

SI PitchBook

CÓMO PREPARAR TU PITCH DECK PARA INVERSORES

La estructura de 10 slides
que funciona de verdad.

Desliza →

00

¿PARA QUÉ SIRVE UN PITCH DECK?

No es para explicar tu negocio al completo.
Es más bien una introducción para **conseguir una segunda reunión**.
El objetivo: despertar interés,
no cerrar una ronda.

Un inversor tarda menos de 4 minutos en leer un pitch deck por primera vez. Cada slide cuenta.

01

EL PROBLEMA

Slide 1 de 10

¿Qué dolor real existe en el mercado?

El problema tiene que resonar. Si el inversor no siente que es real y urgente, el resto del deck no importa.

CLAVE:

Cuantifica. "El 70% de las pymes cierra en 5 años por falta de liquidez" es mejor que "hay un problema de gestión financiera".

Sin problema claro, no hay negocio. Sin negocio, no hay inversión.

02

LA SOLUCIÓN

Slide 2 de 10

¿Qué solución ofreces y por qué es mejor que lo que ya existe?

Una frase. Máximo dos. Si necesitas tres párrafos para explicar tu producto, hay un problema de posicionamiento.

CLAVE:

No expliques cómo funciona por dentro. Explica qué cambia para el cliente. **El resultado importa más que la tecnología.**

03

EL MERCADO

Slide 3 de 10

TAM

Mercado total disponible

SAM

Mercado al que puedes llegar

SOM

Tu cuota realista en 3–5 años

FOCO

El SOM es el número que te van a preguntar

CLAVE:

Un mercado grande con un SOM pequeño y defendible es mejor que un mercado enorme sin foco.

04

MODELO DE NEGOCIO

Slide 4 de 10

¿Cómo ganas dinero y cuánto por cliente?

Subscripción, transacción, licencia, marketplace... y cuánto ingresa de media cada cliente.

CLAVE:

Si tu modelo es complejo, simplifícalo en una frase. **Si no puedes, es señal de que el modelo tiene un problema.**

Aquí es donde los inversores empiezan a hacer los números en su cabeza.

05

TRACCIÓN

Slide 5 de 10

¿Qué has conseguido hasta ahora?

Clientes, ingresos, usuarios activos, contratos firmados, pilotos, partnerships.
Lo que demuestre que el mercado quiere lo que vendes.

CLAVE:

La tracción es el argumento más poderoso de un pitch.

Reduce el riesgo percibido por el inversor de golpe.

Sin tracción aún, habla de validaciones y aprendizajes. Nunca dejes esta slide vacía.

06

GO TO MARKET

Slide 6 de 10

¿Cómo vas a conseguir tus primeros 1.000 clientes?

Canal, estrategia de captación y coste estimado. Muestra que tienes un plan concreto, no solo una idea de hacia dónde ir.

CLAVE:

Sé específico. "Venderemos vía LinkedIn y eventos del sector" es mejor que "usaremos marketing digital y partnerships".

07

COMPETENCIA

Slide 7 de 10

¿Por qué tú y no ellos?

No pongas una matriz con todos los puntos a tu favor. Identifica a los 2-3 competidores reales y explica tu ventaja diferencial honestamente.

CLAVE:

Decir "no tenemos competencia" es la respuesta que más daño hace en un pitch. **Siempre hay alternativas.**

08

EL EQUIPO

Slide 8 de 10

¿Por qué vosotros sois los que lo van a conseguir?

Los inversores invierten en personas antes que en ideas. Muestra experiencia relevante, no CVs completos.

CLAVE:

Destaca por qué cada miembro es clave **para este negocio concreto**. Si hay un gap, reconócelo y explica cómo lo cubrirás.

Un equipo brillante con una idea mediocre gana a uno mediocre con una idea brillante.

09

FINANCIALS

Slide 9 de 10

¿A dónde vas en 3 años y cómo?

P&L proyectado, métricas clave (MRR, CAC, LTV) y punto de break-even. No exactas, pero sí coherentes.

CLAVE:

Los inversores no esperan que aciertes. Esperan que demuestres que **entiendes los drivers de tu negocio.**

10

EL ASK

Slide 10 de 10

¿Cuánto necesitas, para qué y en cuánto tiempo lo usarás?

Sé preciso. "Buscamos 300.000€ para 18 meses de runway: 60% producto, 30% captación, 10% operaciones."

CLAVE:

El inversor tiene que ver que sabes exactamente **qué palancas moverás** con su dinero.

El ask sin uso detallado de fondos es ruido. El uso de fondos sin un ask claro, también.

11

¿POR QUÉ AHORA?

Bola extra: slide opcional... pero puede ser importante.

¿Por qué es ahora el momento idóneo para lanzar este negocio e invertir en él?

Explica qué ha cambiado en el mundo para que ahora esto sea posible. Puede ser un cambio tecnológico, social, que ha surgido un problema nuevo...

CLAVE:

El inversor tiene que sentir **FOMO**. El momento es right here, right now, o lo hacen contigo o se pierde la oportunidad.

Si eres capaz de explicar bien por qué ahora es el momento de lanzar el negocio, sumas puntos.

SABER CONSTRUIR EL DECK ES SOLO EL PRIMER PASO.

Lo difícil es presentarlo ante inversores reales
y salir vivo de las preguntas.

Bootcamp Estrategia Financiera, Legal y Fundraising

5 semanas para construir tu pitch deck, tu data room y presentarte ante
inversores en el Demo Day.

Inicio: 20 de abril · 20 plazas · 5ª edición

Enlace en comentarios ↓