



El valor
de la *diferencia*.

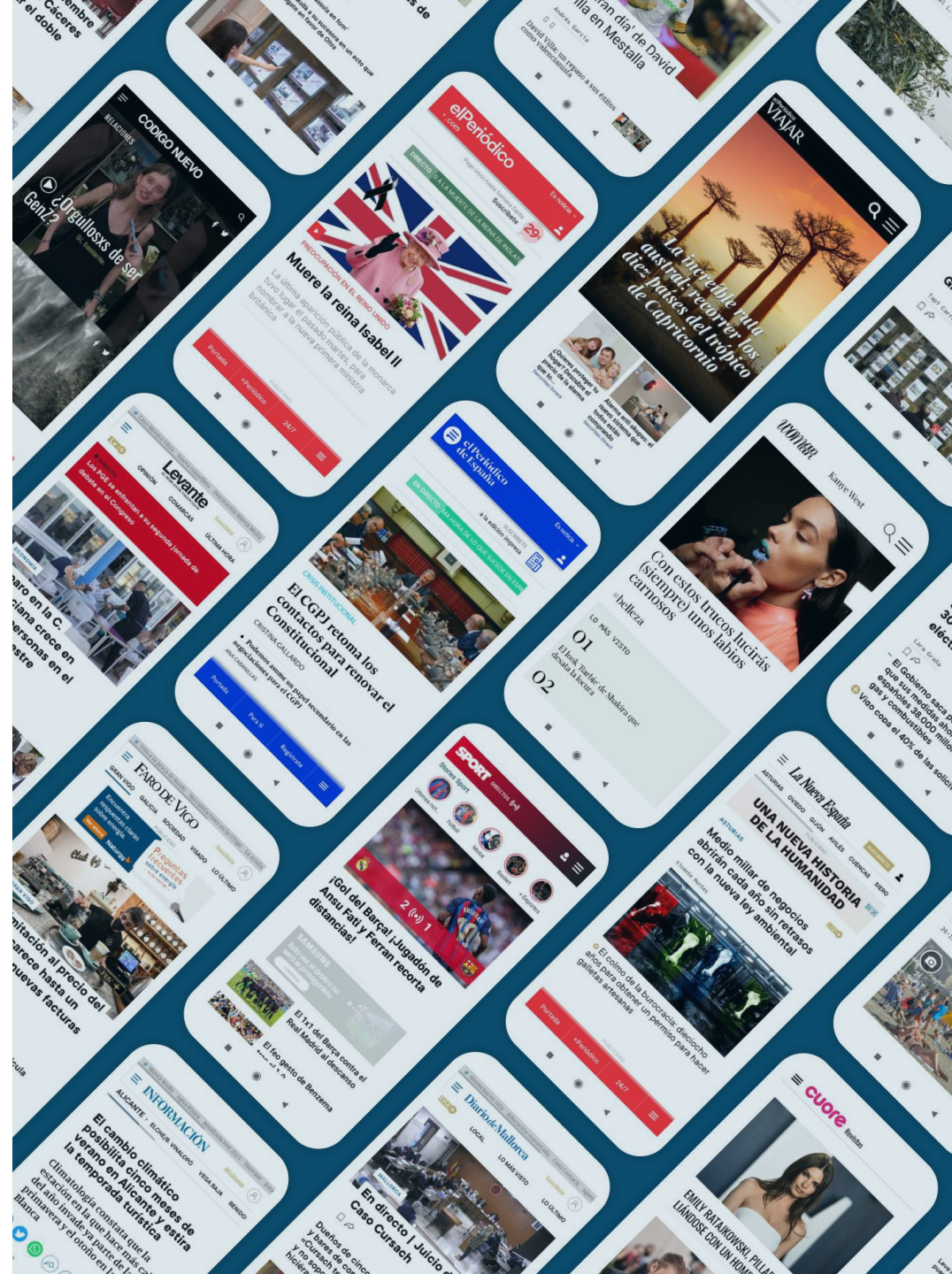
La pluralidad de nuestra voces *nos hace diferentes*

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

21,4 MM

Usuarios únicos/mes
Sin duplicaciones

DIGITAL

430 MM

Páginas vistas/mes

51%

Penetración nacional

PAPEL

2,2 MM

Lectores prensa + revistas
Sin duplicaciones

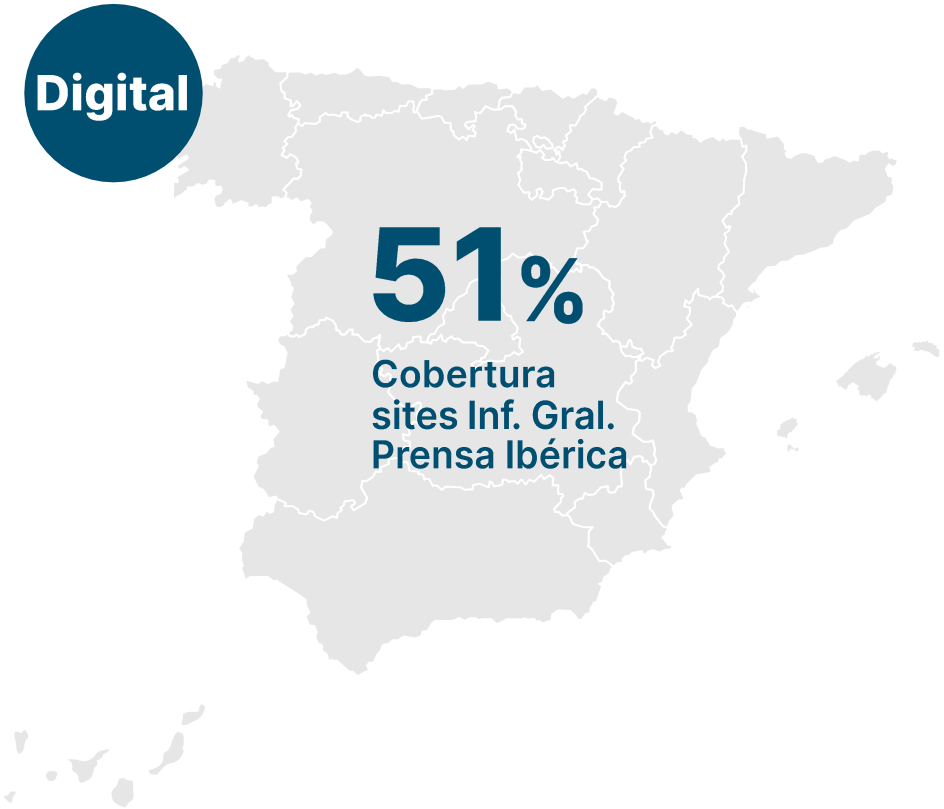
Grupo Líder en Información

+31%

Audiencia vs. 2º grupo editorial

Una suma de voces a través de soportes líderes de audiencia





19,3 MM

Usuarios
Únicos/mes

287 MM

Páginas
Vistas/mes

14,6 MM

Seguidores
en RR.SS.

Usuarios únicos (000)

	EL PAÍS	EL MUNDO	PRENSA IBÉRICA	Vs EL PAÍS	Vs EL MUNDO
TOTAL	12.939	13.022	19.288	49%	48%
Cataluña	2.093	1.932	3.465	66%	79%
Andalucía	1.909	2.110	2.680	40%	27%
Madrid	2.366	2.374	2.320	-2%	-2%
C. Valenciana	1.264	1.229	2.247	78%	83%
Galicia	765	776	1.224	60%	58%
País Vasco	600	673	1.110	85%	65%
Canarias	620	595	1.080	74%	81%
Castilla y León	696	735	906	30%	23%
Aragón	381	391	663	74%	69%
Murcia	383	383	654	71%	71%
Baleares	288	284	605	110%	113%
Asturias	353	325	587	66%	80%
Castilla-La Mancha	507	541	563	11%	4%
Extremadura	269	251	487	81%	94%
Navarra	168	158	333	98%	110%
Cantabria	185	184	256	38%	39%
La Rioja	93	81	110	18%	35%

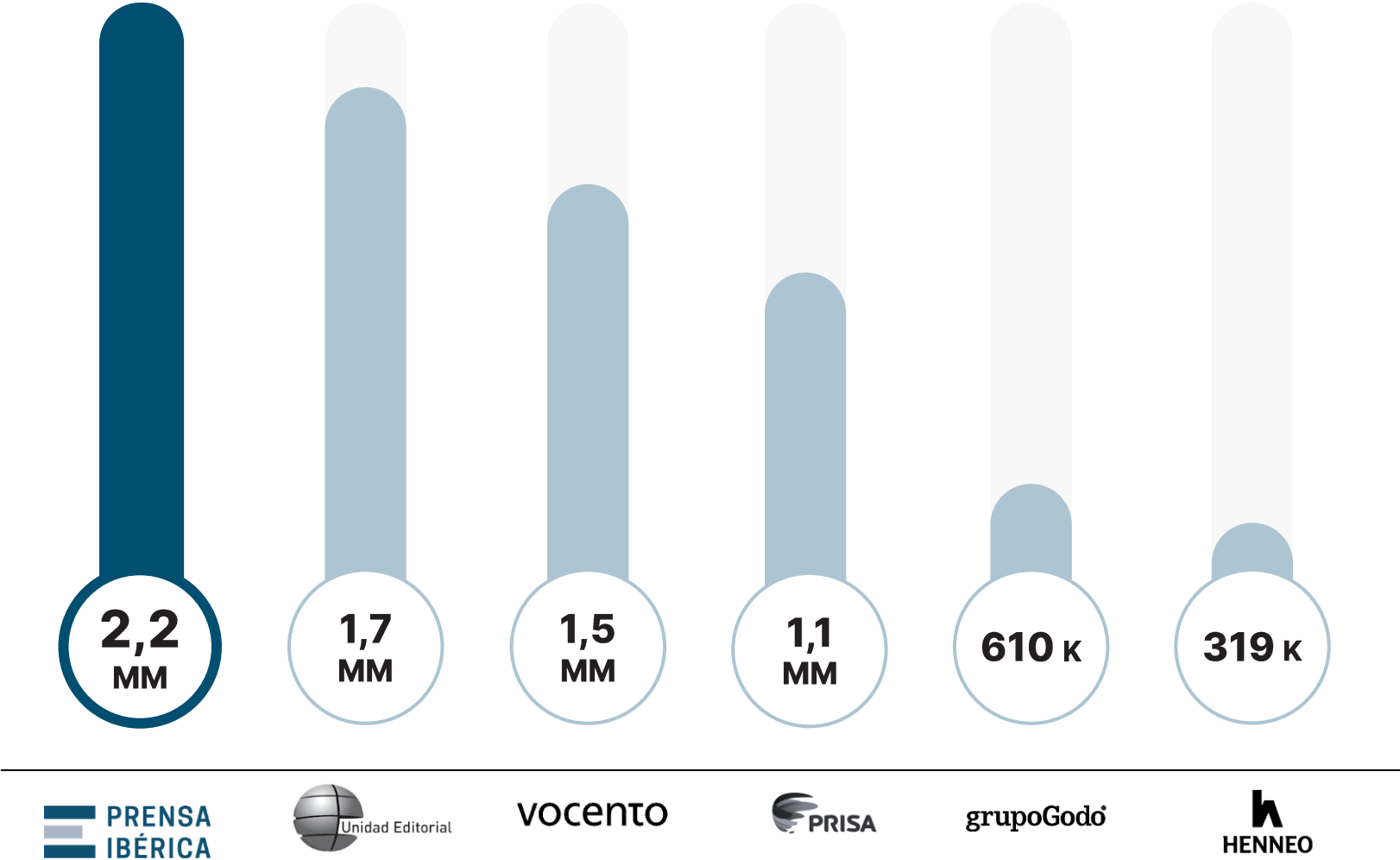
Fuente: Elaboración propia sobre datos GfK DAM septiembre 2026 (dato agregado neto Prensa Ibérica + Asociados) / RR.SS. septiembre 2026.
Prensa Ibérica: Audiencia Neta (sin duplicaciones).



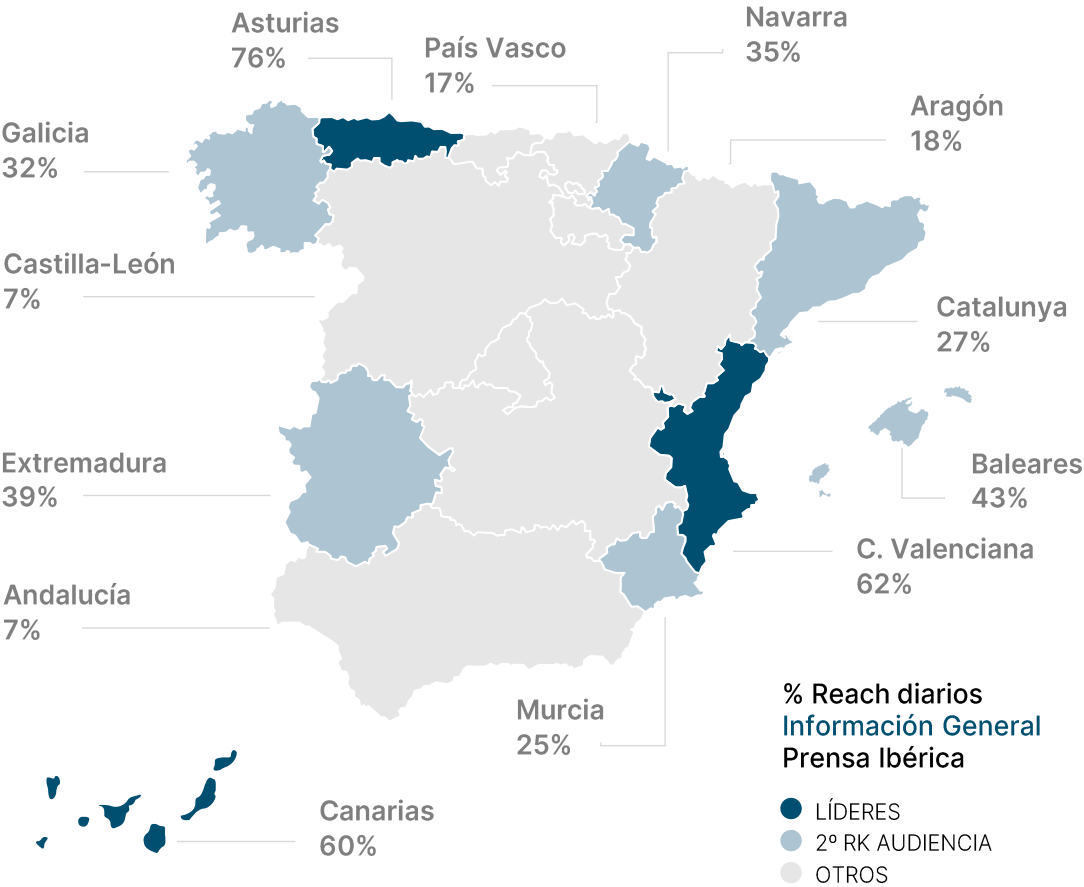
Prensa Ibérica

La mayor cobertura entre los grupos editoriales

Audiencia Neta (sin duplicaciones).



Fuente: EGM 2º acumulado 2026.
Incluye Información General+ Deportivos + Revistas en todos los grupos editoriales (con Asociados).
Audiencia neta (sin duplicaciones).



1,2 MM

Lectores
diarios

107 K

Ejemplares Difusión
media/día

Lectores diarios (000)

	EL PAÍS	EL MUNDO	PRENSA IBÉRICA	Vs. El País	Vs. El Mundo
TOTAL	856	505	1.176	37%	133%
Catalunya	100	40	204	104%	410%
C. Valenciana	78	37	195	150%	427%
Galicia	56	21	167	198%	695%
Asturias	14	18	158	1.029%	778%
Baleares	23	22	101	339%	359%
Canarias	32	20	94	194%	370%
País Vasco	31	12	67	116%	458%
Navarra	9	6	50	456%	733%
Aragon	27	15	33	22%	120%
Extremadura	13	8	24	85%	200%
Murcia	17	7	21	24%	123%

Fuente: EGM 2º acumulado 2026. Prensa Ibérica (con asociados) / OJD 2025.
Audiencia Neta (sin duplicaciones).

01 Canales News Líder Digital

DIGITAL

Ranking Digital **News/Information**
Total Usuarios únicos

 PRENSA IBÉRICA	21,4 MM
 vocento	21,1 MM
 EL ESPAÑOL	17,4 MM
 PRISA	16,4 MM
 Unidad Editorial	14,8 MM
 HENNEO	14,5 MM

Fuente: Elaboración propia sobre datos GfK DAM promedio enero-septiembre 2026 (dato agregado neto Prensa Ibérica + Asociados). News-Publisher-MC. / EGM 2º acumulado 2026. Audiencia neta (sin duplicaciones).

Una combinación
de soportes que
nos hacen únicos

30

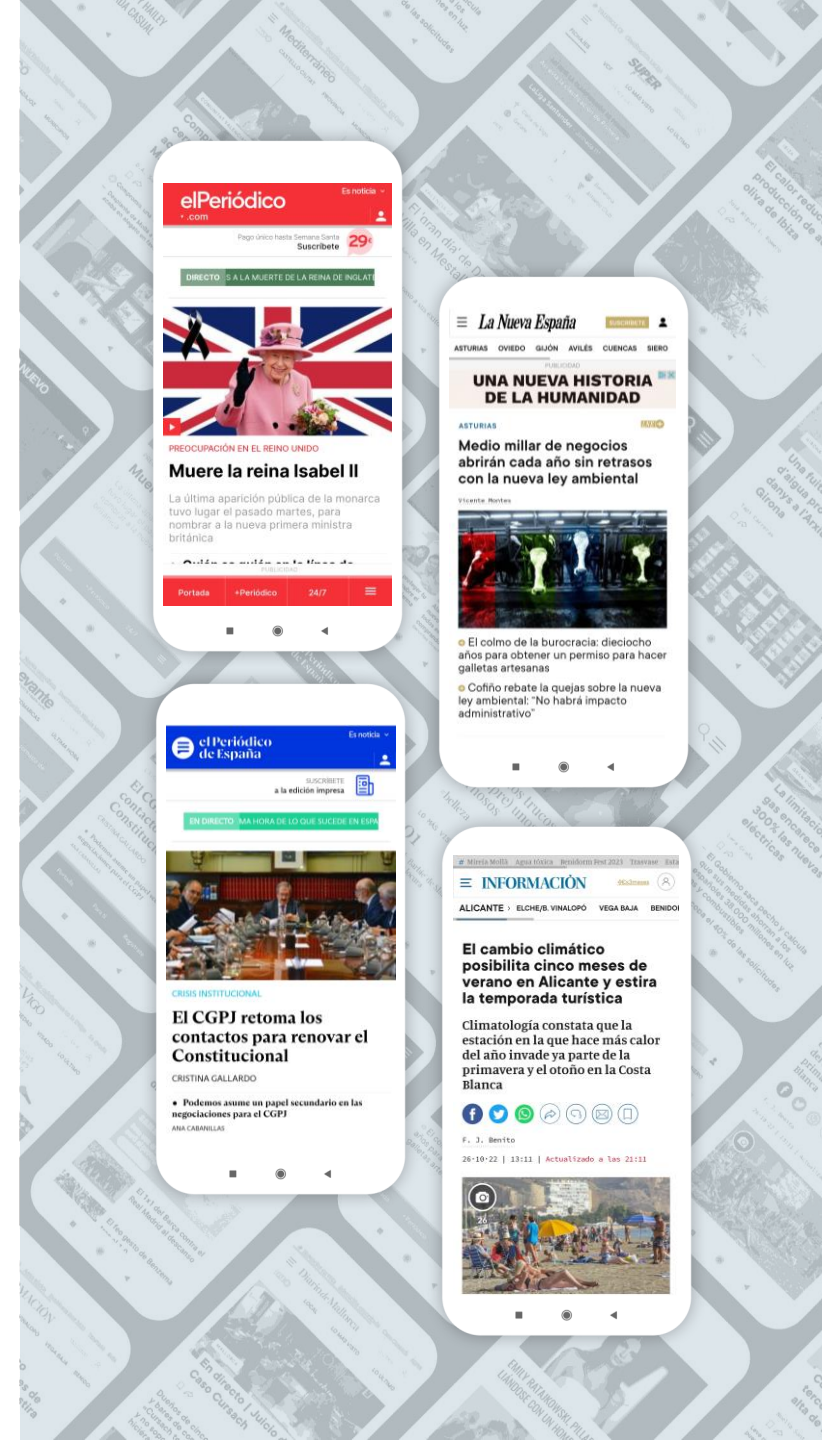
cabeceras
5 diarios asociados

PAPEL

1,2 MM

Lectores diarios Inf. Gral.

**2º Grupo Editorial
a nivel nacional**



01 Canales

Crónicas

CRónicas es el proyecto de comunicación híper-local de Prensa Ibérica

El medio de comunicación más próximo a los lectores y un excelente soporte para optimizar la estrategia publicitaria y la capilaridad, para llegar de manera eficaz donde otros no llegan

Fuente: Datos Internos crónicas actuales. Datos Digitales septiembre 2026

Un proyecto en expansión con:

119

CRÓNICAS DIGITALES

41

TAMBIÉN EN PAPEL

DIGITAL

2,6 MM

Navegadores únicos/mes

7,8 MM

Páginas Vistas/mes

PAPEL

+200 K

Ejemplares tirada/mes



01 Canales

Deportivos

El deporte cerca de ti

2
cabeceras
de información deportiva*

DIGITAL

6,1 MM

Usuarios únicos/mes

+9% vs. año anterior

127,4 MM

Páginas vistas/mes

+22% vs. año anterior

PAPEL

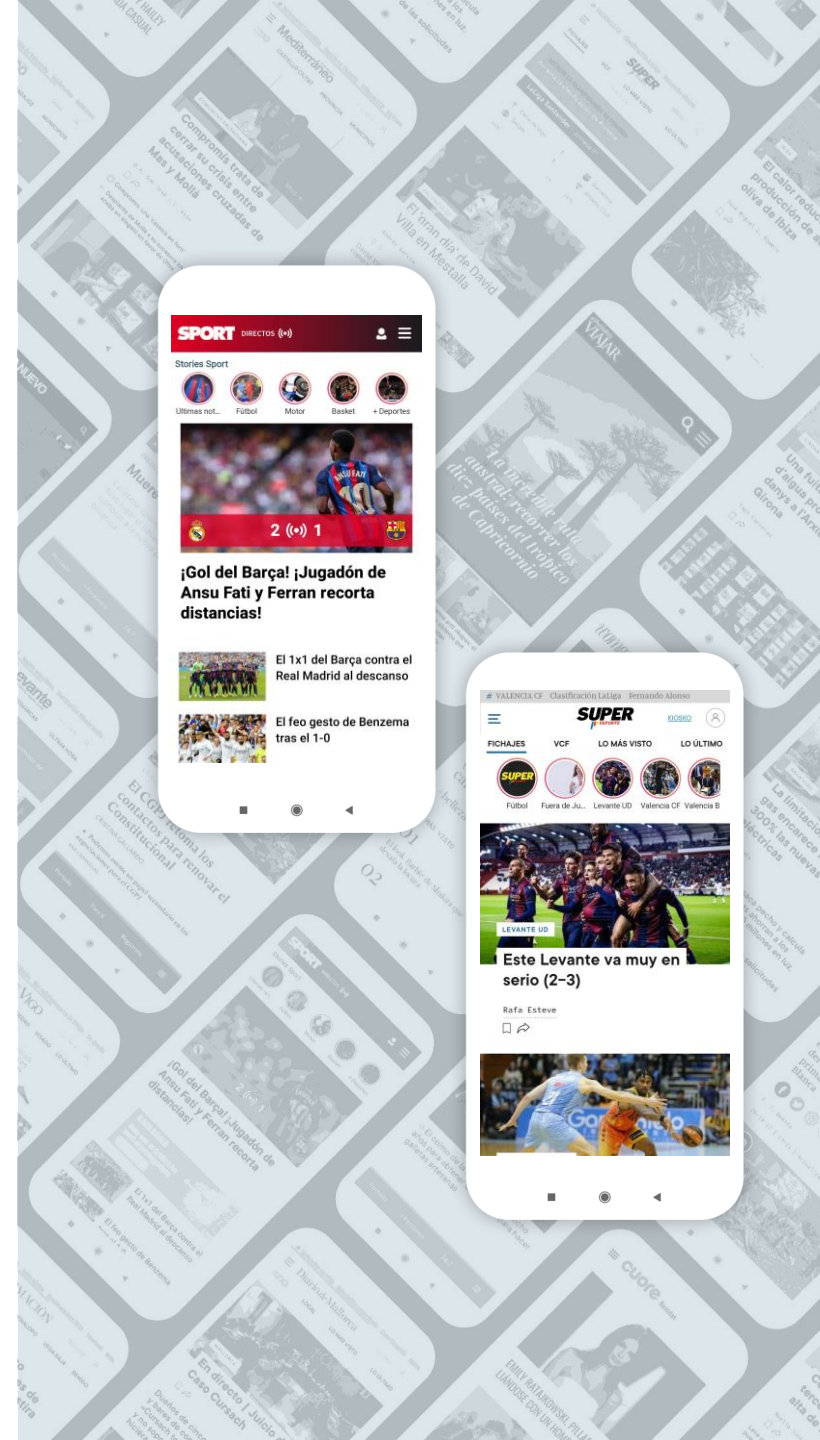
177 k

Lectores/diarios

50%

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

Fuente: Elaboración propia sobre datos GfK DAM septiembre 2026 (dato agregado neto de Sport.es y Superdeporte) / EGM 2º acumulado 2026. Audiencia neta (sin duplicaciones).
*Superdeporte (solo digital).



01 Canales

Revistas

Segmentación,
prescripción y afinidad
para las marcas

4

Revistas*

DIGITAL

4,6 MM

Usuarios únicos/mes

10,9 MM

Páginas vistas/mes

PAPEL

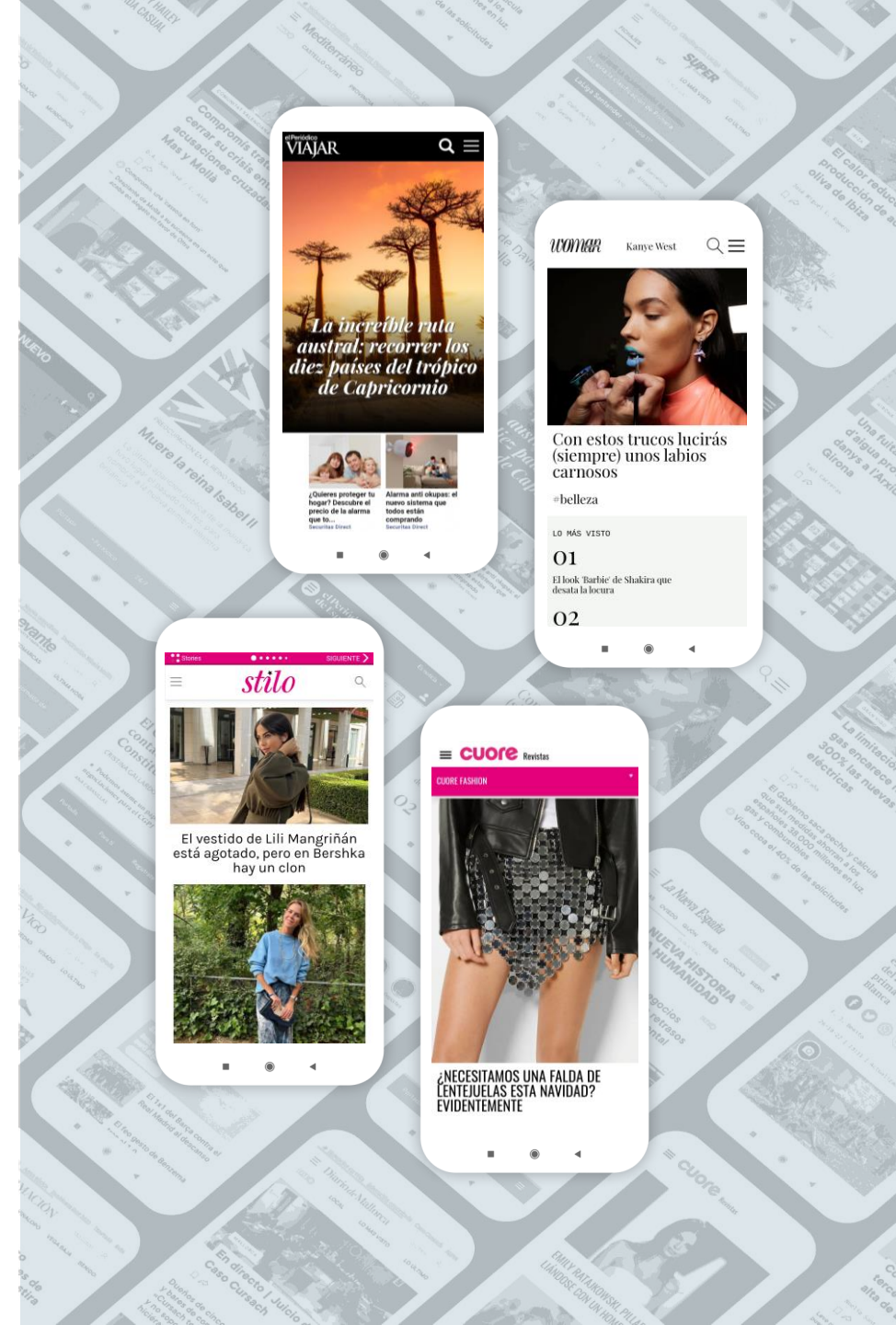
1,0 MM

Lectores mensuales

Fuente: Elaboración propia sobre datos GfK DAM septiembre 2026 (dato agregado neto de Cuore, Stilo, Viajar y Woman) / EGM 2º acumulado 2026.

Audiencia neta (sin duplicaciones).

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



01 Canales

Temáticos

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



etc...

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

5,8 MM

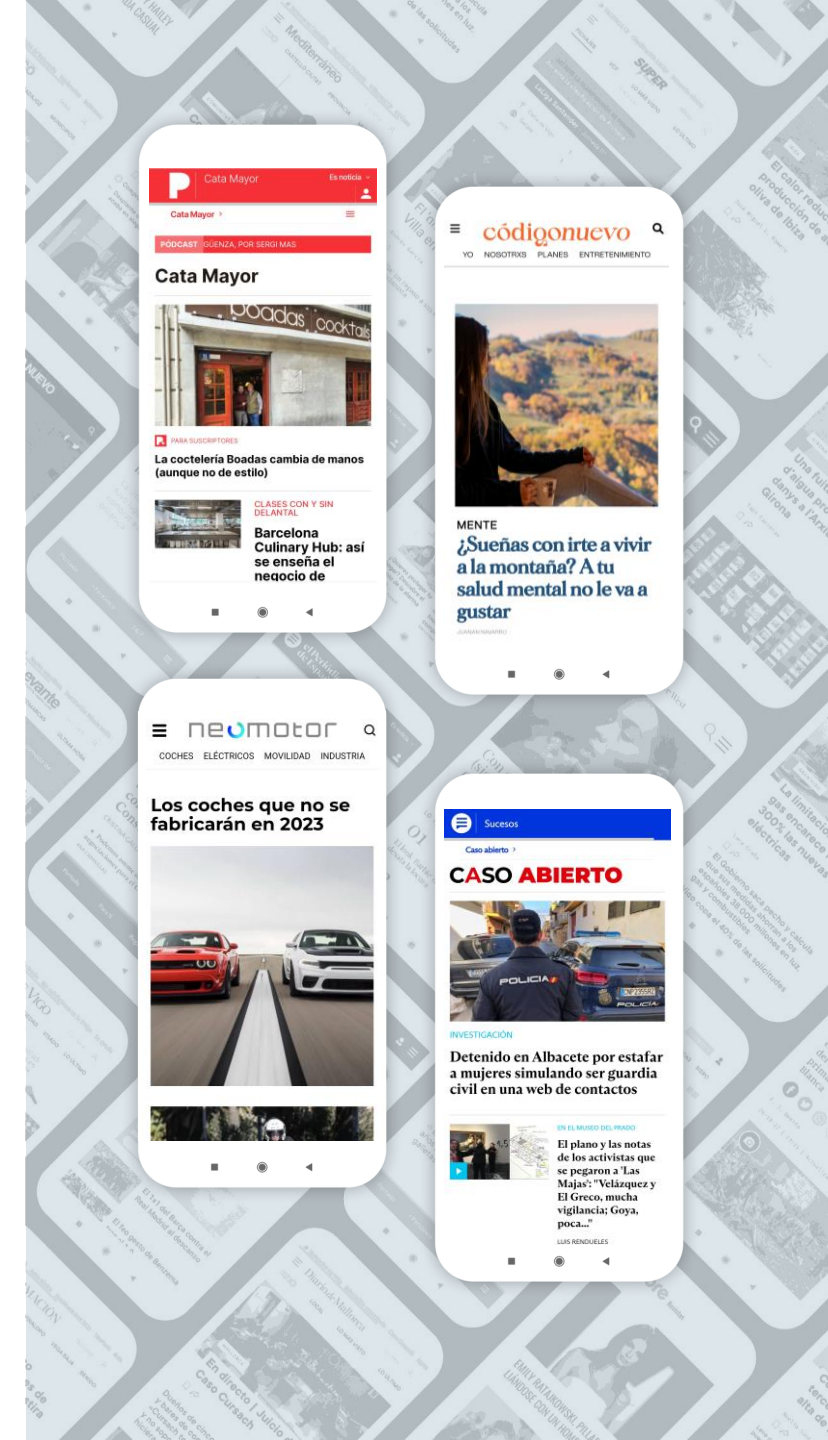
Navegadores únicos/mes

10,3 MM

Páginas vistas/mes

10,4 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

+51%

Promedio en las distintas CC.AA.

48%

Status A*

25-54 años

47%

Reach

4,4 MM

Usuarios únicos

Millenials

43%

Reach

3,3 MM

Usuarios únicos

Generación Z

29%

Reach

1,2 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.

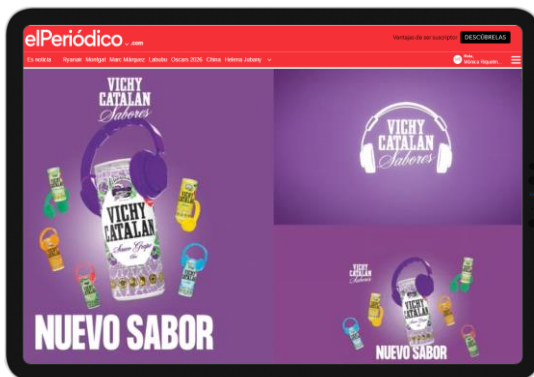
01

Innovación

En la publicidad
y en los contenidos.



VER
FORMATOS
DIGITALES
disruptivos
DREAM



VER
Formato **DREAM**
TRIPLE SLIDER



VER
Be Content



VER
Be Content



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.

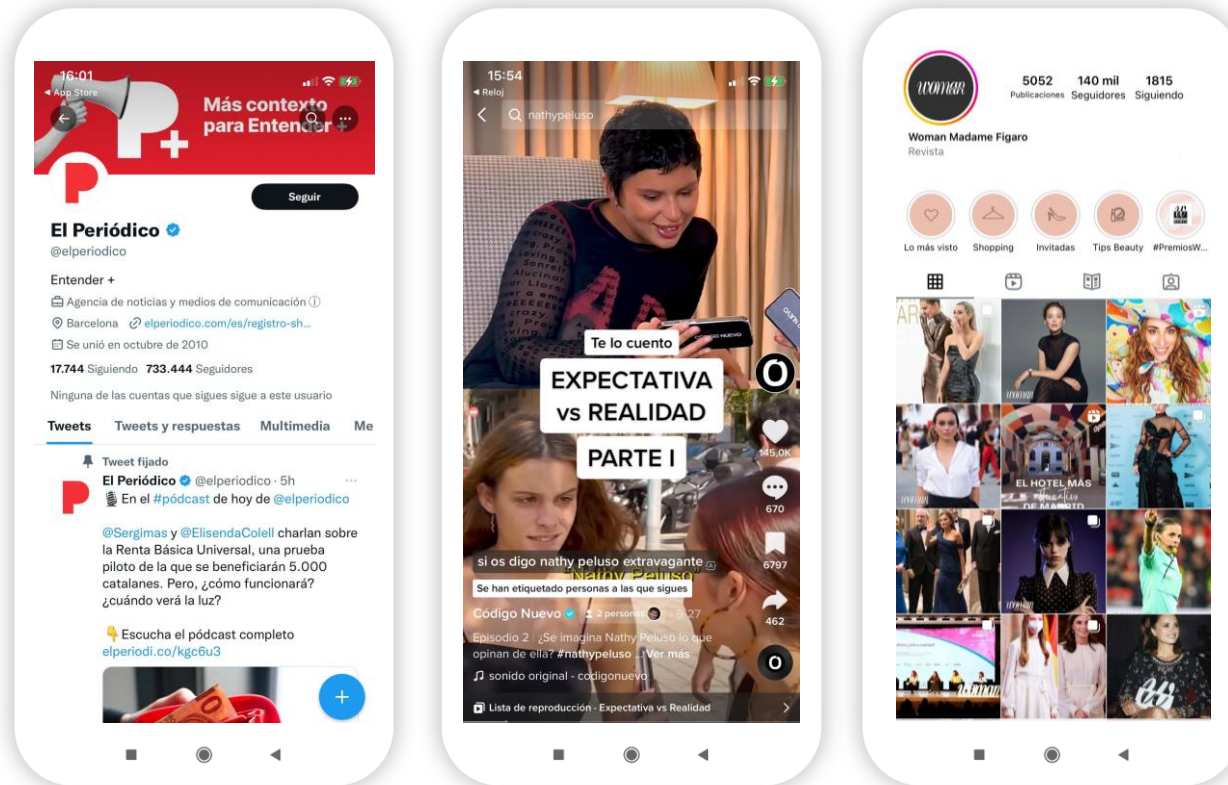
AAEE

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.

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

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

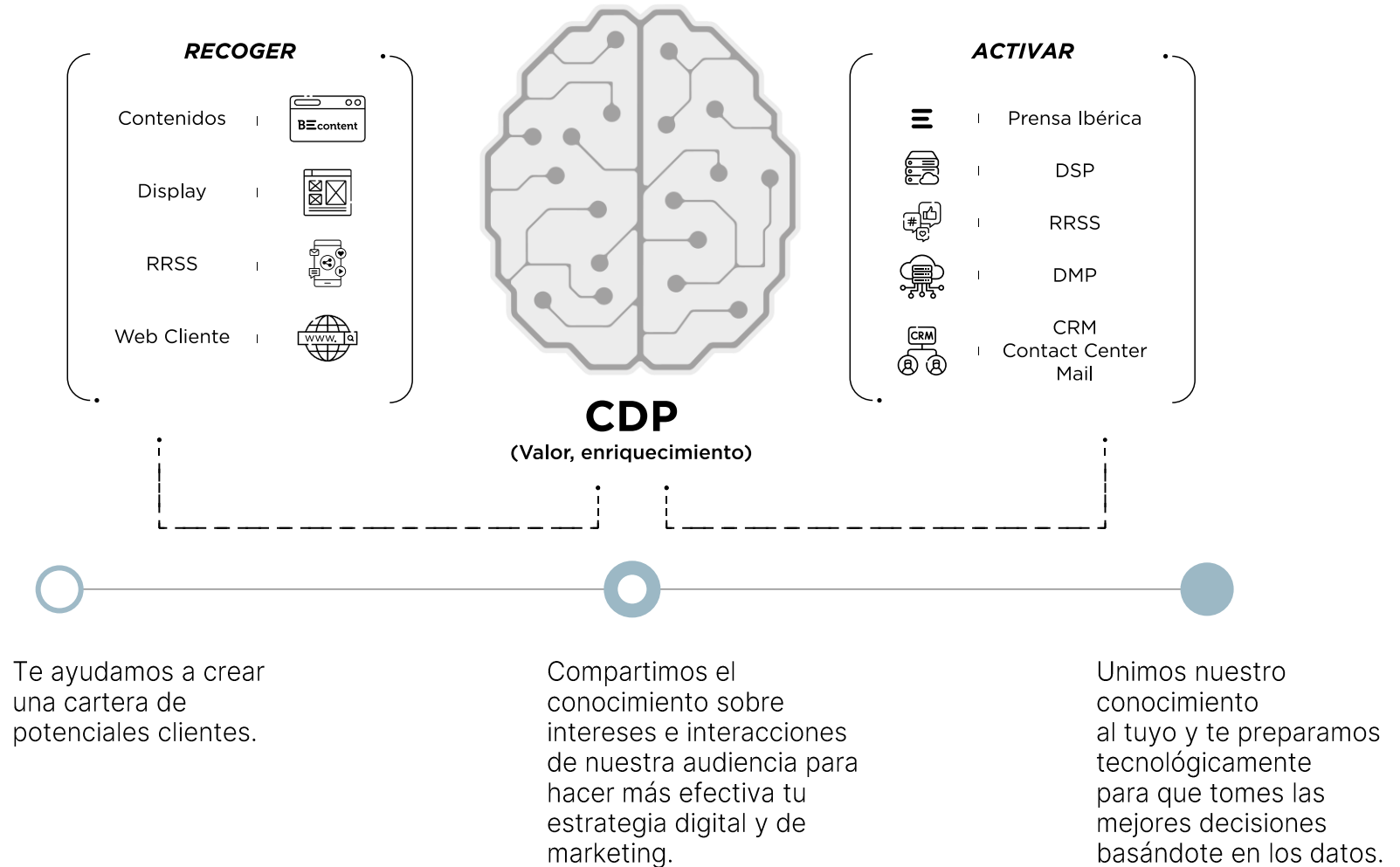
42,7 MM

Total seguidores

05.

Data

Profundizamos en el conocimiento del consumidor para construir campañas optimizadas



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

 **PRENSA
IBÉRICA**