



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*





- Pluralidad
- Cercanía
- Capilaridad
- Independencia
- Brand Safety

Al servicio  
de las marcas  
y de los consumidores

## Líderes de opinión

La redacción  
más grande de España

Prensa Ibérica

# Un grupo imprescindible

22,6 MM

Usuarios únicos/mes  
Sin duplicaciones

DIGITAL

431 MM

Páginas vistas/mes

55%

Penetración nacional

PAPEL

2,3 MM

Lectores prensa + revistas  
Sin duplicaciones

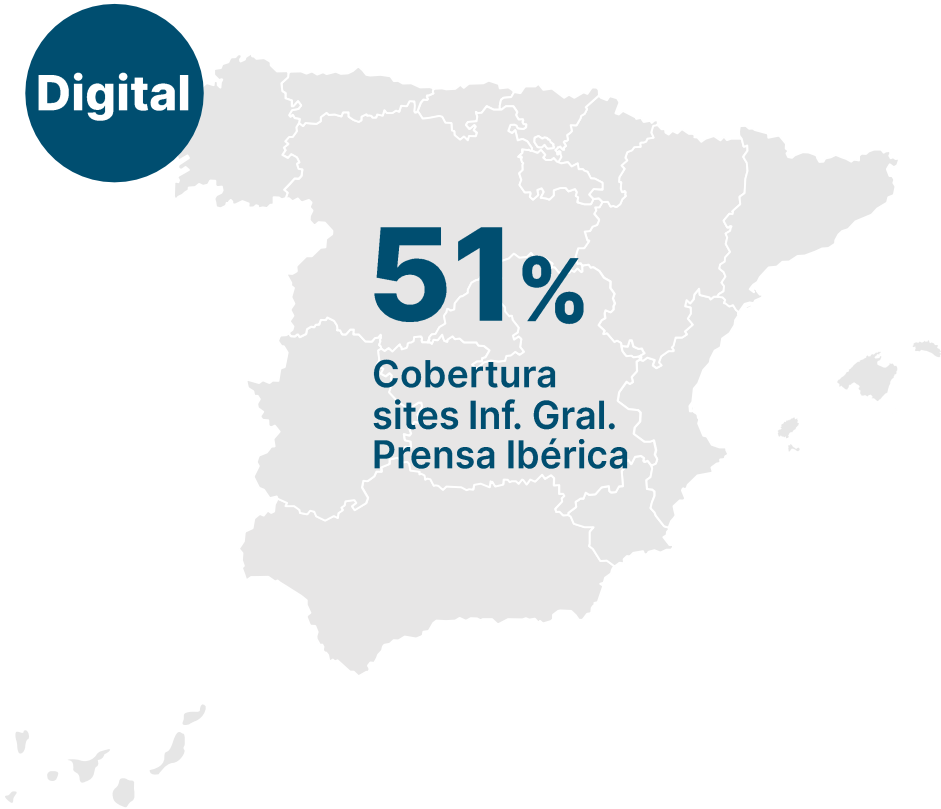
Grupo Líder en Información

+34%

Audiencia vs. 2º grupo editorial

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





20,9 MM

Usuarios  
Únicos/mes


330 MM

Páginas  
Vistas/mes

12,1 MM

Seguidores  
en RR.SS.

Usuarios únicos (000)

|                    | EL PAÍS | EL MUNDO |  PRENSA<br>IBÉRICA | Vs. El País | Vs. El Mundo |
|--------------------|---------|----------|---|-------------|--------------|
| TOTAL              | 15.080  | 14.996   | 20.854  | 38%         | 39%          |
| Catalunya          | 2.252   | 2.169    | 3.464   | 54%         | 60%          |
| Andalucía          | 2.540   | 2.562    | 3.258   | 28%         | 27%          |
| C. Valenciana      | 1.620   | 1.527    | 2.463   | 52%         | 61%          |
| Madrid             | 2.508   | 2.613    | 2.442   | -3%         | -7%          |
| Galicia            | 856     | 842      | 1.330   | 55%         | 58%          |
| País Vasco         | 822     | 831      | 1.267   | 54%         | 53%          |
| Canarias           | 664     | 658      | 1.198   | 80%         | 82%          |
| Castilla y León    | 789     | 831      | 894   | 13%         | 8%           |
| Aragón             | 412     | 417      | 689   | 67%         | 65%          |
| Murcia             | 422     | 445      | 666   | 58%         | 50%          |
| Baleares           | 388     | 327      | 660   | 95%         | 102%         |
| Castilla-La Mancha | 640     | 651      | 653   | 2%          | 0%           |
| Asturias           | 361     | 338      | 622   | 72%         | 84%          |
| Extremadura        | 295     | 279      | 493   | 67%         | 77%          |
| Navarra            | 193     | 206      | 369   | 90%         | 79%          |
| Cantabria          | 253     | 212      | 273   | 8%          | 29%          |
| La Rioja           | 113     | 88       | 114   | 0%          | 28%          |

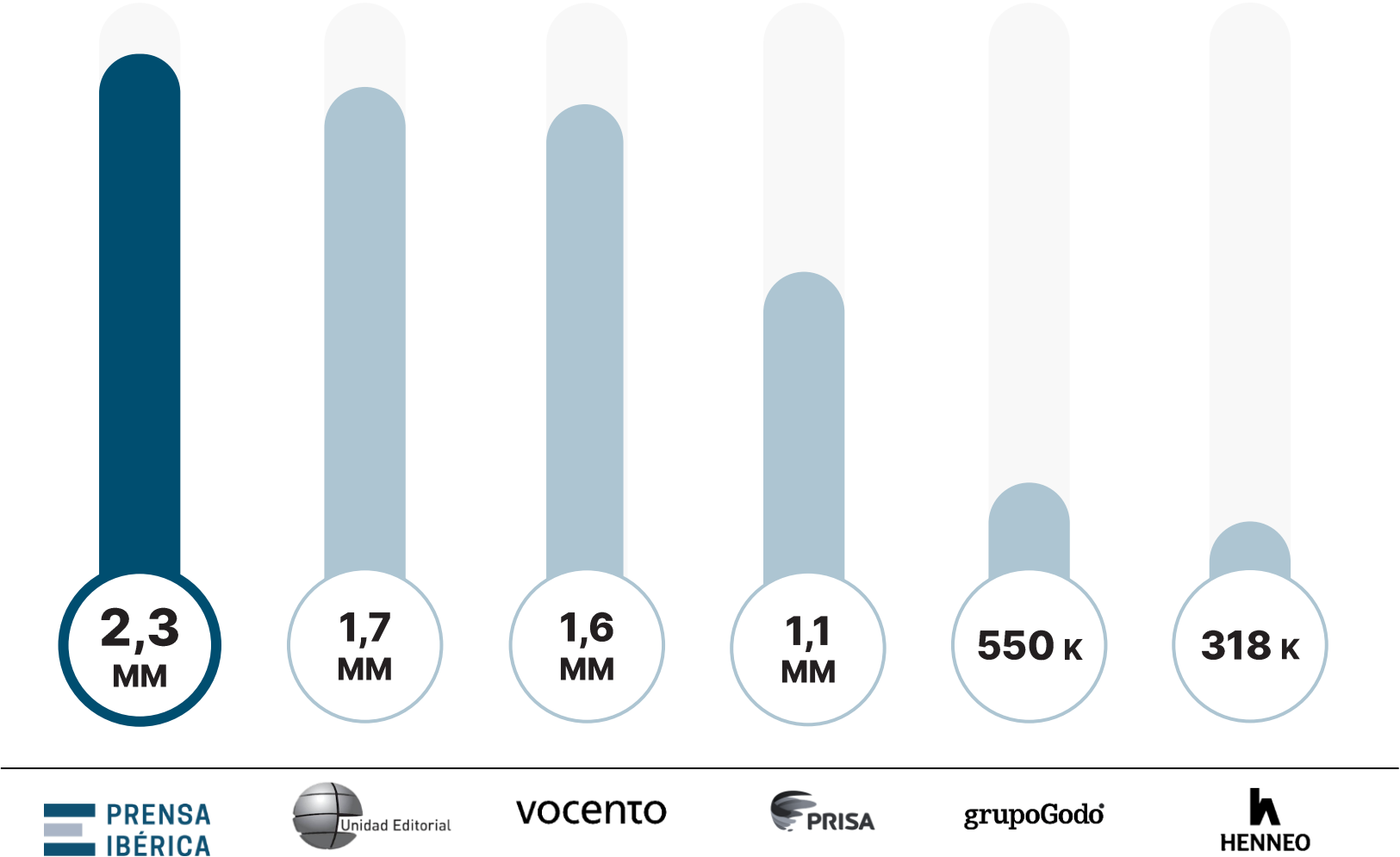
Fuente: Elaboración propia sobre datos GfK DAM noviembre 2025 (dato agregado neto Prensa Ibérica + Asociados) / RR.SS. octubre 2025.  
Prensa Ibérica: Audiencia Neta (sin duplicaciones).



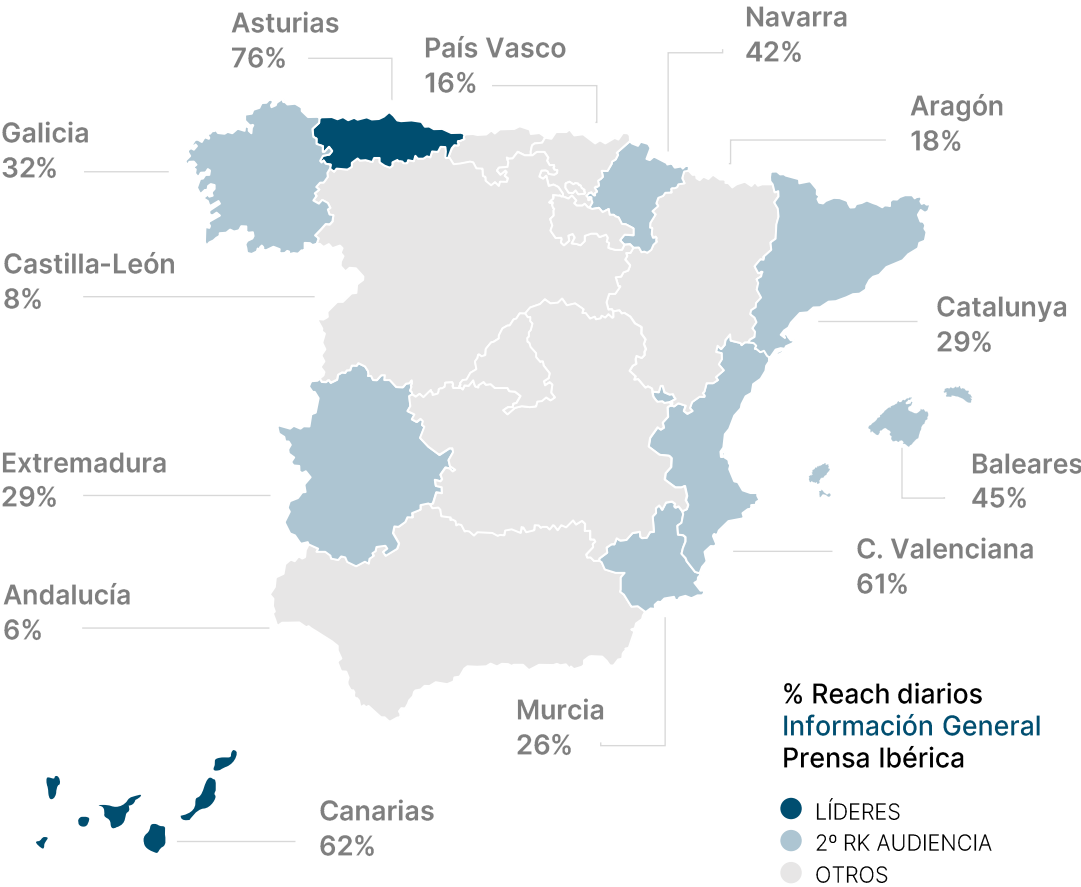
# Prensa Ibérica

La mayor cobertura entre los grupos editoriales

Audiencia Neta (sin duplicaciones).



Fuente: EGM 3er 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           | 845     | 487      | 1.200          | 42%         | 147%         |
| Catalunya       | 87      | 32       | 202            | 132%        | 539%         |
| Asturias        | 20      | 10       | 181            | 802%        | 1.679%       |
| C. Valenciana   | 80      | 42       | 178            | 121%        | 321%         |
| Galicia         | 55      | 21       | 176            | 217%        | 751%         |
| Canarias        | 27      | 15       | 104            | 278%        | 582%         |
| Baleares        | 19      | 13       | 88             | 370%        | 566%         |
| Navarra         | 12      | 7        | 78             | 545%        | 1063%        |
| País Vasco      | 39      | 10       | 63             | 60%         | 529%         |
| Andalucía       | 100     | 72       | 31             | -69%        | -57%         |
| Aragón          | 32      | 15       | 29             | -7%         | 100%         |
| Castilla y León | 59      | 54       | 24             | -59%        | -55%         |
| Murcia          | 18      | 9        | 22             | 25%         | 134%         |
| Extremadura     | 12      | 10       | 19             | 65%         | 82%          |

Fuente: EGM 3er 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

# 20,9 MM

Usuarios únicos/mes

# 333 MM

Páginas vistas/mes

# 51%

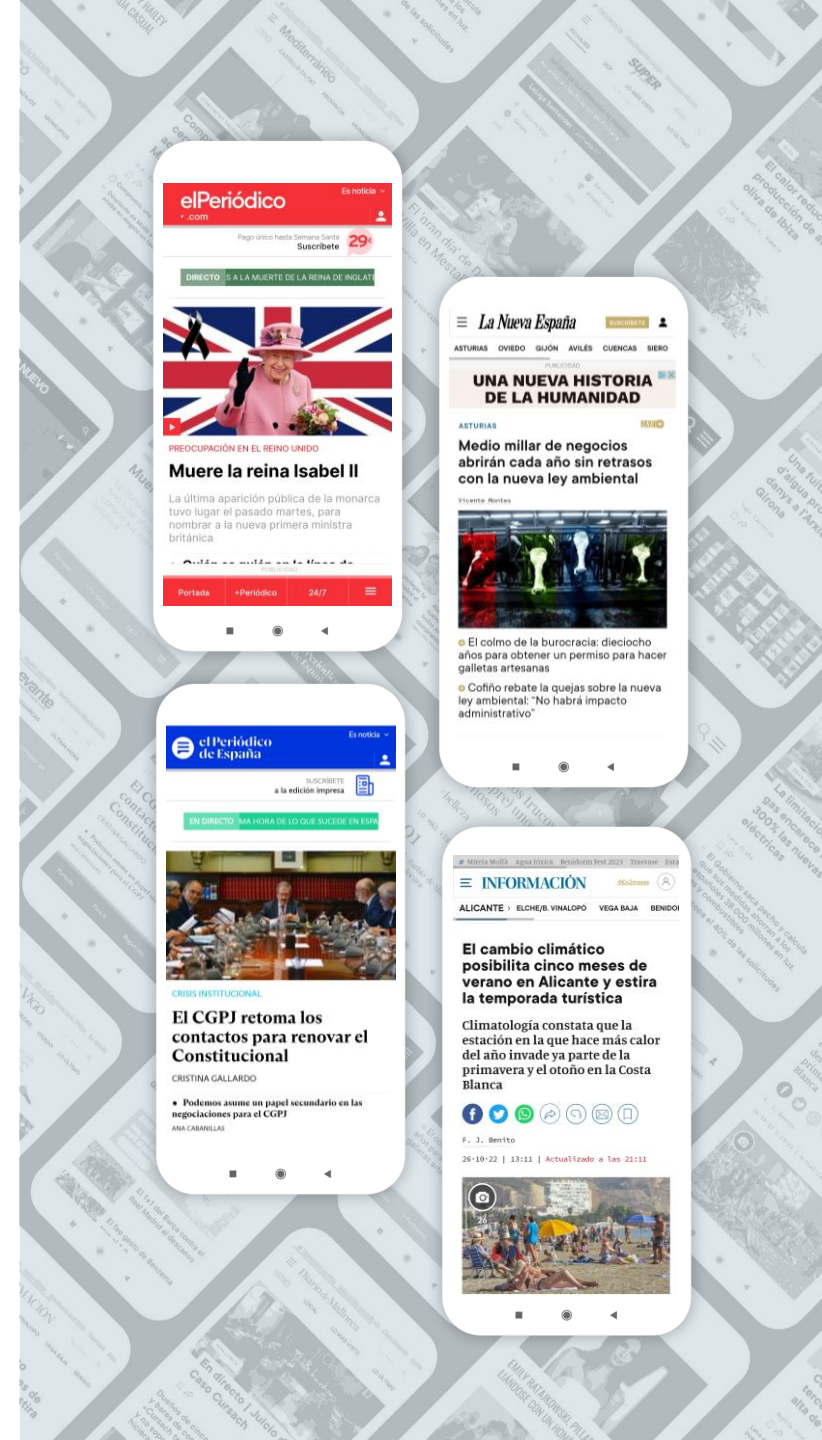
Penetración  
nacional

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 noviembre 2025 (dato agregado neto de Sport.es y Superdeporte) / EGM 3er acumulado 2025. Audiencia neta (sin duplicaciones).  
\*Superdeporte (solo digital).

DIGITAL

5,6 MM

Usuarios únicos/mes

80 MM

Páginas vistas/mes

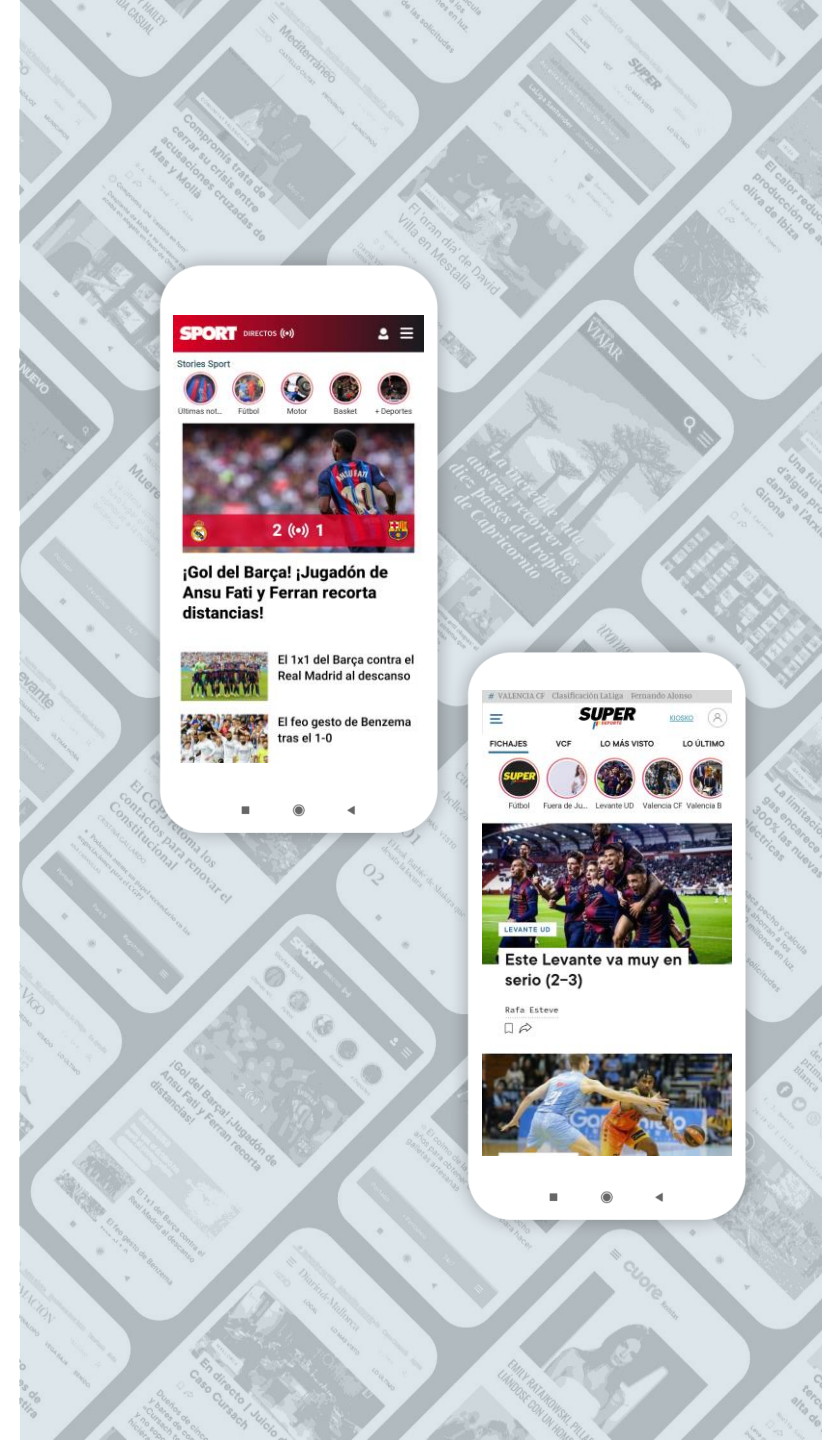
PAPEL

204 k

Lectores/diarios

+5% vs. año anterior

46% Audiencia exclusiva  
vs. otros deportivos  
(Marca, As y Mundo Deportivo)





# 01 Canales

# Revistas

Segmentación,  
prescripción y afinidad  
para las marcas

# 4

Revistas\*

DIGITAL

# 5,4 MM

Usuarios únicos/mes

# 17 MM

Páginas vistas/mes

PAPEL

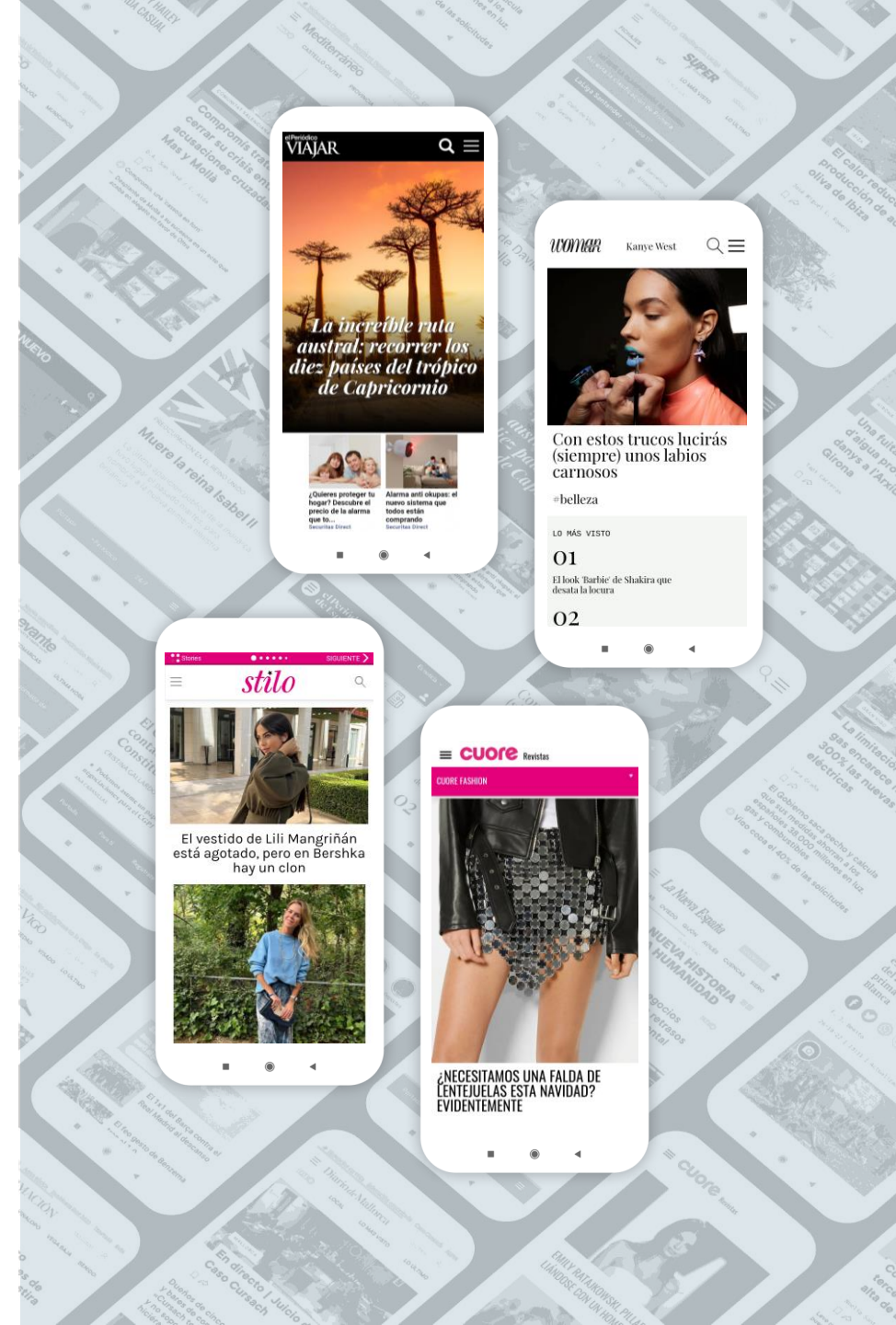
# 1,0 MM

Lectores mensuales

Fuente: Elaboración propia sobre datos GfK DAM noviembre 2025 (dato agregado neto de Cuore, Stilo, Viajar y Woman) / EGM 3er acumulado 2025.

Audiencia neta (sin duplicaciones).

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



# Revista *woman* madame FIGARO



## DIGITAL

# 1,9 MM

Usuarios únicos/mes

**+18%** vs. mes anterior

# 6,5 MM

Páginas vistas/mes

# 1,5 MM

Seguidores RR.SS.

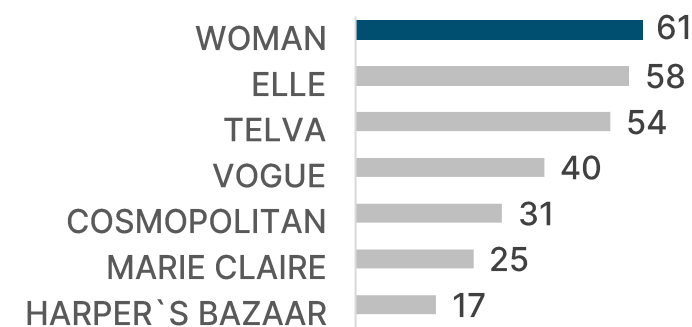
## PAPEL

# 543 K

Lectores mensuales

## LÍDER ENTRE LAS REVISTAS FEMENINAS MENSUALES DE ALTA GAMA

RANKING DIFUSIÓN (000)





# Revista VIAJAR



## Líder Digital

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

**3,5 MM**

Usuarios únicos/mes

**9,0 MM**

Páginas vistas/mes

**2,6 MM**

Seguidores RR.SS.

## PAPEL

**495 k**

Lectores mensuales

LECTORES EXCLUSIVOS  
VS. OTRAS REVISTAS  
DEL SECTOR\*

**55 %**

Revista  
**cuore**.es



DIGITAL

**692 k**

Usuarios únicos/mes

**1,6 MM**

Páginas vistas/mes

**1,4 MM**

Seguidores RR.SS.

Revista  
**stilo**.es



DIGITAL

**50 k**

Usuarios únicos/mes

**198 k**

Páginas vistas/mes

**620 k**

Seguidores RR.SS.

## 01 Canales

# Temáticos

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

|                    |                       |
|--------------------|-----------------------|
| <b>códigonuevo</b> | <b>AREAJUGONES</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...

# 6,0 MM

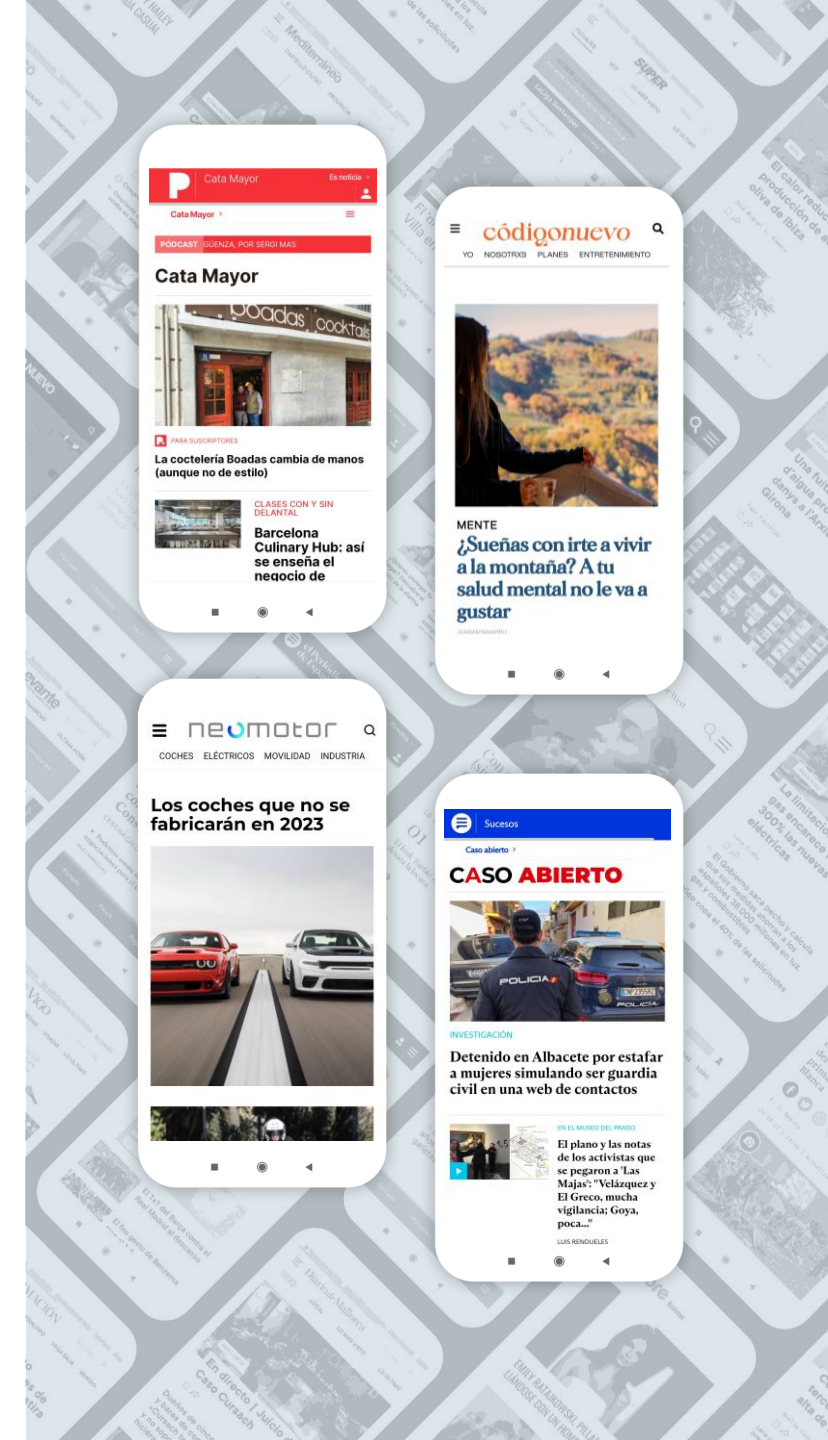
Navegadores únicos/mes

# 10 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.

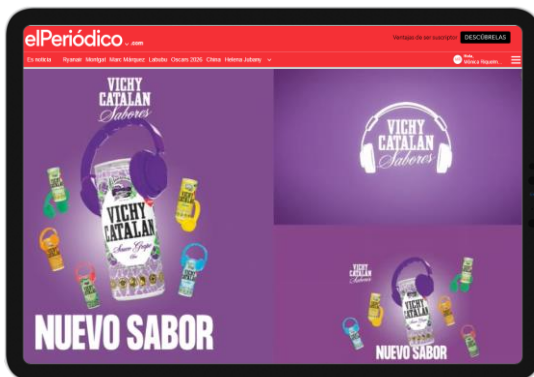
01

# Innovación

En la publicidad  
y en los contenidos.



VER  
**FORMATOS  
DIGITALES**  
disruptivos  
**DREAM**



VER  
Formato **DREAM**  
**TRIPLE SLIDER**



VER  
Be Content

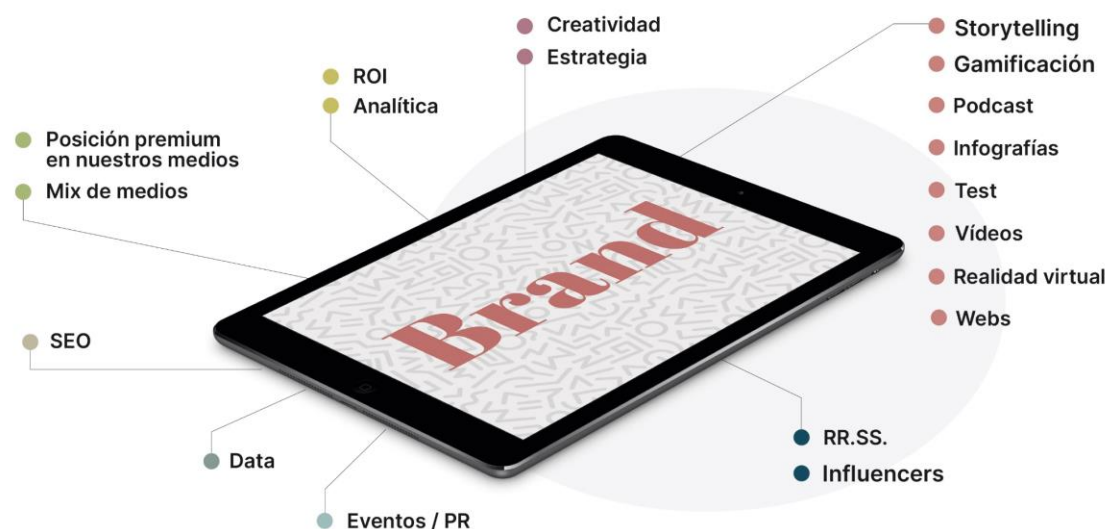


VER  
Be Content



# 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



### GAMIFICACIONES



### VÍDEOS PERSONALIZADOS



### CONTENIDOS SEO





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

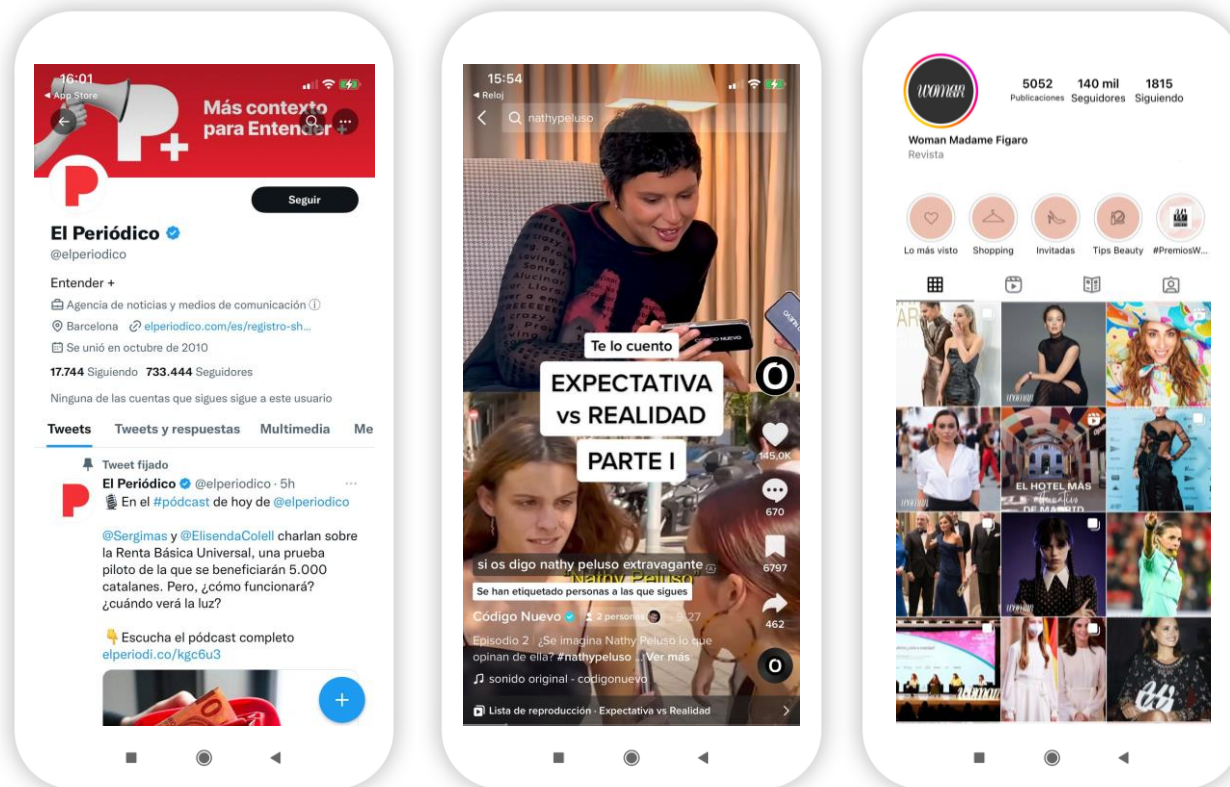
Eventos creativos, sorprendentes, acciones de street marketing, experiencias ad-hoc, soluciones publicitarias no convencionales, etc.





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

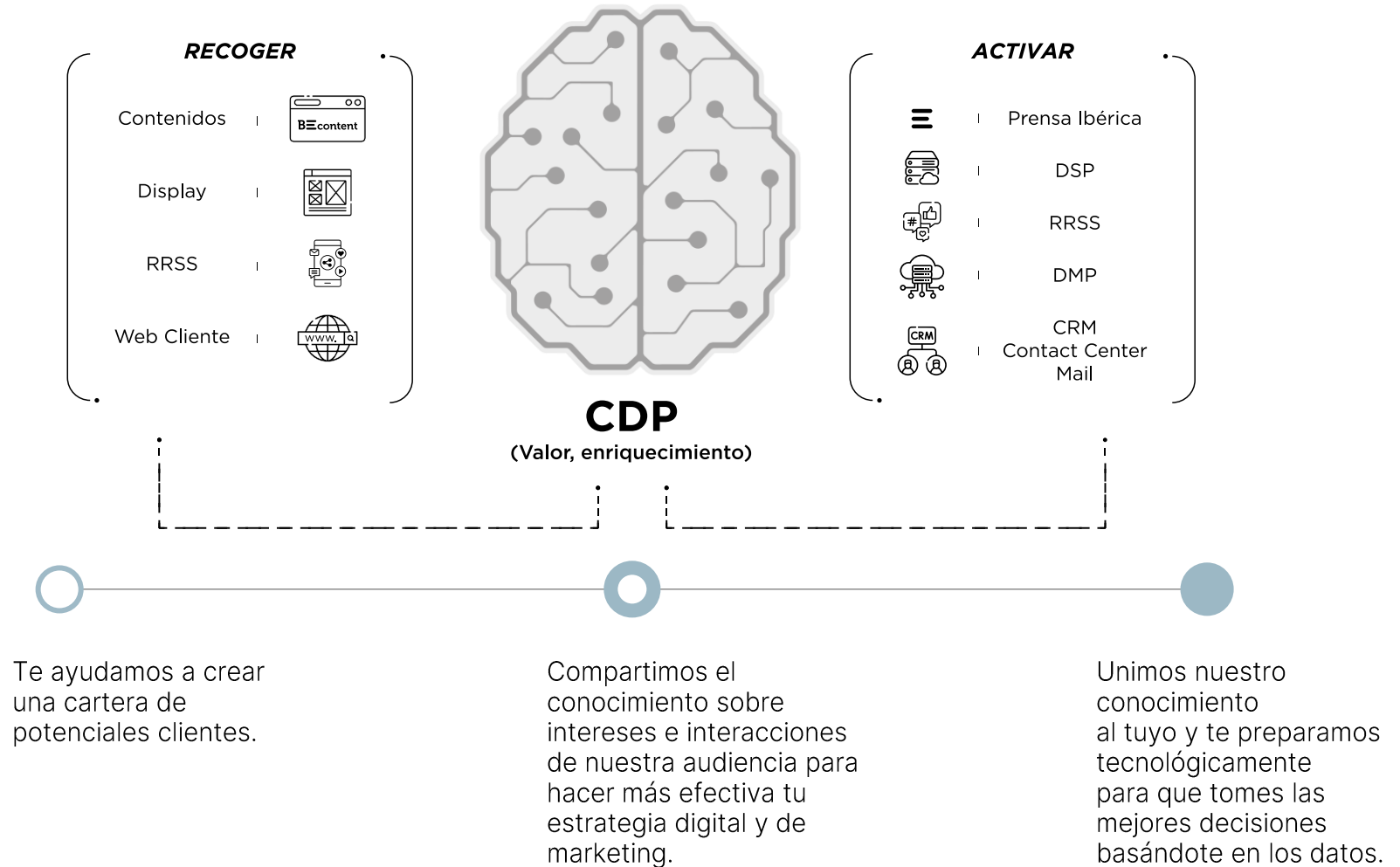
Total seguidores

 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](mailto:informacion@pi360.es)

