



REVISTA DE LA UNIÓN EUROPEA

“DIVERSIDAD UNIDA”

ROCÍO CANAS CANCELA & MARÍA RUBIO
COBOS



¿Qué somos?

Una revista digital enfocada al público joven

¿De qué hablaremos?

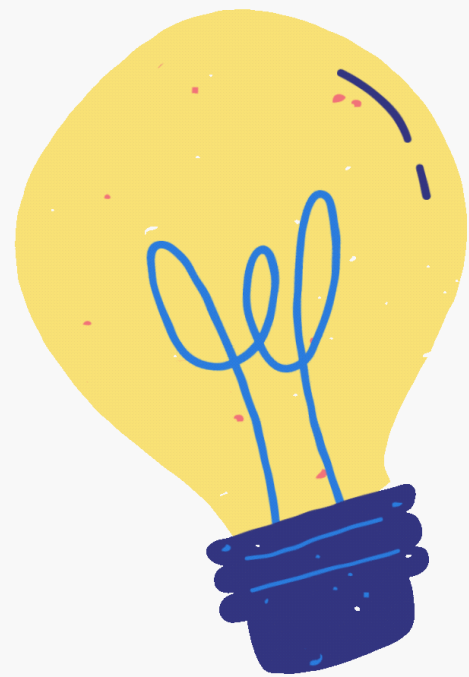
Políticas de la
UE

Oportunidades
en la UE

Organismos
de la UE



NUESTRA IDEA!



Razón de ser

Tenemos un objetivo...

PROYECTAR LA IMAGEN DE LA UE A LOS JÓVENES

¿Por qué?

Para resolver EL PROBLEMA de la UE para comunicarse con los
ciudadanos

Para SATISFACER EL INTERÉS y la NECESIDAD de estar informados
de los JÓVENES sobre la UE



TENEMOS UN PUNTO A NUESTRO FAVOR, PERO NO DEBEMOS OLVIDARNOS DE NUESTRO CONTEXTO...

De algunas instituciones que conforman la Unión Europea, no sabemos quién las lidera, y de otras a pesar de ser personajes públicos no hay pruebas de accesibilidad: “Creo que la institución que es menos media friendly es la comisión europea con una gran diferencia. En parte, creo que es una tendencia, o por lo menos, en mi experiencia que ya viene de la Comisión Yunker. Hay mucho más control de la información que sale de los gabinetes de los comisarios”, trasmite Beatriz.

Así, con más motivo es necesario desarrollar este proyecto. Un clima de opinión que según nos describe Ríos: “sienta muy mal en la prensa de Bruselas porque al final hay una parte de rendición de cuentas que no se está dando por parte de los líderes políticos, y al final los medios de comunicación estamos para eso, ¿no?”.



BEATRIZ RÍOS
- Periodista freelance -

LOS JÓVENES YA HAN HABLADO Y AQUÍ ESTÁN LOS DATOS...

Participación de los jóvenes españoles en las elecciones europeas:

23% en 2014
38% en 2019
64% en 2024

- Eurobarómetro -



“El 83% de los españoles se siente ciudadano de la UE, 11 puntos por encima de la media europea”

- Eurobarómetro -



**¡LES INTERESA LA UNIÓN
EUROPEA PERO NO
SABEN COMO LLEGAR A
ELLA!**



Nuestra propuesta de

valor añadido, frente a medios
demasiado serios, y
tradicionales...



POLITICO

euobserver



EURACTIV





LLEVAR LA
UNIÓN EUROPEA
A LOS JÓVENES

Nuestra propuesta de valor

¡QUEREMOS SER LA ALTERNATIVA!

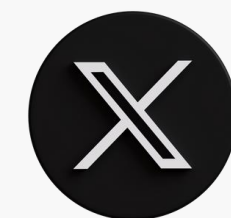
a través de



PÁGINA WEB
INTERACTIVA E INTUITIVA

Contenidos rigurosos pero...
ENTRETENIDOS

Nuestras redes sociales



BUYER PERSONA



HUGO FERNÁNDEZ

ESTUDIANTE DE PERIODISMO

BIOGRAFÍA

Actualmente estudia el Grado en Periodismo en la Universidad de Valladolid pero es natural de Madrid.

Siempre ha sentido mucha curiosidad por descubrir el mundo que le rodea y está lleno de inquietudes. Semanalmente participa en una asociación estudiantil de debate y oratoria.

Edad: 22 años

Sexo: masculino

Ocupación: estudiante en la UVA

País: España

PERSONALIDAD



GUSTOS Y AFICIONES



POLÍTICA



FOTOGRAFÍA



VIAJAR



NEGOCIOS

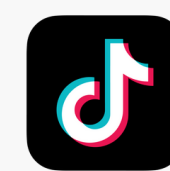


LEER



MÚSICA

REDES SOCIALES



MARCAS



METAS Y OBJETIVOS

- Ser periodista y comunicador de referencia.
- Vivir en el extranjero.
- Trabajar en temas de gran relevancia social.
- Participar en proyectos colaborativos.
- Escribir un libro.
- Montar su propia empresa.

DAFO

DEBILIDADES

D

- Equipo sin experiencia emprendedora
- Presupuesto reducido
- Distancia física a Bruselas, Estrasburgo....

FORTALEZAS

F

- Formato innovador
- Conocimientos sobre la UE
- Contactos en las instituciones
- Experiencia Erasmus (Bélgica)
- De jóvenes para jóvenes

AMENAZAS

A

- Sector económicamente vulnerable
- Desconfianza en los medios
- El mal llamado “periodismo ciudadano”

OPORTUNIDADES

O

- Subvenciones y ayudas
- Interés de la juventud por Europa
- Crecimiento de las redes sociales

CULTURA DE LA EMPRESA



Misión

Contribuir a la **difusión** de las **políticas** realizadas por la **UE** y las **posibilidades** de **desarrollo** de todo ciudadano de la Unión en esta institución; ofreciendo **información transparente** y de **calidad** de una forma **amena**



Visión

Ser la **referencia** informativa sobre las **políticas** y **oportunidades** en la **UE** para los ciudadanos **españoles**, particularmente los **jóvenes**

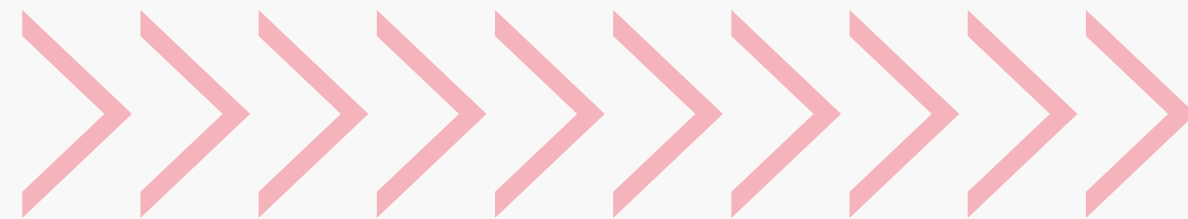


Valores

Impacto social
Innovación
Rigor
Diversidad
Accesibilidad
Creatividad

METAS

- Fidelizar a nuestros suscriptores
- Llegar a jóvenes de todas las Comunidades Autónomas de España
- Exportar el medio a otros países de la Unión Europea
- Organizar y coordinar eventos y workshops
- Crear una fundación
- Colaborar con marcas en redes sociales



CANVAS

Socios clave

- Instituciones de la Unión Europea
- Gobierno de España
- Influencers
- Agencias de noticias
- Agencias de comunicación
- Empresas de personal para eventos
- Empresas de viajes

Actividades clave

- Informar
- Verificar datos
- Divulgar
- Establecer una red de contactos
- Crear una red de contactos
- Organización y coordinación de eventos

Recursos clave

- Ganas e ilusión por aprender
- Conocimientos previos
- Herramientas digitales
- Capital humano
- Plataformas de distribución

Propuesta de valor

- Contenido riguroso
- Formato nuevo, dinámico y didáctico
- Diversos canales para adaptarnos a cada persona

Relaciones con el cliente

- Relación estrecha
- Conexión
- Búsqueda de la fidelización

Canales

- Página web "Diversidadunida.es"
- Instagram
- TikTok
- X
- LinkedIn

Segmentos de clientes

- Jóvenes españoles
- También público en general interesado en la Unión Europea

Estructura de costes

¿Cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio?

- Recursos humanos
- Publicidad y promoción
- Equipo técnico (Material)

Fuente de ingresos

- Suscriptores y socios
- Eventos, viajes y workshops
- Sorteos
- Bienes materiales