



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



[illegible]

- Pluralidad
- Cercanía
- Capilaridad
- Independencia
- Brand Safety


**PRENSA
IBÉRICA**

Prensa Ibérica

Un grupo imprescindible

22,4 MM

Usuarios únicos/mes
Sin duplicaciones

DIGITAL

484 MM

Páginas vistas/mes

55%

Penetración nacional

PAPEL

2,4 MM

Lectores prensa + revistas
Sin duplicaciones

Grupo Líder en Información

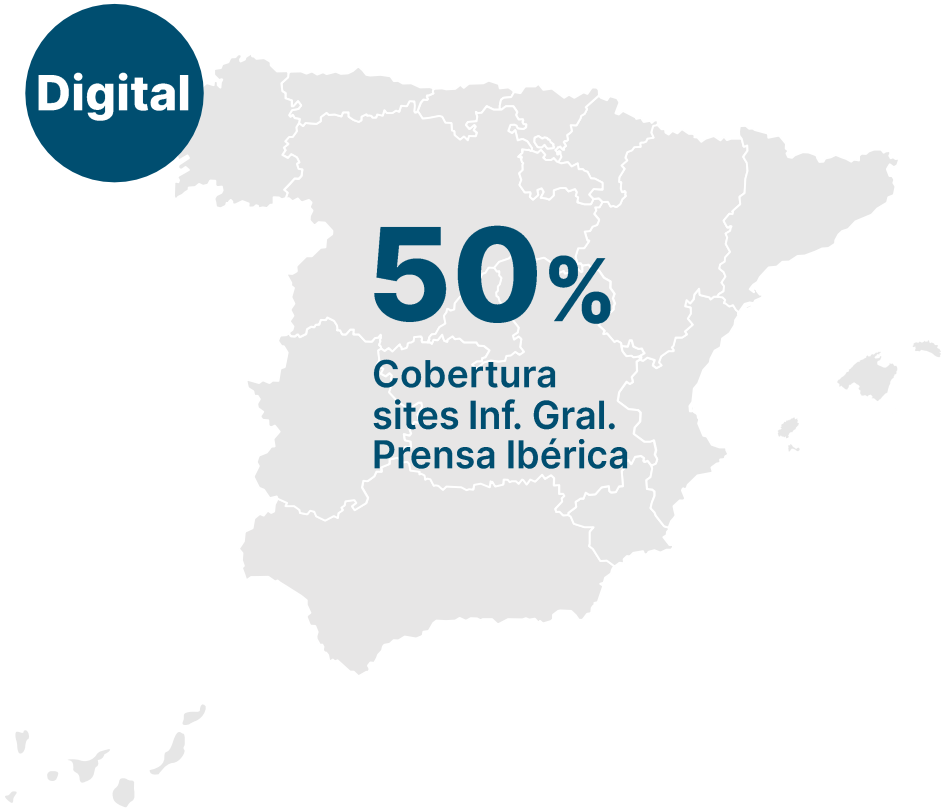
+36%

Audiencia vs. 2º grupo editorial

Una suma de voces a través de soportes líderes de audiencia



Fuente Elaboración propia sobre datos GfK DAM octubre 2025 (dato agregado neto Prensa Ibérica + Asociados) / EGM 2º acumulado 2025. Audiencia neta (sin duplicaciones).



20,6 MM

Usuarios
Únicos/mes

371 MM

Páginas
Vistas/mes

12,1 MM

Seguidores
en RR.SS.

Usuarios únicos (000)

	EL PAÍS	EL MUNDO	PRENSA IBÉRICA	Vs. El País	Vs. El Mundo
TOTAL	16.223	15.986	20.579	27%	29%
Catalunya	2.533	2.259	3.537	40%	57%
Andalucía	2.568	2.708	3.128	22%	16%
C. Valenciana	1.730	1.759	2.465	43%	40%
Madrid	2.831	2.743	2.347	-17%	-14%
Galicia	980	950	1.365	39%	44%
País Vasco	836	863	1.250	49%	45%
Canarias	755	737	1.132	50%	54%
Castilla y León	818	861	853	4%	-1%
Aragón	405	468	698	72%	49%
Asturias	432	383	657	52%	72%
Baleares	356	354	655	84%	85%
Murcia	422	445	643	52%	44%
Castilla-La Mancha	650	633	639	-2%	1%
Extremadura	319	307	450	41%	47%
Navarra	237	206	396	67%	92%
Cantabria	236	236	262	11%	11%
La Rioja	113	74	104	-8%	39%

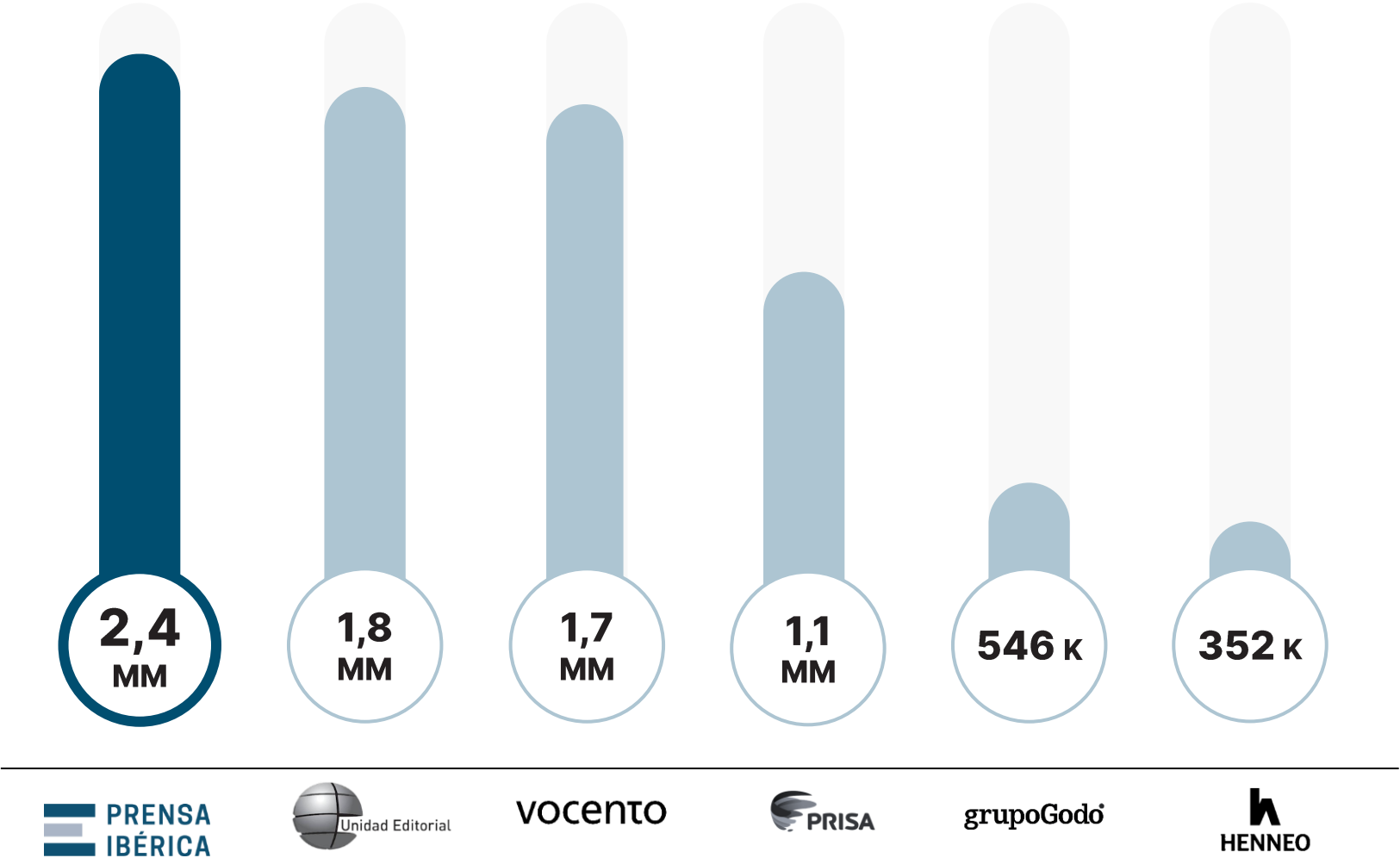
Fuente: Elaboración propia sobre datos GfK DAM octubre 2025 (dato agregado neto Prensa Ibérica + Asociados) / RR.SS. octubre 2025.
Prensa Ibérica: Audiencia Neta (sin duplicaciones).



Prensa Ibérica

La mayor cobertura entre los grupos editoriales

Audiencia Neta (sin duplicaciones).



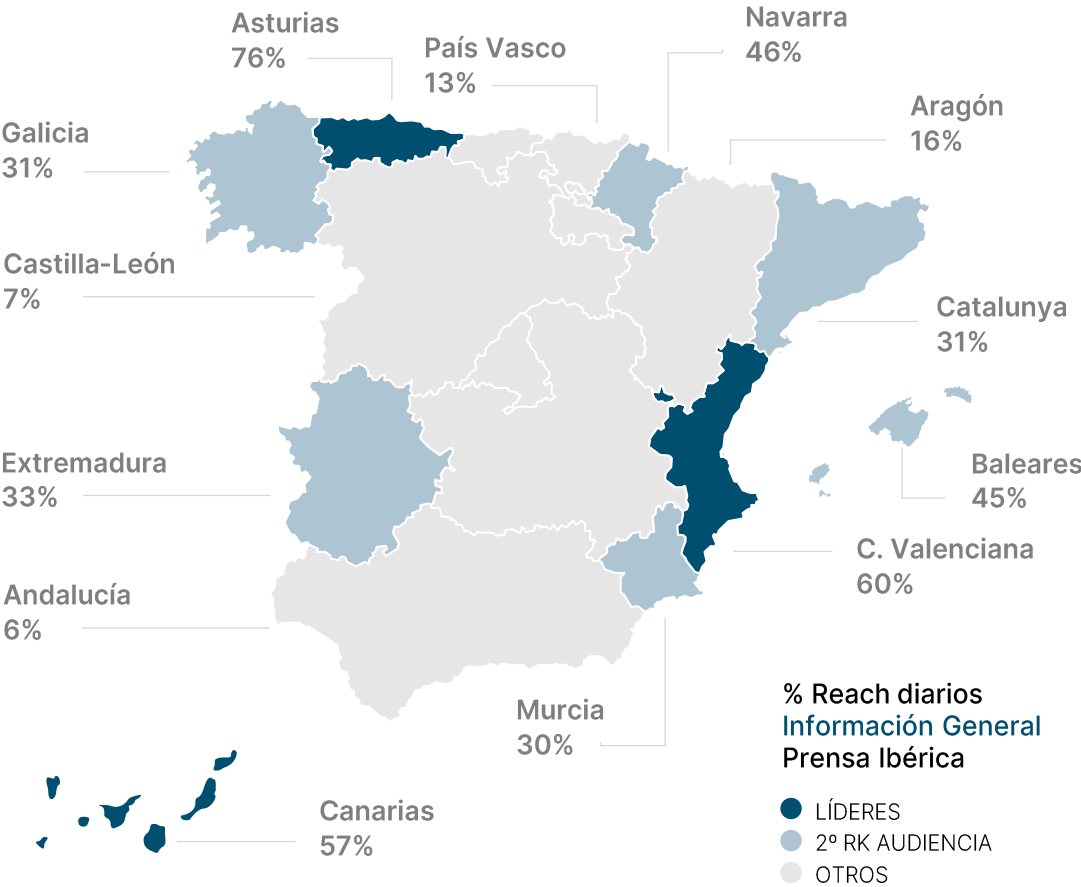
vocento



grupoGodó



Fuente: EGM 2º acumulado 2025.
Incluye Información General+ Deportivos + Revistas en todos los grupos editoriales (con Asociados).
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

Información General

30

cabeceras
5 diarios asociados

Una combinación
de soportes que
nos hacen únicos

DIGITAL

20,6 MM

Usuarios únicos/mes

+2% vs. mes anterior

371 MM

Páginas vistas/mes

+7% vs. mes anterior

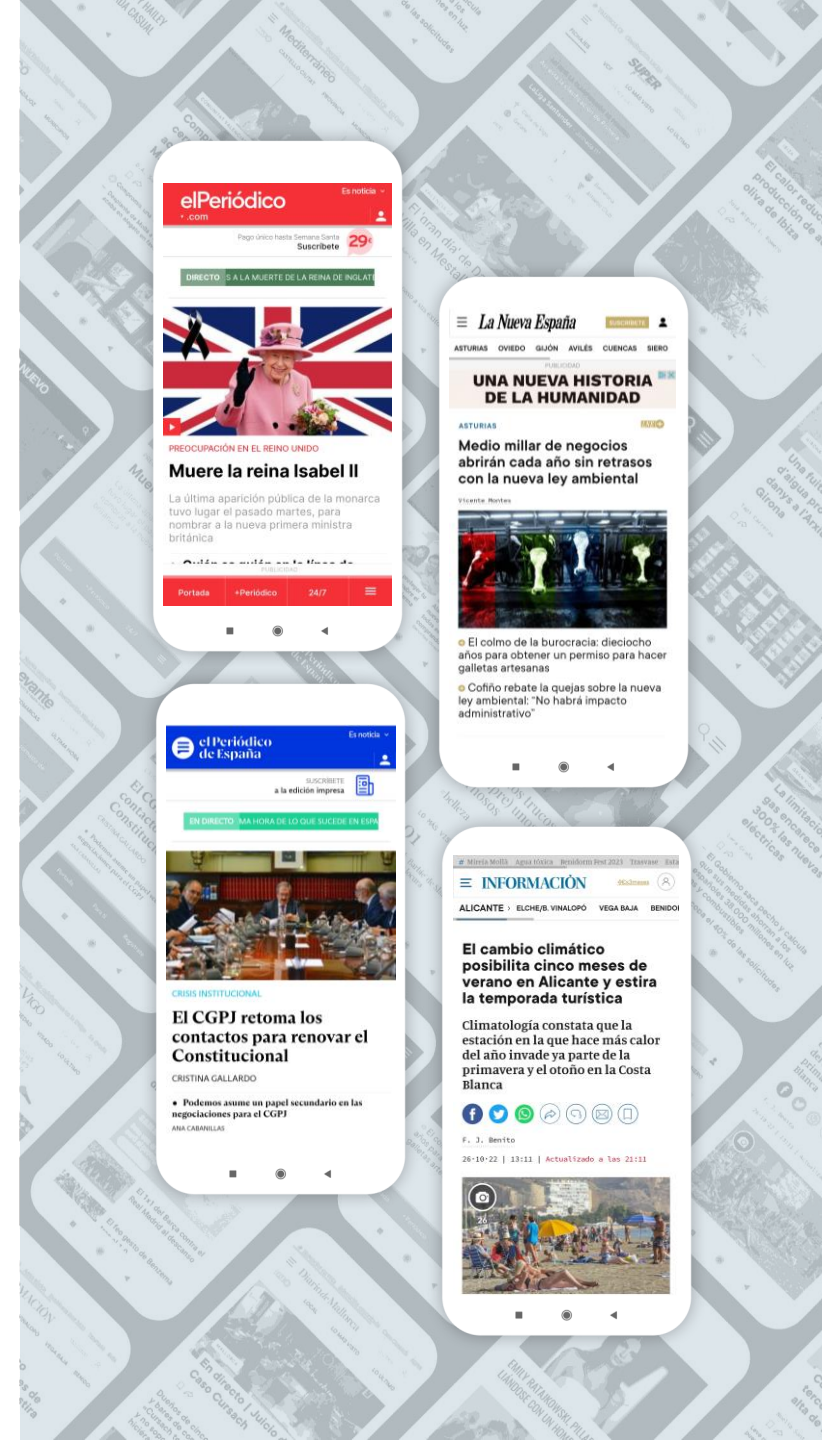
50% Penetración
nacional

PAPEL

1,2 MM

Lectores diarios Inf. Gral.

2º Grupo Editorial a nivel nacional



01 Canales

Deportivos

El deporte cerca de ti

2
cabeceras
de información deportiva*

Fuente: Elaboración propia sobre datos GfK DAM octubre 2025 (dato agregado neto de Sport.es y Superdeporte) / EGM 2º acumulado 2025. Audiencia neta (sin duplicaciones).
*Superdeporte (solo digital).

DIGITAL

5,7 MM

Usuarios únicos/mes

+2% vs. mes anterior

86 MM

Páginas vistas/mes

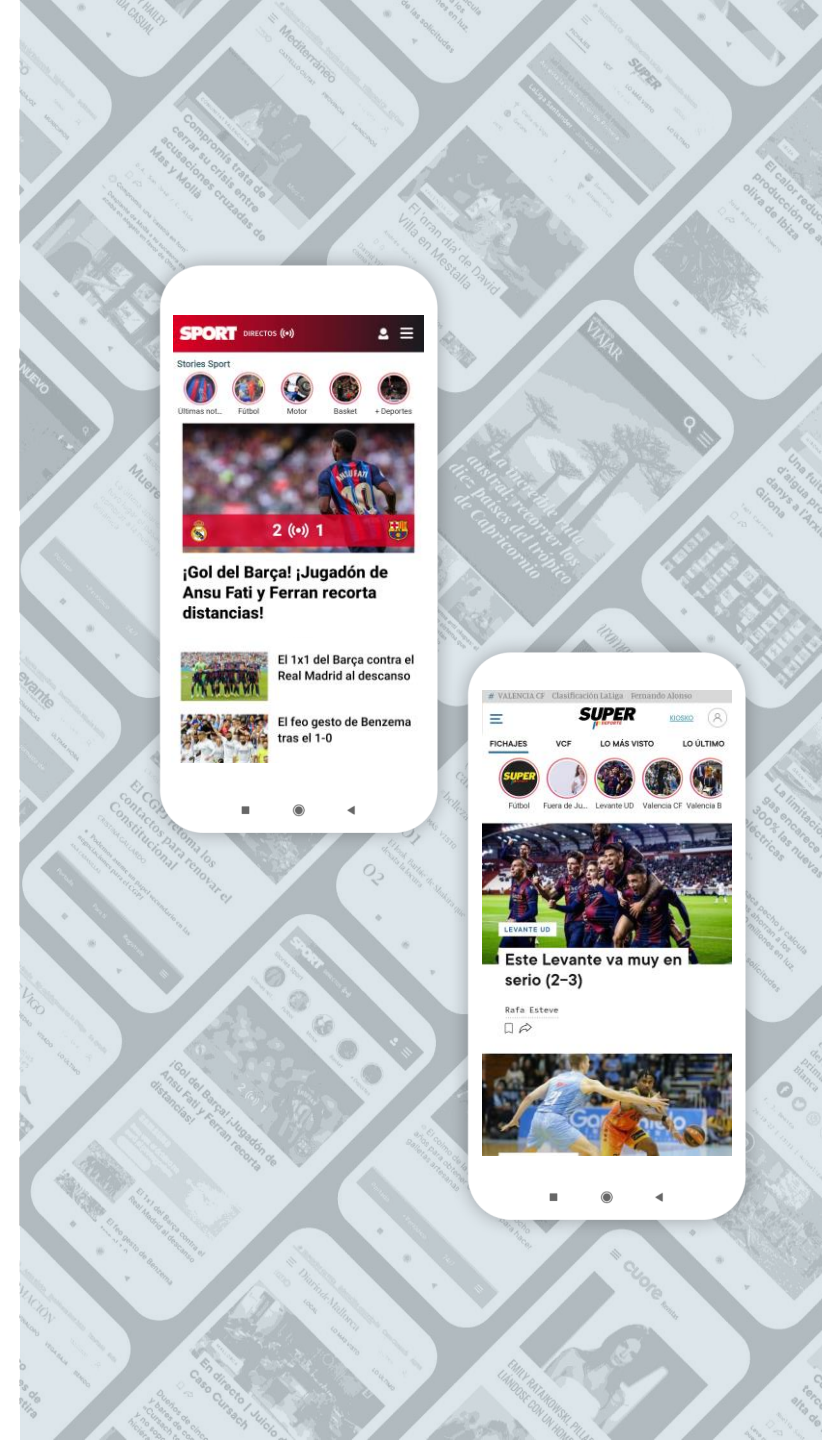
PAPEL

211 k

Lectores/diarios

+5% vs. ola anterior

42% Audiencia exclusiva
vs. otros deportivos
(Marca, As y Mundo Deportivo)



01 Canales

Revistas

Segmentación,
prescripción y afinidad
para las marcas

4

Revistas*

DIGITAL

5,5 MM

Usuarios únicos/mes

+3% vs. mes anterior

22 MM

Páginas vistas/mes

+34% vs. mes anterior

PAPEL

1,2 MM

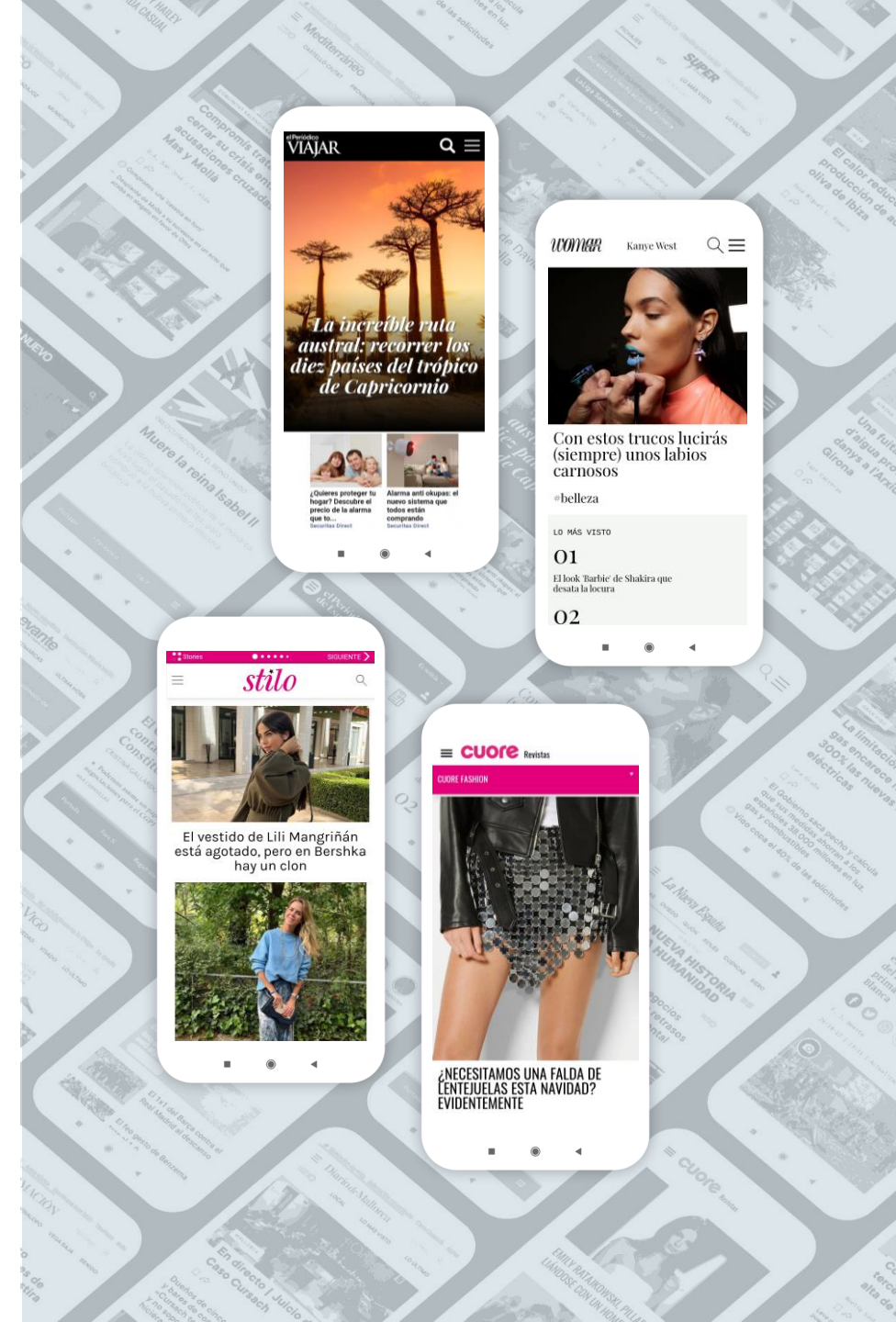
Lectores mensuales

+15% vs. año anterior

Fuente: Elaboración propia sobre datos GfK DAM octubre 2025 (dato agregado neto de Cuore, Stilo, Viajar y Woman) / EGM 2º acumulado 2025.

Audiencia neta (sin duplicaciones).

*Woman y Viajar (papel + digital), Cuore y Stilo (solo digital).



Revista

woman

madame
FIGARO



DIGITAL

1,6 MM

Usuarios únicos/mes

9,3 MM

Páginas vistas/mes

+70% vs. mes anterior

1,5 MM

Seguidores RR.SS.

PAPEL

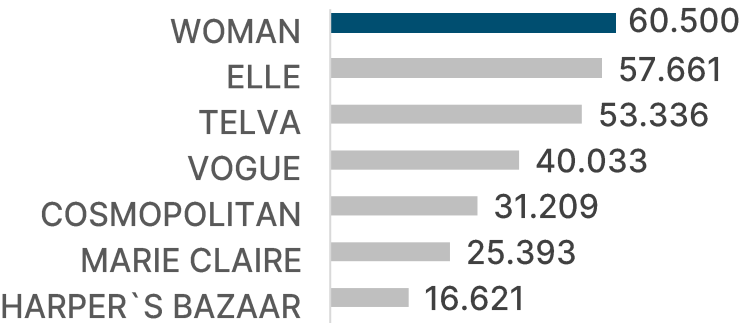
592 K

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.

3,9 MM

Usuarios únicos/mes

+7% vs. mes anterior

10,7 MM

Páginas vistas/mes

+14% vs. mes anterior

2,6 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

738 k

Usuarios únicos/mes

+26% vs. mes anterior

1,9 MM

Páginas vistas/mes

+27% vs. mes anterior

1,4 MM

Seguidores RR.SS.

Revista
stilo.es



DIGITAL

76 k

Usuarios únicos/mes

+51% vs. mes anterior

246 k

Páginas vistas/mes

+4% vs. mes anterior

620 k

Seguidores RR.SS.

01 Canales

Temáticos

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

etc...

8,3 MM

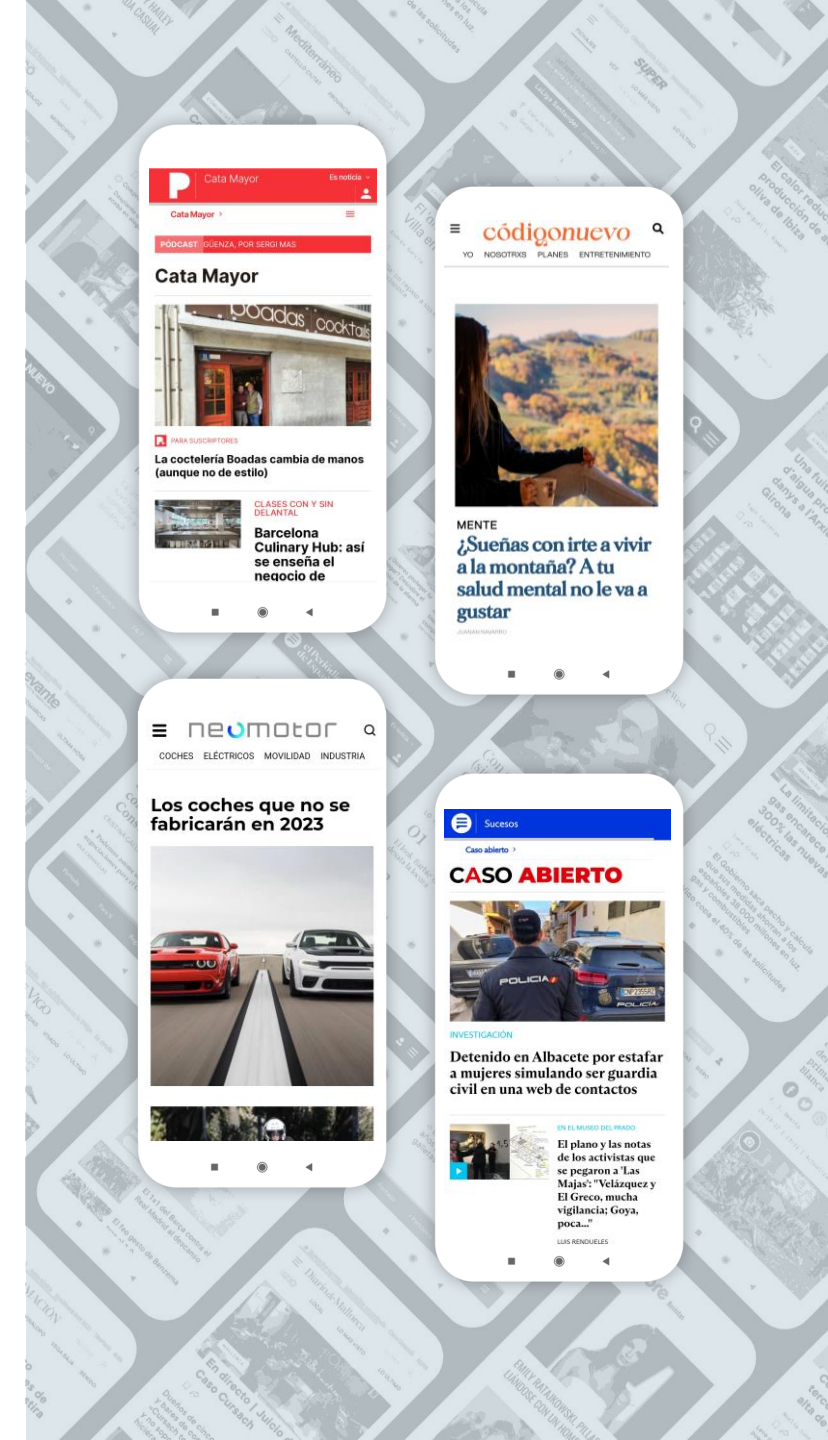
Navegadores únicos/mes

13,1 MM

Páginas vistas/mes

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.

55%

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.

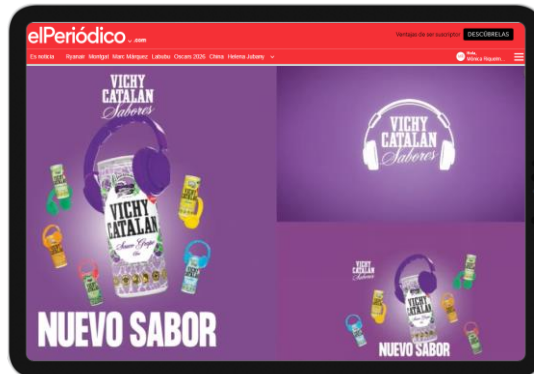
01

Innovación

En la publicidad
y en los contenidos.



VER
**FORMATOS
DIGITALES**
disruptivos
DREAM



VER
Formato **DREAM**
TRIPLE SLIDER



VER
Be Content

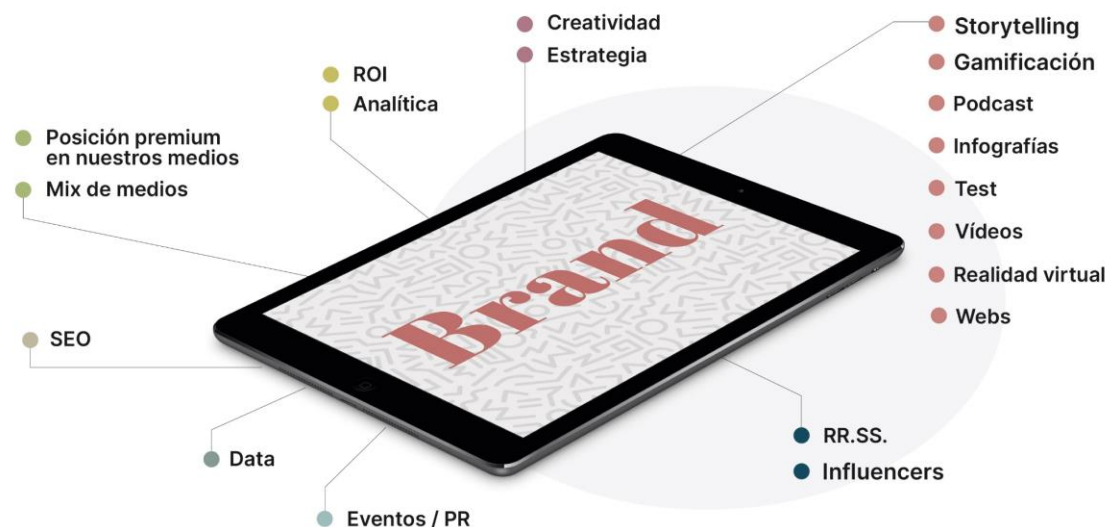


VER
Be Content



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.

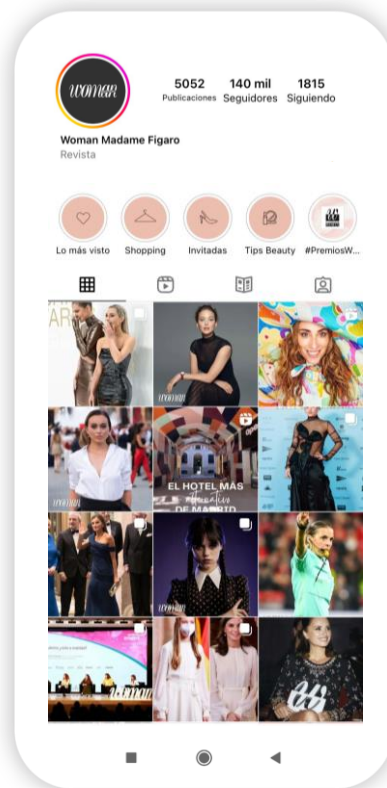
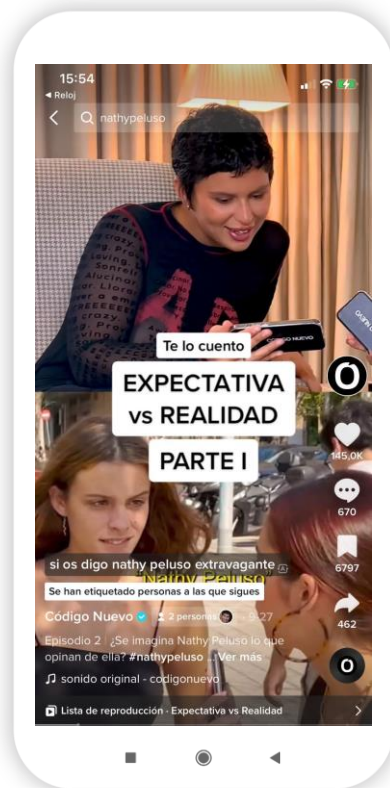
AAEE

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.

32,8 MM

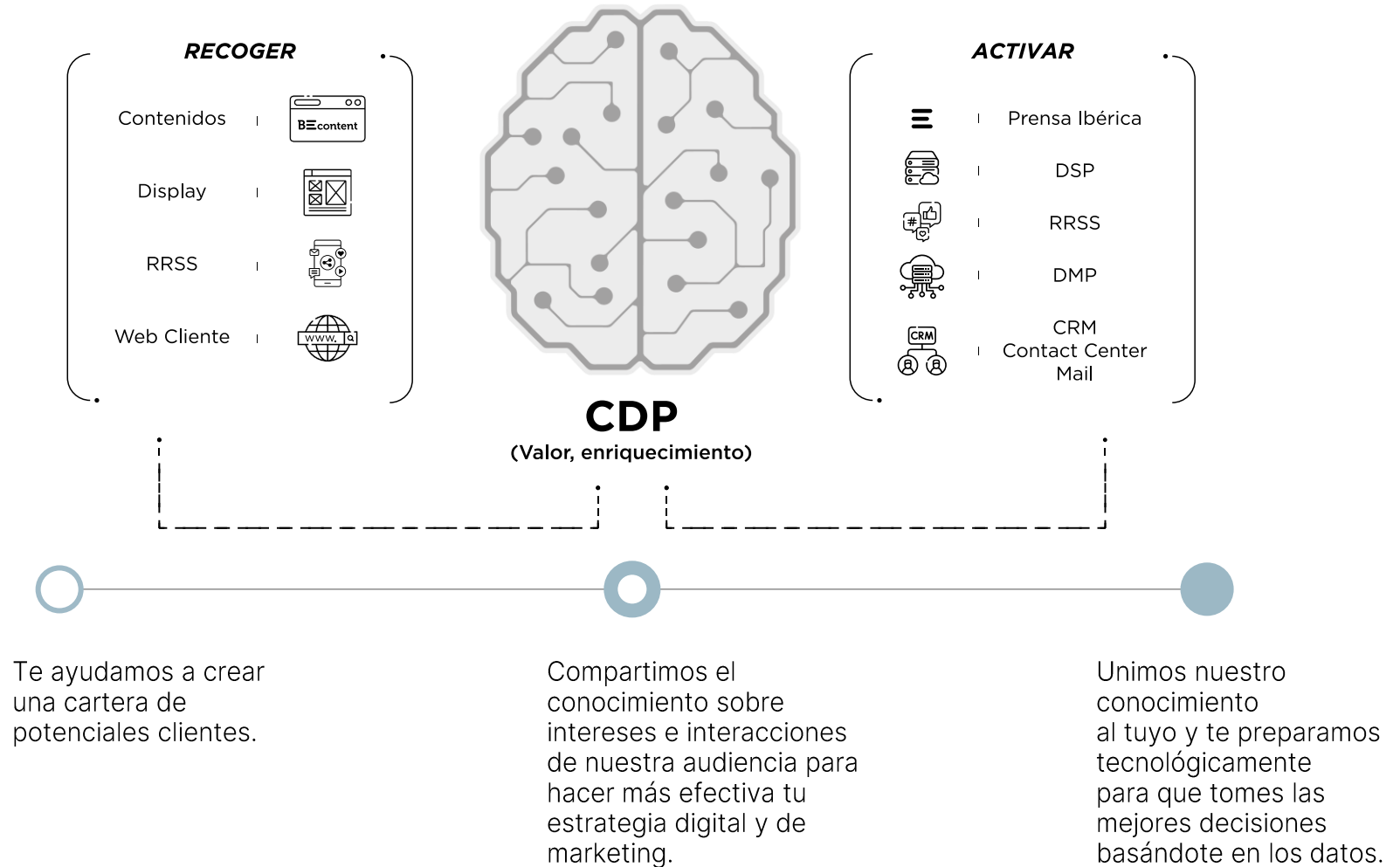
Total seguidores

 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

