

*woman*

*madame*  
FIGARO

woman.es



 PRENSA  
IBÉRICA



# LAS REVISTAS

Un medio relevante que transmite  
eficacia y confianza

**En un mundo de desconexión de los medios, las revistas capturan un segmento que sigue atento.** A 2 de cada 3 mujeres les gusta estar informadas a través de las revistas.

**En un mundo en reconstrucción, las revistas son una herramienta para recomponerse a largo plazo:**  
9 de cada 10 lectores de revistas aprenden nuevos hábitos en ellas.

**En un mundo de experiencias de consumo superficiales, las revistas son el medio de referencia frente a otros medios para inspirarse y aprender.**

**En un mundo de saturación y desatención publicitaria, las revistas son el medio más pertinente.** Para el 88% son relevantes al descubrimiento de nuevos productos y servicios. Además, es el medio donde la publicidad mejor moviliza a la compra.

**En un mundo confrontado por generaciones, las revistas son un medio transgeneracional,** adaptado a todos los segmentos de edad.

**En un mundo de agotamiento, las revistas son una herramienta de autocuidado.** El medio principal para aprender hábitos de salud y cuidado personal.

**En un mundo de fake news, las revistas son una herramienta que genera credibilidad.**  
El 85% así lo considera.

# WOMAN

madame  
FIGARO

## “EL LUJO DE SER MUJER”

Tanto la revista WOMAN MADAME FIGARO como la web **WOMAN.ES** se han convertido en un referente imprescindible en el universo del lujo, moda, belleza, tendencias, ocio, decoración, viajes, literatura y novedades.

Dirigida a mujeres actuales,  
con alto nivel socio-económico,  
urbanas y activas



Su trayectoria, innovación y pasión por las tendencias, la exclusividad de contenidos y su poder prescriptor le conectan con una amplia comunidad de lectores para las que **Woman** es un referente de moda y estilo.



## DIGITAL

**3,2 MM**

Usuarios únicos

**13,2 MM**

Páginas vistas

**+6%**

vs mes anterior

**1,5 MM**

Seguidores



**WOMAN**  
madame  
FIGARO  
woman.es

## PRINT

**543 K**

Lectores mensuales

**61 K**

Ejemplares de difusión

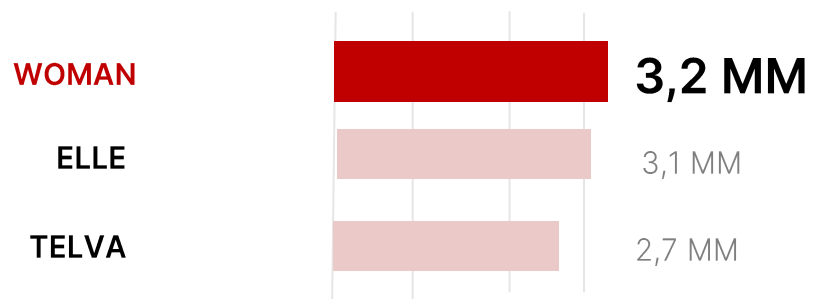
**59 %**

Difusión entre Cataluña y Madrid

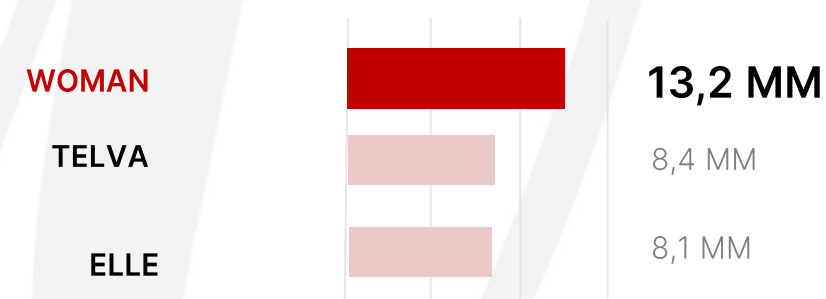
# Líder en audiencia digital

En el último mes entre las revistas de alta gama

## Ranking Usuarios Únicos



## Ranking Páginas Vistas

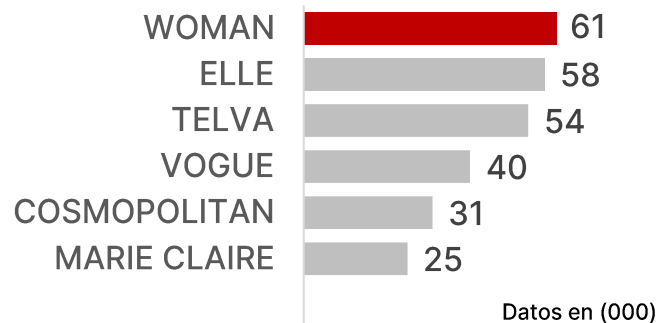


A woman with dark hair, wearing a white double-breasted coat with a wide red belt, stands in a dark, industrial setting. The scene is lit with dramatic red and purple lighting. In the background, there are vertical light strips and a dark, textured wall. The woman is looking down and has her hand on a dark ledge.

# PRINT MAGAZINE

# REVISTA PRINT

Los últimos datos auditados de OJD posicionan a **WOMAN** como **Líder de Difusión en la categoría de Revistas Femeninas Mensuales de Alta Gama**



**WOMAN** se sitúa un **5%** por encima de revistas femeninas de alta gama como ELLE.



**woman**  
madame  
FIGARO  
woman.es

Lectores

**543.000**

# REVISTA PRINT

La lectora Woman es una mujer **actual, activa**, que le gusta estar informada de las últimas **tendencias de la moda y belleza**.

## Nuestros lectores

Edad	Trabaja	Urbana	T. Universitarios
<b>42</b> años	<b>64 %</b>	<b>60 %</b>	<b>41%</b>

Alto nivel socioeconómico

**60 %** (A/B)\*

Fuente: EGM 3er Acumulado 2025 (Urbana: Poblaciones > 50K habitantes)  
Status A-B = Clase Alta y Media-Alta  
Afinidad: % que representa la audiencia target vs Total Audiencia soporte. Por encima de 100 mayor afinidad con target

## Afinidad

**168**

La mayor afinidad de mujeres entre las revistas de alta gama

**138** Afinidad 25-44 años

**132** Status elevado



# REVISTA PRINT

*woman*  
madame  
woman.es

# 70%

de nuestras lectoras son motivadas,  
independientes, algo utópicas  
y virtuosas



## Motivadas

Tienden a anteponer sus ideas y están abiertas al cambio. Altamente ambiciosas y dispuestas a tomar riesgos para llegar a lo alto de su carrera. Muy preocupadas por su imagen y apariencia. Consumistas y con poco tiempo.

**+38% AFINIDAD**  
vs Revistas COMPETENCIA



## Independientes

Aventureras, amantes de su tiempo libre. Combinan una actitud desinteresada y de autoconfianza. Disfrutan siendo diferentes, a menudo creativas y libre pensadoras. Reflejan algunas opiniones más superficiales sobre el éxito.

**+40% AFINIDAD**  
vs Revistas COMPETENCIA



## Utópicas

Idealistas, con fuertes convicciones, espirituales aunque con sentido del riesgo y cambio. Voluntarias de causas sociales, valores verdes, interesadas en el arte y la creatividad. Rechazan el materialismo y esperan de las compañías que se comporten de manera ética.

**+90% AFINIDAD**  
vs Revistas COMPETENCIA



## Virtuosas

Tienden a ser altruistas pero también conservadoras. Preocupadas por las tareas que tienen que hacer y dispuestas a invertir tiempo por una buena causa. Actúan responsablemente.

**+60% AFINIDAD**  
vs Revistas COMPETENCIA

# REVISTA PRINT

## Nuestros lectores Un perfil imprescindible para las marcas

### Hábitos personales. ÍNDICE AFINIDAD

**183**

Me importa mucho lo que los demás opinan sobre mi aspecto.

**138**

Me gusta estar al tanto de los avances tecnológicos.

**122**

Interesadas en la moda y en los desfiles.

**221**

Gasto mucho en ropa.

**187**

A veces me regalo a mí mismo cosas que no necesito.

**143**

La mayoría de las veces actúo por instinto, de un modo más emocional que racional.

**400**

En productos de belleza sigo las últimas tendencias.

**168**

Tengo gustos caros.

**181**

Luchar en la vida por algo que valga la pena.

### Actitudes hacia las compras

**218**

Compro marcas de lujo de mujer.

**171**

Compro perfumes de marcas de lujo.

**240**

Tengo la tentación de comprar productos que he visto comercialmente.

**154**

Si confío en una marca la compro sin mirar el precio.

### Actitudes hacia la publicidad

**154**

Revistas: ¿Dónde le presta usted más atención a los anuncios?

**176**

Revistas: ¿Dónde le son más útiles los anuncios para ayudarle a decidir sus compras?

# SECCIONES IMPRESCINDIBLES



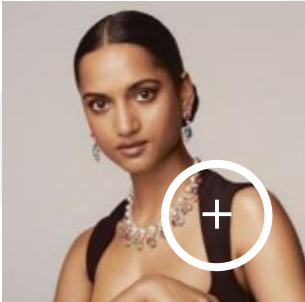
## Inspírate

Dedicado a las mujeres que rompen barreras en un campo tradicionalmente no femenino.



## Icono

Descubrimos un personaje icono de estilo inspirador de épocas pasadas.



## Cómo llevar...

De manera didáctica explicaremos como llevar una tendencia de moda.



## Decálogo

Los 10 ítems de una categoría (calzado, gafas, etc) que serán nueva tendencia.



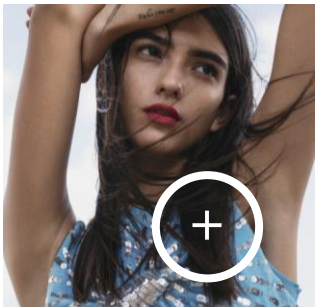
## Boutique

Abrimos las puertas a una boutique de lujo con un diseño diferente y llamativo.



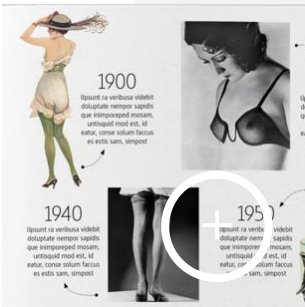
## Editor's choice

Nuestro trabajo nos da acceso a *showrooms* y notas de prensa en las que fichamos, también a nivel personal, caprichos estupendos.



## Versus

Analizamos dos tendencias de pasarela absolutamente opuestas.



## Time Line

Historia de una prenda, accesorio o marca que vuelve a la actualidad.



## Sostenibilidad

Tendencia o firma que destaca dentro del cuidado del medio ambiente.



## Joyería

Reportaje de joyas y relojes que inspiran el complemento perfecto para cada *look*.



WEB  
woman.es

# DIGITAL

## woman.es

### 3,2 MM

Usuarios únicos

### 13,2 MM

Páginas vistas

**Profundidad**  
(páginas/sesión)

# 1

**Engagement**  
(páginas/usuario)

# 3

**Tasa de permanencia**

La más elevada entre las revistas de alta gama

# 25%



**woman**  
*madame*  
woman.es

## PERFIL DE LOS LECTORES

Una mujer actual, **urbana** y **activa**

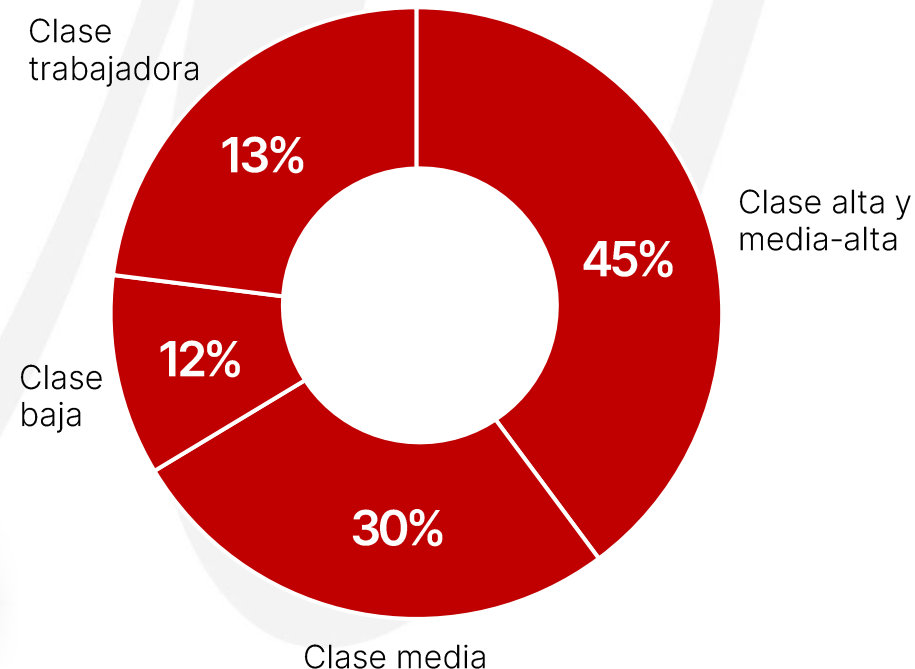
### GRUPOS DE SEXO Y CLASE SOCIAL

# 57%

MUJER

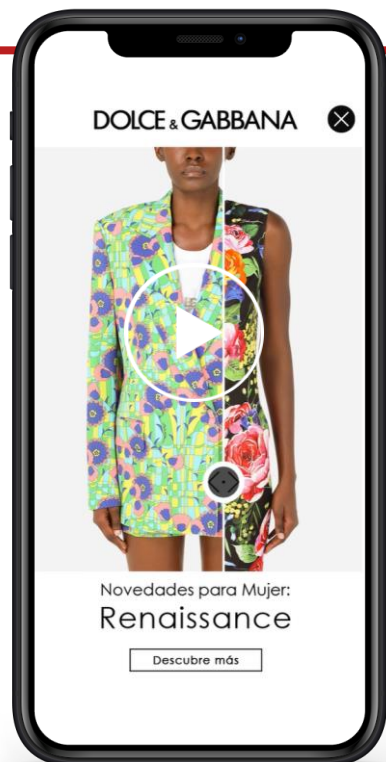
# 43%

HOMBRE

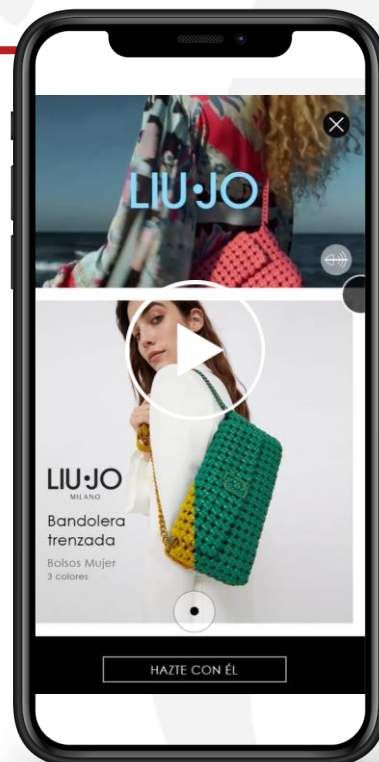


# FORMATOS PUBLICITARIOS

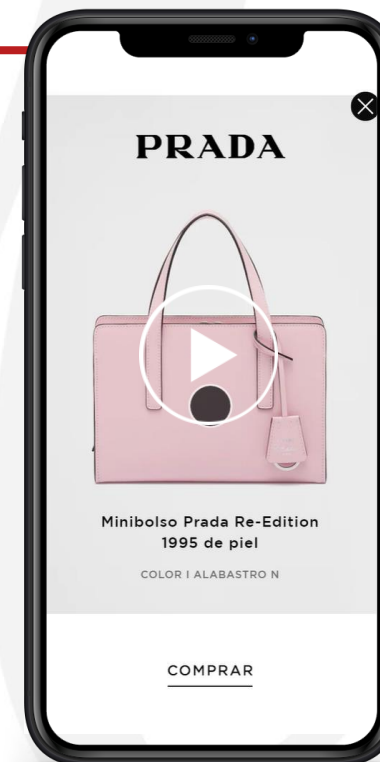
Double Reveal



Double Reveal con vídeo



Interactive sensor ad

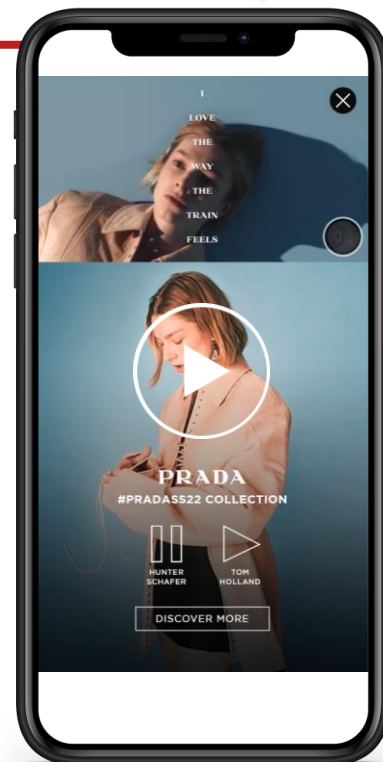


# FORMATOS PUBLICITARIOS

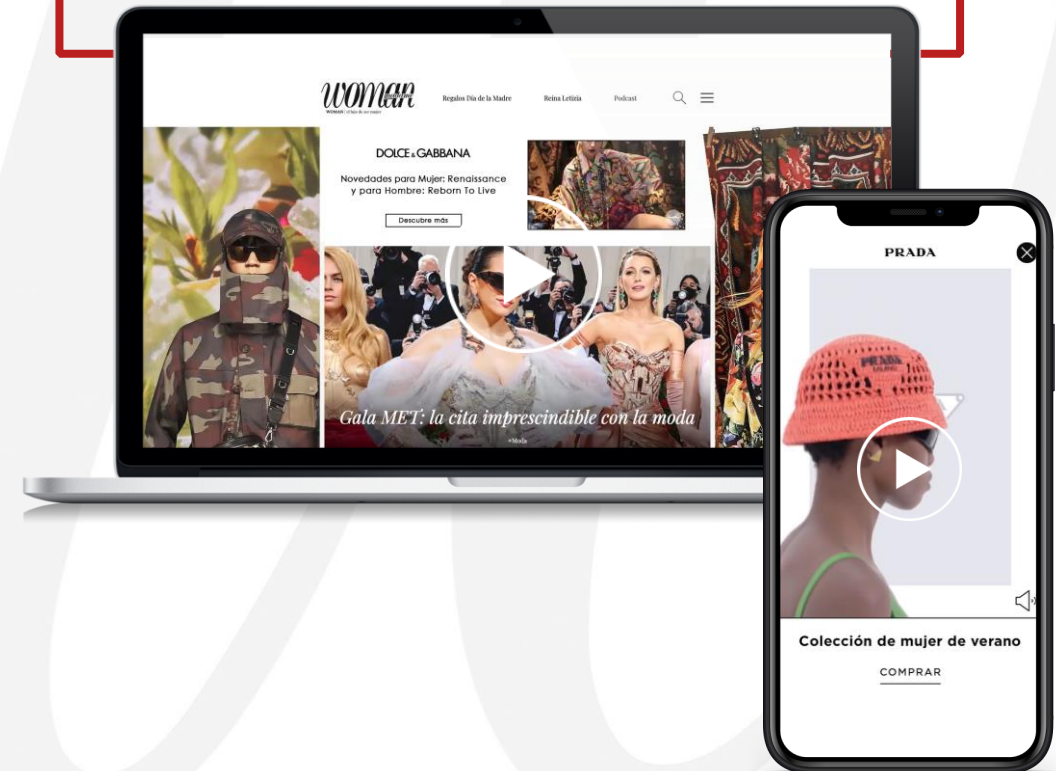
Spin card



Double video



Custom Brand Day





RR.SS.

# RR.SS.



# 1,5 MM

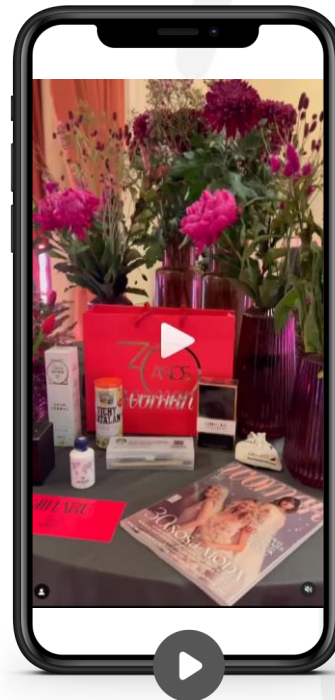
Total Seguidores

*woman*  
madame  
woman.es

Influencers



Directos



Viralización  
de contenidos



Ilustraciones  
personalizadas



# RR.SS.

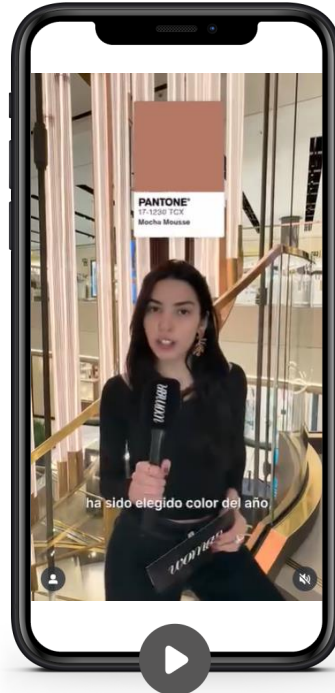


# 1,5 MM

Total Seguidores

*woman*  
madame  
woman.es

Maquillaje  
Isolee Shops



Perfumes  
Givenchy

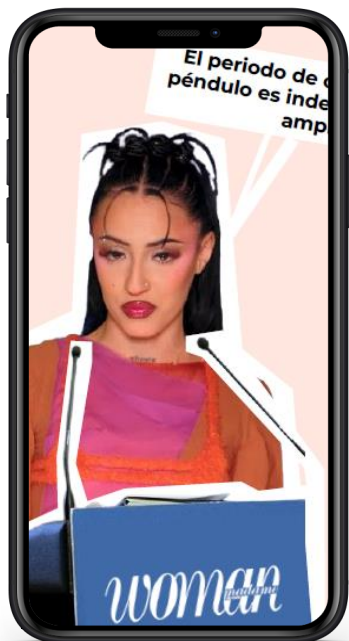


Maquillaje  
Shiseido



Experiencia  
Woman





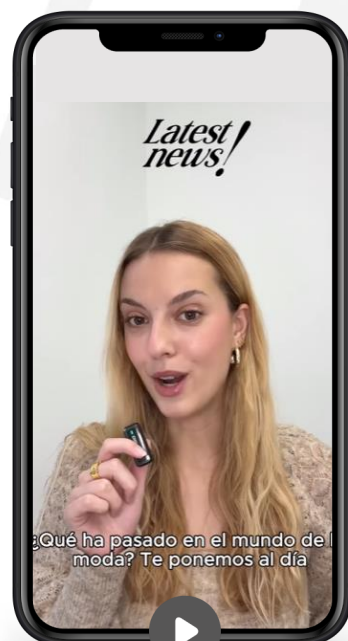
Recopilaremos los momentos más **ICONIC** de nuestras referentes teatralizando sus *quotes* más célebres bajo el paraguas de contenidos de Woman.

EL STATEMENT



El noticiario *retro* más moderno, en el que tendrán cabida vestidos, peinados, anécdotas de *celebrities* con un toque estético diferencial.

ARCHIVO



Actualidad y moda desde 3 temáticas diferentes:

- Top de la semana
- Actualidad
- Pasarela

LATEST NEWS



El auge del *streetstyle* y el *street marketing* nos invita a escuchar a las calles. Exploraremos la ciudad en busca de personas creativas y con estilo que representen el espíritu Woman.

CITY ICONS



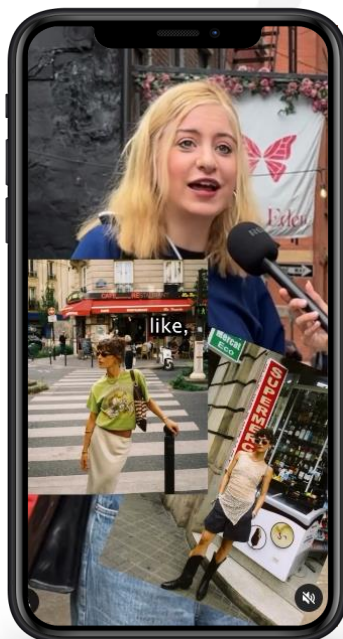
Sección en la que daremos a conocer experiencias junto a marcas top que busquen conectar a través del autocuidado.

MOMENTO W



Nuestra audiencia vivirá experiencias relacionadas con la belleza de la mano de las marcas. Mediante el *social listening* conectaremos la experiencia y las tendencias.

## LA MASTER CLASS



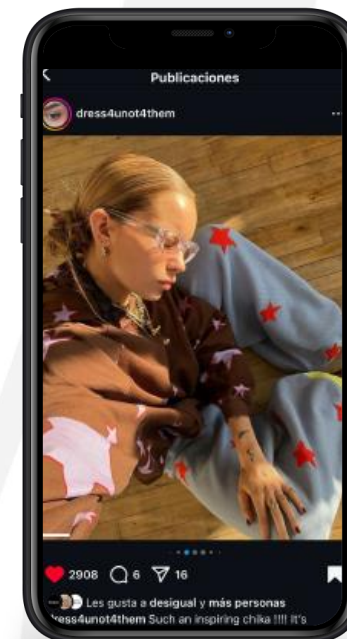
Entrevistas en la calle a personas con un *look* llamativo. Buscaremos nuevos estilos y tendencias.

## STREET STYLE



Woman tendrá el reto de ver cómo se construye el *feed* de un *talent* pasando el día con la persona. Mostraremos lo que sucede detrás de cada post mediante entrevistas creativas

## EN EL FEED DE...



Consiguiendo la foto soñada. En esta sección acompañaremos a una *influencer* a que recree una foto icónica de alguna celebridad que le inspire.

## LA INSPO

# AA.EE EVENTOS



# EVENTOS ESPECIALES



Premios Woman (2025)



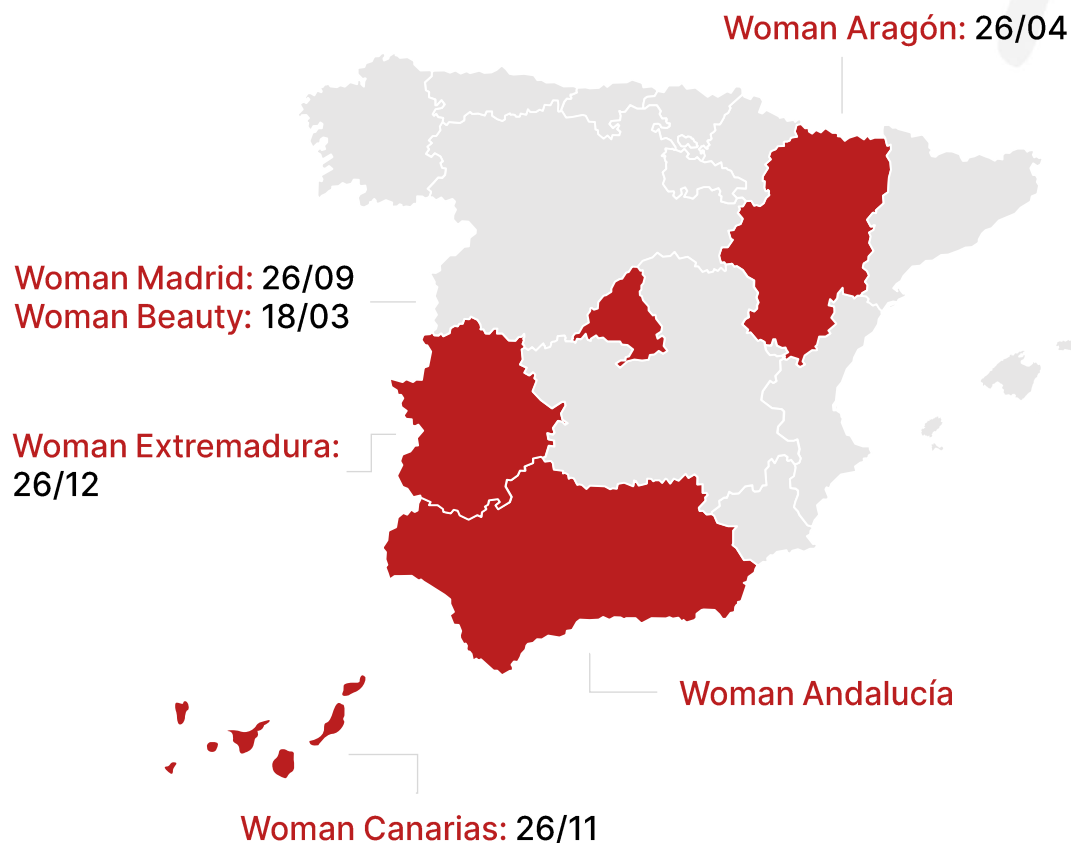
Premios Woman Beauty (2025)



Premios Woman Sport (2025)

# PREMIOS WOMAN 2026

*Una celebración del talento, el compromiso y la excelencia femenina en diferentes territorios.*



Una agenda de premios que se expande por el territorio nacional, acercando el espíritu WOMAN a diferentes comunidades y reforzando su vínculo con la cultura, la sociedad y el talento local.

Tipología de premios Woman 2026:

## Premios Woman (Generales)

Madrid • Aragón • Extremadura • Andalucía • Canarias

## Premios Woman (Temáticos)

Woman Beauty  
Woman Sport

# PODCAST

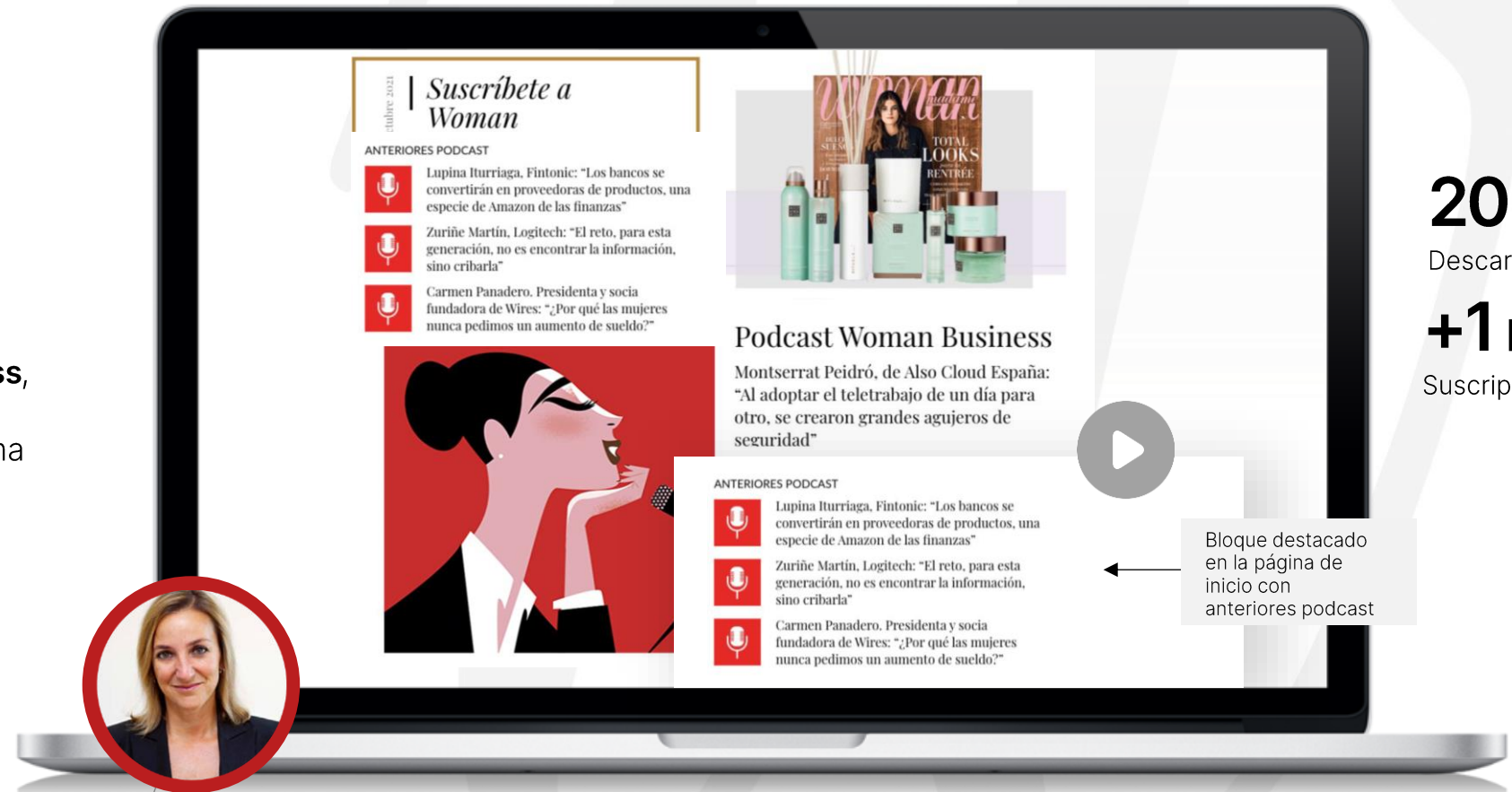
## El podcast que querrás escuchar

Cada semana **#WomanBusiness**, el podcast de la revista Woman Madame Figaro, acerca de forma ágil e intimista a las mujeres más influyentes e inspiradoras de nuestro país.

Mujeres que están cambiando el mundo a base de inteligencia, tenacidad y esfuerzo



Presenta la periodista **Fátima Iglesias**



**20k**

Descargas

**+1k**

Suscriptores

Bloque destacado en la página de inicio con anteriores podcast

# ENCUENTROS

#Woman Business

*La voz de mujeres extraordinarias que inspiran*

Los Encuentros #Woman Business son desayunos en los que invitamos a directivas o mujeres de referencia en sus ámbitos profesionales para debatir sobre una temática concreta.

Moderados por la periodista Fátima Iglesias, establecemos un diálogo y unas conclusiones que posteriormente se publican en papel y digital, incluyendo video del evento, minientrevistas de cada protagonista y píldoras de IGTV.



# ENCUENTROS

Woman Care

## *Una mirada consciente al bienestar femenino*

Los encuentros WOMAN Care son espacios de diálogo e inspiración dedicados al bienestar integral de la mujer. A través de conversaciones con expertas y profesionales, se abordan temas relacionados con la salud, el autocuidado y el equilibrio personal desde una perspectiva cercana, rigurosa y actual.

Moderados por periodistas de WOMAN MADAME FIGARO, cuentan con una amplia cobertura editorial, tanto en papel como en digital, incluyendo contenido audiovisual, entrevistas y piezas exclusivas para redes sociales.

*woman*  
madame  
woman.es



# ACCIÓN 360°

## BIOTHERM

THE HEALING POWER OF LIFE PLANKTON™

belleza |

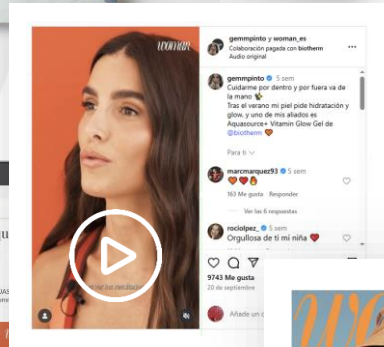
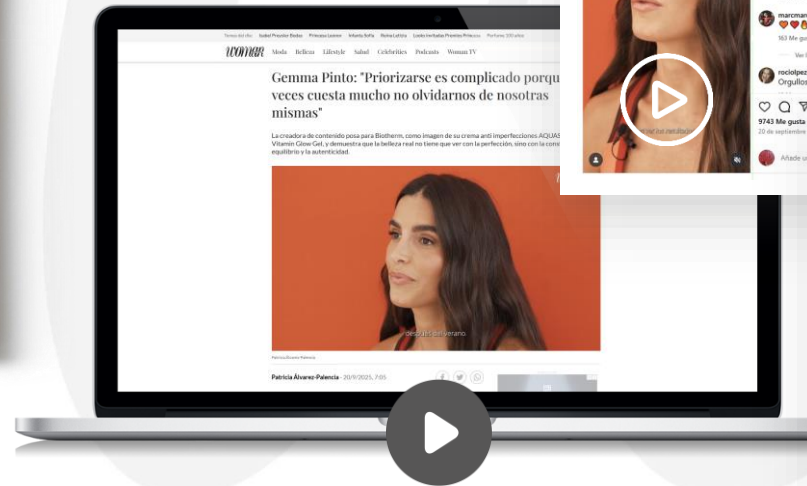
## en la PIEL de GEMMA PINTO

Transmite energía positiva desde sus redes sociales, en las que refleja un estilo de vida saludable y su pasión por el deporte. Novia del piloto de MotoGP Marc Márquez (del que habla con naturalidad) y embajadora de Biotherm, se convirtió en influencer a raíz de que su amiga Laura (Escanes) publicara una foto con ella y asegura que este trabajo le exige más horas, esfuerzo y dedicación que cuando estaba en una agencia de publicidad.

POR MARTA BONILLA FOTO ANDRÉS GARCÍA LUJÁN DIRECTORA DE MODA MARTA LASIERRA

**Tiene una sonrisa bonita y fácil.** -Soy una persona alegre, me gusta transmitir optimismo, pero además estoy en un momento súper feliz en mi vida personal y profesional y eso te hace sentir más-, nos dice Gemma, con 356.000 seguidores en Instagram, desde donde muestra un estilo de vida saludable, en el que el deporte desempeña un papel importante. Eso la ha llevado a convertirse en embajadora de Biotherm, junto a la actriz Elsa Pataky, como ejemplo de mujeres activas que entretienen su piel como entrenan su cuerpo. En sus redes, muestra con naturalidad su relación con el piloto de MotoGP Marc Márquez al que, cuando su trabajo se lo permite, acompaña en algunos eventos. Este año ha logrado organizarse con antelación para poder estar presente en una parte especial del calendario, fuera de Europa: -Hay que aprovechar los momentos y hay cosas que no vas a volver a vivir. He adelantado todo el trabajo posible y, aunque con diferencia horaria, puedo seguir subiendo contenidos, además todo el trabajo posible, con naturalidad que este convertirse en creadora de contenido no vino caído del cielo, porque yo nunca había tenido interés en las redes sociales-. Licenciada en publicidad, RPP y marketing y con un máster en estrategia digital, llevaba tres años trabajando en una agencia, pero -en la universidad había conocido a Laura [Escanes]. Un día subió una foto conmigo, empujó a tengo los pies en el suelo. En mi perfil soy muy muy yo, natural, relajada...-

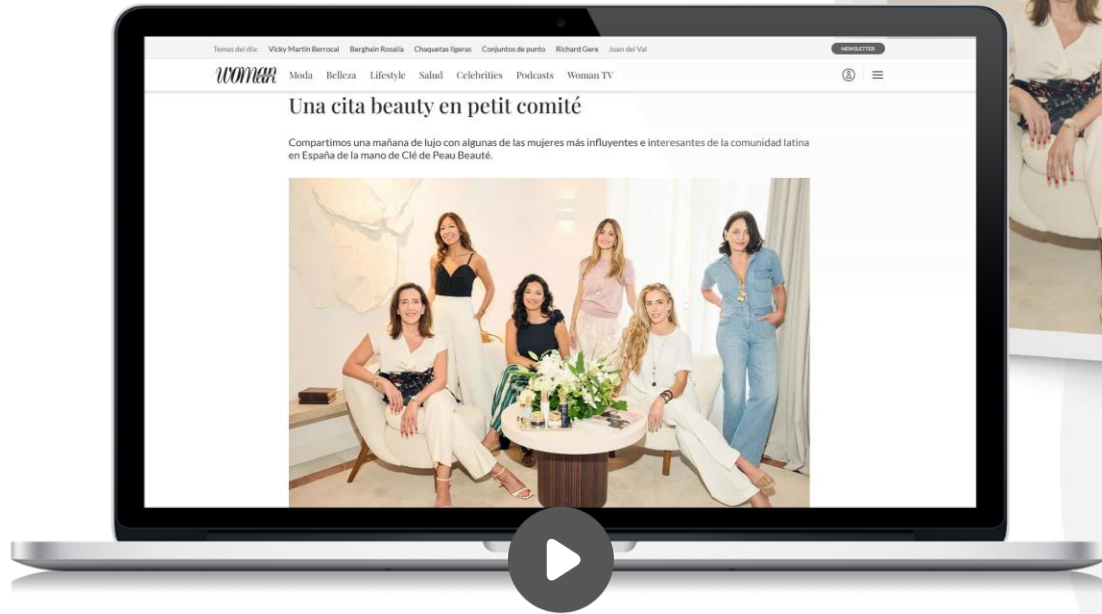
**Y viajas un estilo de vida saludable con deporte, alimentación...**  
Si, yo siempre he sido una persona activa, pero desde hace dos años el deporte para mí se ha convertido en una prioridad. No ya por verme bien físicamente, sino para sentirme bien. Además, por fin he conseguido que me guste ir a entrenar, coges esa rutina. Hay que tener mucha paciencia, hacer el esfuerzo y echarle ganas. Hay días que cuesta y se supera y yo si algo no me apetece nada, pues me lo permito. Soy de escucharle mucho a mi misma. Igual hago con la alimentación: intento seguir >



IMPRESO + DIGITAL + RR.SS.

# 360° ACTION

LA CLAVE PARA UNA PIEL PRECIOSA

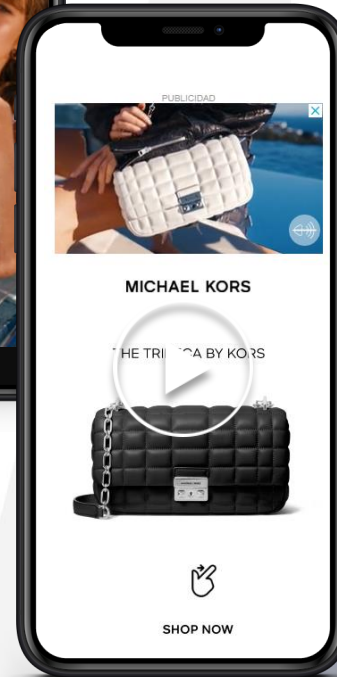
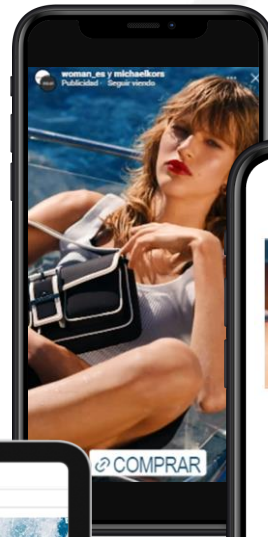
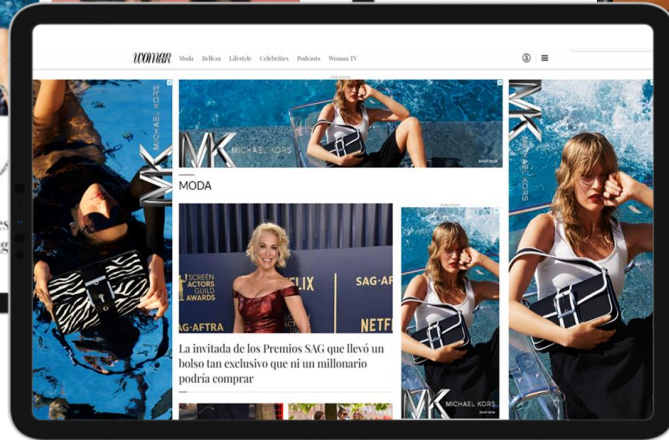
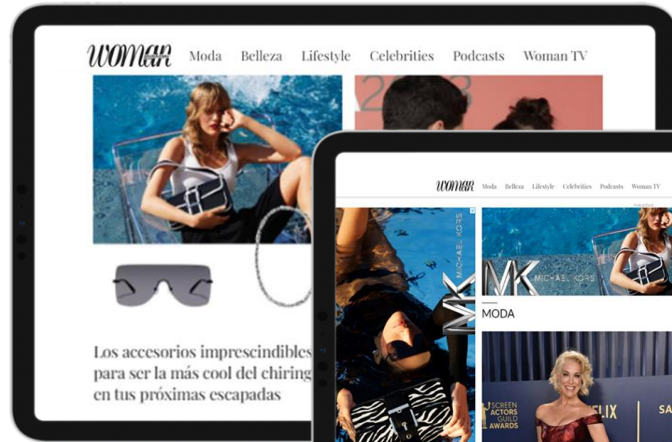


IMPRESO + DIGITAL

# ACCIÓN 360°

## MICHAEL KORS

woman madame  
woman.es



DIGITAL + RR.SS.

PAPEL

Brand Week

Double  
reveal video

Video in text

Contenidos  
native (x2)

Campaña  
de Tráfico y  
Reach en RR.SS.

+

Página

# ACCIÓN 360°

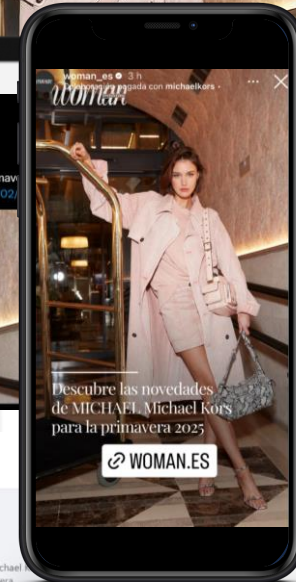
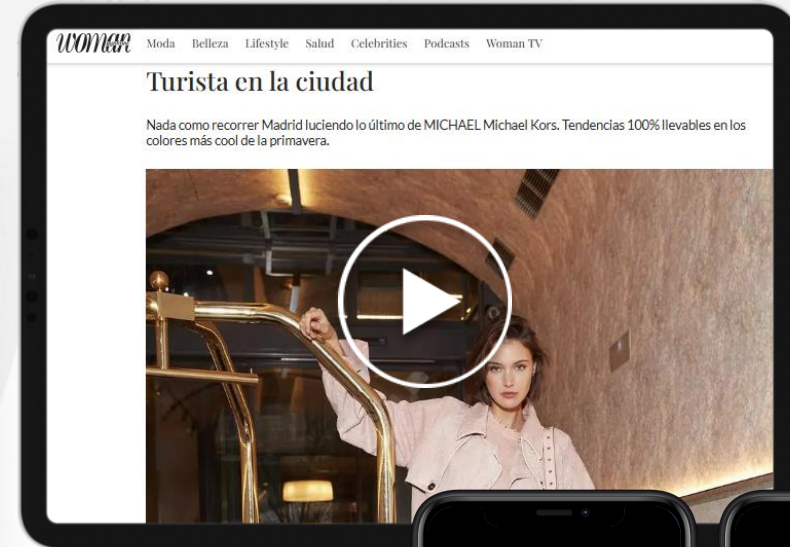
## MICHAEL KORS

woman  
madame  
woman.es

DIGITAL + REDES SOCIALES



PRINT  
Contenido, incluida la producción de moda

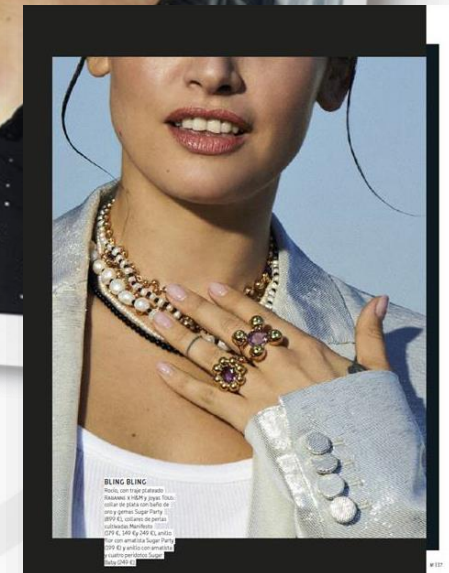
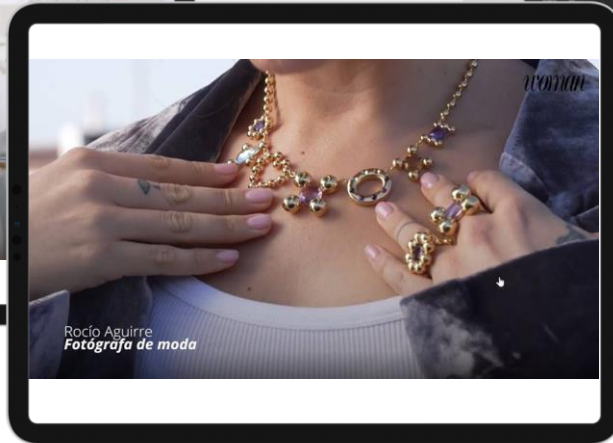
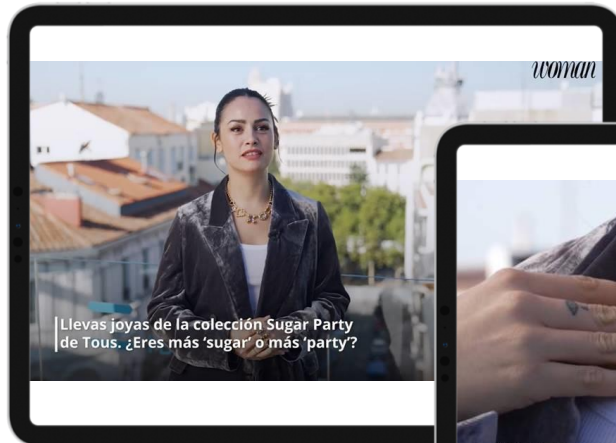


# ACCIÓN 360°

## TOUS

Producción con Rocío Aguirre  
Fotógrafa e imagen de la marca

woman  
madame  
woman.es



ACCIÓN 360 con entrevista a la embajadora,  
vídeo y apoyo en RR.SS.

# ACCIÓN 360° Calvin Klein



Acción de portada + producción interior de moda con Calvin Klein y Mina El Hammani, imagen de la marca

# ACCIÓN 360°

## SHISEIDO

woman  
woman.es



PRINT

DIGITAL + RR.SS.

### Portada

Presencia y mención en portada

### 12 páginas sección Belleza

La Revolución *Beauty* que llegó de Japón

### 11 páginas sección Living

Descubre la belleza de Japón



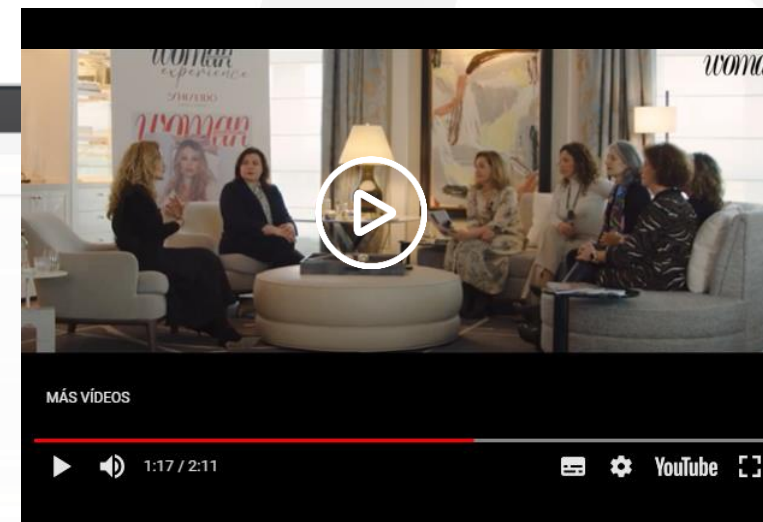
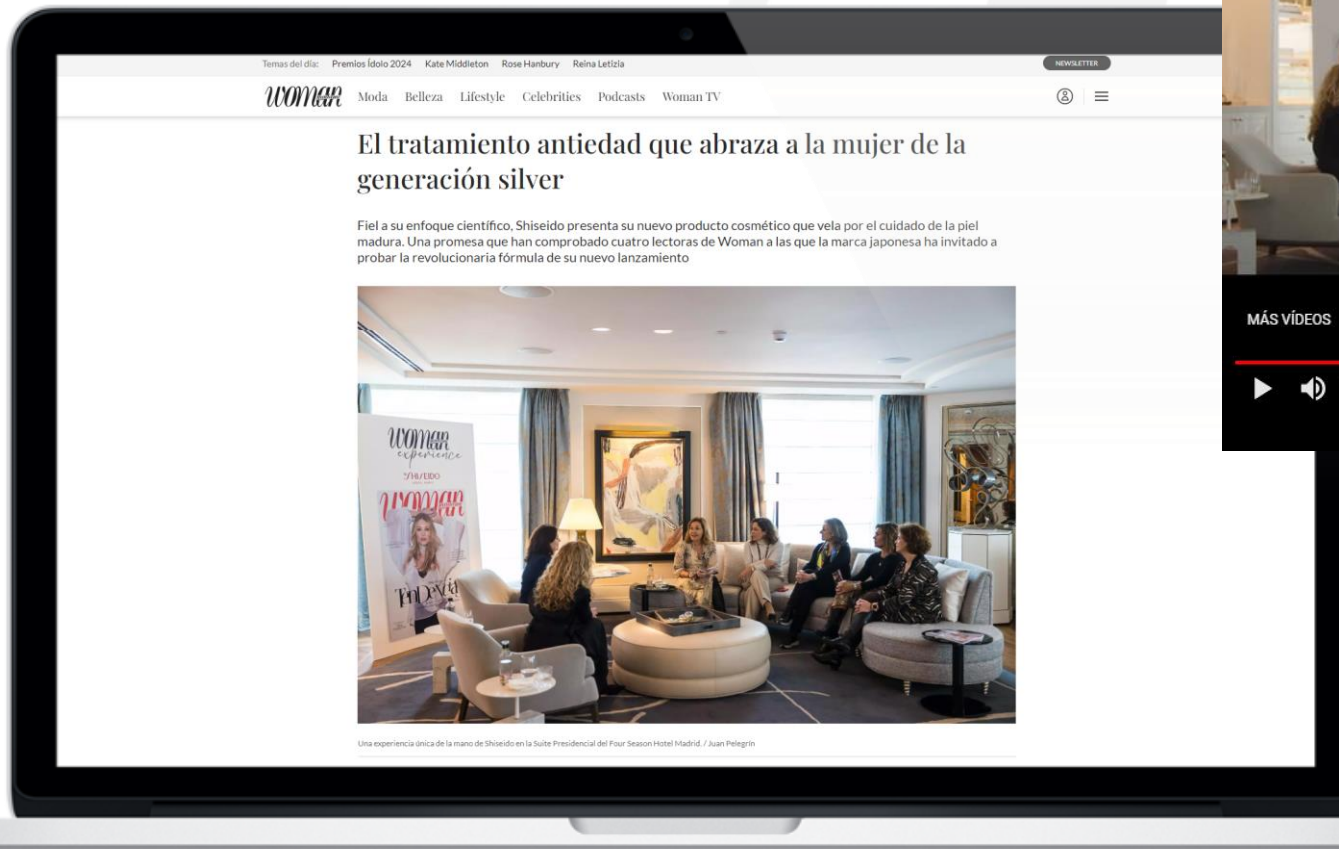
### Viralización de contenidos

En Woman.es y RR.SS.

### Viralización de la portada

En RR.SS.

# ACCIÓN CON LECTORAS



Una experiencia única de la mano de **Shiseido** en la Suite Presidencial del **Four Season Hotel Madrid**

# RESERVA LA FECHA

## 2026

### Ediciones especiales en 2026



En 2025 WOMAN MADAME FIGARO presentará las últimas tendencias en decoración del hogar, destacando piezas que se han convertido en imprescindibles para aportar personalidad y calidez a cualquier espacio. Estos artículos ahora se consideran elementos clave en la creación de interiores distintivos y acogedores.

**Abril / Noviembre**

Decoración



En marzo y octubre, WOMAN MADAME FIGARO explorará las tendencias del universo infantil, abarcando moda, decoración, ocio y *lifestyle*. Propuestas creativas y cuidadas que inspiran a familias que buscan calidad, estilo y experiencias para los más pequeños.

**Marzo / Octubre**

Niños



En mayo y diciembre, WOMAN MADAME FIGARO mostrará las últimas tendencias en piezas de joyería que, con el tiempo, se han convertido en elementos indispensables para crear los estilos más refinados y elegantes.

**Mayo / Diciembre**

Joyería



**Mayo**

Novias

En mayo, WOMAN MADAME FIGARO dedica un especial al universo nupcial, abordándolo desde una perspectiva global que integra estilo, belleza, detalles y experiencias. Una selección de tendencias actuales pensadas para bodas con carácter, sensibilidad estética y una visión contemporánea.



**Septiembre**

Madrid

En septiembre, WOMAN MADAME FIGARO pone el foco en Madrid como epicentro de tendencias, cultura y estilo de vida. Una mirada actual y sofisticada a una ciudad creativa, dinámica y en constante evolución en la que conviven moda, gastronomía y talento.

Este material ha sido preparado a modo de ejemplo y propuesta de colaboración y solo para uso interno.  
Queda prohibido su uso o reproducción fuera de esta finalidad.  
Queda prohibido reenviarlo o compartirlo con personas fuera de este mail.

# WOMAN

*madame*  
FIGARO

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)