

Metodología de Content Management & Project Management

Autor: Diego Núñez

Enfoque

La metodología de trabajo de Diego Núñez se fundamenta en la premisa de que **el contenido no se improvisa, se construye**. Este enfoque trasciende la mera gestión de piezas aisladas, orientándose hacia la administración de sistemas de contenido integralmente alineados con los objetivos de negocio, garantizando un control efectivo sobre la ejecución.

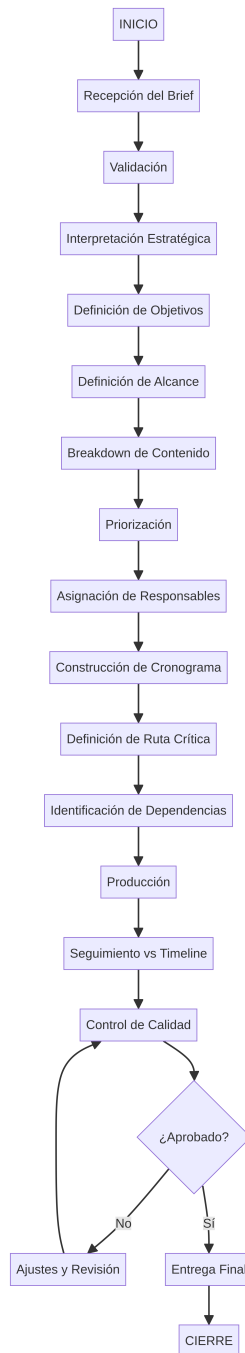
El rol de Diego Núñez integra dos dimensiones intrínsecamente conectadas:

- **Dirección de Contenido:** Define el *qué se dice y por qué*, asegurando la relevancia estratégica del mensaje.
- **Gestión de Proyecto:** Determina el *cómo se produce y cuándo se entrega*, optimizando los procesos operativos.

Lógica de Trabajo: El Proceso de 12 Fases

La estructura de trabajo se articula a través de un proceso claro y secuencial, donde cada fase posee un propósito específico. La omisión o falla en cualquiera de estas etapas compromete la dirección y el control del proyecto. El flujo general es:

Brief → Traducción → Breakdown → Planeación → Ejecución → Control → Entrega



A continuación, se detallan las 12 fases que componen esta metodología:

1. Traducción del Brief

Esta fase inicial se centra en la comprensión profunda del brief, más allá de su ejecución literal. Se realiza un análisis exhaustivo para determinar:

- El objetivo real a alcanzar.
- El problema específico que el contenido busca resolver.
- La audiencia a la que se dirige.

- La acción deseada que el contenido debe provocar.

En este punto, se define el rol estratégico del contenido dentro del negocio, el cual se clasifica según los siguientes objetivos:

Objetivo	Descripción
Awareness	Generación de reconocimiento y visibilidad de la marca.
Generación de Demanda	Creación de interés y captación de oportunidades comerciales.
Conversión	Impulso directo hacia la acción deseada por el usuario.
Posicionamiento	Establecimiento de autoridad y relevancia en el mercado.

Esta etapa es crucial para alinear la estrategia con la ejecución.

2. Definición de Alcance

Antes de iniciar la producción, se delimita con precisión el alcance del proyecto, definiendo aspectos críticos como el **número de piezas**, los **formatos** requeridos, los **canales de distribución**, las **versiones** necesarias, los **entregables específicos** y el **número de revisiones** permitidas. Esta delimitación es fundamental para prevenir desviaciones y un crecimiento descontrolado del proyecto.

3. Construcción del Breakdown

En esta fase, la estrategia se transforma en un plan de trabajo tangible. El proyecto se descompone en entregables claros, tales como:

- Piezas principales.
- Adaptaciones.
- Copies.
- Diseño.
- Video.
- Motion graphics.
- Entregables específicos por canal.

El breakdown constituye la base operativa del proyecto, y sin él, el control se vuelve ineficaz.

4. Priorización

Reconociendo que no todo el contenido puede producirse simultáneamente, se identifican y priorizan las piezas según su impacto y dependencia:

Tipo de Pieza	Descripción
Piezas clave	Elementos fundamentales y prioritarios para el éxito del proyecto.
Piezas dependientes	Contenido cuya producción está sujeta a la finalización de otras piezas.
Piezas de soporte	Material complementario que refuerza la estrategia principal.

El trabajo se organiza en función de su impacto y las interdependencias existentes.

5. Asignación de Responsables

Cada entregable tiene un responsable claramente definido. Se establece:

- Quién ejecuta la tarea.
- Quién revisa el entregable.
- Quién otorga la aprobación final.

Esta asignación evita la duplicidad de esfuerzos, la confusión y los retrasos en la ejecución.

6. Planeación y Ruta Crítica

Con el breakdown establecido, se procede a la construcción de un cronograma detallado. Se definen:

- Tiempos de entrega.
- Secuencia de trabajo.
- Dependencias entre las diferentes áreas.
- Actividades críticas.

La **ruta crítica** identifica las tareas cuya falla impactaría directamente en la finalización del proyecto. Esta anticipación permite abordar problemas de manera proactiva, en lugar de reaccionar a ellos.

7. Ejecución

Durante esta fase, se supervisa activamente la producción del contenido, incluyendo copy, diseño, video y adaptaciones. Se asegura:

- Coherencia narrativa.
- Alineación con la identidad de marca.
- Cumplimiento de los tiempos establecidos.

Se mantiene un ritmo y una consistencia constantes a lo largo de todo el proceso.

8. Control de Calidad

Antes de la aprobación, se realiza una revisión exhaustiva para verificar:

- Claridad del mensaje.
- Consistencia visual.
- Cumplimiento técnico.
- Alineación con el objetivo original.

Esta etapa es fundamental para salvaguardar la integridad y efectividad del proyecto.

9. Gestión de Feedback

El feedback se centraliza y se traduce en acciones claras y concretas. Este proceso previene:

- Cambios sin criterio justificado.
- Opiniones contradictorias.
- Retrabajos innecesarios.

El feedback se gestiona de manera activa, evitando su acumulación.

10. Aprobación

El proyecto llega a un punto de decisión crítico:

- **Si no está aprobado:** Se realizan ajustes, se revisa y se vuelve a presentar.
- **Si está aprobado:** Avanza a la fase de entrega final.

11. Entrega Final

Se entregan las piezas finales, adaptaciones y versiones listas para su publicación, todas ellas alineadas con el alcance definido al inicio del proyecto.

12. Cierre

El proyecto se cierra formalmente mediante la validación del cumplimiento de los entregables, los tiempos y el alcance. El proyecto no concluye con la entrega, sino con su cierre adecuado.

Caso Práctico: Proyecto Casio G-Shock 40° Aniversario

Este proyecto, liderado por Diego Núñez, ilustra la aplicación práctica de la metodología descrita para la celebración del 40° aniversario de Casio G-Shock. Con un presupuesto estimado de **\$2,245,506.13**, el proyecto abarcó diversas actividades de marketing y relaciones públicas, demostrando la gestión integral de contenido y proyecto.

Fases Clave y su Aplicación:

- **Traducción del Brief y Definición de Alcance:** El proyecto inició con una clara comprensión de los objetivos para el 40° aniversario, definiendo el alcance en términos de piezas de contenido (ej. materiales promocionales para series como *Recrystallized*, *Remaster Black* y *TEAM TOUGH*), canales y entregables específicos para medios y redes sociales.
- **Construcción del Breakdown y Priorización:** Se desglosaron las actividades en tareas detalladas, como la creación de calendarios editoriales, la gestión de *newsrooms*, y la producción de materiales para campañas específicas (ej. ITZY para G-SHOCK WOMEN, CASIO × Stranger Things). La priorización aseguró que

las piezas clave, como los lanzamientos de modelos de aniversario, recibieran la atención necesaria.

- **Asignación de Responsables y Planeación:** Diego Núñez fue el Project Lead, coordinando equipos internos y agencias externas. Se establecieron cronogramas detallados para la producción y entrega de materiales, incluyendo la gestión de embargos y la coordinación con influencers.
- **Ejecución y Control de Calidad:** La supervisión constante de la producción de contenido, desde *copy* hasta materiales visuales y de video, garantizó la coherencia narrativa y la alineación con la marca G-Shock. Se realizaron controles de calidad para asegurar que todos los materiales cumplieran con los estándares técnicos y estratégicos.
- **Gestión de Feedback y Aprobación:** El proceso incluyó la gestión de feedback de múltiples partes interesadas, asegurando que las revisiones se tradujeran en acciones claras y que las aprobaciones se obtuvieran de manera eficiente para avanzar en el proyecto.
- **Entrega Final y Cierre:** El proyecto culminó con la entrega de piezas finales y adaptaciones listas para su publicación, asegurando que todos los entregables estuvieran alineados con el alcance inicial y que el proyecto se cerrara formalmente tras la validación de su cumplimiento.

Este caso práctico subraya la efectividad de la metodología de Diego Núñez para gestionar proyectos complejos de marketing y contenido, asegurando la entrega de resultados de alta calidad y estratégicamente alineados.

Cómo se Opera el Contenido

La metodología integra de manera indisoluble el contenido y la operación. Se reconoce que:

- **El contenido define el valor.**
- **La operación define la entrega.**

Ambos aspectos se trabajan de forma simultánea para asegurar una sinergia efectiva.

Resultado

La aplicación sistemática de esta metodología permite estructurar proyectos desde su concepción, controlar eficazmente los tiempos y los entregables, y reducir significativamente los retrabajos. Asimismo, facilita la coordinación eficiente de equipos, asegura la calidad en cada pieza de contenido y garantiza la entrega de resultados alineados con los objetivos de negocio reales.