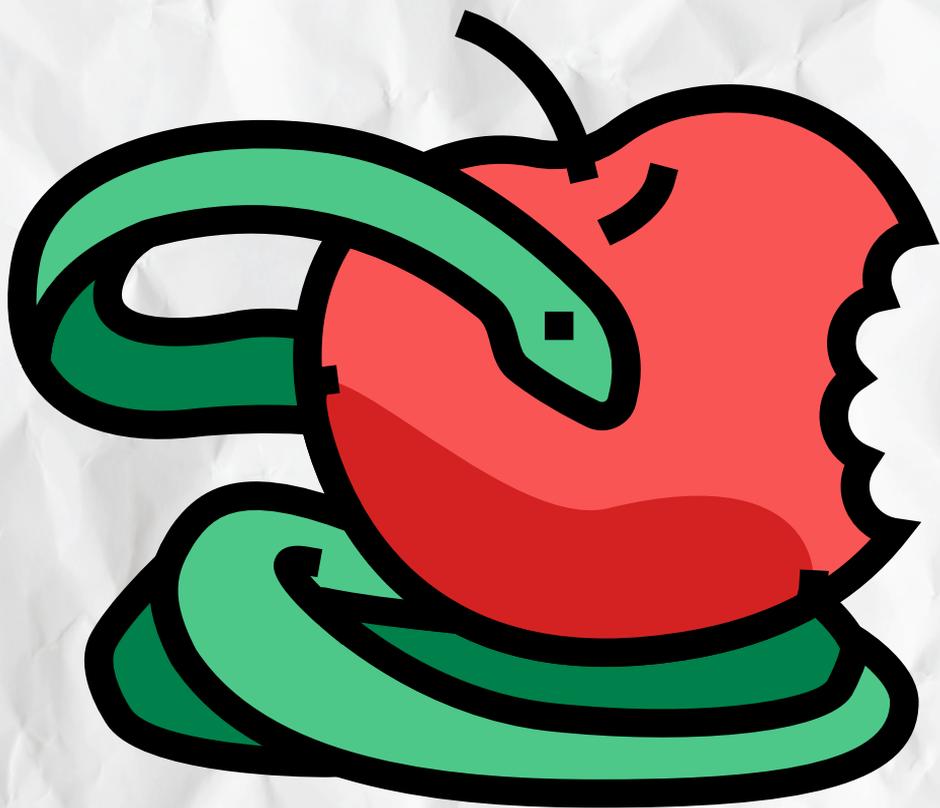


*Los 7 pecados capitales del*

# COPY

...O COPYWRITING, QUE ES LO MISMO



MOBICOPY 2025

# ÍNDICE

---

**PECADO**

**01**

La gula

**PECADO**

**02**

La pereza

**PECADO**

**03**

La lujuria

**PECADO**

**04**

La envidia

**PECADO**

**05**

La ira

**PECADO**

**06**

La avaricia

**PECADO**

**07**

La soberbia

PECADO

01

*La gula de la palabrería*



# La gula en el *copy* es...

---

**"SOLO LLEVO 17 PÁGINAS DE INTRODUCCIÓN;  
NO QUISIERA QUEDARME CORTA..."**

Los japoneses tienen en su vocabulario una palabra deliciosa: “*batsubara*”; que significa literalmente “*otro estómago*” y alude a esa idea de que, por mucho que comas, SIEMPRE habrá espacio para un buen postre.

Pues bien: en el **copy**, esto no funciona. En el **copy** esto es **gula**, y es un pecado de los gordos.

¿Cuándo pecas de **gula** en el **copy**?

- Cuando el texto de tu web parece una novela rusa.
- Cuando en tu newsletter metes tres introducciones, seis párrafos y catorce digresiones (o más...) antes de abordar la CTA.
- Cuando tus frases crecen, y crecen, y se extienden, y no acaban nunca porque hay tanto que decir que no sabes por dónde cortar, y entonces sigues, y sigues, y sigues...

## **Penitencia:**

Corta. Luego vuelve a cortar. Si puedes decirlo en 5 palabras, no uses 15. El lector te lo agradecerá.

PECADO

02

*La pereza creativa*



# La pereza en el *copy* es...

**“TOTAL, SI ESTO CON IA LO TENGO NIQUELADO EN CINCO MINUTOS...”**

¿Conoces la placentera sensación de abrir el ordenador, dejar que los dedos bailen descontrolados sobre el teclado y, al salir del trance creativo, encontrar en la pantalla “el texto perfecto”????

YO TAMPOCO.

El **copy** es trabajo duro, y quien te diga lo contrario, miente (...y eso también es pecado)

¿Cuándo pecas de **pereza** en el **copy**?

- Cuando reutilizas el mismo asunto en los mails de cuatro clientes distintos.
- Cuando escribes cosas como “*Soluciones innovadoras para tus necesidades*” (zzzz).
- Cuando pegas un prompt random en la IA y publicas la respuesta sin revisar.

## **Penitencia:**

Haz 10 versiones diferentes del mismo titular. La buena no aparece antes de la séptima. NUNCA.

PECADO

03

*La lujuria insustancial*



# La lujuria en el *copy* es...

**"QUE SUENE POTENTE, QUE IMPACTE, QUE BRILLE... Y YA SI ESO, QUE TENGA SENTIDO."**

Te guiña. Te deslumbra. Te deja sin aliento. Luces, humo, promesas con purpurina. ¡OMG, qué hermosura! ¡Qué porte! ¡Qué elegancia la de Francia! Te enreda en sus brazos y, al final... cuando caes rendida a sus pies, no te da NADA. Te deja fría. Te abandona.

Eso no es **copy**: es postureo sin amor.

¿Cuándo pecas de **lujuria** en el **copy**?

- Cuando usas frases que suenan intensas pero no dicen nada, como "*Rompe tus límites. Reinventa tu destino.*" (¿Ein?)
- ...o eslogans que riman en el vacío, como "*Si lo quieres, puedes. Y si puedes, eres.*" (¿¿¿Eing???)
- Cuando tus textos, en fin, son pura pirotecnia verbal: mucho fuego, cero contenido

## **Penitencia:**

Después del subidón... reléelo en frío. Si no aporta, si no explica, si no conecta: reescribe. El **copy** bueno no solo seduce: desayuna contigo a la mañana siguiente.

PECADO

04

*La envidia de lo ajeno*



# La envidia en el *copy* es...

---

**"QUIERO ESCRIBIR COMO ELLA, TENER SUS CLIENTES, SU ESTILO, SU WEB, SU PELO, SU GATO..."**

—Buah, qué pedazo de *copy* se ha marcado esta tía.

—Y ese diseño... ¿cómo puede ser tan cool y tan claro a la vez?

—Igual debería borrar mi web entera y empezar de cero... disfrazada de ella.

Tranquila, criatura. Esa voccecita envidiosa no quiere ayudarte a brillar; solo quiere que suenes igual de bien... que "cualquiera". Pero recuerda que tú has venido a sonar distinto. No a hacer playback.

¿Cuándo pecas de **envidia** en el **copy**?

- Cuando calcas estructuras o tonos ajenos.
- Cuando no lanzas tu web porque "aún no se parece a la de..."
- Cuando mides tu talento por los seguidores que tienes; ¡o por los que tienen los demás!

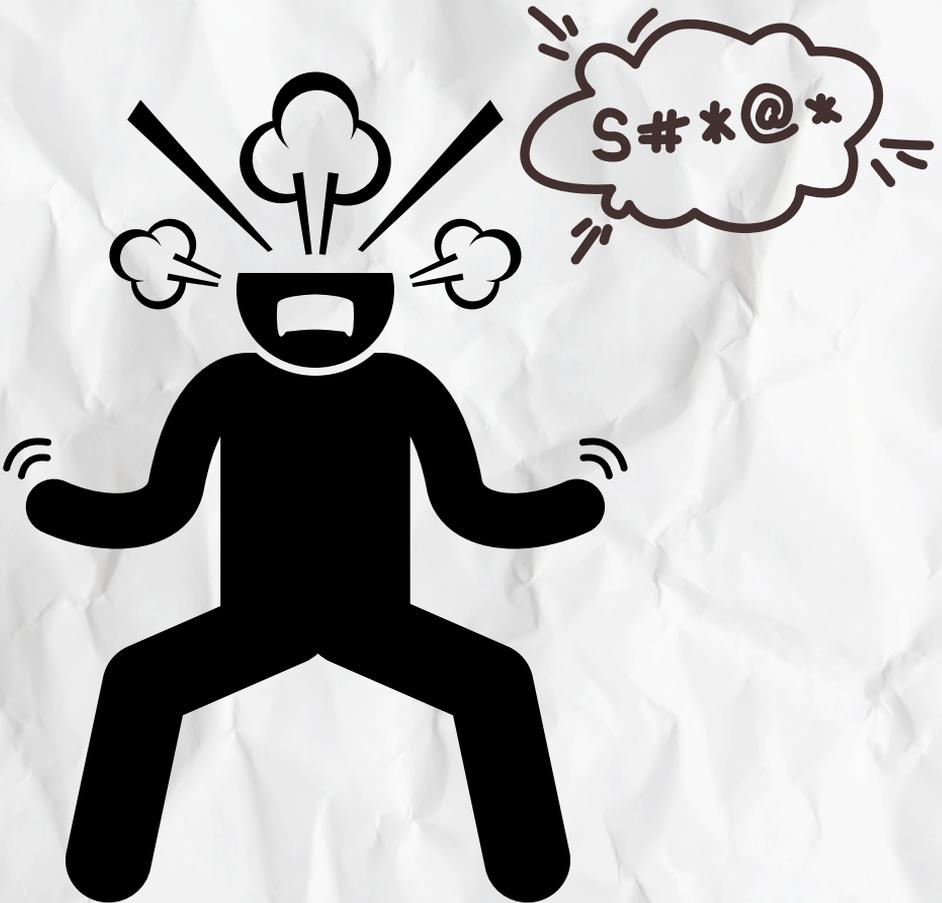
## **Penitencia:**

Haz un detox de comparación. Escribe desde tu voz. Tu historia es tu superpoder, no una copia editable.

PECADO

05

*La ira del creador herido*



# La ira en el *copy* es...

## "QUIERO QUE ESTE COPY HUMILLE A MI COMPETENCIA".

Si, es un hecho: en las rrss vas a darte de bruces con textos que en los que la calidad es inversamente proporcional al éxito. Cuando veas que tu **copy** suda sangre para lograr cuatro conversiones mientras que "esa m\*\*\*\* con faltas de ortografía" lo peta, te va a herir.

Respira hondo.

La **ira** te hace escribir con veneno...

Y el veneno no convierte. Quemá.

¿Cuándo pecas de **ira** en el **copy**?

- Cuando tus textos pasivo-agresivos dicen cosas del estilo de "no como esas marcas que..."
- Cuando tiras de un branding basado en la venganza.
- Cuando redactas en tono de pataleta.

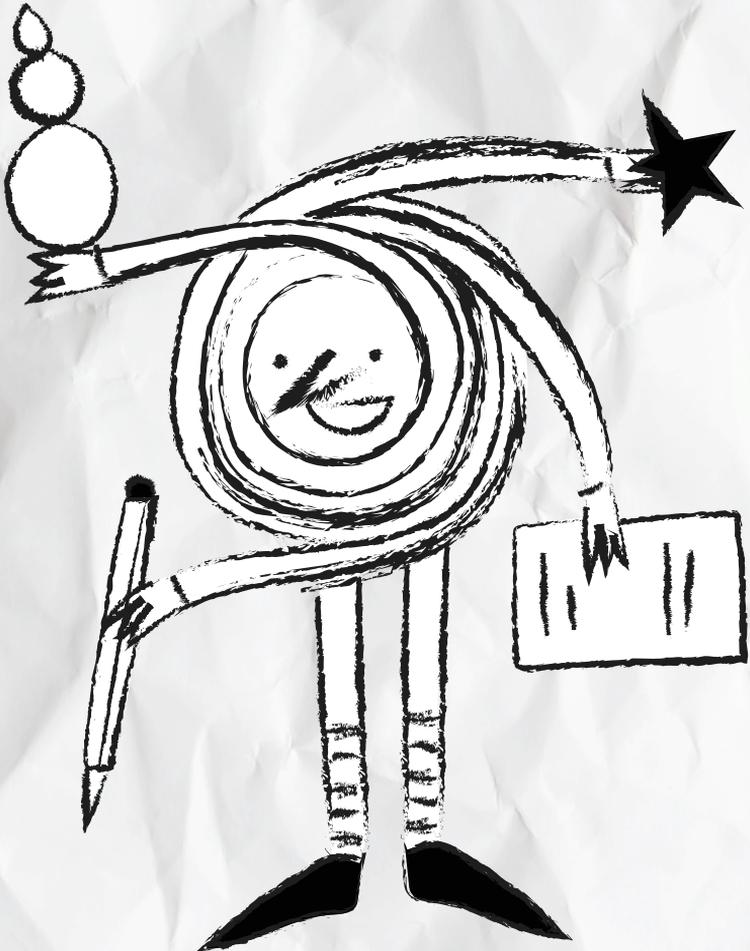
### **Penitencia:**

Haz una sesión de terapia... o al menos una auditoría de marca. El **copy** no es terapia de grupo, es comunicación. Cura antes de escribir.

PECADO

06

*La avaricia inversa (¡!)*



# La avaricia en el *copy* es...

--SÍ, CLARO QUE TE METO TAMBIÉN LOS COPIES DEL FOOTER. Y LOS DISCLAIMERS. Y LOS 6 POSTS DE REGALO. NO TE PREOCUPES, ¡LO HAGO CON GUSTO!"

Cuidado, alma generosa, que la **avaricia** no siempre va de querer más dinero.

A veces va de regalar demasiado... y quedarte tú con las sobras.

¿Cuándo pecas de **avaricia** (inversa) en el **copy**?:

- Cuando haces mil cosas por miedo a que el cliente se espante si le dices que no.
- Cuando tiras los precios al suelo pensando que "así seguro me contrata".
- Cuando ofreces extras, revisiones infinitas y entrega exprés sin cobrar nada más, como si fueras el hada madrina del copy.

## **Penitencia:**

Ponte precio. Pon límites. Pon fechas.

No eres una ONG de las palabras.

Cada palabra vale. Cada hora cuesta.

Y si te cuesta decirlo, hazte un copy para ti y pégalo en la pared: **"No me vendo barato. Me vendo bien."**

PECADO

07

*La soberbia del genio  
incomprendido*



# La soberbia en el *copy* es...

**"MI TEXTO ES ARTE,  
QUE LO ENTIENDAN ELLOS."**

—Esto está perfecto tal cual. ¿Para qué revisarlo?

—Yo ya sé escribir, no necesito testear nada.

—¿Cambiarlo? Pero si lo he escrito yo. YO. El *copy*.

Cuidado, sensei del teclado.

La soberbia te hace creer que cada palabra es oro...

hasta que ves las métricas y resulta que era latón pintado.

¿Cuándo pecas de **soberbia** en el **copy**?

- Cuando usas palabras como “*sinergia transdisciplinar*” en una web de donuts.
- Cuando tu *copy* es tan críptico que parece escrito en élfico.
- Cuando escribes para impresionarte a ti mismo, no para conectar.

## **Penitencia:**

Baja del pedestal, revisa tu *copy* en voz alta y dáselo a leer a tu madre. Si no lo entiende, no es brillante. Es ego.

...y ahora,  
¿qué hacemos  
con esto?

No reces por tu **copy**. Rescátalo.

Tu **copy** ha pecado.

Y no un poquito, no; ha caído en lo más bajo.  
Frasas huecas. Promesas vacías. verborrea inútil. IA  
indiscriminada. Copia/pega del malo...

Te has mirado en este documento como en un espejo y  
has ido diciendo: “-Ostras, esto lo he hecho yo; y esto  
también; ¡y esto!” SGLURP

Pues espera chati, que las malas noticias no han  
acabado:

Todo eso que has visto en este espejo textual... es lo  
mismo que ven tus clientes cuando leen tu **copy**.



Ahora bien, no todo está perdido.

Hay salvación.

De este infierno, como de IKEA, ¡también se sale!

¿Quieres saber cómo?

Pues mira:

No necesitas un milagro. Ni un curso de 987 módulos. Ni pagar un riñón -que no te sobra- por una formación exhaustiva en copywriting.

No

Lo que necesitas es alguien que haya estado en el infierno del **copy** y haya salido de allí con un boli (también vale un teclado, pero no tiene el mismo gancho estético..) entre los dientes.

Ejem.

Hola. Soy yo.

No soy una santa.

Pero he salvado más textos que muchos coaches almas.

He resucitado landings, exorcizado newsletters y devuelto la fe en las palabras a más de un emprendedor descreído.

Así que haz lo que quieras.

Vuelve a pecar.

O escribe. Escribe de verdad. Con intención, con voz, con cojones (*o con ovarios, que duelen más*).

Y si no sabes por dónde empezar, tranquila:

Yo sí.

**¿Me dejas que redima tu copy?**

07

Tu absolución empieza aquí:

[mirenolatzcopy@gmail.com](mailto:mirenolatzcopy@gmail.com)

[www.mobicopy.com](http://www.mobicopy.com)

---

**MOBICOPY 2025**