

# M07 — Cómo se ve un buen pitch (estructura del Demo Day)

---

**Duración:** 8:00 **Hook:** primeros 8s — afirmación binaria

---

## HOOK (0:00 — 0:08)

---

“Un buen pitch son ocho slides. Ni siete, ni nueve. Si tienes más de ocho, estás explicando demás. Si tienes menos, estás escondiendo algo. Te cuento por qué.”

---

## INTRO (0:08 — 0:30)

---

“Bienvenido al módulo siete. Hoy aprendes a leer pitches como un editor brutal. Las ocho slides estándar. Qué pregunta responde cada una. Y los cinco anti-patronos que matan cualquier pitch — sin importar qué tan buena sea la idea atrás. Ocho minutos. Después vas a poder ver cualquier pitch y saber por qué funciona o no. Vamos.”

---

## CONTENIDO (0:30 — 6:30)

---

### Sección 1: Las 8 slides estándar

“La estructura es la misma desde hace veinte años. Y funciona porque resuelve la pregunta correcta en el momento correcto.

Slide uno — portada. Nombre. Tagline. Visual. Tu primera impresión. Cinco segundos.

Slide dos — el problema. Qué frustración o necesidad resuelves. Específica. NO ‘la gente está estresada’. Sí ‘el ochenta por ciento del café que tomas no sabe quién lo cultivó’. Pregunta que responde: ¿hay algo aquí que importa?

Slide tres — la solución. Tu producto o servicio. Cómo resuelve el problema. Pregunta que responde: ¿qué propones tú al respecto?

Slide cuatro — propuesta de valor. La frase que te define. La fórmula del workbook: 'Mi marca ayuda a [quién] a [qué logran] sin [frustración que eliminamos]'. Pregunta que responde: ¿por qué eligirte a ti y no a otro?

Slide cinco — para quién. Tu audiencia ideal. Específica. Edad, ciudad, comportamiento. NO demográfica genérica. Pregunta que responde: ¿quién es el cliente real?

Slide seis — identidad visual. Logo, paleta, tipografía, mood. La cara de tu marca. Pregunta que responde: ¿esto se ve coherente con lo que dices?

Slide siete — go-to-market. Cómo llegas al mercado. ¿Redes? ¿Tienda física? ¿App? ¿Eventos? Pregunta que responde: ¿esto es viable?

Slide ocho — call to action. Qué quieres que haga la persona que escucha. Específico. NO 'sígueme'. Sí 'descarga la lista de espera' o 'reserva tu primera caja' o 'agenda una llamada de quince minutos'. Pregunta que responde: ¿qué hacemos ahora?

Ocho. Las mismas que usan startups de Silicon Valley para levantar treinta millones. Las mismas que vas a usar tú."

[CORTE A SLIDE: 8 slides en grid · pregunta que responde cada una]

## Sección 2: La pregunta que cada slide responde

"Quiero detenerme aquí porque es la parte que la mayoría se salta.

Cada slide tiene UNA pregunta que responder. Si tu slide no responde a su pregunta — sobra. Aunque te parezca importante.

Te doy un ejercicio mental. Para cada slide tuya, pregúntate: '¿qué se va de mi audiencia entendiendo después de ver esta slide específica?'

Si la respuesta es vaga — la slide está mal. Si la respuesta es algo concreto — la slide funciona.

Cuando trabajas el deck en el módulo ocho, vas a pasar cada slide por este filtro. Si no pasa, lo reescribes. No te enamores de slides bonitas que no responden nada."

[CORTE A SLIDE: filtro mental — qué se va entendiendo · slide por slide]

## Sección 3: Los 5 anti-patrones que matan un pitch

"Lista negra del módulo. Cinco cosas que matan un pitch — sin importar qué tan buena sea la idea.

Anti-patrón uno: demasiado texto en la slide. Si tu slide tiene más de quince palabras — está mal. La slide es apoyo visual. La voz tuya hace el trabajo. Si la slide tiene un párrafo, la audiencia

lee la slide y no te escucha.

Anti-patrón dos: empezar con tu trayectoria. 'Hola, soy X, estudio Y, mi sueño es Z'. Mata el primer minuto. La presentación NO es sobre ti. Es sobre la idea. Tu nombre y trayectoria entran en la slide tres o cuatro, después de captar atención.

Anti-patrón tres: jerga. 'Sinergias multidimensionales en el ecosistema disruptivo'. Si tu pitch necesita palabras que ni tú entiendes bien — están de adorno. Habla simple. Habla como si le contaras a un amigo.

Anti-patrón cuatro: el slide del 'mercado total'. 'Hay quince mil millones de dólares en el mercado de café'. A nadie le importa el mercado total. A todos les importa qué pedazo específico vas a capturar tú y por qué.

Anti-patrón cinco: la diapositiva 'gracias' al final. Es la peor slide del mundo porque desperdicia el momento más importante — la última imagen que se queda en la cabeza. Reemplázala por tu CTA. La última slide tiene que ser una propuesta concreta, no una cortesía.

Si tu pitch comete cualquiera de estos cinco — corrígelo antes de presentar. Te lo prometo."

[CORTE A SLIDE: 5 anti-patrones con icono cada uno]

## Sección 4: Cómo se ve un pitch malo (sin nombrar)

"Te describo un pitch malo sin nombrar a nadie. Probablemente reconoces alguno.

Slide uno — logo grande. Diez palabras de tagline. Slide dos — 'Hola, soy [nombre], estudio en [universidad], y este es mi sueño...' Slide tres — gráfica de mercado total con números enormes. Slide cuatro — 'el problema' en un párrafo de seis líneas. Slide cinco — la solución en otro párrafo. Slide seis — 'cómo lo voy a hacer' con cinco bullet points. Slide siete — equipo (con fotos de gente que conociste hace dos meses). Slide ocho — proyecciones financieras a cinco años. Slide nueve — 'gracias por su atención'.

¿Reconoces el patrón? Es el pitch genérico de bootcamp universitario. Cumple el formato. No conecta con nadie.

Tu pitch va a ser distinto. Va a empezar con el problema, no con tu nombre. Va a tener slides limpias, no párrafos. Va a cerrar con CTA, no con cortesía. Va a sonar como tú hablando, no como un guion leído."

[CORTE A SLIDE: pitch genérico vs pitch que conecta · comparación]

---

## EJERCICIO (6:30 — 7:30)

---

“Pausa el video.

Workbook M07. Vas a auditar un pitch existente.

Encuentra un pitch en YouTube. Tres opciones que funcionan:

Una — busca ‘TED talk’ del fundador de una marca que admiras. Dos — busca el video de ‘pitch deck’ de una startup que conozcas. Tres — busca ‘shark tank’ o ‘shark tank Latinoamérica’ y elige un pitch.

Mira tres a cinco minutos. Aplica la matriz de ocho preguntas — qué hace cada slide, qué pregunta responde.

Anota: - ¿Cumple las ocho slides? - ¿Cuál slide está más débil? ¿Por qué? - ¿Comete alguno de los cinco anti-patronos? - ¿Cuál es la mejor slide y por qué?

Quince minutos. Te entrena el ojo para cuando armes el tuyo.”

---

## OUTRO (7:30 — 8:00)

---

“Auditar pitches de otros antes de armar el tuyo es la mejor preparación que existe. Empiezas a ver qué funciona y qué no — sin la presión de tu propio ego.

En el módulo ocho — el más práctico de todo el curso — vas a armar tu pitch deck slide por slide. Capstone. Doce minutos de video, varias horas de trabajo. Si llegaste hasta acá — lo que viene es donde se ve si el curso te sirvió.

Te veo en el ocho.”