Víctor Mayans

*GROWTH MARKETER SYSTEM™ · Module 1*

# Mentalidad Directiva para la Venta Directa

*Ficha de trabajo · Patrones mentales + Sistema semanal + Commitment Statement*

Recuerda hacer siempre una copia en tu DRIVE antes de rellenar esta ficha matriz. Tienes que ir a ARCHIVO arriba a la derecha y **"hacer una copia"** y la ubicas en la carpeta que te hayamos asignado para compartir y trabajar la documentación.

— Esta ficha tiene tres partes. Trabájalas en orden — no saltes a la parte 3 sin haber completado la 1.

— No hay respuestas correctas ni incorrectas. Hay respuestas honestas y respuestas cómodas.

→ La honestidad en este módulo determina la calidad del sistema que vas a construir.

— Tiempo estimado para completarla: 30-40 minutos. Hazla solo, sin interrupciones.

## 1 PARTE 1 · LOS 5 PATRONES MENTALES

*Identifica en cuál te reconoces — y por qué ya no te sirve*

*El primer paso para cambiar la forma de pensar es nombrar exactamente lo que se está pensando. Lee cada patrón con honestidad.*

### PATRÓN 1 · 'Sin Booking no lleno'

*La creencia de que el canal directo no puede sostener la ocupación del hotel sin la visibilidad de las OTAs.*

**¿Qué hay detrás de este patrón?**

Booking te presta clientes — son de Booking, no tuyos. Te recomienda hoy y mañana recomienda otro hotel según su algoritmo. El canal directo construye clientes que te han elegido a ti específicamente: cuando vuelven, no van a Booking — te contactan directamente. La dependencia de Booking no es una realidad del mercado; es una consecuencia de no haber construido el canal propio.

✍ **Tu reflexión honesta:**

Víctor Mayans

*¿Cuántos de tus huéspedes actuales conocen el nombre de tu hotel antes de llegar? ¿Cuántos podrían volver a reservar directamente si tuvieran una razón para hacerlo?*

---

**¿Dónde te reconoces ahora mismo en este patrón?**

| ◯ | ◯ | ◯ | ◯ | ◯ |
|---|---|---|---|---|
| Lo reconozcoplenamente | Lo reconozcoa veces | No estoyseguro/a | Creo que nome afecta | Definitivamenteno es mi caso |

**PATRÓN 2 · 'Lo digital es demasiado complicado para mí'**

*La percepción de que el marketing digital requiere conocimientos técnicos o recursos que el hotel independiente no tiene.*

**¿Qué hay detrás de este patrón?**
Los hoteles independientes tienen una ventaja estructural que las cadenas no pueden comprar: historia real, personas con nombre, flexibilidad para sorprender, autenticidad. El marketing digital no requiere ser técnico — requiere sistema. Este programa es ese sistema. Y el programa incluye un módulo completo de IA que multiplicará tu productividad hasta 10 veces.

✍ **Tu reflexión honesta:**
*¿Qué parte específica del marketing digital te parece más difícil? ¿Esa dificultad es real o es falta de sistema?*

---

**¿Dónde te reconoces ahora mismo en este patrón?**

| ◯ | ◯ | ◯ | ◯ | ◯ |
|---|---|---|---|---|
| Lo reconozcoplenamente | Lo reconozcoa veces | No estoyseguro/a | Creo que nome afecta | Definitivamenteno es mi caso |

Víctor Mayans

## PATRÓN 3 · 'Ya lo intenté y no funcionó'

*La generalización de una o varias experiencias negativas con agencias, freelances o acciones sueltas como evidencia de que el marketing no funciona para este hotel.*

### ¿Qué hay detrás de este patrón?

Se intentó. Pero ¿con un sistema o de forma aislada? Una campaña suelta, una agencia que no entendía el sector, un freelance sin estrategia de marca, un par de posts sin coherencia. Eso no es marketing — son acciones sin sistema. El resultado predecible es la decepción. Este programa no añade más acciones: construye el sistema desde el que tienen sentido.

### ✍ Tu reflexión honesta:

*¿Qué se intentó exactamente? ¿Había una estrategia de marca clara antes de esa acción? ¿Había un sistema de medición que permitiera aprender?*

### ¿Dónde te reconoces ahora mismo en este patrón?

| ◯ | ◯ | ◯ | ◯ | ◯ |
|---|---|---|---|---|
| Lo reconozcoplenamente | Lo reconozcoa veces | No estoyseguro/a | Creo que nome afecta | Definitivamenteno es mi caso |

## PATRÓN 4 · 'No tengo tiempo para el marketing'

*La sensación de que las obligaciones operativas del hotel no dejan espacio real para construir el canal directo.*

### ¿Qué hay detrás de este patrón?

No hay tiempo porque no hay sistema. El marketing sin sistema consume todo el tiempo disponible y no genera resultados predecibles. Con el sistema de 85 minutos semanales estructurado en 3 hábitos fijos, el marketing produce resultados compuestos. La diferencia entre un director que hace marketing reactivamente y uno con sistema no es la cantidad de horas invertidas — es el criterio con el que se invierten.

Víctor Mayans

✍ **Tu reflexión honesta:**

*Si tuvieras 85 minutos garantizados cada semana para marketing, ¿en qué los invertirías? ¿Existe ese tiempo ahora pero se gasta en reactivo?*

---

**¿Dónde te reconoces ahora mismo en este patrón?**

| ◯ | ◯ | ◯ | ◯ | ◯ |
|---|---|---|---|---|
| Lo reconozcoplenamente | Lo reconozcoa veces | No estoyseguro/a | Creo que nome afecta | Definitivamenteno es mi caso |

PATRÓN 5 · **'La buena reputación es suficiente'**

*La convicción de que tener una puntuación alta en Google o Booking es suficiente para generar demanda directa sin construir el canal propio.*

**¿Qué hay detrás de este patrón?**

Una puntuación de 9.1 en Google es un activo extraordinario. El problema: el viajero lee esa reputación, decide que el hotel le gusta… y reserva en Booking. Porque Booking aparece antes en Google que tu web. La reputación sin canal directo construido es un motor que trabaja para las OTAs. Cada euro de comisión que pagas se apoya en la reputación que tú has construido.

✍ **Tu reflexión honesta:**

*¿Cuántos de los huéspedes que leen tus reseñas reservan directamente en tu web? ¿Sabes ese dato? Si no, ¿qué dice eso sobre el sistema actual?*

---

**¿Dónde te reconoces ahora mismo en este patrón?**

| ◯ | ◯ | ◯ | ◯ | ◯ |
|---|---|---|---|---|
| Lo reconozcoplenamente | Lo reconozcoa veces | No estoyseguro/a | Creo que nome afecta | Definitivamenteno es mi caso |

Víctor Mayans

## RESUMEN — ¿Cuál es tu patrón dominante?

*El que más energía consume y más bloquea el canal directo*

— Identifica el patrón en el que te hayas reconocido con más intensidad. Ese es el punto de partida de tu trabajo en el programa.

**Mi patrón dominante es el Patrón:**

**La frase que me he dicho a mí mismo/a con más frecuencia es:**

Víctor Mayans

## 2 PARTE 2 · EL SISTEMA DE 85 MINUTOS SEMANALES

*Los 3 hábitos no negociables — diseña los tuyos ahora*

— El marketing sin sistema reactivo consume todo el tiempo. El marketing con sistema genera resultados compuestos.

— Los 3 hábitos son fijos en día y duración. No son opcionales. Cuando se saltan — el sistema para.

→ LUNES · 20 minutos · Revisión de los números clave del hotel: ocupación, reservas, ritmo de entrada — aprenderás a leerlos en el Módulo 6

→ MIÉRCOLES · 45 minutos · Publicación del contenido planificado (no se improvisa)

→ VIERNES · 20 minutos · Respuesta a todas las reseñas de la semana — todas

| Hábito | Día | Hora | Duración | ¿Está en el calendario ahora? |
|---|---|---|---|---|
| **H1 · Revisar números del hotel** | Lunes | ___:___ | 20 min | ☐ Sí, bloqueado ya ☐ Pendiente |
| **H2 · Contenido** | Miércoles | ___:___ | 45 min | ☐ Sí, bloqueado ya ☐ Pendiente |
| **H3 · Reseñas** | Viernes | ___:___ | 20 min | ☐ Sí, bloqueado ya ☐ Pendiente |

— Regla: Los 3 hábitos se bloquean en el calendario AHORA — antes de cerrar este módulo.

→ Un hábito que no está en el calendario no existe. Existe la intención de tenerlo.

---

## 3 PARTE 3 · LEADERSHIP COMMITMENT STATEMENT

*El deliverable oficial de este módulo — 3 partes, sin atajos*

— Esta declaración es el entregable oficial del Módulo 1.

— Tiene 3 partes. No hay respuestas correctas — hay respuestas honestas.

— Escríbela como si nadie más fuera a leerla. Luego compártela en el canal privado.

→ Ese acto de compartirla convierte la intención en compromiso.

### 3.1 · POR QUÉ

*¿Por qué quieres reducir la dependencia de las OTAs y construir el canal directo? No respondas desde el deber. Responde desde el dolor real o desde la aspiración real.*

Víctor Mayans

*Ejemplo honesto: 'Porque cada vez que llega la liquidación de Booking siento que trabajo para ellos, no para mí. Estoy harto de esa sensación.'*

### 3.2 · QUÉ SIGNIFICA ESTO EN 12 MESES

*¿Qué significa para tu negocio construir el canal directo en 12 meses? Sé concreto: porcentaje de canal directo objetivo, euros recuperados en comisiones, nivel de ocupación directo. Un objetivo vago no motiva.*

*Ejemplo: 'En 12 meses quiero el 40% de reservas directas. Ahora tengo el 18%. Eso significa recuperar unos 22.000€/año en comisiones que ahora se van a Booking.'*

**% canal directo objetivo en 12 meses:**

**Ahorro estimado en comisiones OTA (€/año):**

**Qué significa eso para el hotel en términos concretos:**

Víctor Mayans

### 3.3 · MI COMPROMISO ESTA SEMANA

*Una acción concreta, pequeña y realizable. Con día, hora y qué exactamente. Cuanto más específica, más probable que la hagas.*

*Ejemplo: 'El lunes a las 9h voy a bloquear los 85 minutos en el calendario. El miércoles a las 10h publicaré el primer post presentando mi hotel con mis propias palabras.' No: 'voy a hacer más marketing'.*

**Mi compromiso es:**

Firma:

Fecha:

📱 **COMPARTE EN EL CANAL PRIVADO DEL PROGRAMA:**

Publica el tiempo semanal que has bloqueado en tu calendario para los 3 hábitos. Solo el bloque de tiempo — no hace falta compartir el documento completo.

Hashtag: **#LeadershipMindset**