

A field of numerous blue, glossy spheres, possibly marbles or beads, arranged in a grid-like pattern. One sphere in the center is in sharp focus, while the others are blurred, creating a sense of depth. The lighting is soft, highlighting the reflective surfaces of the spheres.

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.

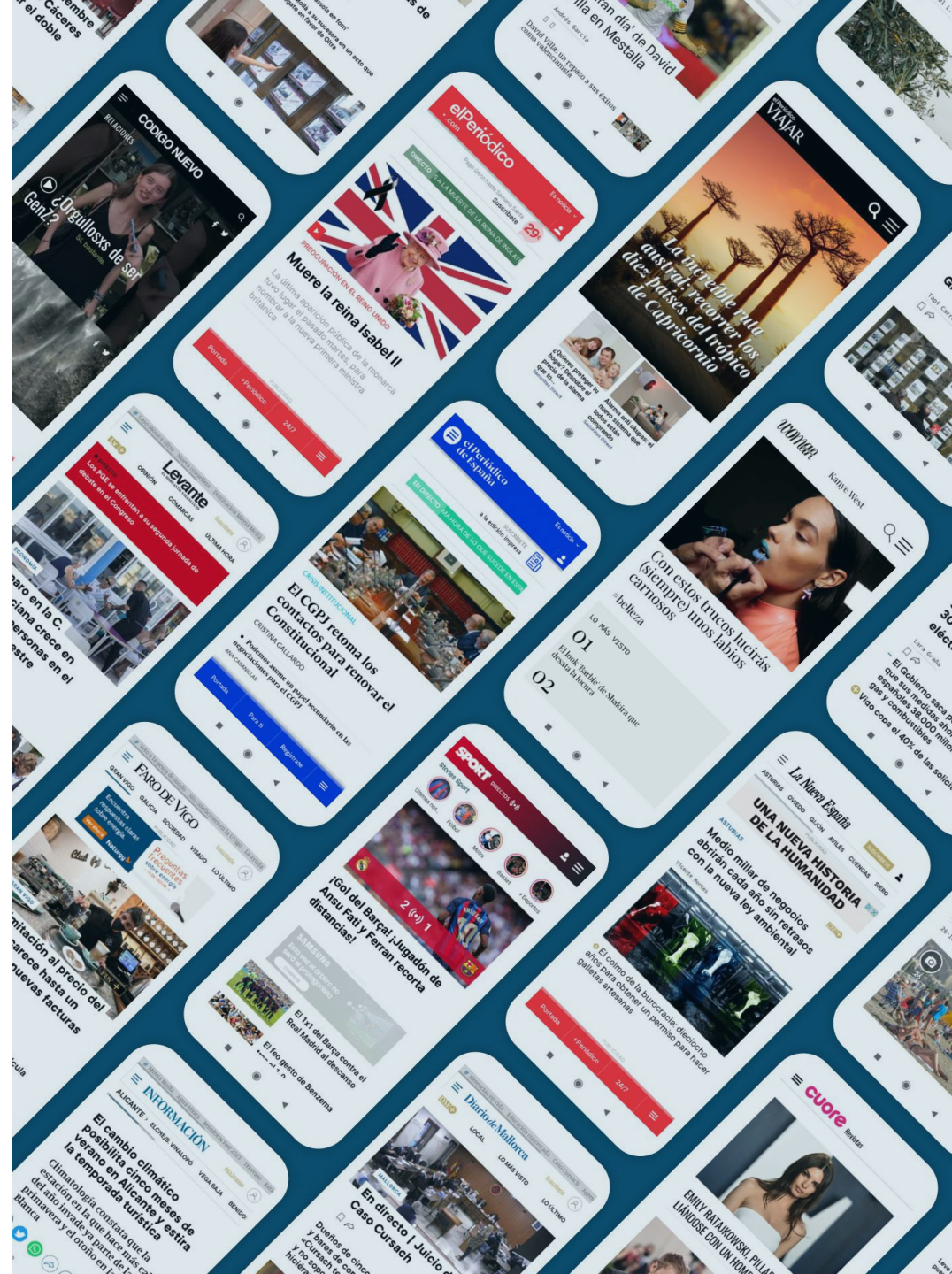
La pluralidad de nuestra voces *nos hace diferentes*

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

23,7 MM

Usuarios únicos/mes
Sin duplicaciones

DIGITAL

526 MM

Páginas vistas/mes

58%

Penetración nacional

PAPEL

2,2 MM

Lectores prensa + revistas
Sin duplicaciones

Grupo Líder en Información

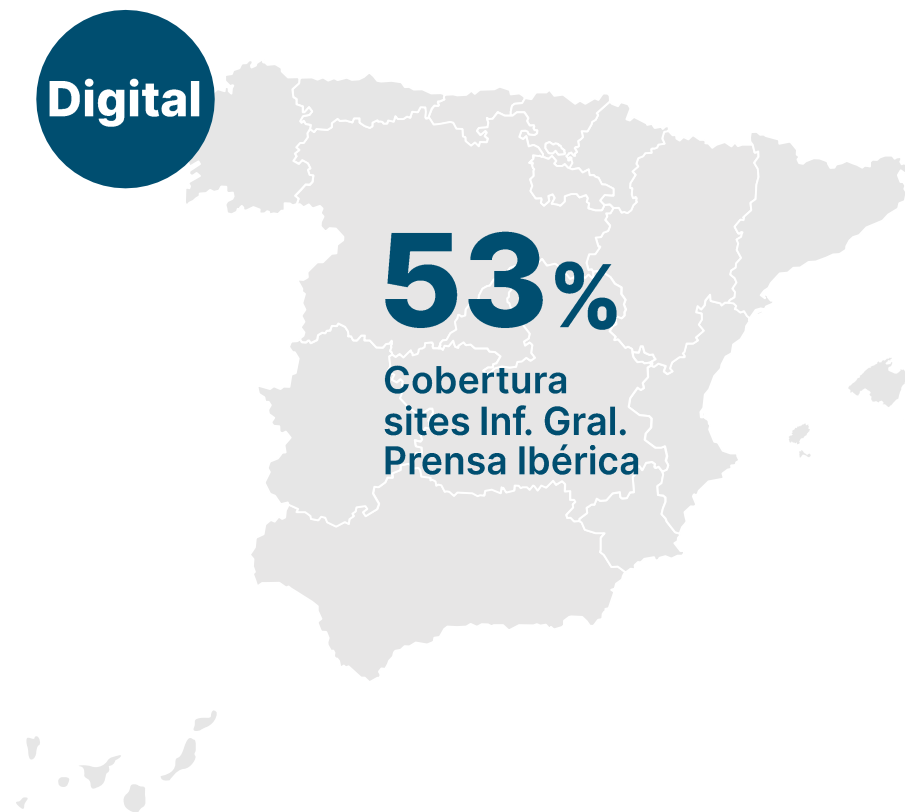
+33%

Audiencia vs. 2º grupo editorial

Una suma de voces a través de soportes líderes de audiencia



Fuente Elaboración propia sobre datos GfK DAM marzo 2026 (dato agregado neto Prensa Ibérica + Asociados) / EGM 1er acumulado 2026. Audiencia neta (sin duplicaciones).



21,7 MM
Usuarios
Únicos/mes

393 MM
Páginas
Vistas/mes

13,2 MM
Seguidores
en RR.SS.

Usuarios únicos (000)

	EL PAÍS	EL MUNDO	PRENSA IBÉRICA	Vs EL PAÍS	Vs EL MUNDO
TOTAL	15.355	15.975	21.745	42%	36%
Cataluña	2.319	2.269	3.674	58%	62%
Andalucía	2.432	2.734	3.428	41%	25%
Madrid	2.530	2.596	2.615	5%	1%
C. Valenciana	1.601	1.522	2.471	54%	62%
Galicia	841	905	1.321	57%	46%
País Vasco	865	828	1.286	49%	55%
Canarias	738	821	1.260	71%	53%
Castilla y León	853	966	991	16%	3%
Aragón	443	539	769	73%	43%
Murcia	458	447	694	51%	55%
Castilla-La Mancha	617	705	692	12%	-2%
Baleares	408	403	654	60%	62%
Asturias	406	384	626	54%	63%
Extremadura	301	326	465	54%	43%
Navarra	194	211	392	102%	86%
Cantabria	241	210	272	13%	30%
La Rioja	105	109	136	29%	24%

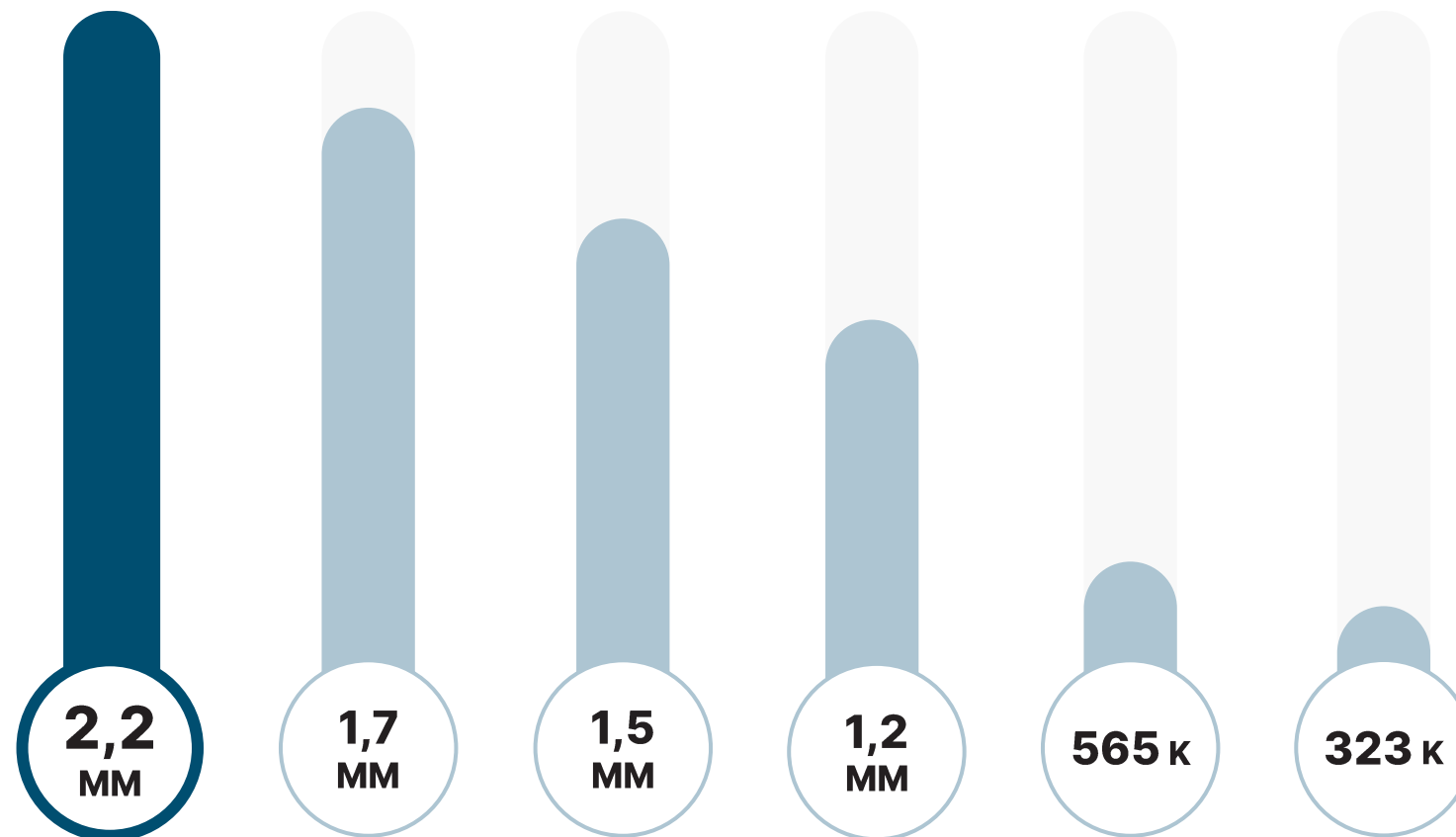
Fuente: Elaboración propia sobre datos GfK DAM marzo 2026 (dato agregado neto Prensa Ibérica + Asociados) / RR.SS. marzo 2026.
Prensa Ibérica: Audiencia Neta (sin duplicaciones).



Prensa Ibérica

La mayor cobertura entre los grupos editoriales

Audiencia Neta (sin duplicaciones).

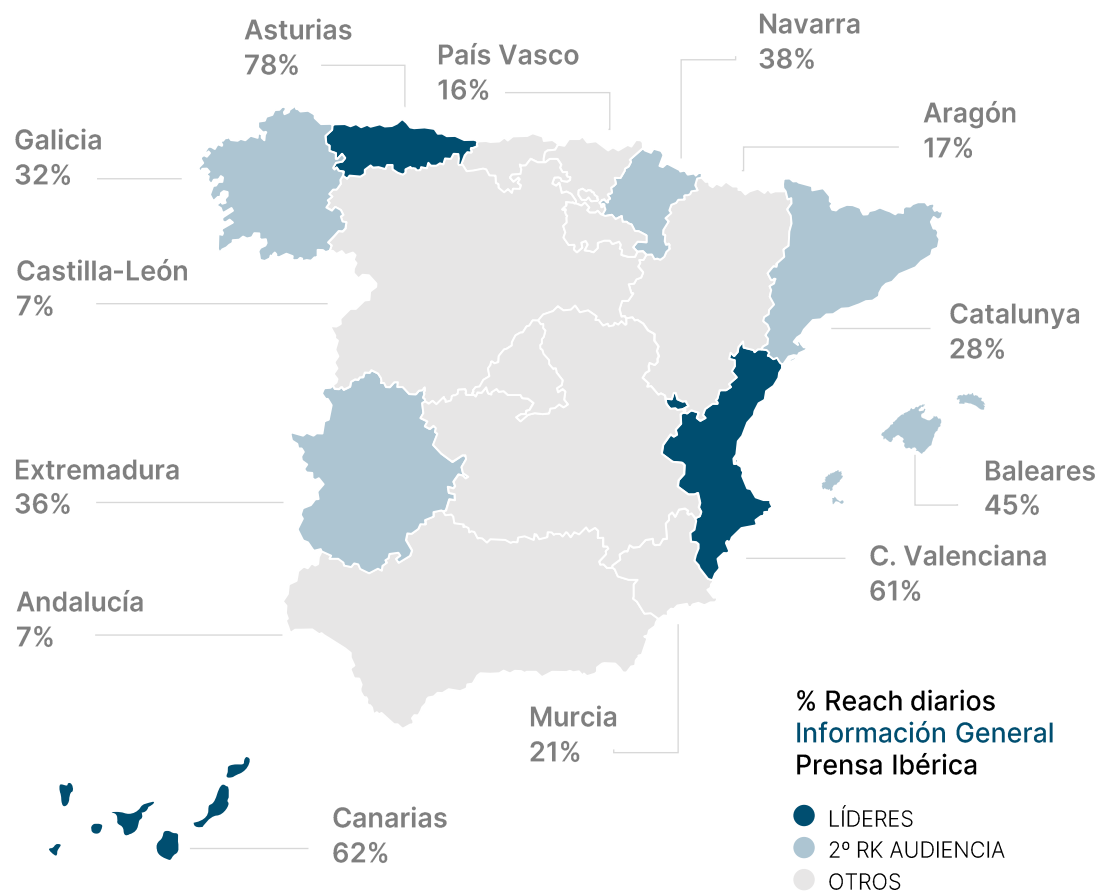


vocento



grupoGodó





1,2 MM

Lectores diarios

111 k

Ejemplares Difusión media/día

Lectores diarios (000)

	EL PAÍS	EL MUNDO	PRENSA IBÉRICA	Vs. El País	Vs. El Mundo
TOTAL	854	503	1.212	42%	141%
Catalunya	95	37	213	124%	476%
C. Valenciana	79	38	186	135%	389%
Asturias	15	15	181	1.107%	1.107%
Galicia	57	19	176	209%	826%
Baleares	22	17	101	359%	494%
Canarias	31	17	96	210%	465%
Navarra	9	5	64	611%	1.180%
País Vasco	38	12	63	66%	425%
Extremadura	13	9	23	77%	156%

Fuente: EGM 1er acumulado 2026. Prensa Ibérica (con asociados) / OJD jul24-jun25. 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

DIGITAL

Ranking Digital News/Information
Total Usuarios únicos

 PRENSA IBÉRICA	21,7 MM
 vocento	21,7 MM
 EL ESPAÑOL	17,7 MM
 PRISA	16,6 MM
 HENNEO	16,4 MM
 Unidad Editorial	16,0 MM

Fuente: Elaboración propia sobre datos GfK DAM marzo 2026 (dato agregado neto Prensa Ibérica + Asociados).
News-Publisher-MC. / EGM 1er acumulado 2026. Audiencia neta (sin duplicaciones).
*1,7 k lectores de diferencia entre Prensa Ibérica y Vocento.

30

cabeceras
5 diarios asociados

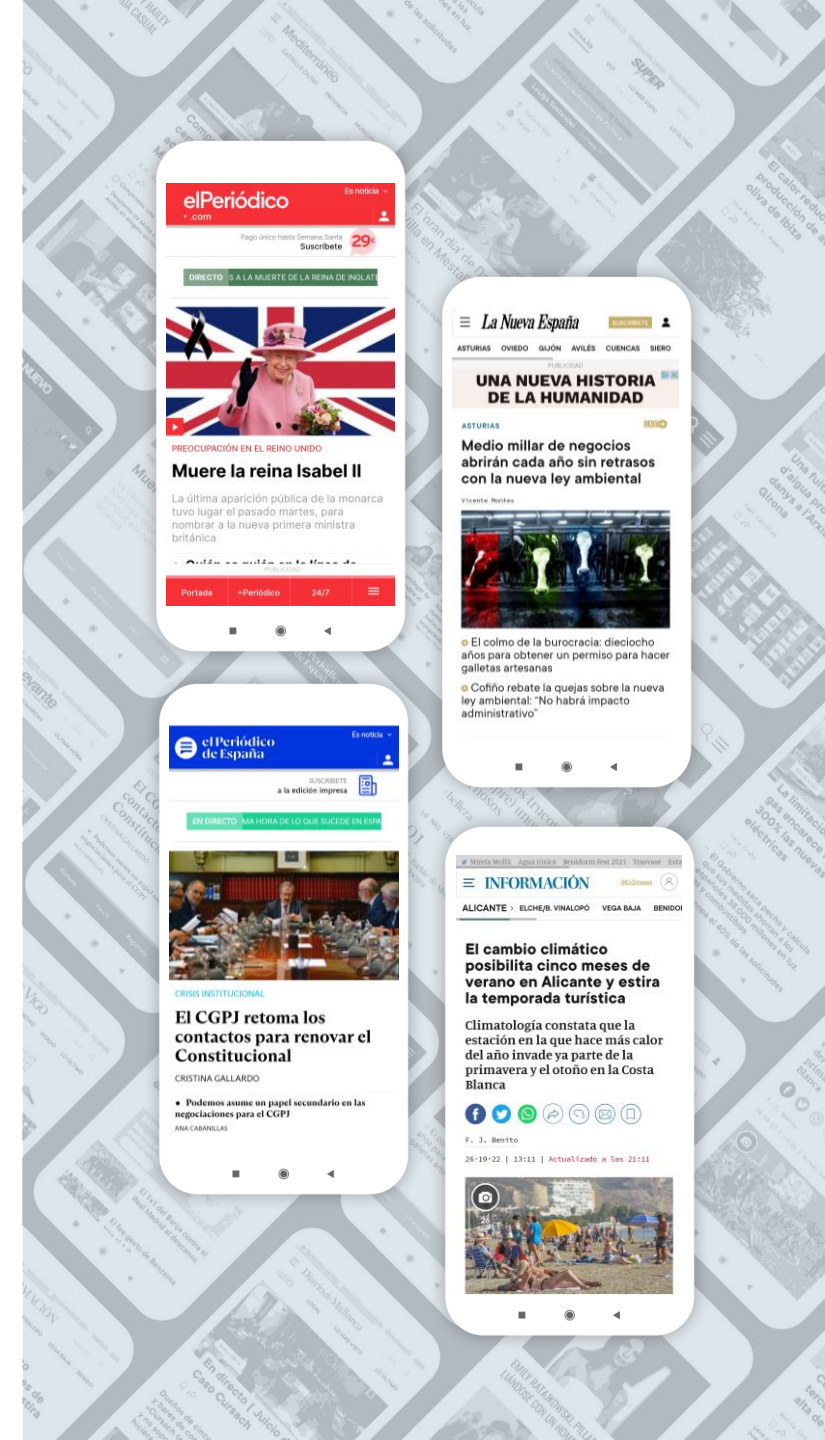
Una combinación
de soportes que
nos hacen únicos

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 marzo 2026 (dato agregado neto de Sport.es y Superdeporte) / EGM 1er acumulado 2026. Audiencia neta (sin duplicaciones).
*Superdeporte (solo digital).

DIGITAL

6,1 MM

Usuarios únicos/mes

104 MM

Páginas vistas/mes

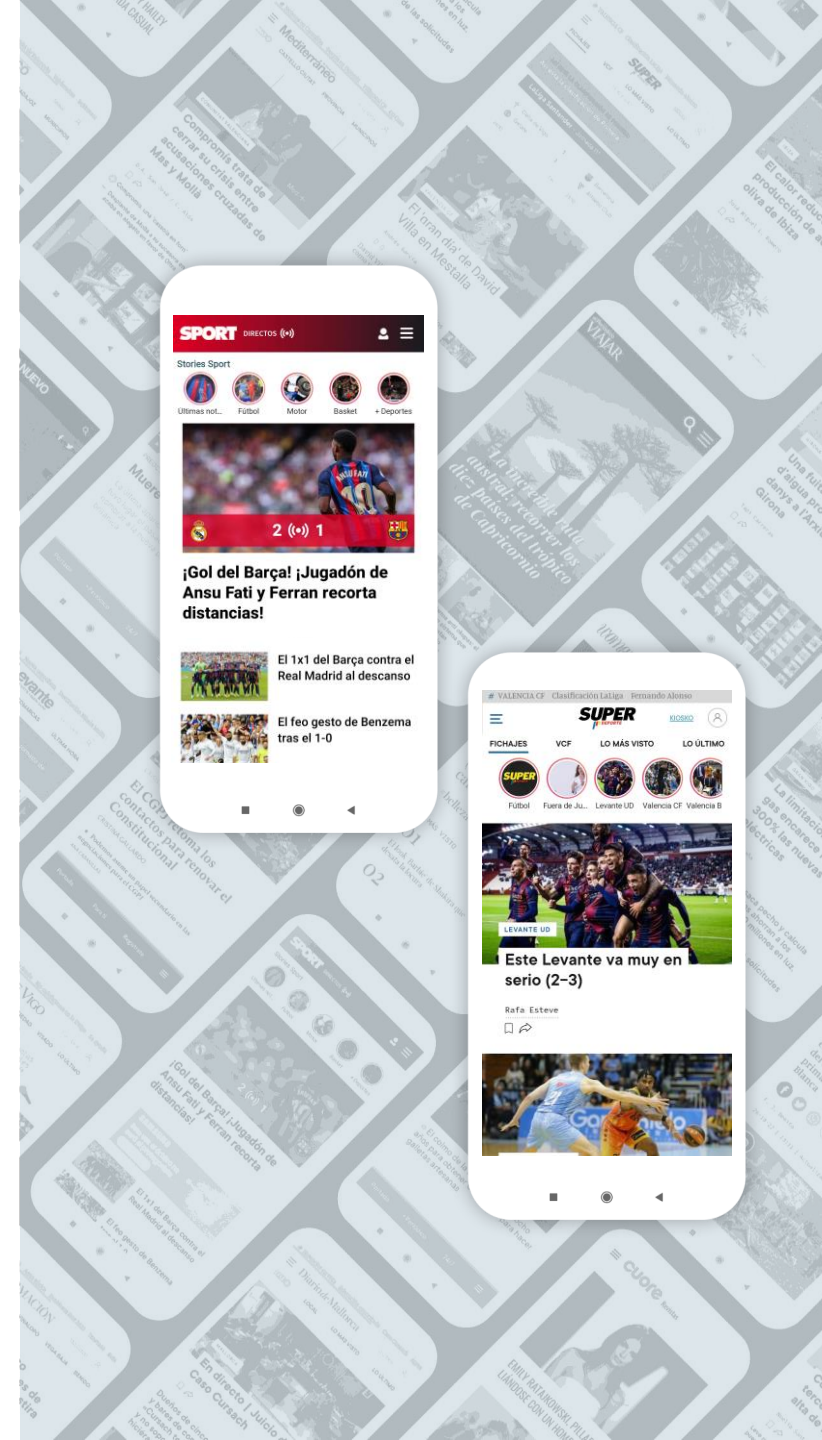
PAPEL

195 k

Lectores/diarios

47%

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



01 Canales

Revistas

Segmentación,
prescripción y afinidad
para las marcas

4

Revistas*

DIGITAL

6,5 MM

Usuarios únicos/mes

+21% vs. año anterior

23 MM

Páginas vistas/mes

+24% vs. año anterior

PAPEL

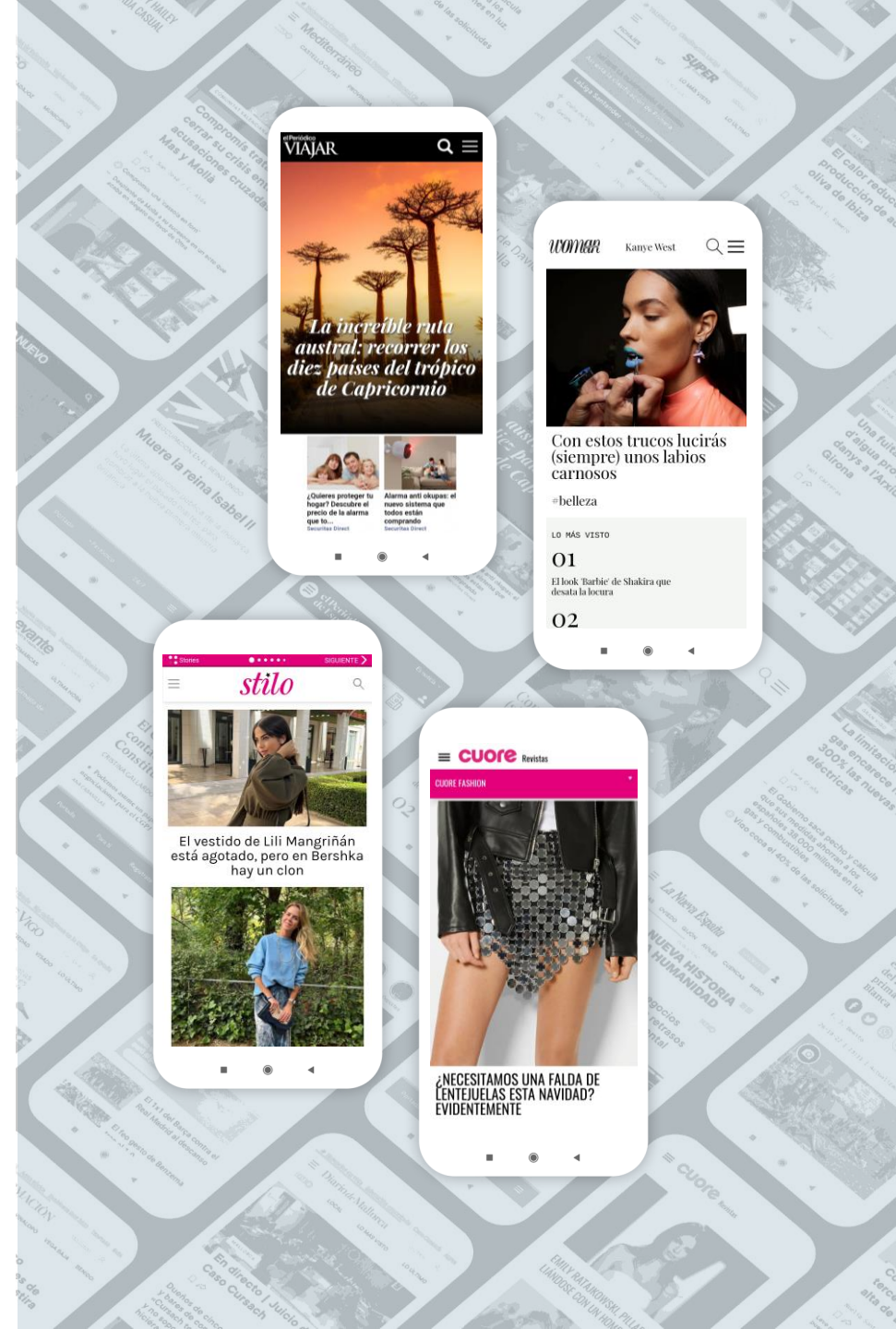
1,0 MM

Lectores mensuales

Fuente: Elaboración propia sobre datos GfK DAM marzo 2026 (dato agregado neto de Cuore, Stilo, Viajar y Woman) / EGM 1er acumulado 2026.

Audiencia neta (sin duplicaciones).

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



Revista WOMAN



Líder digital entre las revistas de alta gama

DIGITAL

2,9 MM

Usuarios únicos/mes
+26% vs. año anterior

11,0 MM

Páginas vistas/mes
+32% vs. año anterior

1,5 MM

Seguidores RR.SS.

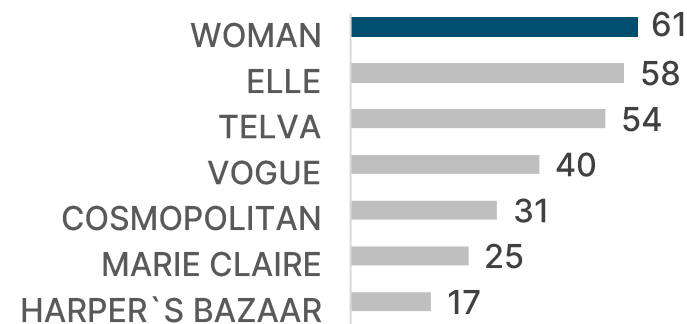
PAPEL

520 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.

3,9 MM

Usuarios únicos/mes

+36% vs. año anterior

10,4 MM

Páginas vistas/mes

+34% vs. año anterior

2,6 MM

Seguidores RR.SS.

PAPEL

480 K

Lectores mensuales

LECTORES EXCLUSIVOS
VS. OTRAS REVISTAS
DEL SECTOR*

56 %

Revista

cuore.es



DIGITAL

787 k

Usuarios únicos/mes

1,9 MM

Páginas vistas/mes

1,4 MM

Seguidores RR.SS.

Revista

stilo.es



DIGITAL

14 k

Usuarios únicos/mes

22 k

Páginas vistas/mes

622 k

Seguidores RR.SS.

01 Canales

Temáticos

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



etc...

Fuente: Interna – Pimec marzo 2026 / RR.SS. marzo 2026.

8,1 MM

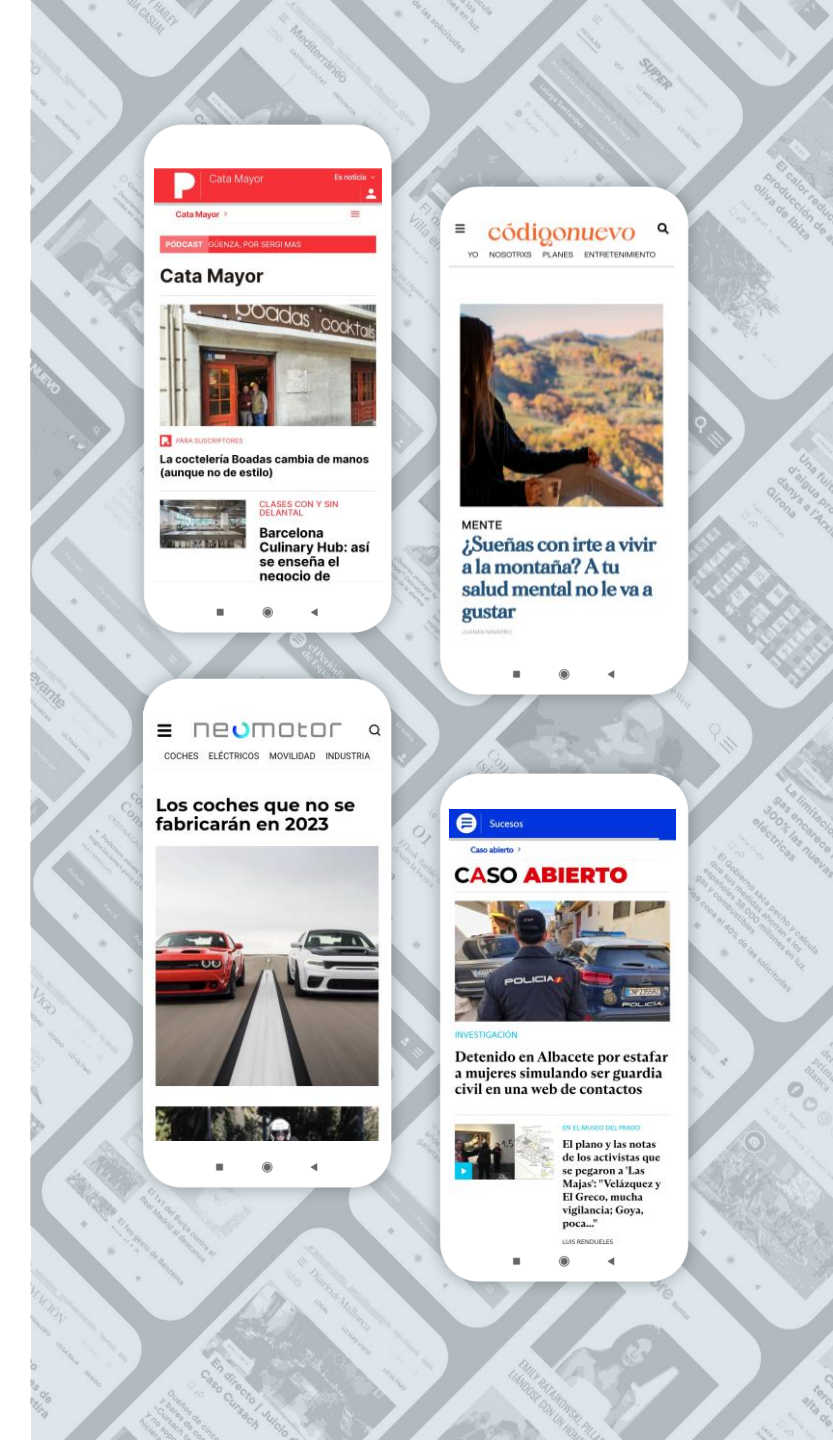
Navegadores únicos/mes

18 MM

Páginas vistas/mes

9,9 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 25 y 35 años

72%



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

+58%

Promedio en las distintas CC.AA.

56%

Status A*

25-54 años

57%

Reach

11,3 MM

Usuarios únicos

Millenials

53%

Reach

6,3 MM

Usuarios únicos

Generación Z

38%

Reach

4,0 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.

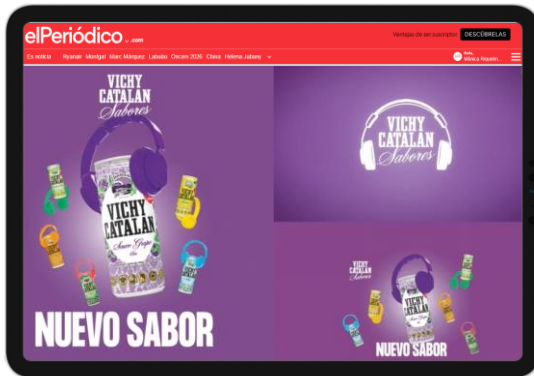
01

Innovación

En la publicidad
y en los contenidos.



VER
FORMATOS
DIGITALES
disruptivos
DREAM



VER
Formato **DREAM**
TRIPLE SLIDER



VER
Be Content

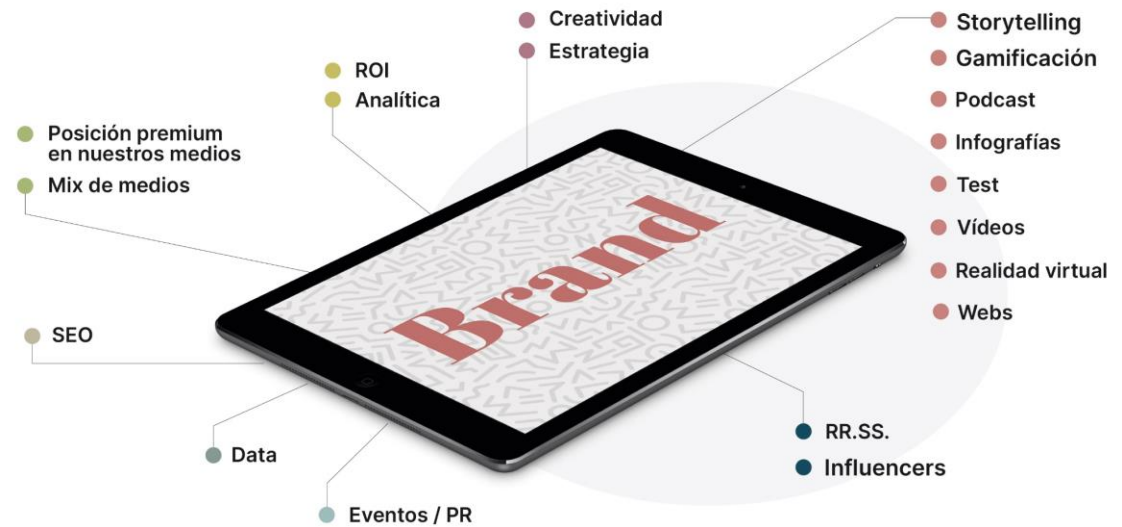


VER
Be Content



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.

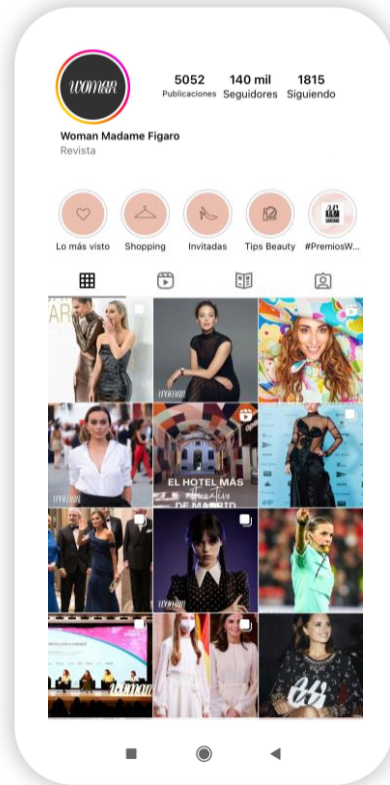
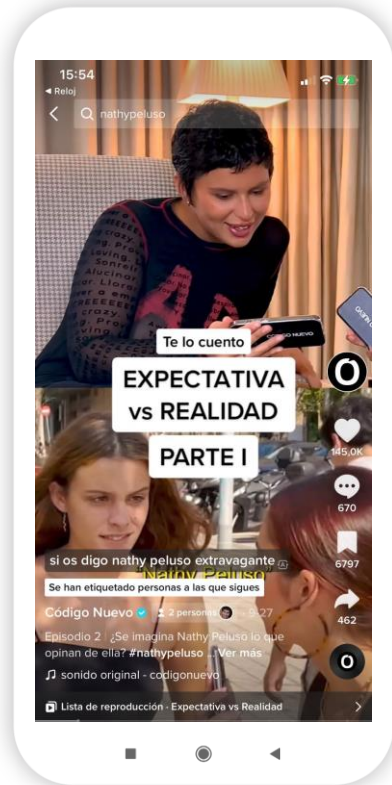
AAEE

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.

39,6 MM

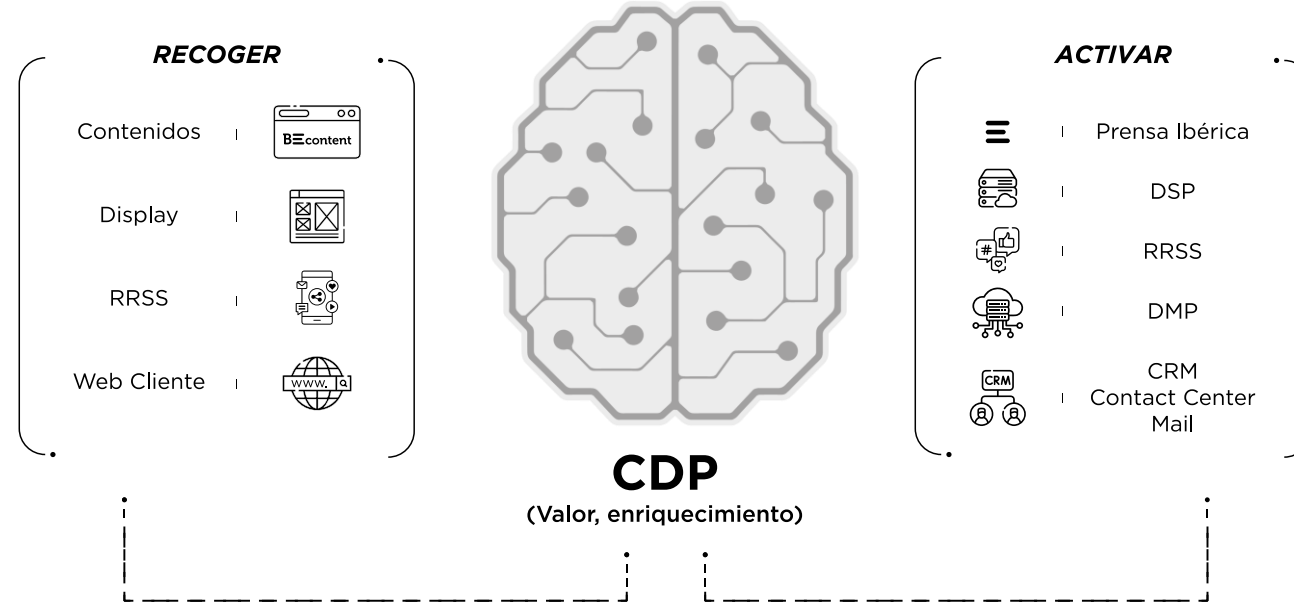
Total seguidores

 Ver mediakit RR.SS. Prensa Ibérica 2026

05.

Data

Profundizamos en el conocimiento del consumidor para construir campañas optimizadas



Te ayudamos a crear una cartera de potenciales clientes.

Compartimos el conocimiento sobre intereses e interacciones de nuestra audiencia para hacer más efectiva tu estrategia digital y de marketing.

Unimos nuestro conocimiento al tuyo y te preparamos tecnológicamente para que tomes las mejores decisiones basándote en los datos.

“ 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

 **PRENSA
IBÉRICA**