



La guía para “Viajar gratis” formando asociaciones

Cómo visitar toda tu lista de destinos y vivir una vida de ensueño
siendo un Creador de Contenido.

POR: ONE PEAK CREATIVE

ÍNDICE

Aquí está el *intinerario*:

A través de esta guía, estaremos cubriendo...



- 03 Introducción
- 04 Cómo Funciona esta Guía
- 05 La Hoja de Ruta
- 06 Lluvia de Ideas de tu Viaje Soñado
- 07 Crea un Media Kit
- 08 Plantillas de Presentación de Email
- 10 Encontrando el Contacto Correcto
- 12 Negociando Tu “Valor”
- 15 Contratos

INTRODUCCIÓN

“¡Estaba en la quiebra, recién salido de la universidad, era nuevo en la creación de contenidos y aun así pude reservar los viajes de mis sueños *gratis!*”

¡¡Hola Amigo/a!!

En primer lugar, ¡no podríamos estar más emocionados de que te hayas encontrado esta guía! Si te ha picado el gusanito de viajar, pero te cuesta justificar el gasto de todo el dinero que tanto te cuesta ganar para reservar las vacaciones de tus sueños... **no estás solo**. Viajar es increíble (y adictivo) pero, recorcholis, puede tener un precio «no tan genial». Es por eso que cuando descubrimos lo fácil que puede ser reservar los viajes de tus sueños y experimentar nuevos lugares de forma **gratuita**... sabíamos que teníamos que compartir cómo hacerlo con otros como nosotros.

Historia de fondo rápida. Hace 5 años, estábamos sin dinero, en los 20's, recién salidos de la universidad, con ganas de viajar. ¿Cuál era el problema? No teníamos un montón de dinero extra para hacerlo realidad. Pero en lugar de optar por poner nuestros sueños en espera, decidimos hacer todo lo posible para encontrar una manera de hacer que suceda (sin quedar en bancarrota).

Entramos en el mundo de la **Creación de Contenidos**.

Nuestros feeds de Instagram y TikTok estaban inundados de Creadores que publicaban fotos y vídeos, viviendo sus mejores vidas viajando por todo el mundo (y tuvimos un serio miedo a perdernoslo). ¡Nosotros también queríamos ese estilo de vida! ¿¡Qué tan difícil podía ser!?

Así que nos pusimos manos a la obra para descifrar el código. Y después de trasnochar mucho y un poco de ayuda de nuestros conocimientos de marketing y negocios (¡gracias, universidad!), **finalmente descubrimos un sencillo proceso paso a paso para reservar viajes gratis**.

¿Y lo mejor? Cualquiera puede hacerlo. Sólo tienes que estar dispuesto a ponerte en marcha y ser un poco creativo. Entonces podrás estar saboreando un coco fresco mientras las olas acarician tus pies en Hawai. Sabemos que con esta guía lo conseguirás... así que vamos a ello.

-Meg + Glen

Tómalo un paso a la vez.

Piensa en esta **guía** como en un rompecabezas. Para que tenga sentido y para obtener todo el valor de ella, es necesario completar cada paso (+ las actividades correspondientes) antes de pasar a la siguiente fase.

A lo largo de esta guía, vas a aprender a:

- Planificar y organizar tus viajes de ensueño **gratuitos**
- Encontrar los contactos adecuados a los que debes dirigirte
- Redactar un correo electrónico de presentación contundente
- Crear un Media Kit
- Determinar tu «valor» como creador
- Negociar tus estancias "gratuitas"
- Redacta y envía un contrato de colaboración o sociedad

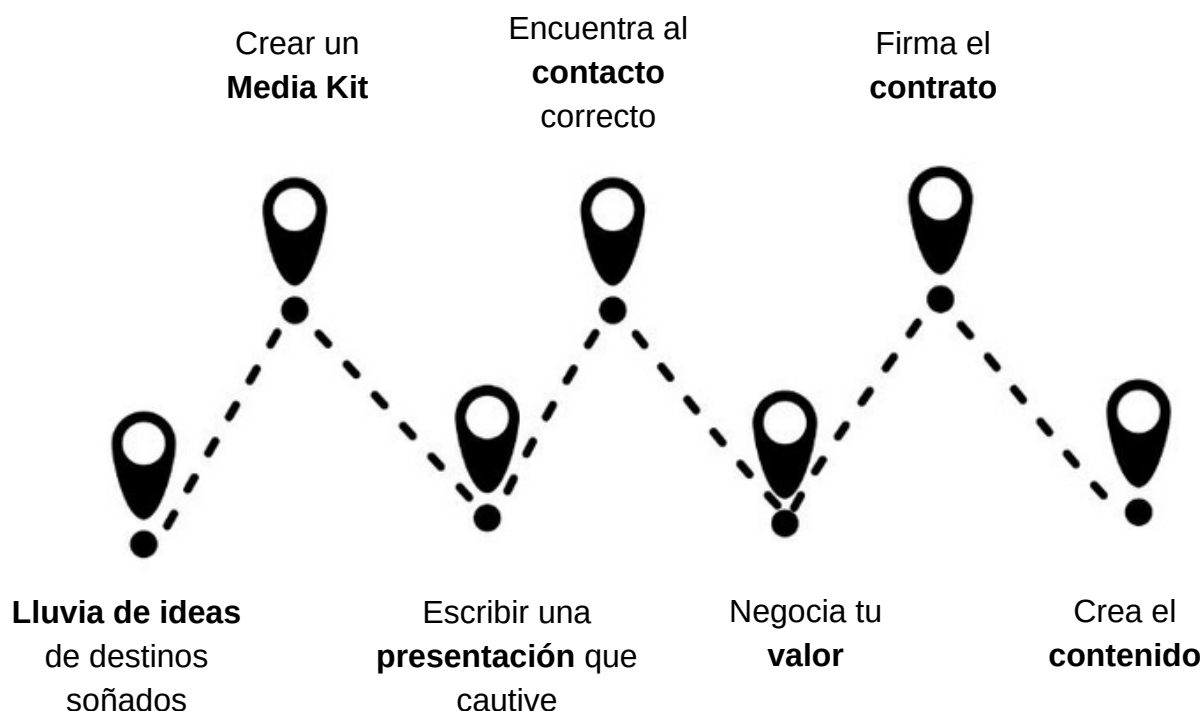
Una vez que hayas adquirido estos conocimientos, podrás empezar a intercambiar contenidos por oportunidades de viaje. Si necesitas un poco más de ayuda con la creación de contenidos, puedes aprender nuestro proceso exacto que nos ayuda a conseguir millones de visitas en nuestro ¡Curso para creadores de **Reels & TikTok**!! Hemos descubierto que cuantas más visitas consigas, ¡mejores serán tus oportunidades de viajar!



Todo *viaje* necesita una **hoja de ruta**.

Hemos elaborado una hoja de ruta probada paso a paso, para que puedas empezar a reservar tus viajes de ensueño **totalmente gratis** (¡e incluso ganar algo de dinero extra mientras estás allí!). Este es el plan exacto que hemos utilizado para viajar a destinos como Hawaii, México, California, Tofino, Banff, Vancouver y muchos más. Todo lo que tienes que hacer es seguir estos sencillos pasos:

La Hoja de Ruta para Viajar Gratis



PASO 1: SUEÑA EN TUS DESTINOS

Es hora de *soñar* a lo grande.

Para empezar, haz una lista de los destinos de tus sueños y de los lugares en los que te encantaría quedarte si el «cielo fuera el límite». Mantener esta información organizada te facilitará mucho las cosas. - recursos de bonificación abajo!

Nuestro consejo más importante: **no descartes NADA**. Si uno de los alojamientos de tus sueños te parece demasiado caro, manténlo en tu lista.

Una **historia**. Cuando empezamos a intentar viajar gratis, no teníamos una gran cartera que nos respaldara. Suponíamos que los complejos turísticos más caros esperarían que tengamos un gran portafolio para permitirnos alojarnos. Así que cuando quisimos viajar a la popular (y muy cara) ciudad surfera de Tofino (Columbia Británica), pero no teníamos ningún trabajo que mostrar, esperábamos que nos dieran gato por liebre. Pero como no teníamos nada que perder, cruzamos los dedos y nos lanzamos de todos modos.

¿Y qué pasó? De las ocho estancias que propusimos, ¡nos contestaron DOS de los lugares de nuestros sueños! Nunca olvidaré cuando entré en esa casa adosada junto a la playa con vistas al océano que valía más de 1.500 dólares por noche y pensé... «¿Cómo diablos hemos llegado hasta aquí?». Como dos estudiantes sin dinero, no podíamos creerlo. **Recuerda, cuantos más sitios visites, más posibilidades tendrás de que alguien se ponga en contacto contigo.**



Recurso de Bonificación: Comienza a planificar tus viajes de ensueño usando nuestra **[“Plantilla de Excel Personalizable Para Planear Tus Viajes”](#)**

Recuerda, tu **primera** impresión lo es *todo*.

Todos los días, creadores como tú hacen propuestas a los destinos. Así que tu trabajo es sencillo: ¡destaca del resto con un Media Kit!

Sólo tienes una oportunidad para causar una buena impresión a la persona que está al otro lado del correo electrónico que vas a enviar... así que **haz que cuente**. Adjuntar un Media Kit visualmente inspirador mejorará enormemente tus posibilidades de obtener una respuesta. ¿Por qué? Porque facilitarás enormemente el trabajo del responsable de la toma de decisiones. Si ya ha respondido a todas sus preguntas, no tendrá que esforzarse más para averiguar por qué puedes ser un buen candidato.

TU MEDIA KIT DEBE INCLUIR

- Página de título
- Una sección «Acerca de mí» o de «Presentación»
- Lo que te diferencia de los demás
- Tus métricas y números
- Ejemplos de tu trabajo (si los tienes)
- Qué puedes ofrecer
- Página de contacto



Nota: Como alumno de nuestro Curso para **Creadores de TikTok**, tendrás acceso a nuestra plantilla personalizable para el 'Media Kit' + un esquema a seguir.

El “*discurso perfecto*” es todo un arte.

Cuando nos dirigimos a grandes marcas o estancias, es fácil olvidar que hay una persona al otro lado. Mantén un tono informal y sencillo.

Puede que tu instinto te lleve a escribir en el cuerpo del mensaje todas las cosas increíbles que puedes ofrecer a cambio de una estancia gratuita, pero nuestra experiencia nos dice que este enfoque nunca funciona. Cuanto más corto sea el correo electrónico, más probable será que la persona a la que deseas llegar lea cada palabra (ese debería ser tu objetivo). Lo importante es que entiendan lo más fácilmente posible **por qué** te pones en contacto con ellos.

Al hacer que el cuerpo de tu correo electrónico sea informal y directo al grano, da la sensación de que esto no es un gran problema para ti porque haces este tipo de cosas todo el tiempo.

****Guarda todas tus métricas sociales, datos personales y opciones de paquetes en tu Media Kit!**

LOS ELEMENTOS DE UN BUEN EMAIL DE PRESENTACIÓN

- Nombre y apellidos
- De dónde eres
- Tu profesión
- Dónde y cuándo viajarás a la zona
- Qué estás dispuesto a hacer a cambio del alojamiento (nivel alto)
- Dos enlaces rápidos a ejemplos de trabajos relevantes
- Adjunta tu Media Kit

Incluye toda esta información de la forma más concisa posible (hemos incluido un ejemplo en la página siguiente).

PASO 3: ESCRIBE UN CORREO ELECTRÓNICO CAUTIVADOR (CONTINUACIÓN)

EJEMPLO: Voy a compartir el **correo electrónico exacto** que me consiguió una estancia gratuita de una semana en un resort de lujo en Hawaii. Permítanme comenzar explicando... En realidad no estaba planeando quedarme en Hawaii en febrero. Creo que los complejos turísticos se asustan si piensan que vas a viajar a otro país SÓLO por ellos. Les quita presión sentir que son parte de un viaje más grande.

TEMA: Consulta sobre reservas y creación de contenidos

Aloha Catherine,

Espero que esté bien. Soy un creador de contenidos canadiense y estaré en Hawaii en febrero. Quería saber si estaría interesada en un vídeo promocional a cambio de alojamiento.

Aquí tiene algunos vídeos recientes que he creado para que se haga una idea de mi estilo.

Contenido Enlace #1

Contenido Enlace #2

También he adjuntado mi Media Kit para que le eche un vistazo. ¡Muchas gracias por su tiempo y espero escuchar sus opiniones!

Glen

Las conexiones son **la clave**.

Consejo profesional: tu objetivo debe ser siempre conectar con el Manager o Director de Marketing de una empresa (la persona que toma las decisiones)

Hay varias formas de encontrar el contacto adecuado en casi cualquier hotel, complejo turístico o empresa. Es importante saber que, en última instancia, la persona con la que se intenta contactar es el **Manager o Director de Marketing** de la empresa. Será la persona que tome las decisiones sobre quién se aloja en el complejo a cambio de contenidos y marketing.

PASO 1: UTILIZA LINKEDIN PARA ENCONTRAR EL NOMBRE DEL DIRECTOR DE MARKETING

Empieza por buscar en Google el nombre del alojamiento con el que te gustaría colaborar y la palabra «director de marketing». Por ejemplo, «Director de marketing de Fairmont Kea Lani». Localízalos en LinkedIn para encontrar el nombre y los apellidos de la persona con la que intentas conectar.

PASO 2: UTILIZA INSTAGRAM PARA CONECTAR CON LA PERSONA ADECUADA

Ahora que sabes exactamente con quién estás intentando conectar, el primer lugar para intentar conectar con esta persona es en las redes sociales. Normalmente, los mensajes de texto de Instagram son los más fiables y te permitirán comunicarte con el coordinador o gestor de redes sociales. La clave es dirigir el mensaje al nombre de pila del responsable de marketing. «Ej. ¡Hola Samantha! Soy creador de contenidos...». Si están interesados, te darán el correo electrónico del responsable de marketing o ellos mismos transmitirán tu mensaje. Esta es la forma más fácil de llegar a muchos complejos turísticos en muy poco tiempo.

PASO 4: ENCONTRANDO EL CONTACTO CORRECTO (continuación)

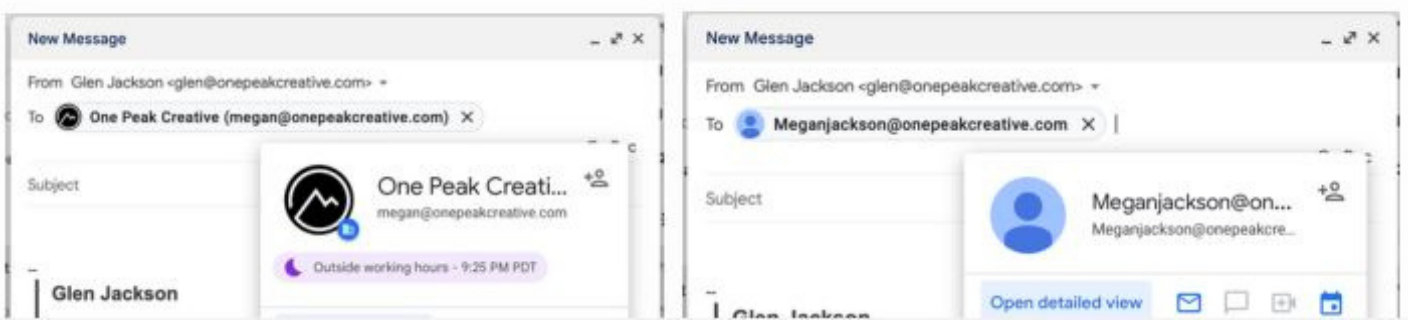
Cómo encontrar y verificar una dirección de correo electrónico.

PASO 3: ENCONTRAR LA DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO CORRECTA PARA PONERSE EN CONTACTO

Si no consigues contactar a través de las redes sociales, no te detengas ahí. Tenemos algunos consejos para encontrar el correo electrónico directo de la persona con la que quieres contactar. En primer lugar, cada empresa tiene su propio formato de correo electrónico. Por ejemplo, el nuestro es «nombre»«@onepeakcreative.com». Si buscas el correo electrónico de alguien de Fairmont, busca en Google «@Fairmont.com» y comprueba si encuentras el correo electrónico de CUALQUIERA que trabaje ahí. Al ponerlo entre comillas, Google sólo devolverá resultados que incluyan correos electrónicos. Si lo hubieras probado, habrías encontrado «gregor.resch@fairmont.com» al final de la página. Ahora, ya sabes que el formato de Fairmont es «Nombre».«Apellido»@Fairmont.com y tienes el correo electrónico de todos los empleados de la empresa. Utiliza estos conocimientos con prudencia y no abuses de ellos, pero ésta es tu **arma secreta**.

PASO 4: VERIFICAR UNA DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO

A veces no estarás seguro de haber encontrado la dirección de correo electrónico correcta. Aquí tienes la forma más rápida de averiguarlo. Cuando estés en Gmail (que necesitarás para esto), escribe el correo electrónico que quieres comprobar en la barra «Para» y pasa el ratón por encima. Si el correo electrónico existe y utilizan Gmail (que es el 80% de las empresas en mi experiencia), obtendrás una foto de perfil o un gráfico. Si el correo electrónico no existe, aparecerá un círculo azul con una persona azul dentro (referencia más abajo). ¡Esto a menudo te dará el 100% de confianza que tienes el correo electrónico correcto! **Esta es la ruta exacta que utilicé para enviar un correo electrónico al director general de Spotify, Daniel Ek, cuando era becario en una discográfica y mi trabajo dependía de incluir artistas en las listas de reproducción.**



Cómo iniciar el proceso de negociación.

DETERMINAR EL VALOR DE TU PETICIÓN

Así que ya has llegado al punto en el que por fin te has puesto en contacto con la persona adecuada, a la que le encanta tu Media Kit y está interesada en colaborar contigo. ¡Qué emoción! Pero el trabajo aún no ha terminado, ahora es el momento de negociar y concretar cómo va a ser el intercambio de valor. Puede que la palabra negociar te provoque urticaria, pero no te preocupes, tenemos un truco bajo la manga para que este proceso sea mucho más sencillo.

En primer lugar, tienes que determinar cuál es el valor de lo que buscas. Si tu situación perfecta es intercambiar una estancia de 3 noches en una suite de lujo en un resort por crear contenido, necesitas preguntar **directamente cuál sería el valor de la estancia**.

Su correo electrónico de negociación podría tener este aspecto:

Ejemplo. «Me alegra mucho saber que esta interesado en colaborar conmigo. Me encantaría destacar su complejo a cambio de una estancia de 3 noches y una cena gratuita en su nuevo restaurante. ¿Podría indicarme cuál sería el valor total de esta experiencia? Así podré decirle lo que podría ofrecerle en términos de contenido por el mismo valor».

De este modo, darás a entender que valoras sus servicios y que quieres que la colaboración sea justa para ambas partes. Una vez que te contesten con una cifra, tienes que decidir qué estarías dispuesto a intercambiar en términos de contenido por esa tarifa.

La forma más sencilla de negociar el **valor** de tus contenidos.

EJEMPLO DE NEGOCIACIÓN

Tu objetivo debe ser que la persona te envíe un desglose (como el ejemplo siguiente) de lo que está dispuesta a darte durante tu estancia.

OFERTA DE VALOR DEL RESORT:

- Estancia de 3 noches en una suite de lujo (1500,00 \$ en total)
- Cena de cortesía para 2 personas (300 \$ en total)
- 1 día de cabaña de lujo en la piscina (200 \$ en total)

VALOR TOTAL: \$2000.00

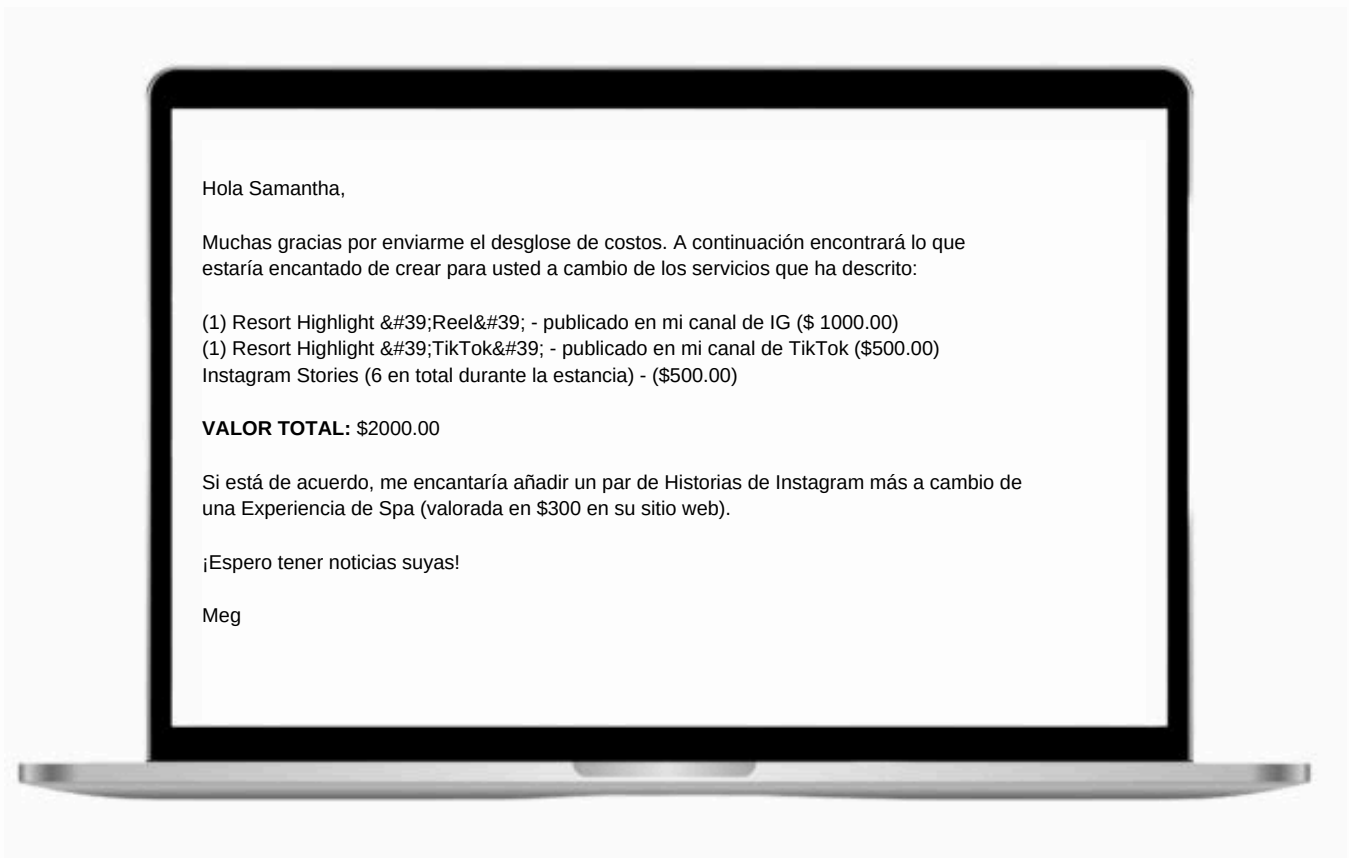
Ahora que conoces el valor en dólares (en este caso \$2.000) que están dispuestos a intercambiar, decide qué contenido te sientes cómodo ofreciendo por el mismo valor. Si sientes que tus servicios valen más pero realmente quieres quedarte ahí, encuentra una manera de agregar más valor. Ej. Añade otra cena de cortesía, o un paquete de spa que te interese. Obviamente, esto será diferente para cada persona en función de la etapa de su viaje como Creador de Contenido en la que se encuentre.

A continuación, esbozar lo que **te** gustaría intercambiar (incluyendo un desglose). En la página siguiente encontrarás un ejemplo de cómo podría ser tu respuesta.

***Ten en cuenta que las cifras de precios de contenido que he utilizado son un ejemplo. Este valor será diferente para cada persona.*

Cómo **presentar** el valor de tu contenido en un correo electrónico.

EJEMPLO DE CORREO ELECTRÓNICO DE CÓMO ESBOZAR TU OFERTA DE VALOR



Esbozar el intercambio de servicios en un **contrato**.

Siempre hay que establecer un contrato básico (pase lo que pase).

ESTABLECER UN CONTRATO

Una vez que hayas determinado lo que cada parte va a ofrecer, el siguiente paso es plasmar esta información en un contrato básico. Recuerda que muchos de estos complejos turísticos ya han hecho esto antes, así que puedes preguntarles si tienen un acuerdo general para creadores de contenido que puedan enviarte para que lo revises. Siempre intentamos que esta responsabilidad recaiga en el complejo turístico.

Los aspectos clave que debe tener en cuenta son:

- Que puede entregar el complejo (incluidas las fechas específicas de reserva)
- Que puede entregar el creador de contenidos
- Calendario de entregas (cuándo se espera el contenido final)
- Asegúrate de que se incluye el lenguaje «In Contra».

***Antes de finalizar el contrato, ¡pida una confirmación de la reserva!*

¿DEBO RECURRIR A UN ABOGADO?

Cuanto más grande es la empresa para la que trabajas, más detallado suele ser el contrato. Si hay algo que te incomoda, puedes pedirle a un abogado o a alguien de confianza que lo revise por ti y te aclare cualquier duda. Si optas por la vía del abogado, pídele que modifique el contrato con sus sugerencias y luego podrás utilizar el mismo contrato (obviamente, cambiando la información clave) para futuros proyectos, ¡así sabrás que estás cubierto! Esto es lo que hicimos nosotros y funcionó muy bien (ya que sólo tuvimos que pagar los honorarios del abogado una vez).

***Si vas a intercambiar honorarios reales (no sólo contraprestaciones), te recomendamos que consultes el contrato con un abogado.*