

Plan de patrocinio

EL PITCH

2^{da} TEMPORADA

Presentación.

El Pitch es el podcast de comunicación y negocios en Cuba, perteneciente al proyecto La Penúltima Casa. Durante toda su primera temporada fue el número 1 en el ranking de la plataforma cubana de podcasts.

Su primera temporada (de julio a diciembre de 2020) tuvo 12 capítulos, cada uno con entrevistas, en su mayoría a negocios privados del país, aunque también ha tenido otros invitados, como una Instagrammer, una empresa extranjera y un medio estatal.

El Pitch busca pensar la comunicación desde el emprendimiento cubano, y con ese propósito organizó el primer festival online de comunicación y emprendimiento en Cuba, con 400 participantes, e invitados desde Argentina, España y Estados Unidos. En el festival se realizaron conferencias, paneles y se premiaron invitados destacados del programa. Tuvo, además, un concurso de pitch de negocio donde participaron 38 videos de emprendimientos, proyectos comunitarios y empresas estatales.



Perfil de la audiencia de El Pitch.

- Personas que quieren emprender
- Emprendedores
- Seguidores de La Penúltima Casa, especialmente comunicadores, community managers, periodistas y diseñadores (no necesariamente emprendedores)
- Marcas, empresas e instituciones cubanas

Invitados de la primera temporada.

- Rancel Ruana, Bajanda
- Oniel Díaz, Auge
- Marta Deus, Mandao
- Ernesto Guerra, Juventud Técnica; y Aynel Martínez, Cubalite
- Adis Gonzáles, As de Sueños; y Shallya Sánchez, Ecodeco Taller
- Erich García, Bache Cubano; y Saily González, Amarillo B&B
- María de la Rica, EBM; y Gigi Maduq
- Ariel Causa, Alamesa
- Adriana Heredia, Beyond Roots
- Ana Mahe Inda, EFCH
- Juan Carlos Bláin, Juanky's Pan
- Perla Baltar y Riuri Rodríguez, Directora y Subdirector del Proyecto Cubaemprende.

Reconocimientos.

- 1er lugar en el ranking de podcasts de la plataforma de podcasts cubana (Cubapod).
- Organizador de El Pitch Festival, el festival para pensar la comunicación desde el emprendimiento, con 400 participantes e invitados nacionales y extranjeros, y cobertura en 5 medios de comunicación.

Estadísticas.

- Más de 6000 escuchas entre las plataformas Anchor, Ivoox y Cubapod.



EL PITCH

2^{da} TEMPORADA

Nuestro objetivo es continuar este proyecto con una 2da temporada en la que se traten diferentes temas de comunicación y emprendimiento. La encuesta realizada a la audiencia determinó que el 98% de los oyentes espera una segunda temporada.

PROYECTO.

Frecuencia: 1 episodio semanal durante 6 meses.

Formato: Se alternará entre episodios con entrevistas y sin ellas.

Música original: Compositor Ernesto Cisneros (arreglista y tecladista del grupo Buena Fe, autor de la banda sonora de la novela El Rostro de los Días)

Grabación: Entrevistas en estudio y episodios sin entrevistados en estudio doméstico con micrófono profesional.

Otras secciones:

- Preguntas y respuestas
- Promoción a proyectos e iniciativas sin fines de lucro
- Tips de negocio

Objetivos de la segunda temporada:

- Consolidar El Pitch como el podcast de referencia en Cuba en la categoría negocios.
- Expandir el alcance e influencia de El Pitch fuera del país.

¿Por qué Patrocinarlos?

- El Podcasting es un medio que está creciendo en el mundo y más aún desde el inicio de la pandemia de COVID-19 y Cuba no escapa a esta tendencia.
- Apostar por un patrocinio ahora es económicamente interesante, teniendo en cuenta que los podcasts tienen la habilidad de caer bien al público que lo escucha y generar confianza entre el podcaster y sus seguidores.
- Invertir en El Pitch hará que las personas estén atentas a tus mensajes, pues un podcast se elige, se escucha en el momento idóneo y en el lugar que elige el escuchante.
- El Pitch, en su primera temporada, fue el podcast número 1 en la plataforma cubana de podcasts, entre más de 200 podcasts.
- La publicidad de podcast es un canal de marketing probado y altamente efectivo que está siendo aprovechado por algunas de las mejores marcas del mundo.
- Se trata de un medio que crece mucho, genera expectativa en los medios y, sobre todo, resulta muy atractivo para todo el que descubre este formato.

¿Por qué la publicidad de podcast es efectiva?

Según la firma estadounidense domiciliada en Reino Unido, Nielsen Holdings PLC, la publicidad de podcast ofrece 4.4 veces mejor recuperación de marca que los anuncios en otras plataformas de medios digitales. Es una publicidad altamente efectiva para impulsar la preferencia de la marca. Además, esta se integra en nuestro podcast de forma natural en el episodio. En este, el patrocinador o partner tiene un espacio dedicado dentro de los episodios donde se comentan las ventajas, productos y servicios del mismo de forma natural.

Propuesta de Patrocinio

Entendiendo la situación económica actual, buscamos una modalidad de patrocinio win-win. Con esto nos referimos a que prevemos varias categorías de patrocinio para generar sinergias favorables entre ustedes y nosotros. Por tanto, podrán enfocar su aportación en dos modalidades diferentes.

Patrocinadores:

- Visibilidad en formato cuña en 2 episodios del podcast en el mes, 12 en total. Anuncios Pre-Roll o Post-Roll de 30" (1 y 1).
- Menciones en las redes sociales de El Pitch (Instagram y Facebook) 2 veces al mes, con 4 menciones al mes, 24 en total.
- Con cada aparición en el podcast se acompañará de una mención publicitaria en los post de los episodios con el enlace correspondiente a sus redes o web, con 2 menciones al mes, 12 en total.
- Mención en la descripción del episodio publicitado en todas las plataformas de podcasting de El Pitch (Google Podcasts, Apple Podcasts, Spotify, Ivoox, Castbox, etc.), con 2 menciones al mes, 12 en total.
- Mención en stories 2 veces al mes, 12 stories en total.
- Ofertas de clientes para sus negocios que lleguen a La Penúltima Casa (sin descuento ni comisión).
- Mención permanente, logo y enlaces en la web de La Penúltima Casa.
- Promoción en el canal de Youtube de El Pitch con cada aparición en el podcast, 2 veces al mes, 12 en total

Total de impactos: 14 impactos c/mes y 84 en la temporada.

Precio: 5 000 MN mensual y 24 000 MN la temporada.

Partners:

- Visibilidad en formato cuña en 4 episodios del podcast en el mes, con un total de 4 cuñas al mes, 24 en total. Anuncios Mid-Roll de hasta 60 seg.
- Mensajes en las redes sociales de El Pitch (Instagram y Facebook) 1 vez a la semana, con un total de 8 menciones al mes, 48 en total.
- Con cada aparición en el podcast se acompañará de una mención publicitaria en los post de los episodios con el enlace correspondiente a sus redes o web, con 4 menciones al mes, 24 en total.
- Mención en stories semanalmente, 24 stories en total.
- Episodio especial con el Partner como invitado.
- Mención en la descripción de cada episodio en todas las plataformas de podcasting de El Pitch (Google Podcasts, Apple Podcasts, Spotify, Ivoox, Castbox, etc.), con menciones 4 veces al mes, 24 en total.
- Mención permanente, logo y enlaces en la web de La Penúltima Casa.
- Promoción en el canal de Youtube de El Pitch con cada aparición en el podcast, 4 veces al mes, 24 en total.
- Descuentos del 20% en Talleres, Cursos y productos de La Penúltima Casa para la marca y sus empleados.
- Post especial en el blog www.lapenultimacasa.com.

Total de impactos: 30 impactos c/mes y 180 en la temporada.

Precio: 10 000 MN mensual y 48 000 MN la temporada.

Ventajas de patrocinar toda la temporada:

- Descuento del 20%, con un ahorro de 6 000 MN para los patrocinadores y de 12 000 MN para los partners.
- Patrocinador automático, sin pago extra, del evento internacional El Pitch Festival (a celebrarse al final de la 2da temporada).
- Formará parte del Jurado de la competición del Festival.
- El Pitch se convertirá en embajador de la marca (apoyo en lanzamientos, eventos, etc.).

Formas de pago:

- Recursos financieros: del 70% al 100% del precio.
- (Opcional) Recursos materiales: 30% del total en productos y/o servicios.
 - *Se utilizará para realizar concursos en el programa para los oyentes con premios cortesía de las marcas auspiciadoras).*

Otras cuestiones.

Los patrocinadores y partners enviarán pautas de guion con los mensajes a comunicar en los episodios del podcast.

No se oculta que se trata de un patrocinio.



EL PITCH

2^{da} TEMPORADA

Estamos abiertos a otras ideas, propuestas y acciones que les interese incluir como parte del patrocinio a El Pitch.