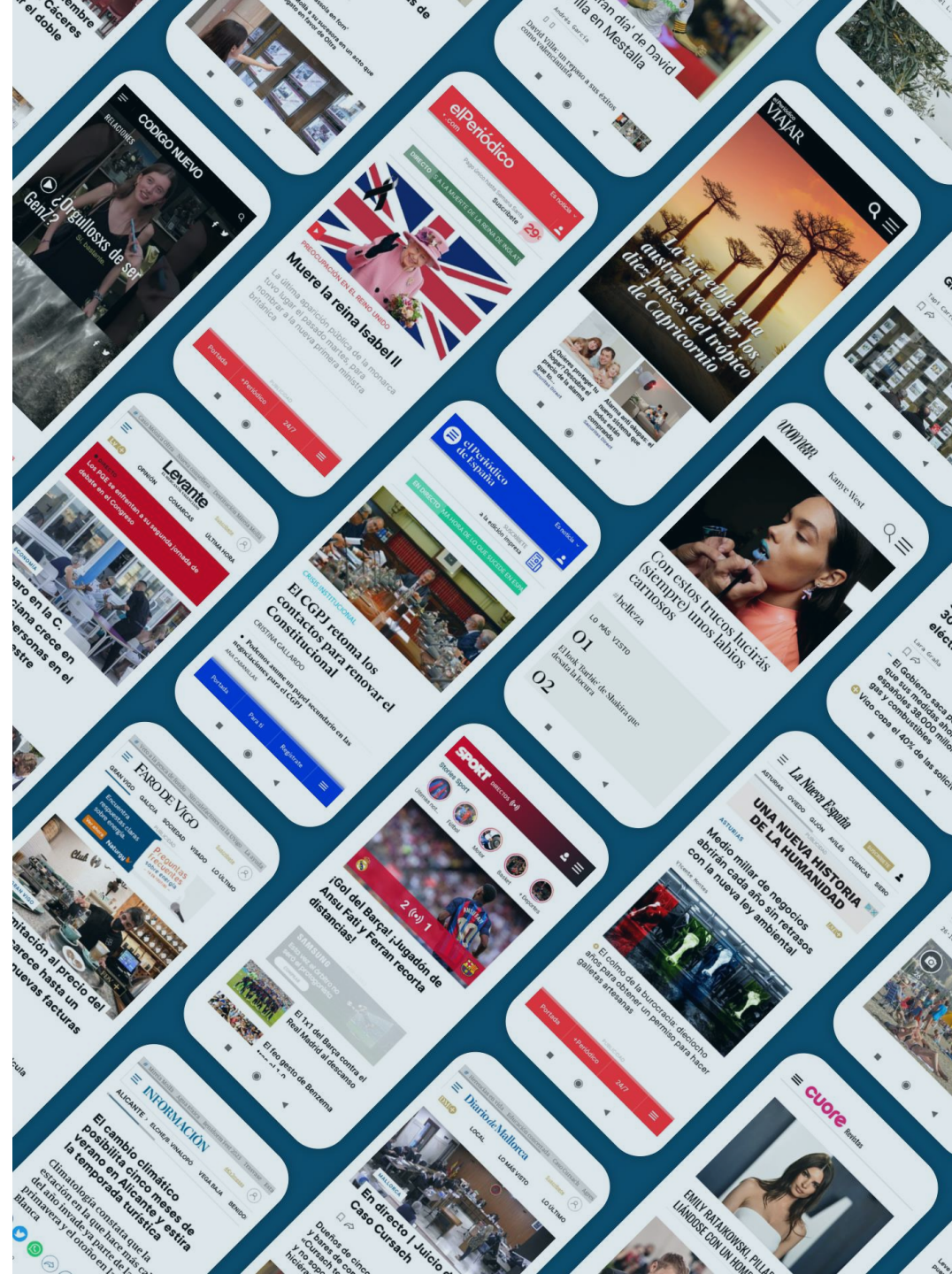
La pluralidad de nuestra voces *nos hace diferentes*

*VEUS . AHOTSAK . VOCES*



# PI: Plataforma de contenidos referente de la información regional y local en España

Pluralidad  
Cercanía  
Capilaridad  
Independencia  
Brand Safety



**+45**  
Años

Al servicio  
de las marcas  
y de los consumidores

**+40**  
Cabeceras

Líderes de opinión

**1.200**  
Periodistas

La redacción  
más grande de España

Prensa Ibérica

# Un grupo imprescindible

25,6 MM

Usuarios únicos/mes  
Sin duplicaciones

DIGITAL

563 MM

Páginas vistas/mes

63%

Penetración nacional

PAPEL

2,4 MM

Lectores prensa + revistas  
Sin duplicaciones

Grupo Líder en Información

+43%

Audiencia vs. 2º grupo editorial

# Una suma de voces a través de soportes líderes de audiencia





Usuarios únicos (000)

|                    | EL PAÍS | EL MUNDO | <div><div></div><div>PRENSA IBÉRICA</div></div> | Vs. El País | Vs. El Mundo |
|--------------------|---------|----------|-------------------------------------------------|-------------|--------------|
| TOTAL              | 16.289  | 18.035   | 23.768                                          | 46%         | 32%          |
| Catalunya          | 2.335   | 2.709    | 3.875                                           | 66%         | 43%          |
| Andalucía          | 2.217   | 2.028    | 3.816                                           | 72%         | 88%          |
| Madrid             | 2.578   | 2.654    | 2.995                                           | 16%         | 13%          |
| C. Valenciana      | 1.482   | 1.537    | 2.742                                           | 85%         | 78%          |
| Galicia            | 850     | 905      | 1.481                                           | 74%         | 64%          |
| Canarias           | 681     | 748      | 1.361                                           | 100%        | 82%          |
| País Vasco         | 779     | 788      | 1.351                                           | 73%         | 71%          |
| Castilla y León    | 730     | 827      | 1.026                                           | 41%         | 24%          |
| Murcia             | 474     | 442      | 810                                             | 71%         | 83%          |
| Castilla-La Mancha | 556     | 584      | 796                                             | 43%         | 36%          |
| Baleares           | 334     | 385      | 739                                             | 121%        | 92%          |
| Aragón             | 366     | 385      | 713                                             | 95%         | 85%          |
| Asturias           | 363     | 404      | 676                                             | 86%         | 67%          |
| Extremadura        | 291     | 308      | 535                                             | 84%         | 74%          |
| Navarra            | 196     | 199      | 371                                             | 90%         | 86%          |
| Cantabria          | 203     | 225      | 329                                             | 62%         | 46%          |
| La Rioja           | 139     | 121      | 153                                             | 10%         | 26%          |

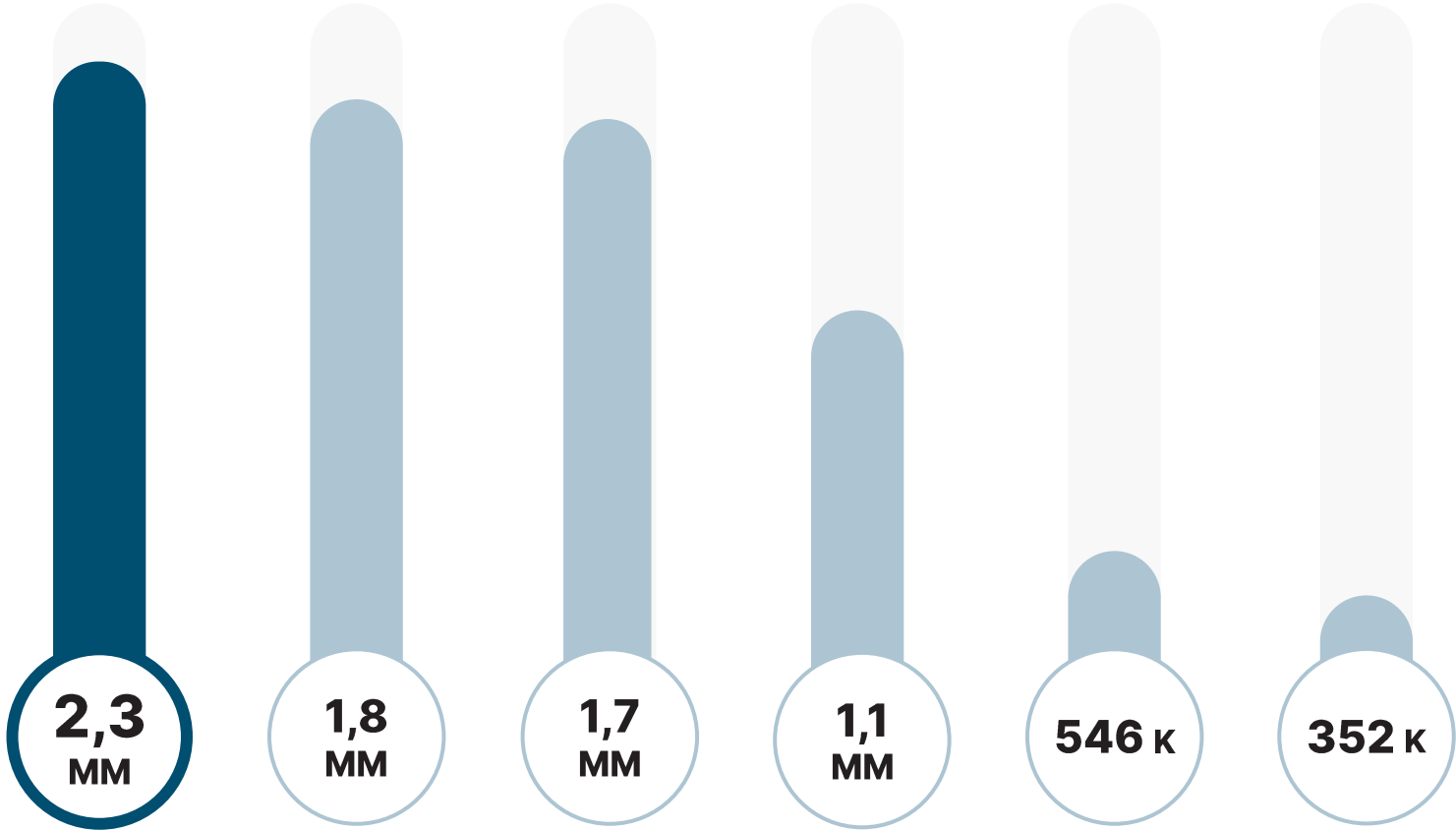
Fuente: Elaboración propia sobre datos GfK DAM abril 2025 (dato agregado neto Prensa Ibérica + Asociados) / RR.SS. abril 2025.  
Prensa Ibérica: Audiencia Neta (sin duplicaciones).



# Prensa Ibérica

La mayor  
cobertura entre  
los grupos  
editoriales

Audiencia Neta (sin duplicaciones).



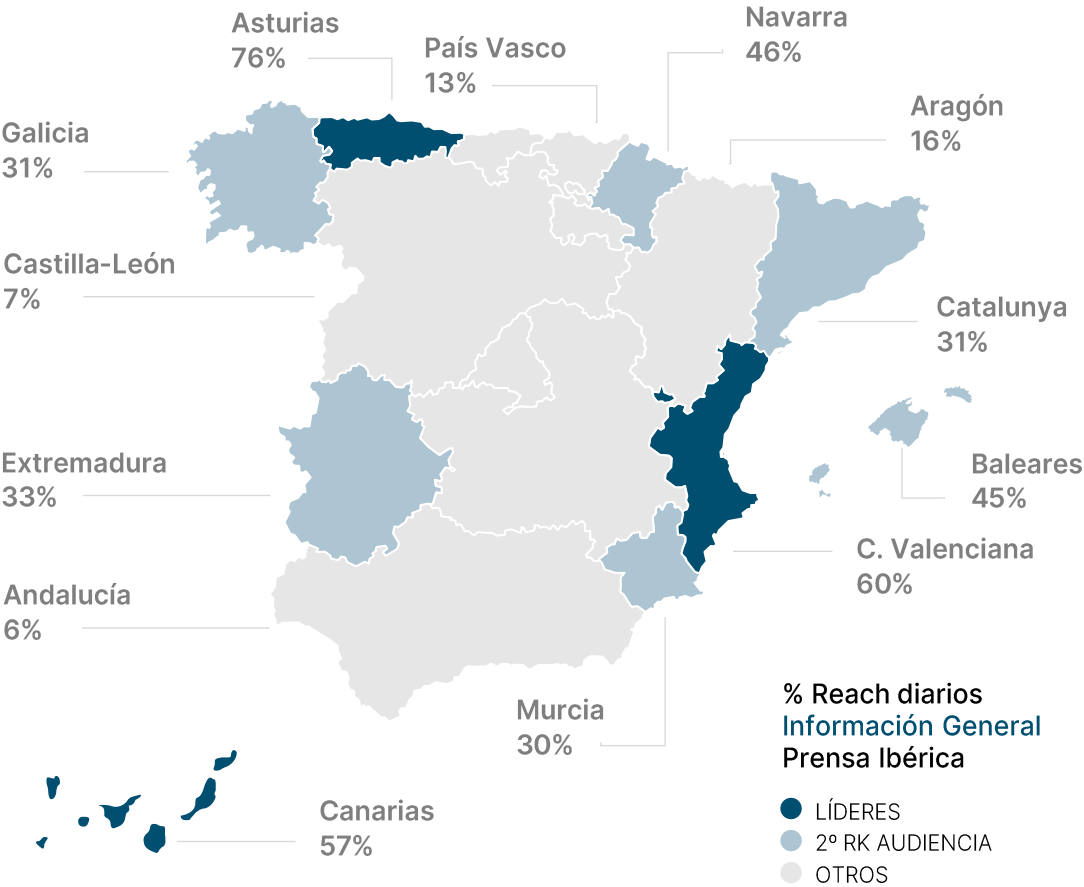
vocento



grupoGodó



Fuente: EGM 2º acumulado 2025.  
Incluye Información General+ Deportivos + Revistas en todos los grupos editoriales.  
Audiencia neta (sin duplicaciones).



1,2 MM

Lectores diarios

116 k

Ejemplares Difusión media/día

Lectores diarios (000)

|                 | EL PAÍS | EL MUNDO | PRENSA IBÉRICA | Vs. El País | Vs. El Mundo |
|-----------------|---------|----------|----------------|-------------|--------------|
| TOTAL           | 791     | 479      | 1.218          | 54%         | 154%         |
| Catalunya       | 72      | 26       | 213            | 198%        | 732%         |
| C. Valenciana   | 72      | 42       | 182            | 153%        | 336%         |
| Galicia         | 53      | 18       | 180            | 243%        | 915%         |
| Asturias        | 28      | 9        | 178            | 540%        | 1.895%       |
| Canarias        | 30      | 13       | 101            | 242%        | 708%         |
| Baleares        | 14      | 14       | 90             | 525%        | 533%         |
| Navarra         | 12      | 11       | 76             | 550%        | 583%         |
| País Vasco      | 42      | 13       | 57             | 37%         | 337%         |
| Andalucía       | 85      | 71       | 30             | -65%        | -58%         |
| Murcia          | 19      | 12       | 30             | 55%         | 155%         |
| Aragón          | 24      | 12       | 29             | 18%         | 134%         |
| Extremadura     | 12      | 13       | 24             | 99%         | 79%          |
| Castilla y León | 64      | 52       | 23             | -64%        | -55%         |

Fuente: EGM 2º acumulado 2025. Prensa Ibérica (con asociados) / OJD 2024.  
Audiencia Neta (sin duplicaciones).

# En Prensa Ibérica Generamos Engagement

entre los lectores y las marcas

## Metodología

### Objetivo

Definimos KPI's, Target

### Ejecución

Estrategia ad-hoc

### Implementación

Activación

### Medición

Resultados



## Customer Journey

Notoriedad

Consideración

Acción

Recomendación

## MARCAS = PARTNER

Integramos la publicidad de manera no intrusiva y relevante para el consumidor

# 01 Canales News Líder Digital

Ranking Digital News/Information  
Total Usuarios únicos

|                                                                                                      |         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
|  PRENSA<br>IBÉRICA  | 23,8 MM |
|  vocento            | 22,6 MM |
|  EL ESPAÑOL         | 19,4 MM |
|  PRISA              | 19,0 MM |
|  HENNEO             | 18,1 MM |
|  El Confidencial    | 16,3 MM |
|  Unidad Editorial | 15,6 MM |
|  LARAZÓN          | 15,4 MM |
|  infobae          | 15,2 MM |
|  grupoGodó        | 14,9 MM |

Fuente: Elaboración propia sobre datos GfK DAM abril 2025 (dato agregado neto Prensa Ibérica + Asociados). News-Publisher-MC. /  
EGM 2º acumulado 2025. Audiencia neta (sin duplicaciones).  
\* El Confidencial (Titania Compañía Editorial S.L.).

Una combinación  
de soportes que  
nos hacen únicos

# 30

**cabeceras**  
5 diarios asociados

PAPEL

# 1,2 MM

Lectores diarios Inf. Gral.

## 2º Grupo Editorial a nivel nacional



## 01 Canales

# News

30 Soportes  
Información General

DIGITAL

420 MM

Páginas vistas/mes

PAPEL

1,2 MM

Lectores diarios (Audiencia neta)

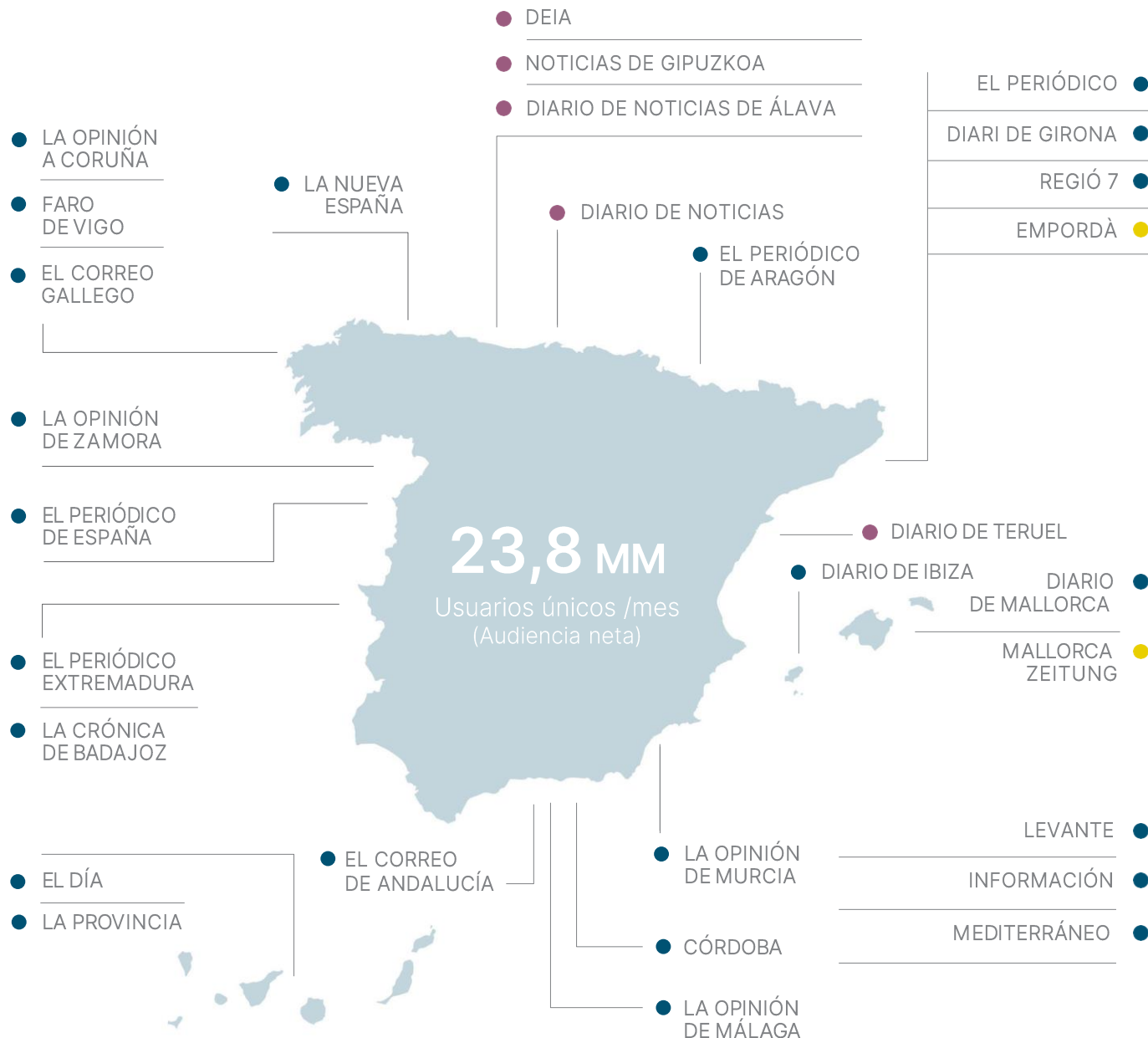
116 k

Ejemplares difusión/día

RR.SS.

11,1 MM

Seguidores en RR.SS.



● 23 DIARIOS  
INFORMACIÓN  
GENERAL

● 2  
SEMANARIOS

● 5 DIARIOS  
ASOCIADOS

## 01 Canales

# Deportivos

El deporte cerca de ti

# 2

## cabeceras

de información deportiva  
+ 1 web asociada

Fuente: Elaboración propia sobre datos GfK DAM abril 2025 (dato agregado neto de Sport.es, Superdeporte y Areajugones Media SL) / EGM 2º acumulado 2025. Audiencia neta (sin duplicaciones).

DIGITAL

# 10,1 MM

Usuarios únicos/mes

**+9%** vs. mes anterior

# 117 MM

Páginas vistas/mes

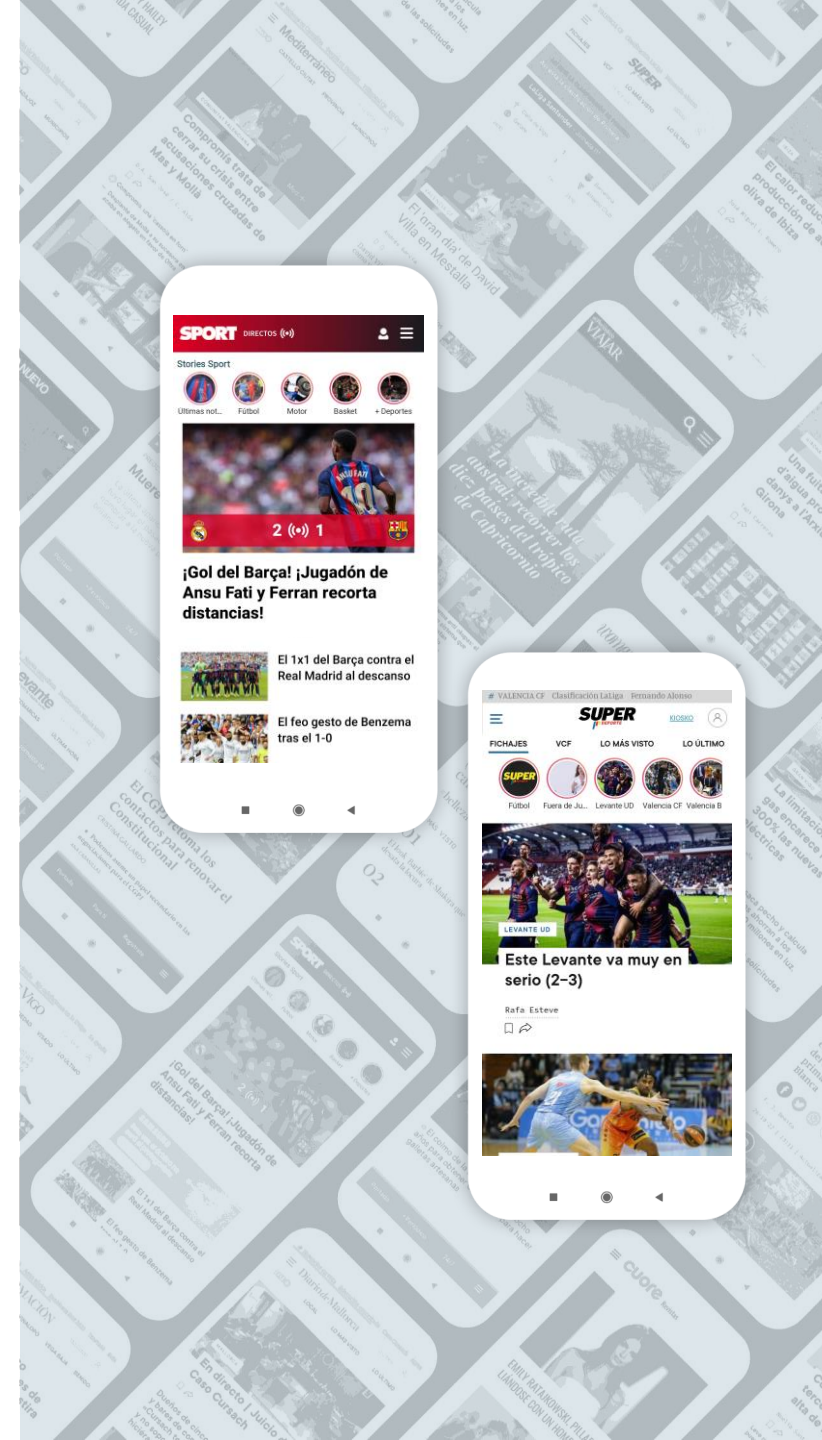
**+14%** vs. mes anterior

PAPEL

# 228 k

Lectores/diarios

**45%** Audiencia exclusiva  
vs. otros deportivos  
(Marca, As y Mundo Deportivo)



## 01 Canales

# Revistas

Segmentación,  
prescripción y afinidad  
para las marcas

5  
revistas  
papel y digital

DIGITAL

5,4 MM

Usuarios únicos/mes

19 MM

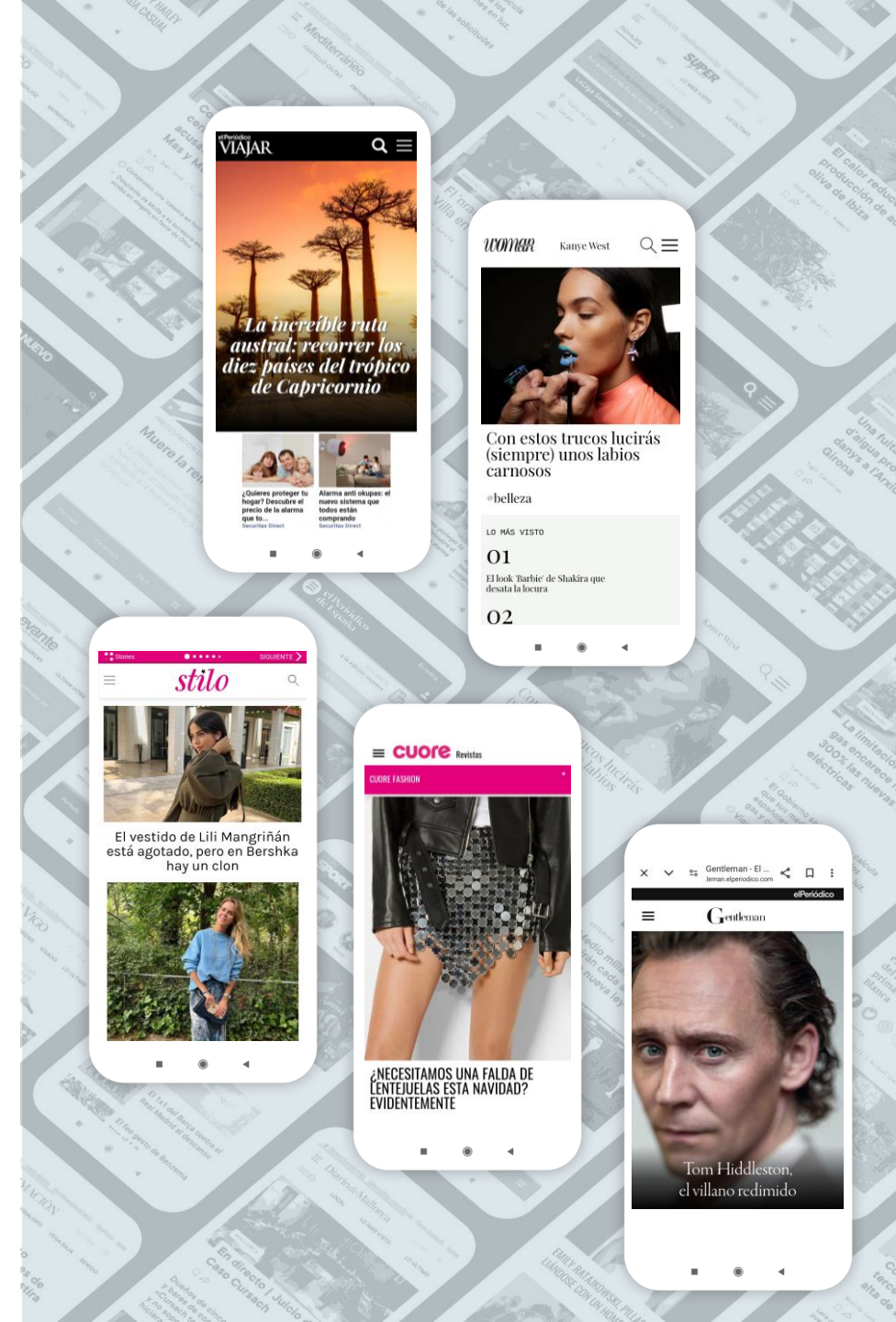
Páginas vistas/mes

PAPEL

1,2 MM

Lectores mensuales

+15% vs. año anterior



Revista

# WOMAN

madame  
FIGARO



## DIGITAL

2,4 MM

Usuarios únicos/mes

+3% vs. mes anterior

9,0 MM

Páginas vistas/mes

+8% vs. mes anterior

1,4 MM

Seguidores RR.SS.

## PAPEL

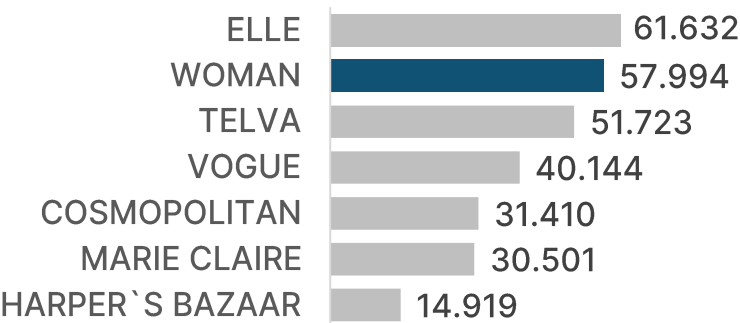
592 K

Lectores mensuales

+6%

vs. año anterior

## RANKING DIFUSIÓN REVISTAS MENSUALES DE ALTA GAMA (000)



# Revista VIAJAR



## Líder Digital

Entre las revistas de Viajes superando a Viajes NG Spain y Conde Nast Traveler.

### 3,1 MM

Usuarios únicos/mes

**+6%** vs. mes anterior

### 8,0 MM

Páginas vistas/mes

**+3%** vs. mes anterior

### 2,3 MM

Seguidores RR.SS.

## PAPEL

### 580 K

Lectores mensuales

**+26%** vs. control anterior

LECTORES EXCLUSIVOS  
VS. OTRAS REVISTAS  
DEL SECTOR\*

### 55 %

Revista  
**cuore**.es



DIGITAL

**763 k**

Usuarios únicos/mes

**1,8 MM**

Páginas vistas/mes

**1,3 MM**

Seguidores RR.SS.

Revista  
**stilo**.es



DIGITAL

**34 k**

Usuarios únicos/mes

**64 k**

Páginas vistas/mes

**619 k**

Seguidores RR.SS.

# Revista **Gentleman** EL VALOR DE LA ELEGANCIA



**Gentleman es la revista especializada en lujo, para el público masculino, líder en España.**

Selecta, exquisita y contemporánea.  
Gentleman frecuenta el universo del lujo desde una perspectiva singular que la diferencia del resto de cabeceras masculinas.

LA REVISTA MÁS  
ELEGANTE  
PARA EL HOMBRE  
EXQUISITO  
Y CONOCEDOR



VIAJES  
ESTILO  
LUJO  
ACTUALIDAD  
DISEÑO  
RELOJES  
GOURMET  
CULTURA  
DECO

## 01 Canales

# Temáticos

Creamos los mejores contenidos temáticos para llegar a todo tipo de perfiles e intereses

|                     |                       |
|---------------------|-----------------------|
| <b>código nuevo</b> | <b>AREA JUGONES</b>   |
| <b>activos</b>      | <b>neomotor</b>       |
| <b>abril</b>        | <b>TENDENCIAS</b>     |
| <b>Cata Mayor</b>   | <b>MEDIO AMBIENTE</b> |
| <b>SUCESOS</b>      | <b>SALUD</b>          |

etc...

# 2,0 MM

Usuarios únicos/mes

**+6%** vs. mes anterior

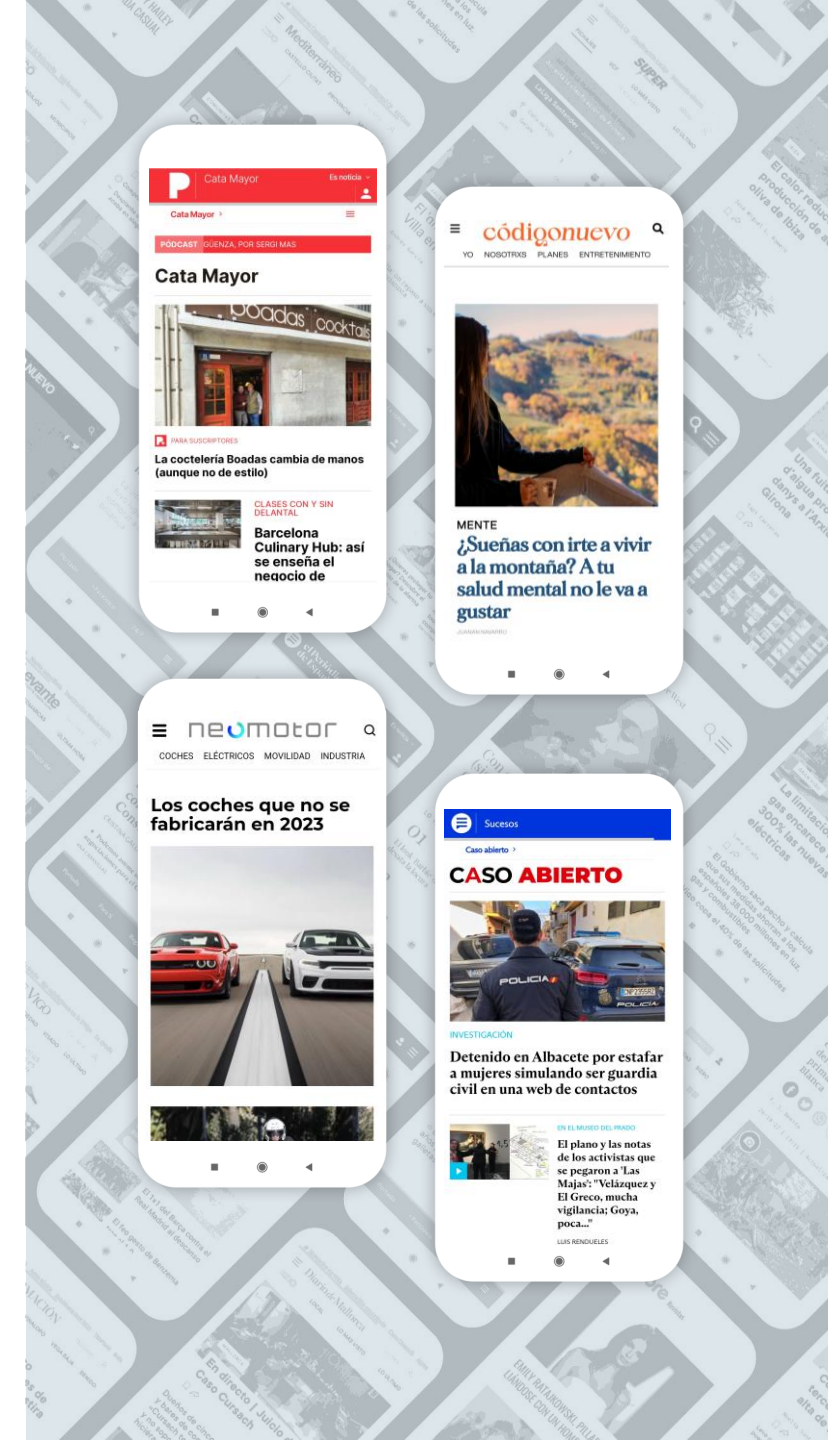
# 8 MM

Páginas vistas/mes

**+5%** vs. mes anterior

# 4,9 MM

Seguidores en RR.SS.



Temático

# Código Nuevo

códigonuevo



Los  
millennials  
**y zetas**

Somos la  
**respuesta** a su  
**necesidad.**

Fan base Total

**4,0 MM**

Fan base entre 18 y 35 años

**71%**



**65%**



**35%**



**El vídeo vertical es  
nuestra joya de la corona**

▶ Ver ejemplo

Otros Formatos:

- ▶ Infiltrada
- ▶ Invitando a un random
- ▶ Vídeo de calle
- ▶ En practicas
- ▶ Te lo cuento
- ▶ Vais a flipar
- ▶ VídeoPodcast

02

# Audiencias

**Reach  
Digital**

**+60%**

Promedio en las  
distintas CC.AA.

**63%**

Penetración  
Nacional

**56%**

Status A\*

35-54 años

**63%**

Reach

**8,8 MM**

Usuarios únicos

Millenials

**54%**

Reach

**6,3 MM**

Usuarios únicos

Generación Z

**38%**

Reach

**3,9 MM**

Usuarios únicos

# Una combinación de valores al servicio de las marcas

## 01. Innovación

Con formatos y acciones que buscan la divergencia.

## 02. Contenidos

Integramos a la marca de manera natural con la información editorial.

## 03. Eventos

Creamos y compartimos emociones, experiencias únicas a para nuestras marcas.



Del briefing  
a la **ejecución efectiva**

## 04. Viralización

Nuestras RR.SS. permiten amplificar la visibilidad de la marca.

## 05. Data

Profundizamos en el conocimiento del consumidor para construir campañas optimizadas.

01

# Innovación

En la publicidad  
y en los contenidos.



VER  
Be Content



VER  
Be Content



VER  
FORMATOS  
DIGITALES  
disruptivos  
**DREAM**

VER

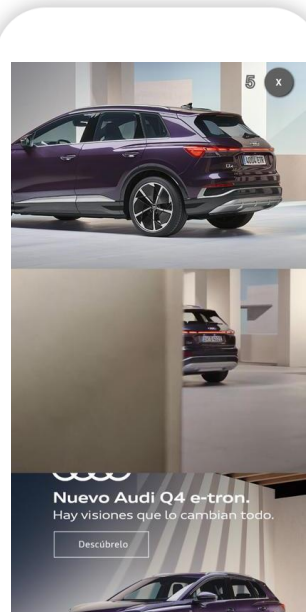
Formato **DREAM**  
TRIPLE SLIDER



Versión  
DESKTOP

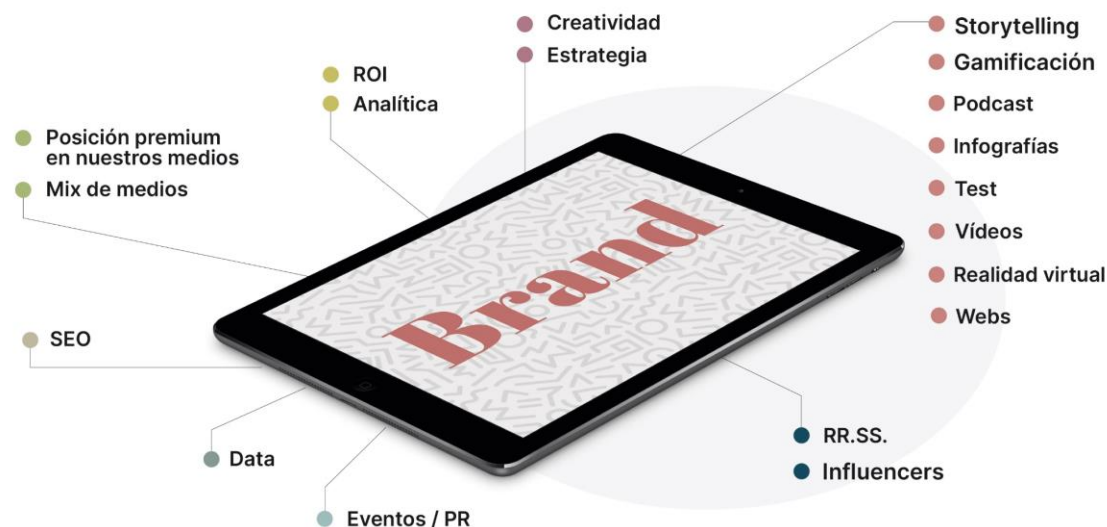


Versión  
MOBILE



# Contenidos

Porque la publicidad es información, en Prensa Ibérica **la integramos de manera no intrusiva y relevante para el consumidor**



## 67%

Realiza alguna acción con la marca tras consumir Branded Content

## 76%

Asocia el Branded Content con campañas que buscan transmitir emociones y valores

## 70%

Participantes consideran que los eventos consiguen más impactos que antes, lo que incluye la fidelización tras una buena experiencia

02

# Contenidos

## Ofrecemos

- ✓ Estrategias **escalables y personalizadas**.
- ✓ **Adaptadas** a cada territorio y canal.
- ✓ **Sindicación** de proyectos.
- ✓ **Agencia creativa**.
- ✓ **Viralización de los contenidos** en RR.SS.
- ✓ **Eventos** para generar **engagement emocional**.
- ✓ **KPI's garantizados**.

## Publisuites

Contamos con la **plataforma líder** en el sector de **Marketing de Contenidos** para ayudar a las marcas a mejorar su posicionamiento y su reputación social.

### INFOGRAFÍAS ANIMADAS



### CONTENIDOS SEO



### GAMIFICACIONES



### VÍDEOS PERSONALIZADOS



03

# Eventos

## Profesionales

Mesas de expertos, observatorios, jornadas, desayunos, encuentros, foros, conferencias, congresos, eventos corporativos, etc.

## Institucionales

Premios, galas, aniversarios, presentaciones de soportes, etc.

## Lúdicos

Eventos lúdicos, masivos, deportivos, presentaciones de producto, desfiles de moda, etc.

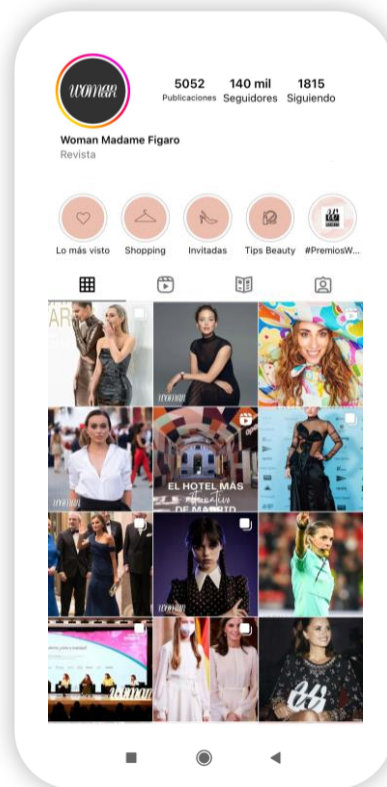
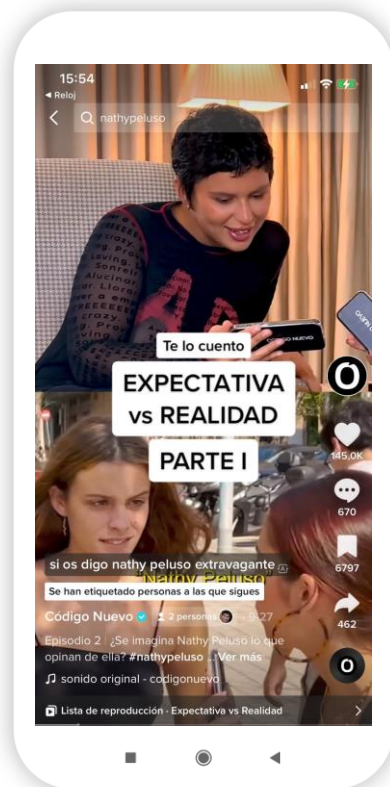
## AAEE

Eventos creativos, sorprendentes, acciones de street marketing, experiencias ad-hoc, soluciones publicitarias no convencionales, etc.



04

# Viralización



Nuestras RR.SS. permiten amplificar la visibilidad de la marca.

**76% usuarios** utiliza las RR.SS. para sus decisiones de compra e interacción con marcas.

Las RR.SS. **aumentan las interacciones** con los consumidores.

Desde Prensa Ibérica **creamos estrategias adaptadas a cada plataforma** para mejorar el posicionamiento de marca.

## 30,8 MM

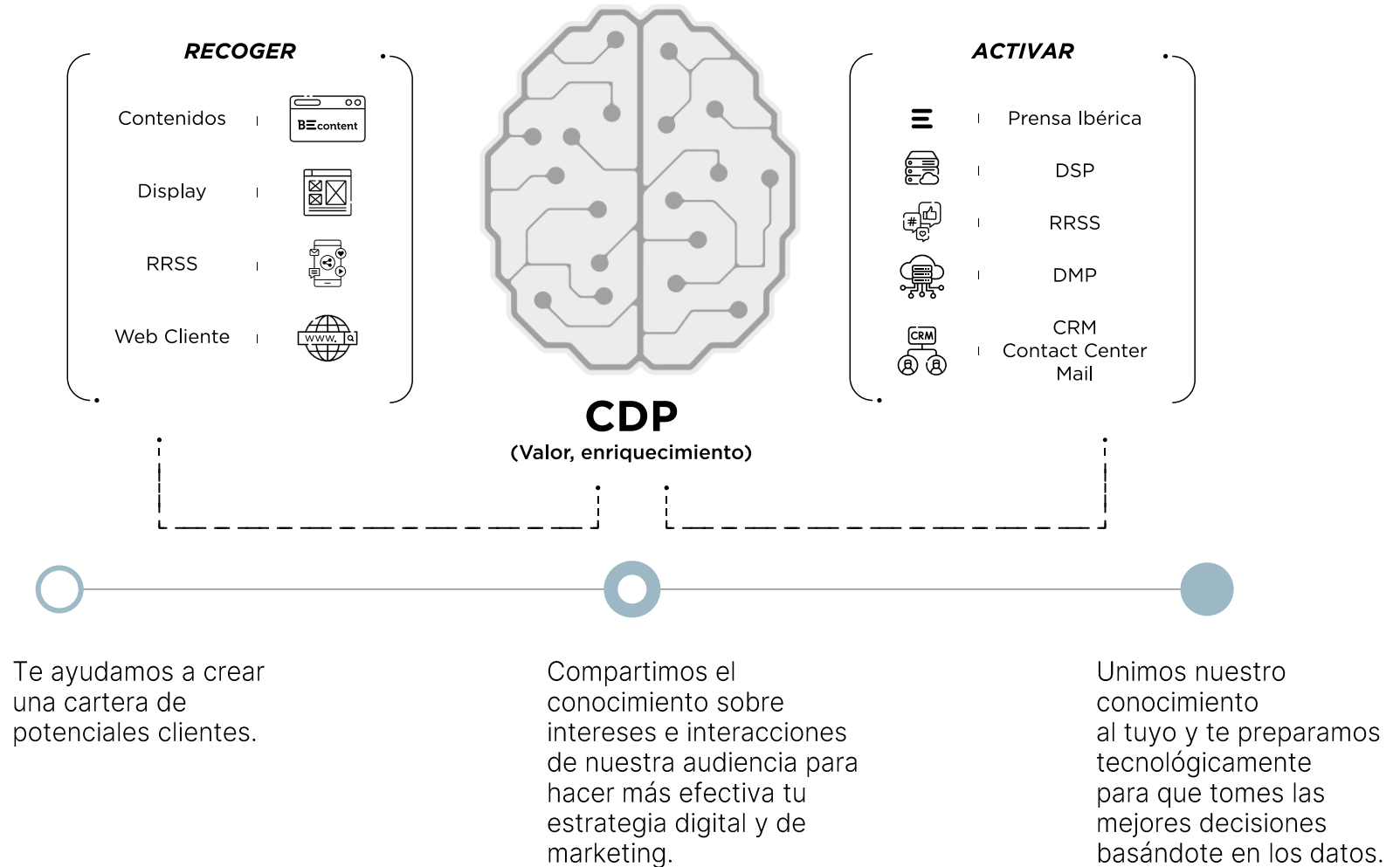
Total seguidores

 Ver mediakit RR.SS. Prensa Ibérica 2025

05.

# Data

Profundizamos en el conocimiento del consumidor para construir campañas optimizadas



“No esperes a que algo suceda, *haz que suceda*”

Collin Schabenbeck.

Prensa Ibérica,  
el valor de la *diferencia*.

Granvia de l'Hospitalet, 163-167 08908  
L'Hospitalet de Llobregat Barcelona  
Tel. (+34) 93 265 53 53

Pedro Muñoz Seca, 4 28001 Madrid  
Tel. (+34) 91 436 37 70

Email: [informacion@pi360.es](mailto:informacion@pi360.es)

