



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



Prensa Ibérica

Un grupo imprescindible

23,1 MM

Usuarios únicos/mes
Sin duplicaciones

DIGITAL

461 MM

Páginas vistas/mes

56%

Penetración nacional

PAPEL

2,2 MM

Lectores prensa + revistas
Sin duplicaciones

Grupo Líder en Información

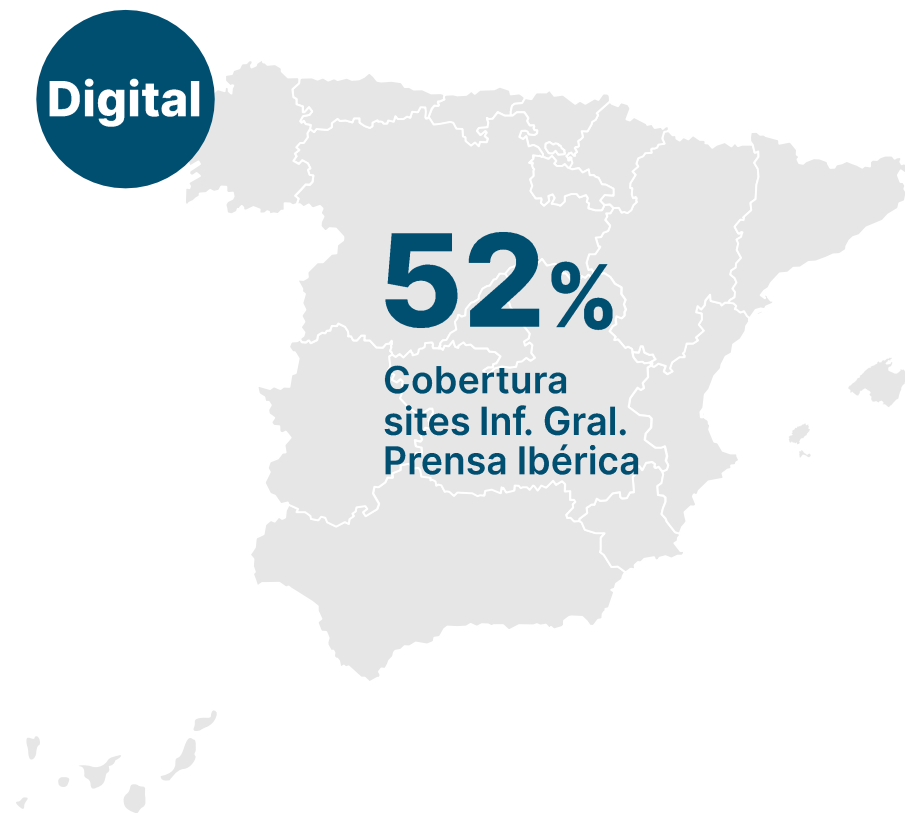
+33%

Audiencia vs. 2º grupo editorial

Una suma de voces a través de soportes líderes de audiencia



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



21,3 MM
Usuarios
Únicos/mes

340 MM
Páginas
Vistas/mes

13,7 MM
Seguidores
en RR.SS.

Usuarios únicos (000)

	EL PAÍS	EL MUNDO	PRENSA IBÉRICA	Vs EL PAÍS	Vs EL MUNDO
TOTAL	15.468	16.750	21.257	37%	27%
Cataluña	2.487	2.430	3.704	49%	52%
Andalucía	2.349	2.835	3.323	41%	17%
Madrid	2.607	2.815	2.571	-1%	-9%
C. Valenciana	1.495	1.626	2.368	58%	46%
Galicia	889	940	1.330	50%	41%
País Vasco	829	871	1.236	49%	42%
Canarias	757	844	1.177	55%	39%
Castilla y León	771	963	940	22%	-2%
Aragón	487	488	735	51%	50%
Murcia	466	539	708	52%	31%
Castilla-La Mancha	670	729	684	2%	-6%
Baleares	405	405	659	63%	63%
Asturias	427	383	640	50%	67%
Extremadura	300	325	449	50%	38%
Navarra	188	236	371	97%	57%
Cantabria	226	218	253	12%	16%
La Rioja	114	102	110	-4%	8%

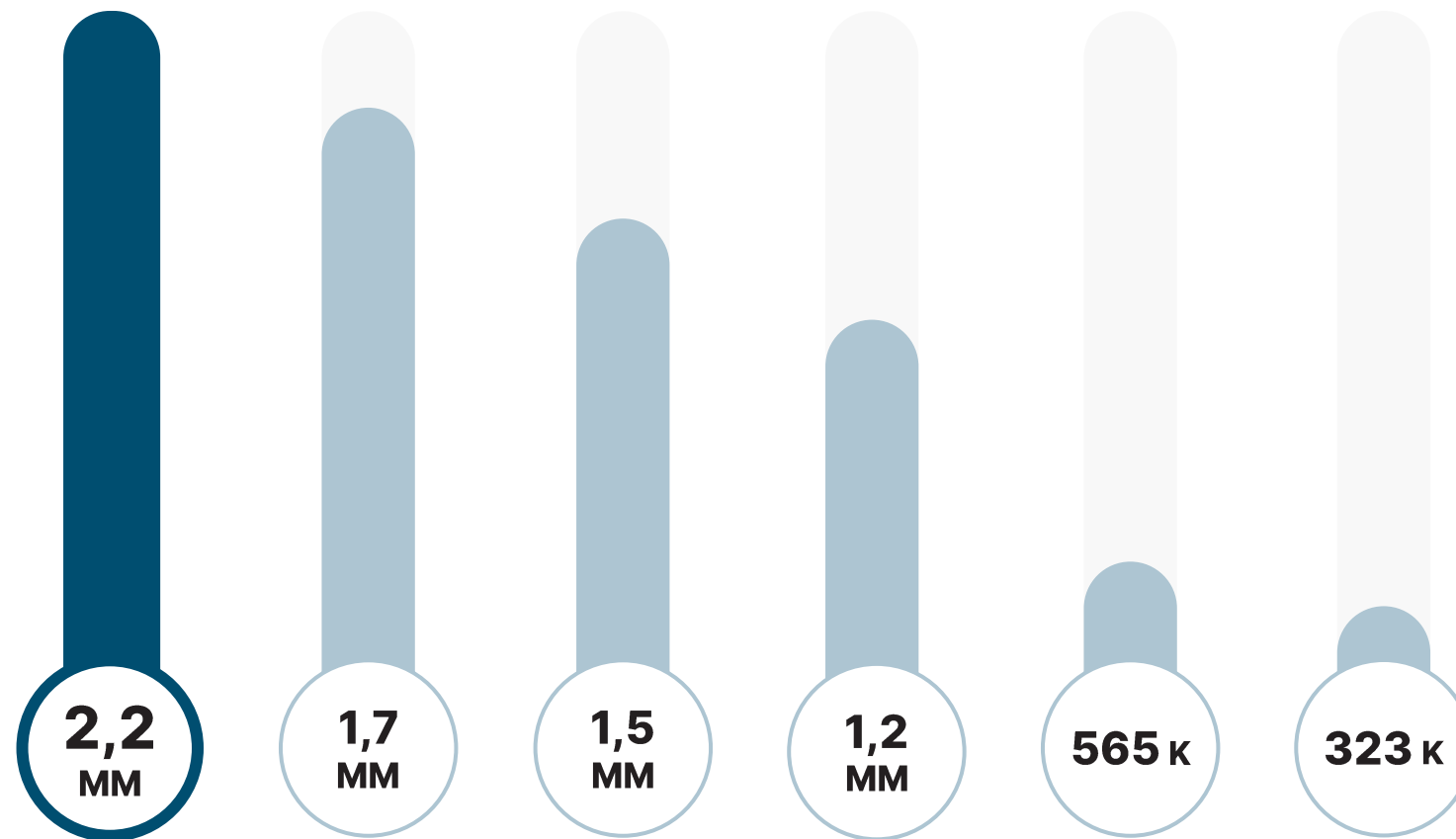
Fuente: Elaboración propia sobre datos GfK DAM abril 2026 (dato agregado neto Prensa Ibérica + Asociados) / RR.SS. abril 2026.
Prensa Ibérica: Audiencia Neta (sin duplicaciones).



Prensa Ibérica

La mayor cobertura entre los grupos editoriales

Audiencia Neta (sin duplicaciones).

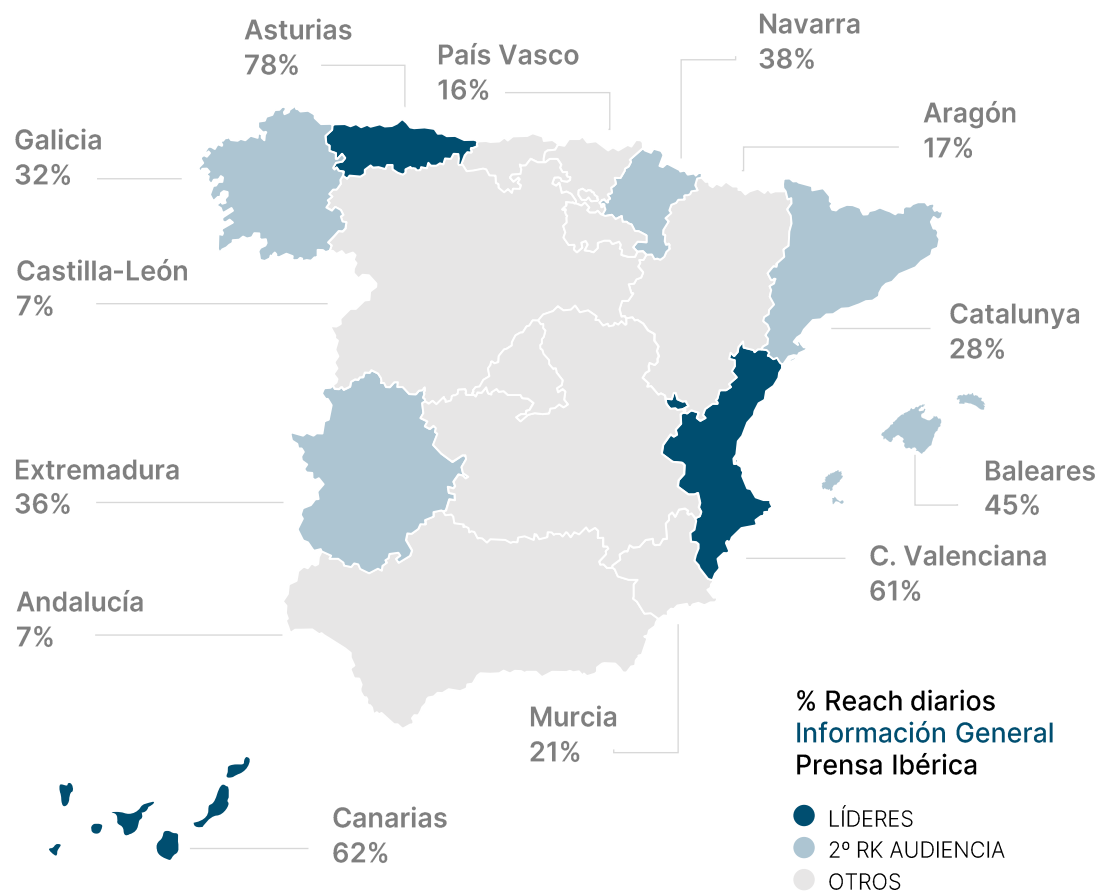


vocento



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	21,3 MM
 vocento	20,6 MM
 EL ESPAÑOL	17,3 MM
 PRISA	15,3 MM
 Unidad Editorial	14,3 MM
 HENNEO	14,0 MM

Fuente: Elaboración propia sobre datos GfK DAM abril 2026 (dato agregado neto Prensa Ibérica + Asociados). News-Publisher-MC. / EGM 1er acumulado 2026. Audiencia neta (sin duplicaciones).

30

cabeceras
5 diarios asociados

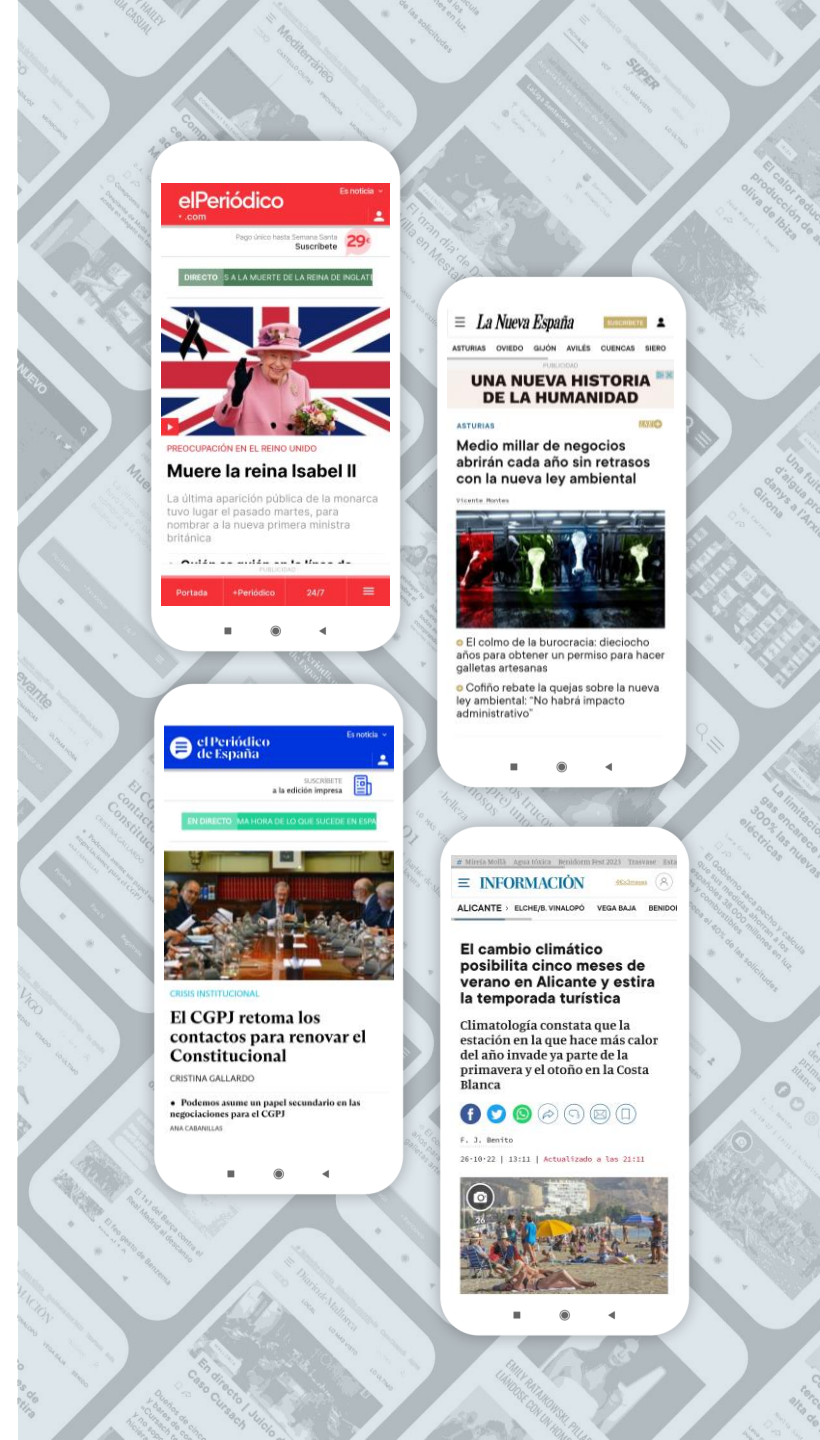
Una combinación
de soportes que
nos hacen únicos

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

DIGITAL

6,0 MM

Usuarios únicos/mes

96 MM

Páginas vistas/mes

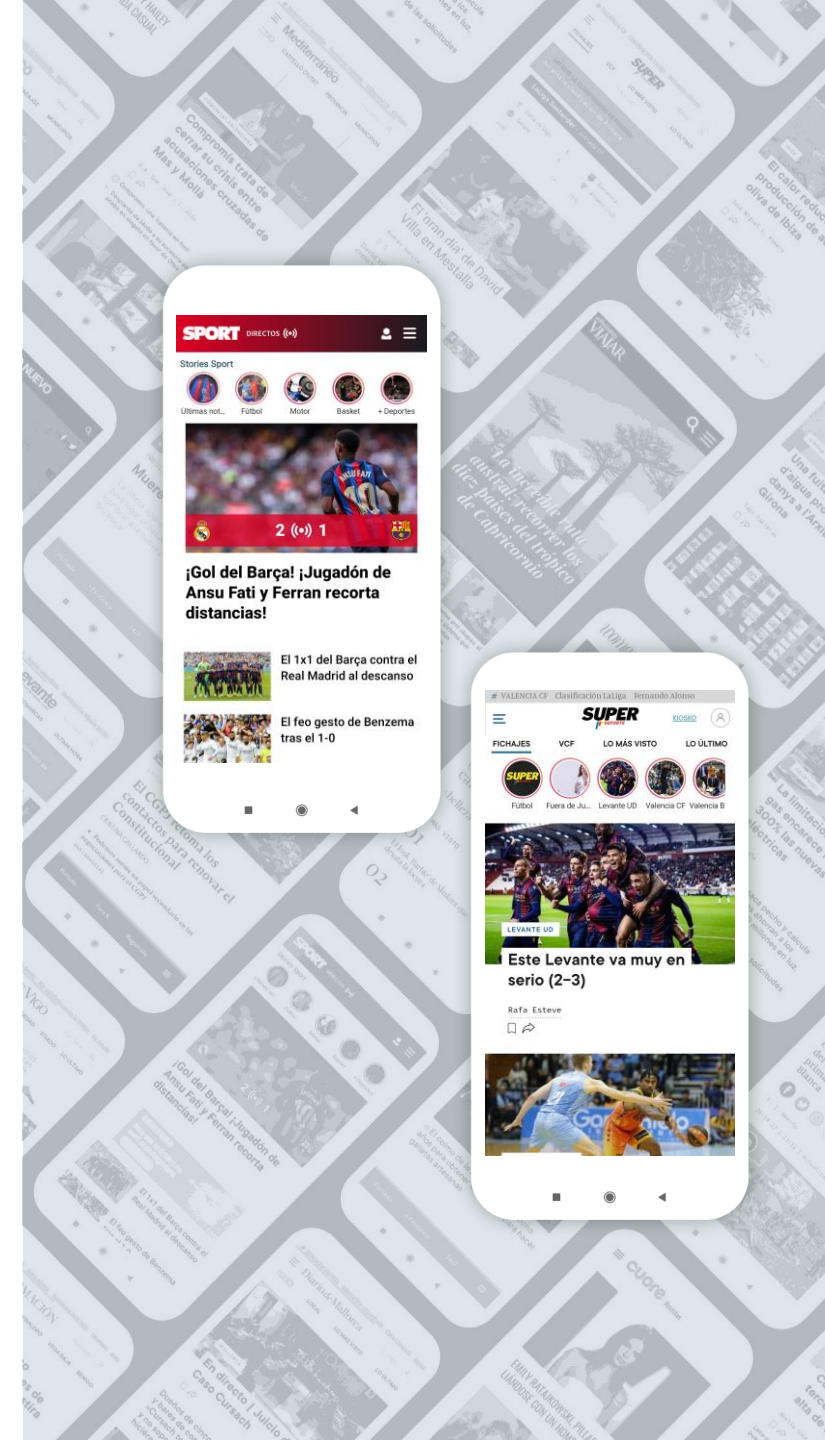
PAPEL

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

5,8 MM

Usuarios únicos/mes

+8% vs. año anterior

20 MM

Páginas vistas/mes

+4% vs. año anterior

PAPEL

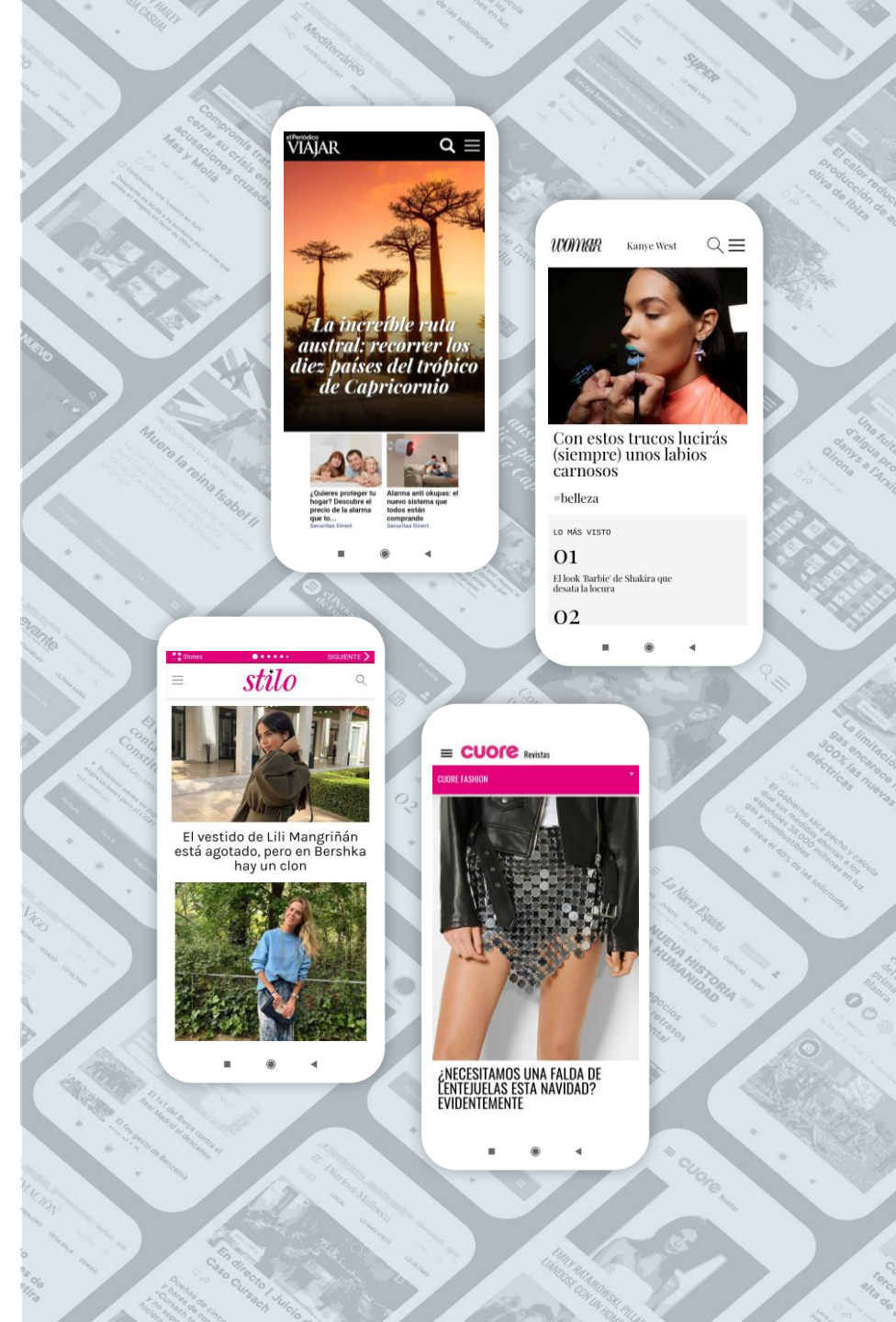
1,0 MM

Lectores mensuales

Fuente: Elaboración propia sobre datos GfK DAM abril 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 madame FIGARO



Líder digital entre las revistas de alta gama

DIGITAL

3,1 MM

Usuarios únicos/mes
+32% vs. año anterior

9,9 MM

Páginas vistas/mes
+8% vs. año anterior

1,5 MM

Seguidores RR.SS.

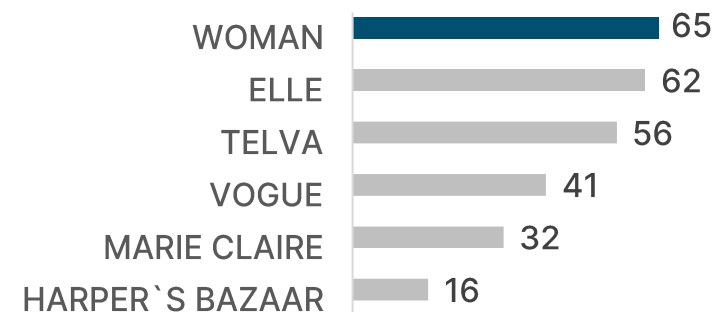
PAPEL

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.

3,2 MM

Usuarios únicos/mes

+3% vs. año anterior

7,9 MM

Páginas vistas/mes

2,6 MM

Seguidores RR.SS.

PAPEL

480 K

Lectores mensuales

LECTORES EXCLUSIVOS
VS. OTRAS REVISTAS
DEL SECTOR*

56 %

Revista

cuore.es



DIGITAL

658 k

Usuarios únicos/mes

1,9 MM

Páginas vistas/mes

+3% vs. año anterior

1,4 MM

Seguidores RR.SS.

Revista

stilo.es



DIGITAL

34 k

Usuarios únicos/mes

+146% vs. mes anterior

41 k

Páginas vistas/mes

+84% vs. mes anterior

621 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 abril 2026 / RR.SS. abril 2026.

6,7 MM

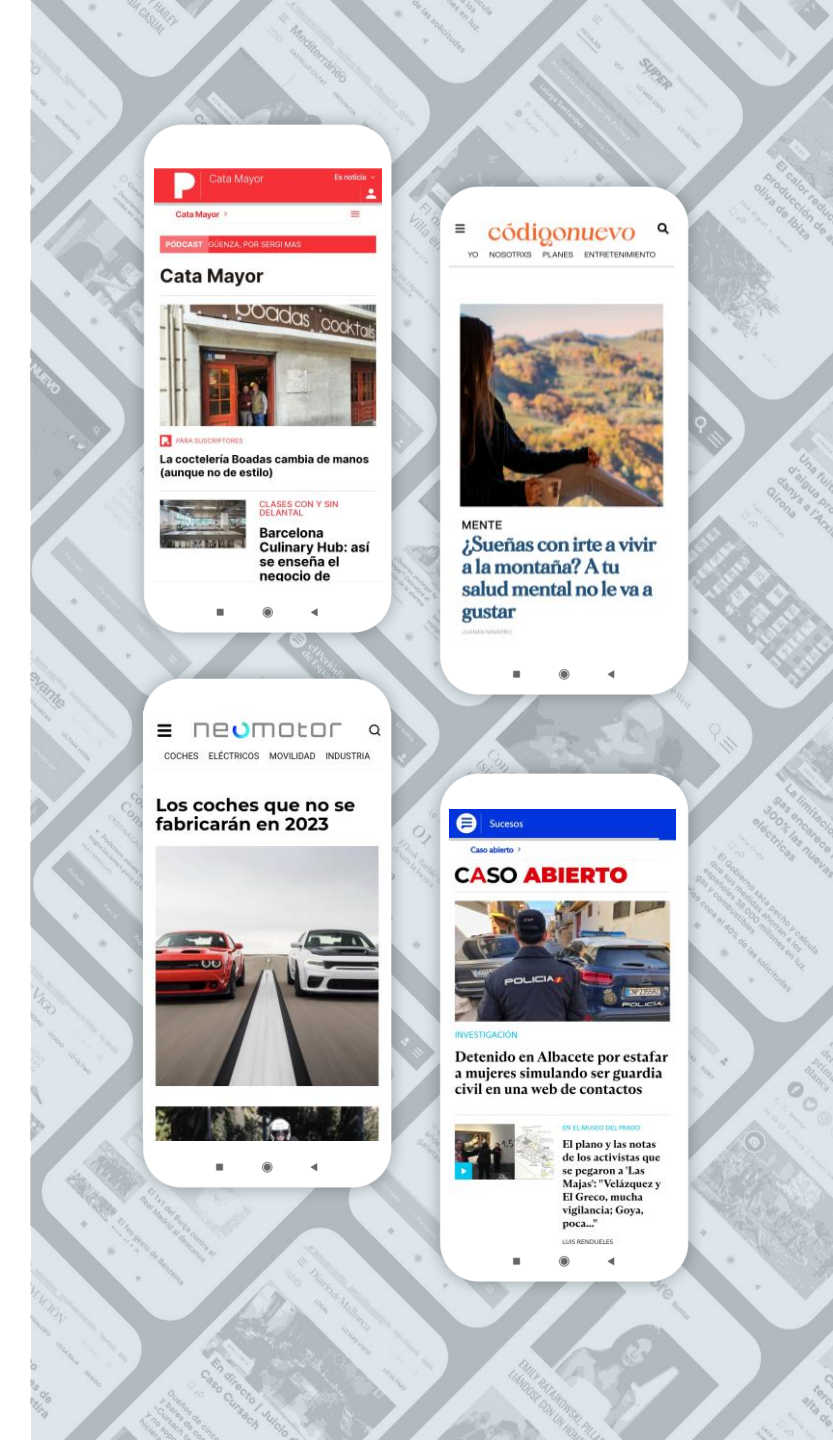
Navegadores únicos/mes

13 MM

Páginas vistas/mes

4,3 MM

Seguidores en RR.SS.



Temático

Código Nuevo

código nuevo



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

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.

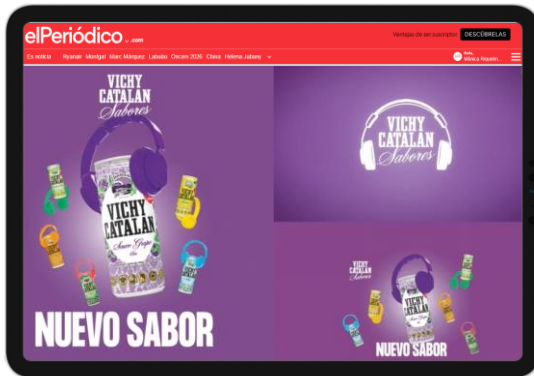
01

Innovación

En la publicidad
y en los contenidos.



VER
FORMATOS
DIGITALES
disruptivos
DREAM



VER
Formato **DREAM**
TRIPLE SLIDER



VER
Be Content

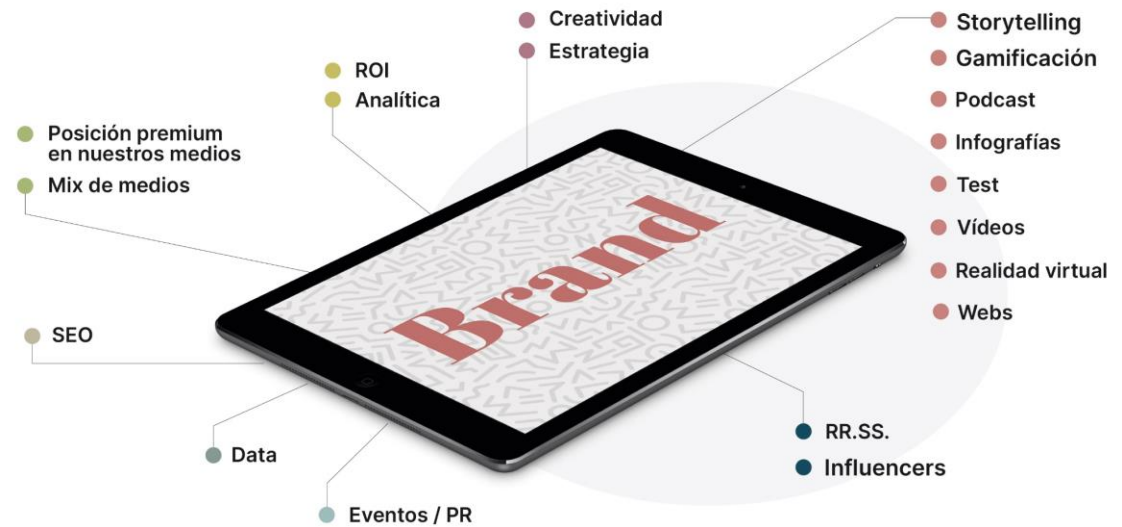


VER
Be Content



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.

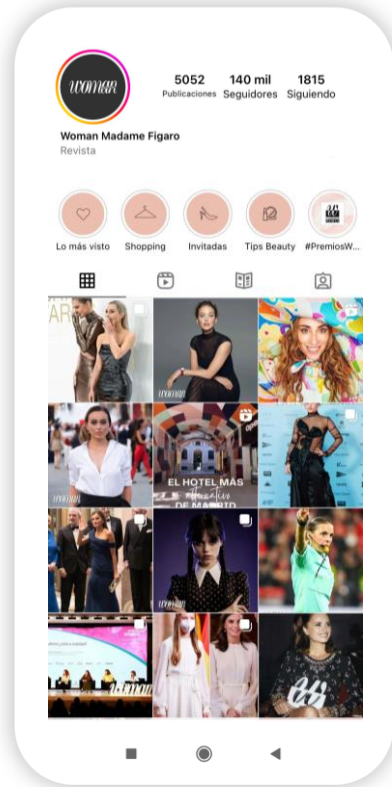
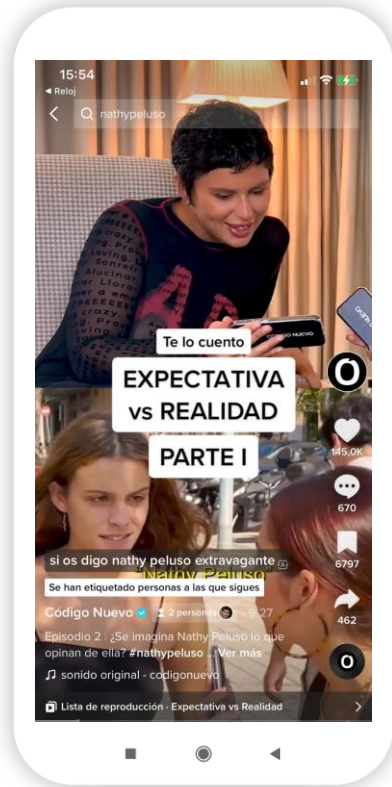
AAEE

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. **umentan las interacciones** con los consumidores.

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

39,4 MM

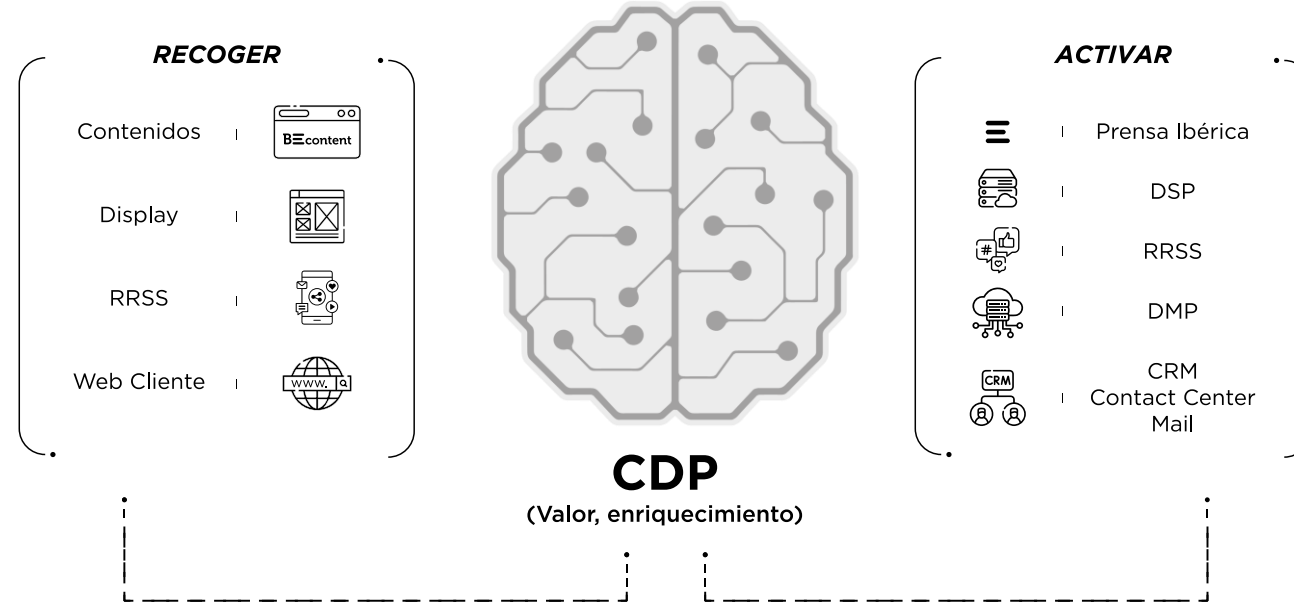
Total seguidores

 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**