SIMPLE BRAND · DOCUMENTO ESTRATÉGICO

Mapa de marca personal Christian Núñez

Posicionamiento, comunicación, arquitectura de avatares y guía de contenidos

Basado en las sesiones de onboarding y estrategia compartidas. Versión de trabajo para validación comercial y de claims.

1. Esencia de la marca

El núcleo no es “hacer network marketing”: es ayudar a líderes a evolucionar su forma de construir, liderar y vivir.

Posicionamiento recomendado

> ***Christian Núñez es el mentor que acompaña a líderes de network marketing y emprendedores en su evolución de generadores de ingresos a constructores de negocios, líderes y una vida con balance.***

Propósito	Llevar la vida de las personas a un siguiente nivel.
Territorio de marca	Evolución del liderazgo, desarrollo de equipos, sistemas de crecimiento, plenitud y elevación de la industria.
Idea fuerza	El éxito no es solo dinero: es salud, relaciones y finanzas en balance.
Comunidad / plataforma	**Next Level**: espacio para entrenar, conectar y elevar a líderes de la industria.
Rol de Christian	Constructor de personas, mentor práctico y referente que comunica desde experiencia de campo.
Diferencial central	Combina experiencia en network marketing, desarrollo de líderes, construcción de sistemas, marca personal digital y hábitos de equilibrio.

Promesa de comunicación

“No te enseño solo a vender o reclutar. Te ayudo a construir una organización, una mentalidad y un sistema que no te obligue a sacrificar tu vida para sostener tus resultados.”

2. Pilares y método de transformación

La marca debe organizarse bajo una estructura simple y repetible. Esto evita que parezca una mezcla de ventas, espiritualidad y lifestyle sin hilo conductor.

S — Salud	**Subpilares:** energía, salud mental, hábitos y bienestar. **Temáticas:** meditación guiada, respiración, movimiento, nutrición consciente, manejo del estrés, ansiedad del emprendedor, descanso, amor propio, aceptación, perdón y certeza.
F — Finanzas	**Subpilares:** ingresos, patrimonio, criterio financiero y sostenibilidad. **Temáticas:** fuentes de ingreso, organización del dinero, patrimonio, inversión responsable, estabilidad financiera, evitar el despilfarro, “el lujo no es flujo” y no depender de un solo cheque.
R — Relaciones	**Subpilares:** familia, liderazgo, equipo y comunidad. **Temáticas:** presencia familiar, pareja, paternidad, reconocimiento, comunicación, formación de líderes, cultura de equipo, resolución de conflictos, lealtad y construcción de personas.
Método NSP	**Subpilares:** prospección, ventas, duplicación y digitalización. **Temáticas:** generación de prospectos, conversaciones de venta, reclutamiento ético, marca personal del networker, herramientas digitales, agenda, seguimiento, apertura de mercados y sistema de duplicación. Debe documentarse antes de comunicarlo como metodología formal.
Resultado	**Transformación:** más estructura, liderazgo y ventas; con paz, libertad y mayor coherencia entre negocio y vida. **Temáticas de prueba:** casos, aprendizajes, procesos, rutinas, testimonios autorizados y detrás de cámaras.

Manifiesto de marca

- Construir a otros antes que usar a otros.
- Elevar la industria, no crecer destruyendo a la competencia.
- El lujo no es flujo: la apariencia no reemplaza la solidez financiera.
- La autoridad nace de la coherencia, no del show.
- El negocio debe dar libertad, no convertir al emprendedor en el nuevo empleado.

3. Avatar principal — Líder de alto rendimiento

Nombre arquetípico: El líder que ya ganó, pero aún no construyó libertad. Es el avatar de mayor valor para mentorías high-ticket y cercanía con Next Level.

Quién es	Líder de network marketing con varios años en la industria, ingresos altos —referencialmente US$100k a US$300k+ al año—, equipo activo y reputación dentro de su compañía.
Situación visible	Tiene buenos ingresos, viajes, reconocimiento y una organización; desde fuera parece que “ya llegó”.
Situación real	Trabaja más que antes, su equipo depende de él, no logra duplicar líderes con consistencia y teme que el negocio se frene o que el ingreso no sea sostenible.
Dolores	• Falta de sistemas y procesos replicables. • Agenda tomada por operaciones, conflictos y seguimiento. • Prospectos irregulares. • Dependencia de una sola compañía o fuente de ingreso. • Ansiedad por sostener rango, cheque y estatus. • Desbalance en salud, familia o relaciones.
Deseos	• Convertirse en empresario, no solo en productor. • Crear líderes y una cultura sólida. • Abrir o sostener mercados sin depender de su presencia. • Proteger y multiplicar lo construido. • Recuperar tiempo, calma y presencia familiar.
Miedos	Perder el equipo, quedarse sin compañía, que el cheque caiga, ser reemplazado, perder estatus o descubrir que su éxito era frágil.
Objeciones	“Ya sé cómo funciona esto”; “otro mentor no conoce mi industria”; “¿me va a quitar gente?”; “no tengo tiempo para entrenarme”.
Mensajes que conectan	• “Tu negocio creció, pero tu sistema no.” • “Si todos te necesitan para avanzar, no tienes una empresa: tienes un empleo caro.” • “El líder que no duplica, termina agotado.” • “Ganar más no sirve si tu negocio te quita la vida.”

Oferta adecuada

Mentoría Elite / acompañamiento estratégico: liderazgo, sistemas, prospección, ventas, organización, mentalidad y balance. La venta debe ser por aplicación o conversación, no por una promesa genérica de dinero.

4. Avatar secundario — Networker en ascenso

Nombre arquetípico: El creyente disciplinado que aún no despega. Es la entrada de low-ticket y comunidad.

Quién es	Persona que lleva 1 a 3 compañías o periodos de intento dentro de network marketing. Cree en la industria, se forma y consume contenido, pero todavía no tiene resultados estables.
Situación	Tiene ganas, suele comprar formación de desarrollo personal y sueña con ingresos altos, pero carece de técnica, foco, sistema y hábitos de ejecución.
Dolores	• No genera prospectos con regularidad. • Se siente estancado o “va lento”. • Consume cursos, pero no aplica. • Usa métodos antiguos y depende de conocidos. • Se compara con líderes grandes y duda de sí mismo.
Deseos	• Conseguir sus primeros resultados consistentes. • Aprender a vender, reclutar y crear marca personal. • Entrar a un círculo de personas de mayor nivel. • Encontrar un método claro, no más información suelta.
Objeciones	“No tengo audiencia”; “mi empresa no ayuda”; “ya probé de todo”; “no tengo dinero”; “necesito que alguien me diga exactamente qué hacer”.
Mensajes que conectan	• “No necesitas más motivación: necesitas un sistema que puedas repetir.” • “Tu primer problema no es la falta de talento; es la falta de proceso.” • “No persigas personas: aprende a crear conversación y valor.” • “Tu progreso cambia cuando dejas de depender de la suerte.”

Oferta adecuada

Next Level University / membresía de entrada: formación, comunidad, bases de mentalidad, prospección, ventas, organización y marca personal. No prometer ingresos ni rangos; comunicar aprendizaje, ejecución y acceso a un sistema.

5. Avatar de atracción — Emprendedor que busca más

Nombre arquetípico: El emprendedor aspiracional. No siempre comprará la mentoría hoy, pero hace crecer alcance, comunidad y autoridad.

Quién es	Profesional, emprendedor, autoempleado o persona con ambición que quiere mejorar ingresos, liderazgo, relaciones y estilo de vida.
Por qué importa	Es la masa que comenta, comparte y descubre la marca. Una fracción evolucionará hacia el avatar secundario y, con el tiempo, hacia el principal.
Dolores	• Trabaja mucho sin sentir progreso proporcional. • Tiene presión financiera o ansiedad por el futuro. • Confunde lujo visible con estabilidad. • Le cuesta cuidar familia, salud y relaciones mientras persigue resultados.
Deseos	Ganar más, construir seguridad, tener libertad, sentirse orgulloso de su vida y dejar de estar atrapado en la carrera constante.
Mensajes de atracción	• “El emprendedor es el nuevo empleado cuando todo depende de él.” • “El lujo no es flujo.” • “Tu negocio debería darte vida, no quitarte salud y familia.” • “No todo lo que parece éxito está en paz.”
CTA recomendado	Seguir la cuenta, guardar el contenido, comentar una experiencia, entrar a un recurso gratuito o conocer Next Level Event. No vender mentoría high-ticket de inmediato.

Arquitectura de embudo

Contenido masivo → atrae al avatar de entrada.
Historias, casos y comunidad → filtran a networkers en ascenso.
Prueba de autoridad, Next Level Calls y aplicación → convierten al líder de alto rendimiento.

5A. Cambio de creencias por avatar

La función del contenido es mover una percepción. Cada pieza debe partir de una creencia actual, tensionarla con una verdad o historia y aterrizar una creencia nueva que abra la puerta al siguiente paso.

Avatar principal — Líder de alto rendimiento

Creencia actual → nueva	**“Si trabajo más, mantengo el control.”** → “Si todo depende de mí, mi negocio es frágil; el control real viene de sistemas y líderes duplicados.”
Ángulo de comunicación	**De líder indispensable a constructor de sistemas.** Hooks: “Tu equipo creció, pero tu libertad no”; “El día que no estás, ¿tu negocio avanza o se congela?”
Creencia actual → nueva	**“Mi cheque alto prueba que mi negocio está bien.”** → “Un cheque alto sin estructura, patrimonio y fuentes de ingreso es exposición, no seguridad.”
Ángulo de comunicación	**De ingreso visible a estabilidad real.** Contenido: “El lujo no es flujo”; “El problema no es cuánto ganas, sino qué pasa si ese cheque desaparece.”
Creencia actual → nueva	**“Yo ya sé cómo funciona la industria.”** → “Saber llegar a un rango no equivale a saber sostenerlo, duplicarlo o convertirlo en empresa.”
Ángulo de comunicación	**De experiencia pasada a evolución empresarial.** Contenido: errores de líderes experimentados, cambios de mercado, sistemas para pasar de productor a empresario.
Creencia actual → nueva	**“El reconocimiento externo me confirma que voy bien.”** → “El reconocimiento sin paz, salud y relaciones no es éxito completo.”
Ángulo de comunicación	**De estatus a plenitud.** Contenido: dinero sin paz, familia vs. agenda, éxito integral y el modelo SFR.
Creencia actual → nueva	**“Entrenarme con alguien externo puede poner en riesgo a mi equipo.”** → “El mentor correcto fortalece mi criterio, mi cultura y mis líderes; no reemplaza mi organización.”
Ángulo de comunicación	**De desconfianza a mentoría estratégica.** Contenido: reglas éticas, confidencialidad, casos de formación y por qué Next Level busca elevar la industria.
Creencia actual → nueva	**“Abrir mercados es crecer.”** → “Abrir es solo el inicio; crecer de verdad es sostener cultura, sistemas y liderazgo en cada mercado.”
Ángulo de comunicación	**De expansión superficial a expansión sostenible.** Contenido: aprendizajes de expansión internacional, duplicación, cultura y errores de crecimiento.

5B. Cambio de creencias — Networker en ascenso

Creencia actual → nueva	**“Necesito encontrar la compañía perfecta antes de avanzar.”** → “Una compañía no reemplaza mi capacidad de prospectar, vender, liderar y aplicar un sistema.”
Ángulo de comunicación	**De excusa externa a habilidades transferibles.** Contenido: “Cambiar de compañía sin cambiar de habilidades solo reinicia el mismo problema.”
Creencia actual → nueva	**“Necesito más motivación o más cursos.”** → “La información sin ejecución no crea resultados; necesito un plan, práctica y medición.”
Ángulo de comunicación	**De consumo a implementación.** Contenido: auditoría de hábitos, mini-retos, checklist semanal, antes/después de aplicar un proceso.
Creencia actual → nueva	**“No tengo prospectos porque no conozco suficiente gente.”** → “Los prospectos se construyen con conversación, marca personal, seguimiento y valor; no solo con mi lista de contactos.”
Ángulo de comunicación	**De lista limitada a generación activa.** Contenido: errores de prospección, marca personal, contenido, conversaciones y método NSP documentado.
Creencia actual → nueva	**“Cuando tenga resultados, recién podré construir una marca.”** → “La marca se construye mostrando proceso, aprendizajes, criterio y consistencia; no esperando ser perfecto.”
Ángulo de comunicación	**De permiso externo a presencia digital.** Contenido: cómo documentar el camino, educar sin exagerar y atraer sin perseguir.
Creencia actual → nueva	**“Voy lento porque no soy tan bueno como los líderes top.”** → “Mi avance depende de dominar fundamentos repetibles, no de compararme con el capítulo veinte de otra persona.”
Ángulo de comunicación	**De comparación a progreso medible.** Contenido: métricas simples, hábitos, primeros cierres, conversación diaria y mejora semanal.
Creencia actual → nueva	**“Para mostrar éxito debo aparentar lujo.”** → “La credibilidad se construye con coherencia, proceso y resultados sostenibles; el lujo no sustituye el flujo.”
Ángulo de comunicación	**De apariencia a solidez.** Contenido: gastos que destruyen el progreso, primeros ingresos, inversión en habilidades y criterio financiero.

5C. Cambio de creencias — Emprendedor de atracción

Creencia actual → nueva	**“Si gano más dinero, automáticamente voy a tener libertad.”** → “La libertad llega cuando organizo tiempo, energía, dinero y decisiones; más ingresos sin estructura pueden traer más presión.”
Ángulo de comunicación	**De dinero como fin a libertad como sistema.** Contenido: “El emprendedor es el nuevo empleado”, tiempo vs. ingresos, y negocio que depende de su fundador.
Creencia actual → nueva	**“El lujo visible demuestra que alguien está ganando.”** → “La verdadera solidez se ve en paz financiera, margen, patrimonio y decisiones que no se publican.”
Ángulo de comunicación	**De apariencia a flujo real.** Contenido: “El lujo no es flujo”, costo psicológico de aparentar, deudas y presión por estatus.
Creencia actual → nueva	**“Mi negocio merece sacrificar mi salud y mis relaciones por ahora.”** → “Un éxito que destruye salud, pareja o familia necesita rediseño, no más sacrificio.”
Ángulo de comunicación	**De sacrificio permanente a balance intencional.** Contenido: SFR, familia, rutinas, conversaciones honestas y límites.
Creencia actual → nueva	**“Debo resolverlo solo porque soy emprendedor.”** → “Los empresarios que sostienen crecimiento buscan mentores, sistemas y comunidad antes de llegar al límite.”
Ángulo de comunicación	**De aislamiento a aprendizaje acompañado.** Contenido: “Aprendes de errores o de mentores”, conversaciones con líderes y aprendizajes de comunidad.
Creencia actual → nueva	**“Mi valor depende de mis resultados del mes.”** → “Mi valor personal no depende de un cheque; desde esa certeza tomo mejores decisiones y construyo a largo plazo.”
Ángulo de comunicación	**De validación externa a identidad.** Contenido: amor propio, identidad, intención, certeza y liderazgo.

6. Voz, comunicación y narrativa

Tono	Cercano, cálido, firme, inspirador y con autoridad tranquila. Hablar como mentor que conoce el terreno, no como gurú inalcanzable.
Lenguaje	Directo y conversacional: “campeón”, “campeona”, “brother” en video espontáneo. Para piezas premium, limpiar excesos de muletillas sin perder cercanía.
Emociones a despertar	Paz, ilusión, certeza, reconocimiento, ambición sana y pertenencia.
Frases de marca	• “Mientras estás en el proceso, estás haciendo historia.” • “El amor propio es la llama que enciende el éxito.” • “Este no es un negocio de productos ni de planes: es un negocio de personas.” • “Construye a las personas y ellas construirán contigo un imperio.” • “O aprendes de tus errores o aprendes de tus mentores.”
Líneas de contraste	• “El lujo no es flujo.” • “Construir destruyendo no es liderazgo.” • “Un buen producto no sustituye una organización, una cultura y un sistema.”

Regla de comunicación

Cada pieza debe elegir una sola tensión: dinero vs. paz, líder vs. operador, lujo visible vs. flujo real, ego vs. construcción, esfuerzo sin sistema vs. crecimiento sostenible. Evitar explicar todos los pilares en un mismo reel.

7. Pilares de contenido

1. Evolución empresarial	Del networker que produce al empresario que crea sistemas. Ángulos: “el emprendedor es el nuevo empleado”, duplicación, libertad, organización y apertura de mercados.
2. Liderazgo y equipo	Cultura, reconocimiento, formación de líderes, comunicación, resolución de conflictos y construir personas.
3. Sistemas, ventas y digital	Prospección, marca personal, uso de herramientas digitales, ventas, agenda y crecimiento sin perseguir personas. Reservar el detalle del NSP para cuando esté documentado.
4. Balance y plenitud	Salud, relaciones, finanzas, meditaciones, mentalidad, amor propio y presencia familiar. Es el gran diferenciador emocional.
5. Industria y autoridad	Next Level Calls, aprendizaje del mercado, unión de la industria, eventos, entrevistas y relaciones. Comunicar con hechos verificables, no solo con nombres.
6. Historia y familia	Origen, caídas, pivotes, familia, paternidad y estilo de vida. Humaniza la autoridad y sostiene el posicionamiento de éxito integral.

Distribución sugerida de contenido

- 40% atracción masiva: dinero, mentalidad, relaciones, mitos y contenido fácil de compartir.
- 25% autoridad técnica: sistemas, liderazgo, prospectos, mercados, organización.
- 20% marca personal: familia, historia, lifestyle y detrás de cámaras.
- 15% conversión: mentorías, Next Level, testimonios y llamadas.

8. Dirección visual y presencia

Código visual	Lujo silencioso / old money: sobrio, limpio, premium sin ostentación.
Paleta / ambientes	Blanco, beige, café, gris, negro suave y texturas naturales. Evitar fondos saturados, logos excesivos y estética “bling bling”.
Vestuario	Polos lisos, camisas o piezas neutras, sin logos visibles. Un elemento premium puede aparecer, pero nunca ser el centro del mensaje.
Locaciones	Casa elegante y limpia, oficina, cafeterías serenas, auto, jardines, espacios abiertos, entrevistas y escenarios de eventos.
Proporción de lujo	Mostrarlo como consecuencia de una vida bien construida —familia, libertad, experiencias y detalle— no como la promesa de la marca.
Formatos	Talking head, pizarra, POV, versus, storytelling, rankings, entrevistas / Next Level Calls, auto, caminata y clips de eventos.

Precaución

La estética debe reforzar autoridad serena. Evitar referencias visuales que parezcan terapia clínica o promesas de sanación. Christian puede hablar de meditación, hábitos y bienestar desde su experiencia, sin presentarlo como tratamiento médico o psicológico.

9. Prueba, claims y límites de comunicación

El onboarding contiene cifras, rangos, resultados y relatos de experiencia. Son útiles como hipótesis de marketing, pero antes de publicarlos deben tener evidencia, permiso y contexto.

Experiencia declarada	25 países, US$350M en ventas en 5 años, top 25 mundial, US$256k mensuales, crecimiento de compañías y casos de alumnos. Usar solo con respaldo documental, permiso o formulación de “según Christian / en su experiencia”.
Resultados de mentoría	Se reportan aumentos de cheques y mejoras de sistema. No convertirlos en promesa; mostrar casos individuales con periodo, contexto, permiso y disclaimer de que resultados varían.
Salud y meditación	Comunicar como hábitos, práctica personal y sesiones guiadas. No diagnosticar, sanar ni prometer resolver ansiedad, trauma, enfermedades o problemas psicológicos.
Network marketing	Evitar prometer libertad financiera, ingresos, “prospectos infinitos” o resultados previsibles. Enmarcar como formación, habilidades y aplicación.
Relaciones y contactos	Solo nombrar o mostrar invitados, líderes y llamadas cuando haya confirmación y autorización de uso. No sugerir afiliaciones o endorsements no confirmados.

Checklist antes de publicar

■ ¿La afirmación tiene evidencia? ■ ¿El cliente dio autorización? ■ ¿Tiene periodo y contexto? ■ ¿Evita promesas de ingreso o salud? ■ ¿Representa lujo silencioso y liderazgo humano?

9A. Autoridad y experiencia de Christian

Esta es la narrativa de autoridad que Christian describió en las sesiones. Debe convertirse en una línea de tiempo visual, con fotos, testimonios, documentos y referencias que respalden cada hito antes de usarlo como claim comercial.

13 años en la industria	Christian se presenta como ingeniero civil de formación y emprendedor por convicción, con aproximadamente 13 años construyendo organizaciones y formando líderes dentro de network marketing.
Primera etapa — Zrii	Reportó haber trabajado 6 años y medio en Zrii, alcanzando el rango de **10 estrellas** en 1 año y 2 meses. Su aprendizaje central fue que el resultado no depende solo de motivación, sino de necesidad, fe, obsesión y construcción de personas.
Escalamiento — ByDesign	Indicó que llevó su organización a **25 países** en aproximadamente 4 a 5 años, alcanzando el rango Corona. Su ventaja fue el manejo de líderes, la apertura de mercados y la creación de un sistema para sostener operaciones internacionales.
Sistema Next Level	Next Level nació como el sistema para sostener, organizar y duplicar una organización multinacional. Hoy Christian lo plantea como comunidad, mentoría y plataforma para elevar la industria, no como una compañía multinivel.
Desarrollo corporativo — Celión	Mencionó haber asumido un rol híbrido como distribuidor y vicepresidente de desarrollo. Según su relato, la compañía pasó de US$250 mil mensuales a US$1,5 millones mensuales en 5 meses; posteriormente alcanzó aproximadamente US$2,5 millones mensuales. Esta cifra requiere respaldo antes de difundirse.
Resultados de volumen	También reportó que ByDesign superó US$5 millones mensuales en 11 meses y alcanzó un pico aproximado de US$15–17 millones mensuales. No debe presentarse como dato público sin fuente verificable o formulación clara de experiencia declarada.
Alcance y reconocimiento	Declaró haber llegado al top 25 global de ingresos en redes de mercadeo y ser el único peruano del listado, con un cheque mensual de referencia de US$256 mil. Para contenido público: usar solo con evidencia, fuente o permiso de publicación.
Formación de líderes	Su autoridad no se reduce a sus ingresos: relata haber formado líderes que luego construyeron negocios propios, incluyendo referencias a Manzana Verde, Army Gym y Kaizen Capital. Requiere validar nombres, relación, permiso y cifras de cada caso.
Capital relacional	Su activo diferencial es la relación desarrollada durante años con líderes, dueños de compañías y referentes de network marketing. La idea comunicable es: **“No se trata solo de a quién conoces; se trata de quién te conoce, te referencia y confía en ti.”**
Autoridad de mentor	En sus primeros meses de mentoría reportó que sus alumnos lograron más orden, control, certeza, cohesión de equipo y mejoras de ingresos. Presentar los casos de manera individual, con periodo, condiciones y autorización; nunca como resultado garantizado.

Cómo convertir esta experiencia en contenido

• Línea de tiempo: ingeniero civil → primeras redes → crisis y pivote → expansión a 25 países → Next Level → mentor de líderes.
• Serie “Lo que aprendí construyendo en X países”: sistemas, liderazgo, cultura y expansión.
• Next Level Calls: entrevistas con figuras confirmadas que demuestren criterio y capital relacional.
• Casos de liderazgo: antes / proceso / sistema / resultado, con evidencia y autorización.
• Detrás de cámaras: familia, hábitos, reuniones y eventos como prueba de una vida con balance.

10. Mensajes maestros y próximos pasos

Mensajes maestros

Mensaje de perfil	Ayudo a líderes de network marketing y emprendedores a construir sistemas, líderes y una vida con balance.
Mensaje de autoridad	No hablo desde teoría: hablo desde haber construido organizaciones, mercados y líderes. La experiencia se valida con evidencia.
Mensaje emocional	No quieres ganar más para vivir más presionado. Quieres construir algo que te dé paz, libertad y presencia.
Mensaje de comunidad	Next Level existe para elevar la industria: construir líderes, reconocer resultados y dejar de crecer destruyendo.
Mensaje de conversión	Si tu negocio depende de que estés presente en todo, todavía no construiste libertad. El siguiente nivel es sistema, liderazgo y balance.

Próximos pasos operativos

1. Validar los tres avatares y priorizar la oferta específica de cada uno.
2. Definir entregables, duración y precio vigentes de mentorías / comunidad.
3. Documentar NSP y SFR como marcos propios antes de convertirlos en promesa comercial.
4. Reunir evidencia autorizada: testimonios, datos, fotos, prensa, invitaciones y casos.
5. Construir historias destacadas: historia, método, mentorías, Next Level, resultados y familia.
6. Crear el primer banco de guiones con mezcla 40/25/20/15 y medir retención, guardados, DMs y aplicaciones.

Documento preparado a partir de las reuniones “Onboarding” y “Reunión Estrategia”. Los detalles comerciales vigentes deben confirmarse antes de usar este mapa como pieza pública.