

Receta para  
triunfar en:

Linked  <sup>®</sup>



Prospección  
Inteligente



# Introducción

Qué es LinkedIn y por qué es importante tener un perfil?

# LinkedIn es la mayor red profesional del mundo

Reúne actualizaciones y noticias de empresas y usuarios que te ayudan a obtener información para ser más exitoso en tus negocios

## Usuarios

630 millones en Mundo

90 millones en Latinoamérica

+ de 5 millones de usuarios en Perú, **45% de ésta base de datos son decisores de negocio.**

## Empresas

2 millones de *company pages* en Latinoamérica

+ de 47 mil empresas peruanas ya están en LinkedIn, y por empresa desde 3 perfiles creados.

## Decisores\*

4 millones en Latinoamérica

265 mil con publicaciones en los últimos 30 días

Más de 2 mil millones de actualizaciones semanales en el mundo

\*Perfiles con puesto de directores o más en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú

# Un buen perfil está compuesto por tres etapas:

Al completar estas, estarás listo para desplegar tu estrategia en LinkedIn

Básico

Páginas de empresas

Principal

Foto y imagen de fondo

Resumen

Titular

Experiencia de trabajo

Experiencias voluntarias

Adicionales

URL de Perfil

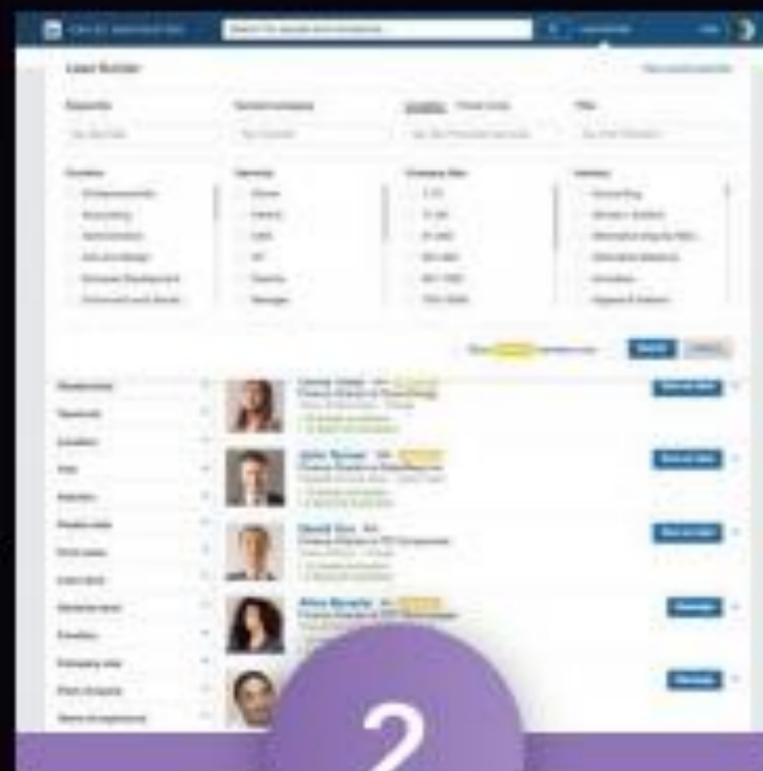
Habilidades

Recomendaciones

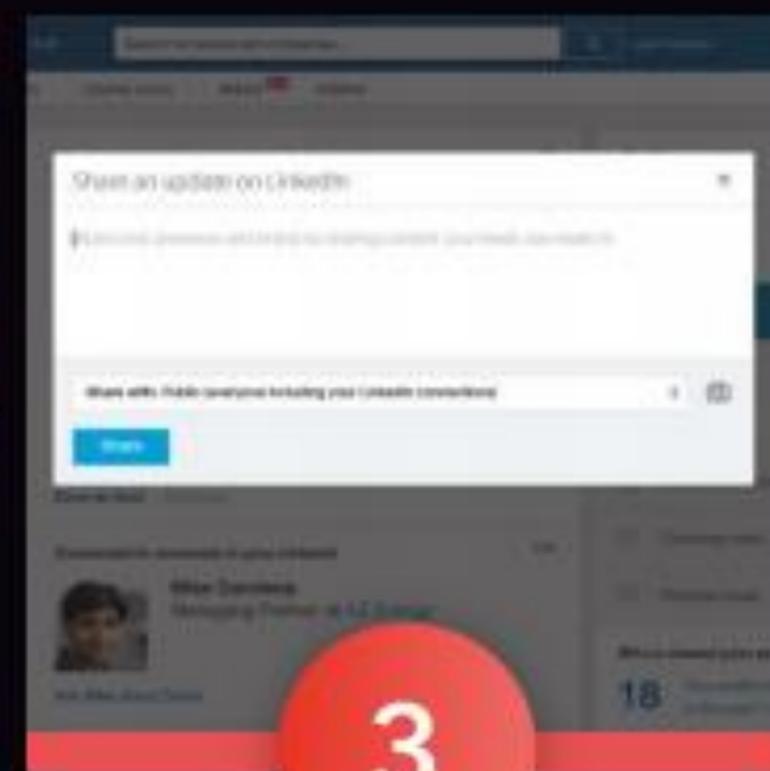
Educación



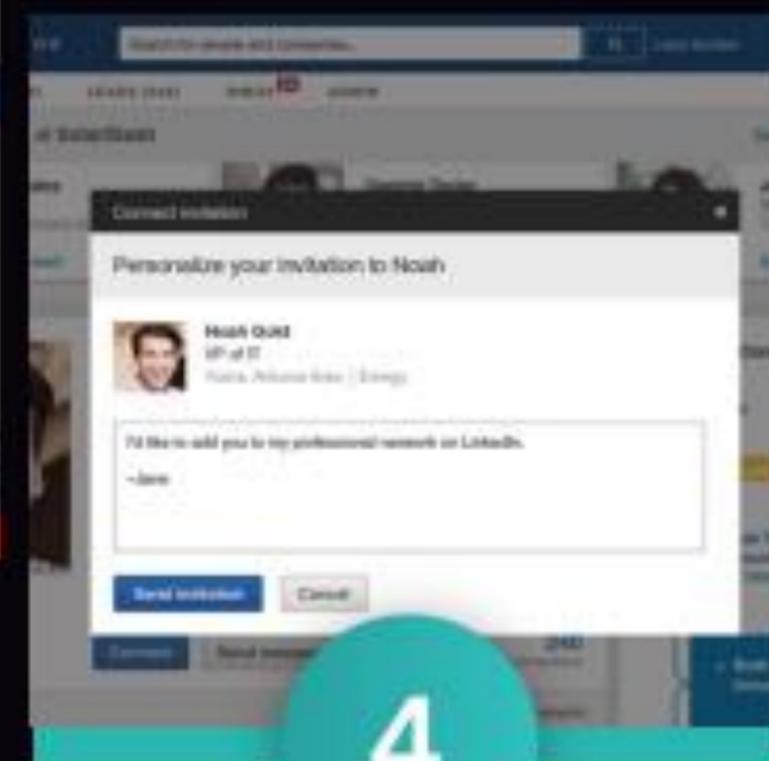
Imagen Personal de Impacto



Relaciónate con las personas correctas



Interactuar con conocimiento



Crear relaciones fuertes

# Lo principal

---

Foto

Imagen de fondo

Resumen

Titular

Experiencia laboral

Experiencias voluntarias

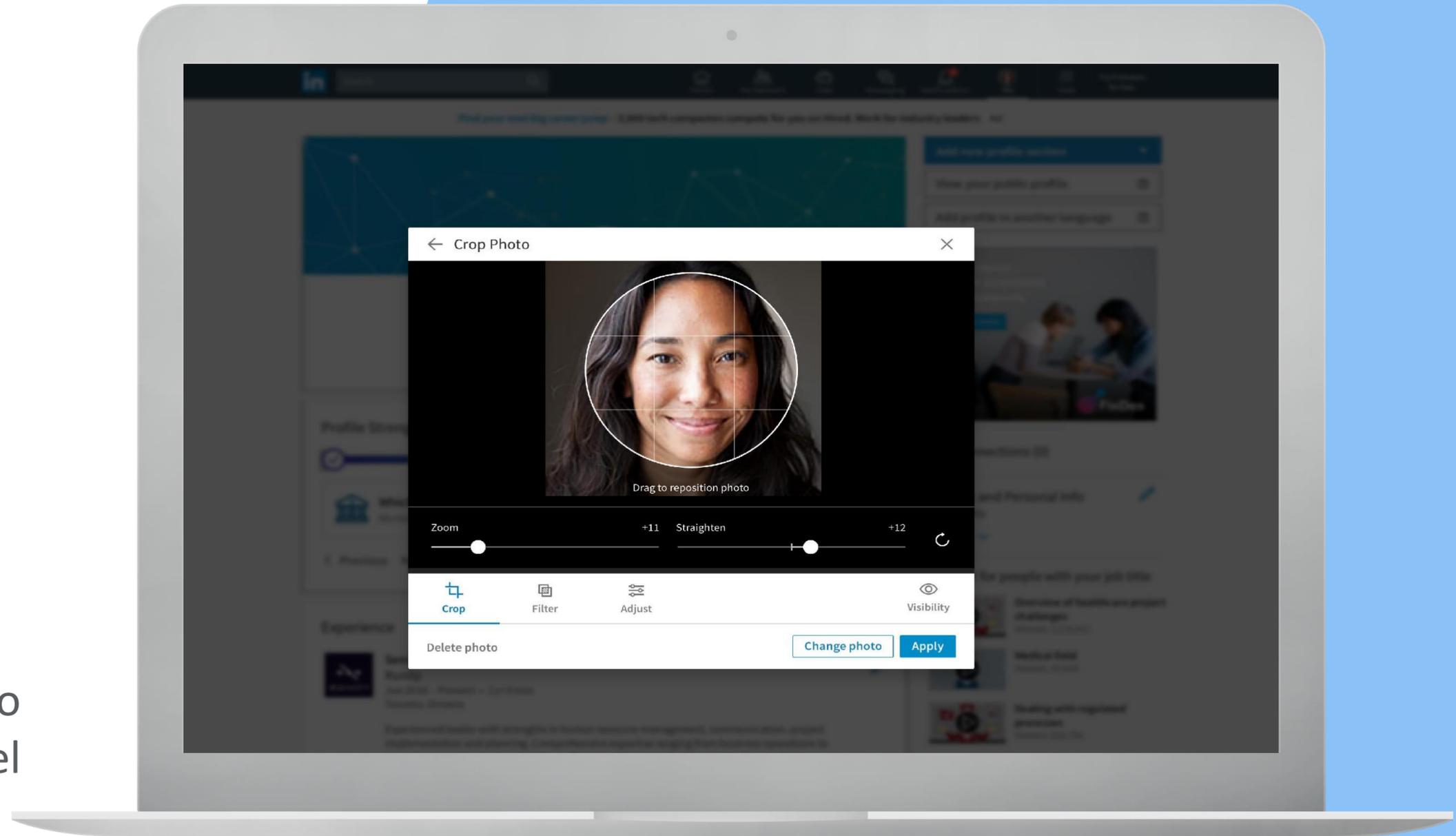


# Agrega una foto

Los usuarios con fotos reciben  
**9x** más solicitudes de conexión  
**21x** más visitas en el perfil  
**36x** más mensajes

## Tu foto debe

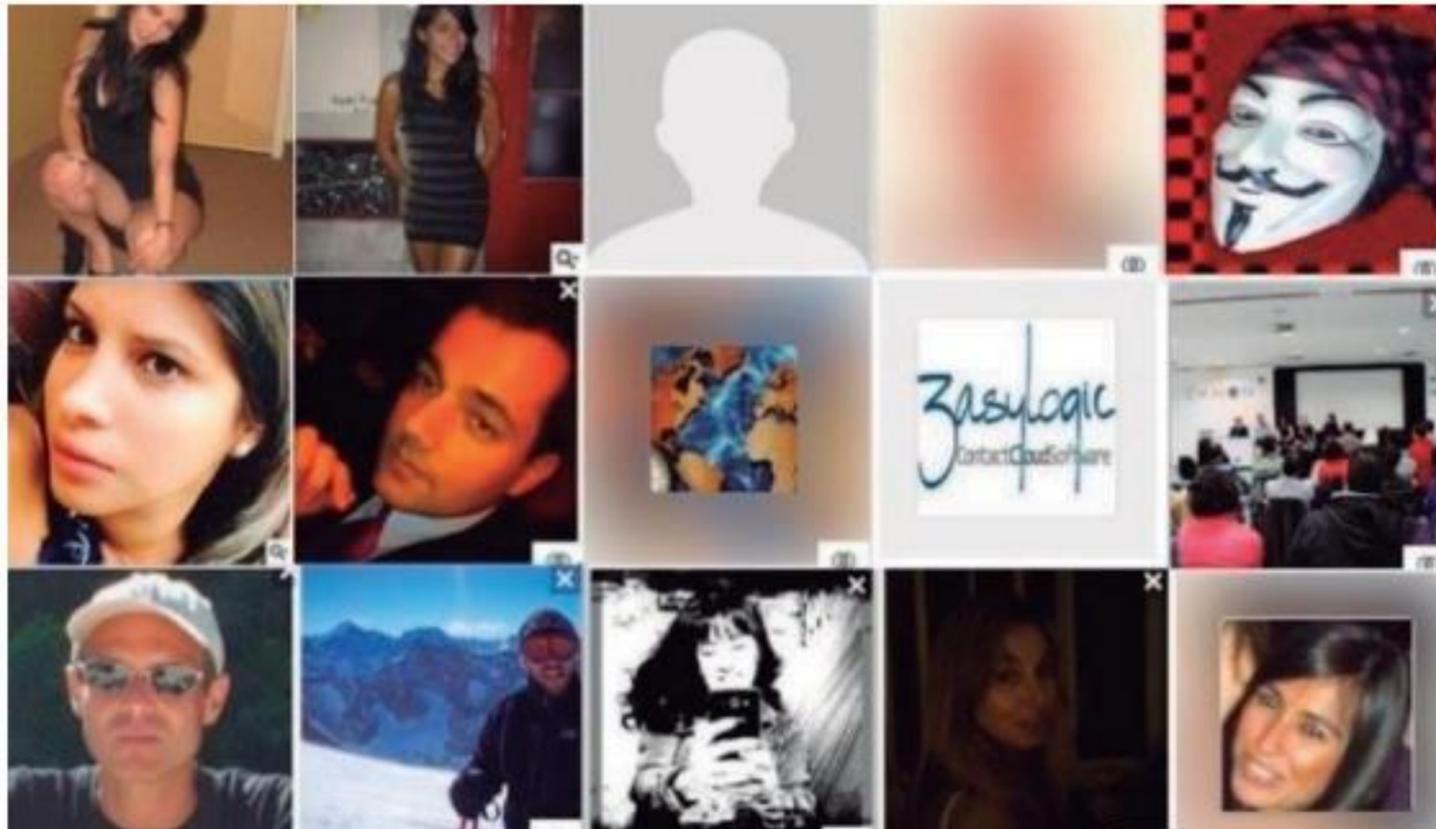
- Estar **actualizada**
- Tener tu **cara en el centro** del cuadro
- Estar de acuerdo como tu cliente o compañeros de trabajo te ven en el **día a día**
- Tener un fondo **sin distracción**



# Agrega una foto

## 15 Fotografías

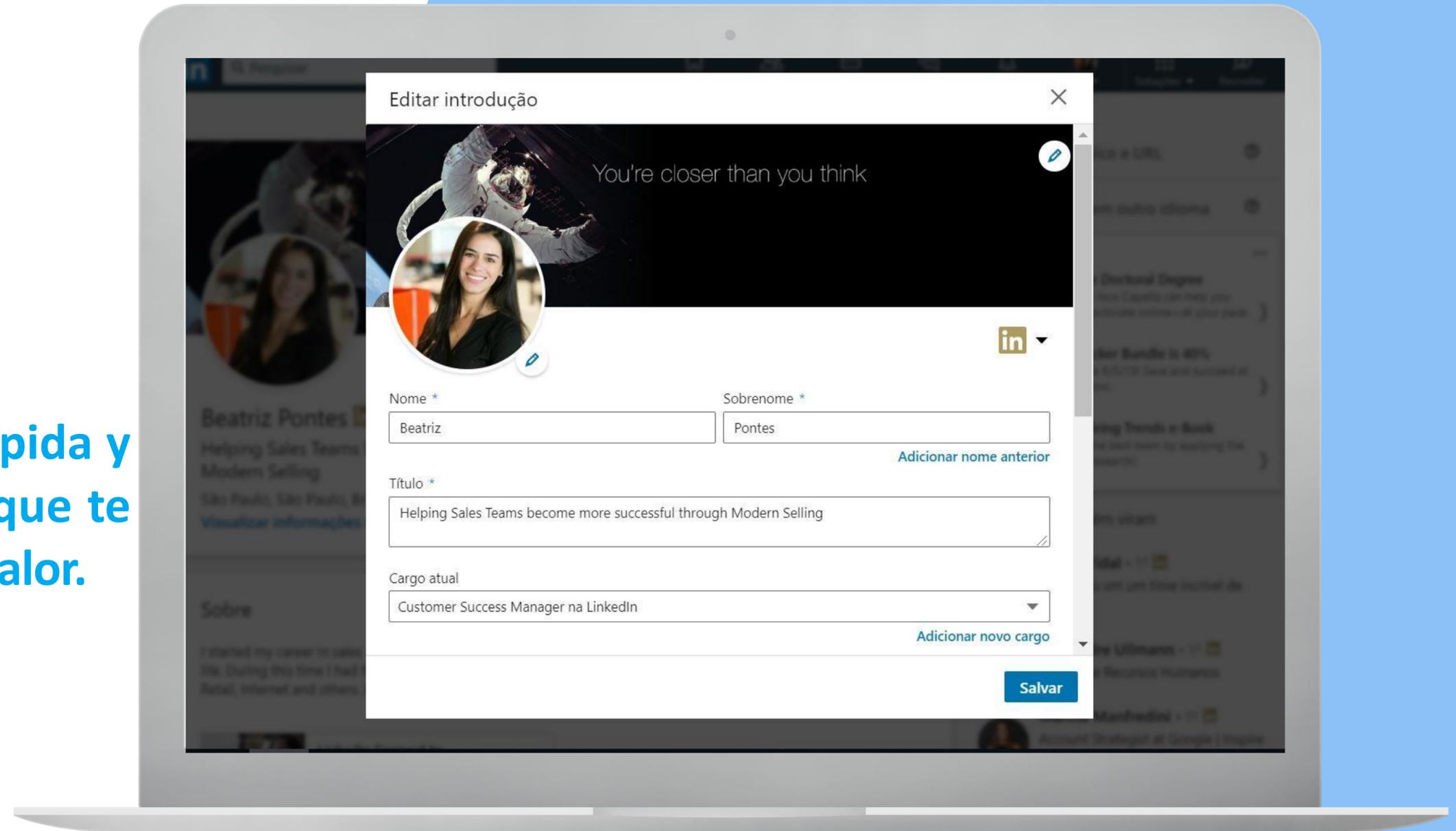
que no debes publicar en LinkedIn



FOTOGRAFÍA. Viste de manera formal cuando la publiques. Cuida mucho tu imagen (LinkedIn es una red profesional). Si deseas analizar qué tan buena es tu foto de perfil INGRESA A <https://www.snapp.co/photo-analyzer/>

# Agrega una imagen de fondo

Usa una imagen para **contar tu historia, transmitir rápida y visualmente la industria en la que te encuentras o tu propuesta de valor.**



# Elige un titular creativo

Tu titular es tu oportunidad de mostrar **quién eres, qué haces y el valor que proporcionas** a tu red o tus clientes.

Tu titular debe:

- Ser **preciso**
- Ser **cautivante**
- Ser **memorable**
- Empezar **con un verbo como: ayudo, empodero, acompaño, logro.**
- Si estás buscando chamba: **debe comenzar con experto, especialista.**



Ayudando a las empresas a tener éxito usando el Social Selling  
São Paulo e Região, Brasil



Conectando talentos y empresas en la mayor red profesional del mundo  
São Paulo e Região, Brasil



Dame 5 minutos e te muestro como potencializar tu productividad  
São Paulo e Região, Brasil



Liderando a los mejores vendedores de Latinoamérica  
São Paulo e Região, Brasil



 cabify empresas



Federico Estrada Tobon • 1er



Por medio de la tecnología transformo la movilidad de las empresas generando ahorro, control y seguridad @Cabify @Easy

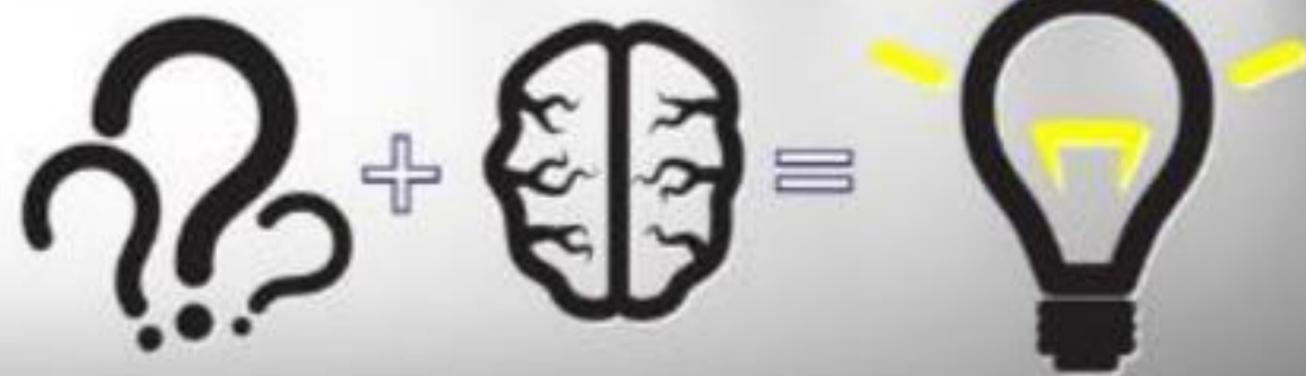
Nov 11

 Maxi Mobility

 Universidad Escuela de Administración y Finanzas y...

 Ver información de contacto

Nov 11



Enviar mensaje

Más...

Juan Pablo Garcia Bayce · 1er



CEO Siderperu - Gerdau | Empoderando a las personas que construyen el futuro

Perú · [Más de 500 contactos](#) · [Información de contacto](#)



SIDERPERU



[Enviar mensaje](#)

[Ver en Sales Navigator](#)

[Más...](#)

Luis Bianchi · 1er

Director - Impulsando e innovando el crecimiento de los servicios financieros con propósito en el Perú

Perú · [Más de 500 contactos](#) · [Información de contacto](#)



Marsh



Escuela Militar de Chorrillos



[Enviar mensaje](#)

[Ver en Sales Navigator](#)

[Más...](#)

Alexander Mora · 1er 

Director | Experto en planeación estratégica y financiera, planes de expansión y crecimiento sostenible de negocios.

Perú · Más de 500 contactos · [Información de contacto](#)



Universidad Privada del Norte



Tulane University - A.B.  
Freeman School of Business

# Cuenta tu historia

Tu resumen es:

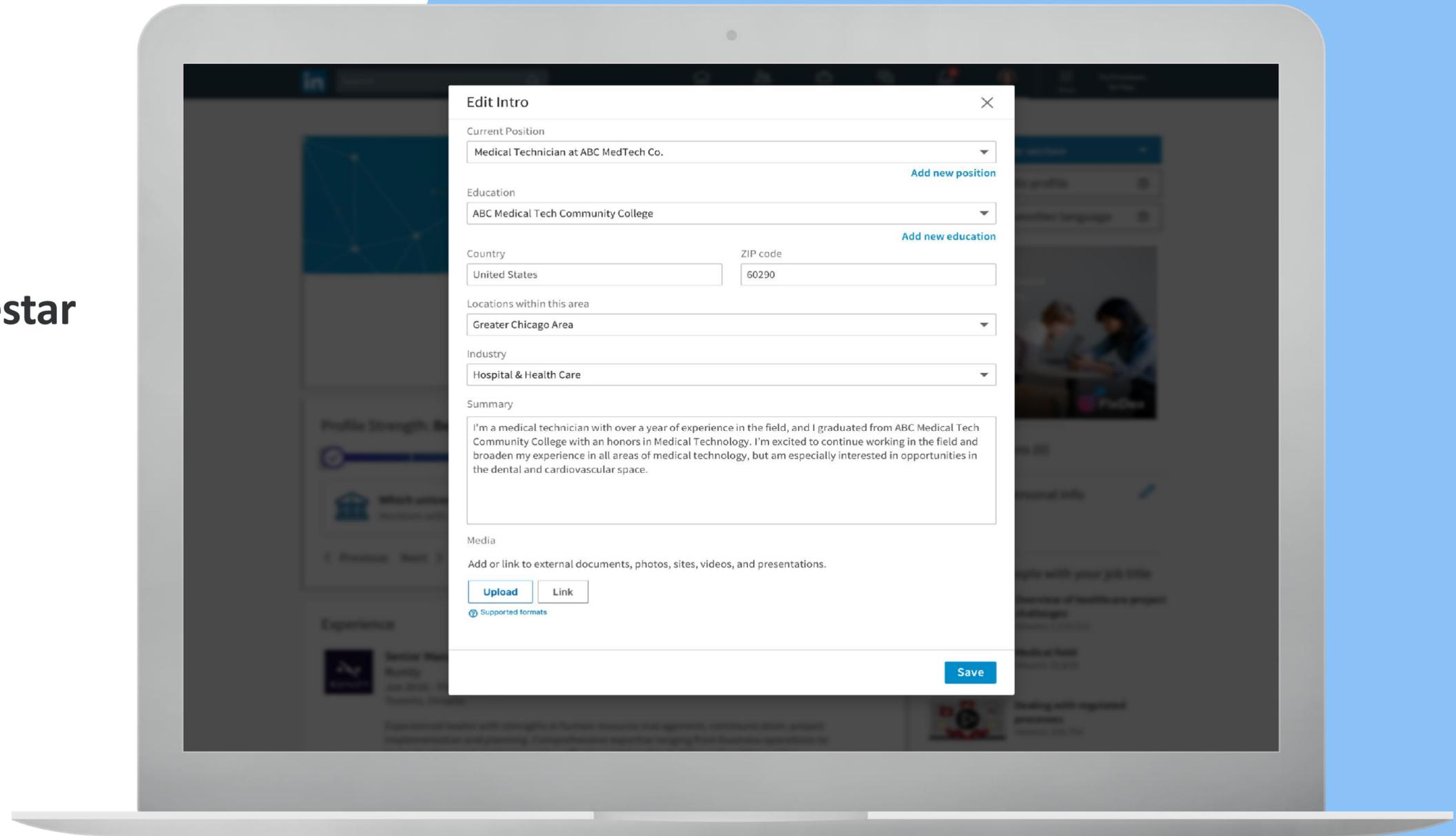
Tu **elevator pitch**

La estructura de un resumen debe estar formada por:

- Tu **pasión, pasatiempos...**
- Tu **historial profesional**
- Tu **posición y empresa actual**

Su resumen debe:

- Transmitir pasión
- Humanizado y estar escrito en **primera persona**



# Cuenta tu historia

Tu resumen es

Tu **elevator pitch**

La estructura de un resumen debe estar formada por

- Tu **pasión, pasatiempos...**
- Tu **historial profesional**
- Su **posición y empresa actual**

Su resumen debe

- Transmitir pasión
- Humanizado y estar escrito en **primera persona**

## Exemplo de resumen

Como profesional de ventas, a lo largo de mi carrera siempre me encanto construir relaciones.



Tu pasión

Tuve el privilegio de trabajar junto a personas talentosos en grandes empresas, como Staples y ADP.



Tu historial

Ahora trabajo en LinkedIn, ayudando a empresas de Nueva York con sus estrategias de ventas sociales.



Tu empleo atual

Si usted desea saber más sobre cómo podemos transformar su organización de ventas a través de la venta social, entre en contacto conmigo a través de InMail!



Próximos pasos



## Walter Tapia Stumpf

General Manager Central America and Dominican Republic at Avon

Enviar

Gerente general con experiencia regional, en multinacionales líderes en sectores tales como: consumo masivo, farmacéutico, belleza y distribución intensiva.

Poseo fuerte orientación a resultados, con generación de valor a los accionistas, consolidado mercados, vía el crecimiento de negocios en Ventas y EBITDA, logros reconocidos en clima organizacional e influencia en redes sociales.

- Visión estratégica
- Rentabilización de operaciones
- Manejo de la Omnicidad de clientes
- Gestor de cambios
- Procesos efectivos de distribución
- Líder de equipos comprometidos.

Como ejecutivo me apasiona hacer crecer negocios a través de la mejora continua de los procesos, creo en la importancia de la metodología, disciplina, cultura de ejecución y sistematización.

El espíritu comercial que poseo me impulsa a buscar siempre el desarrollo de cliente, producto, servicio y post venta, a través de las cuatro fases fundamentales de todo proceso:

- Planeación efectiva
- Ejecución Perfecta.
- Seguimiento / Indicadores
- Mejora Continua.



Luis Bianchi

Director - Impulsando e innovando el crecimiento de los servicios financieros con propósito en el Perú

Enviar m

## Acerca de

Soy un ejecutivo que lidera con el ejemplo y que está convencido que el trabajo en equipo es pieza clave para lograr resultados extraordinarios. Así mismo, que un buen líder debe inspirar, motivar y transformar la vida de las personas que lo rodean.

La formación militar que he recibido, me ha permitido aportar disciplina, enfoque y resiliencia para adaptarme a los cambios del entorno.

Tengo amplia experiencia de más de 30 años en el sector financiero, he trabajado en Bancos tales como:

Scotiabank S.A.

Banco Wiese Sudameris.

Banco de Lima.

Banco Sur.

Banco de Comercio.

Actualmente me desempeño como Senior Vice President en Marsh Rehder S.A.

Gracias por visitar mi perfil de LinkedIn en lo que te pueda ayudar con todo gusto.

Correo Bianchiluis12@gmail.com



**Alexander Mora**

Director | Experto en planeación estratégica y financiera, planes de expansión y crecimiento sostenible de ...

Enviar mensaje

¡Soy Alexander Mora, Colombiano de nacimiento y Peruano de Corazón!

Me apasiona liderar equipos, planear estrategias y construir la ruta hacia resultados extraordinarios.

Enamorado de mi familia y de la vida, disfruto viajar para conocer culturas y lugares del mundo. Me encanta coleccionar imanes de cada lugar que visito. Me apasiona la naturaleza y retratar paisajes. Encuentro en el deporte un equilibrio de vida y el balance perfecto sobre las múltiples actividades que diariamente realizamos (Trabajo + Familia + Retos).

Como profesional tengo 23 años de experiencia, 10 de los cuales he estado en el gran mundo de la Educación Superior, tanto en Perú, como a nivel Latam y Global, desempeñando cargos en la Dirección Ejecutiva del área de Finanzas, de Estrategia y Desarrollo de Negocios. Así mismo, he tenido experiencia profesional en los sectores Farmacéuticos, de Petróleos y de Servicios, en el área de Auditoría y Control Interno.

Académicamente tengo el título de Contador Público, otorgado por la Universidad Externado de Colombia. Cuento con un Máster en Administración de Empresa (MBA) otorgado por Centrum católica (Perú) y Tulane University -A.B. Freeman School of Business (USA). Maestría en Finanzas Corporativas de EAE Business School (España) y actualmente me encuentro terminando la Maestría de Marketing en Walden University (USA). Así mismo, he completado el CFO – Executive Program en The University of Chicago Booth School of Business (USA) y he llevado el programa de iniciativas de negocios europeos en IE Business School (España).

Estoy convencido que la educación es la base fundamental para el desarrollo y crecimiento de los países. Que la estrategia sin acción no es nada. Que las personas sin propósitos son como un avión sin plan de vuelo. Que el talento de las personas es 70% actitud y 30% conocimientos técnicos. Que la responsabilidad y la inclusión social deben hacer parte de nuestros objetivos estratégicos corporativos y personales.

# Detalla tu experiencia laboral

Los usuarios con experiencia y cargos actualizados reciben hasta:

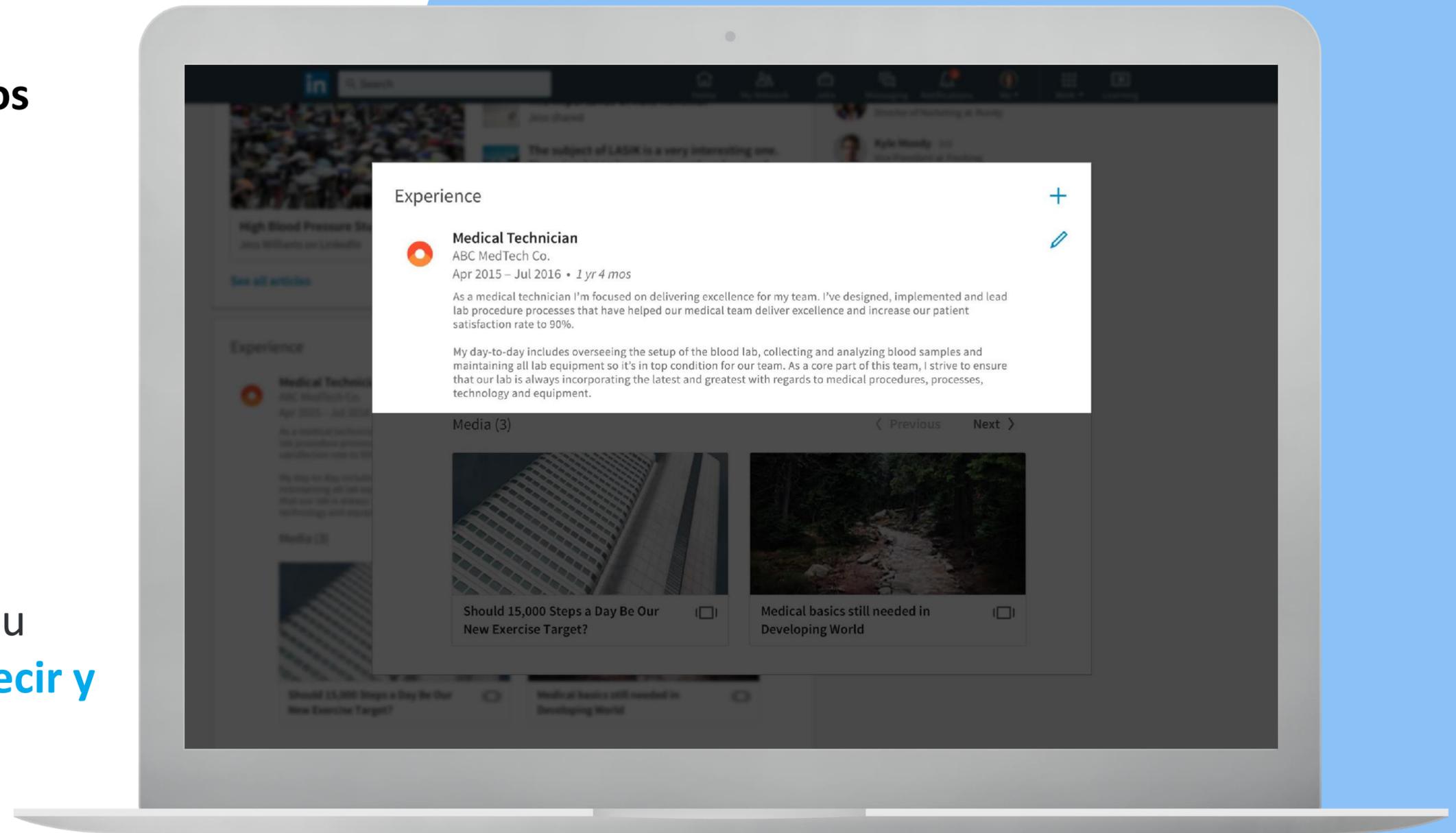
**5x** más solicitudes de conexión

**8x** más vistas de perfil

**10x** más mensajes

Tu experiencia profesional es

tu oportunidad de mostrar a tu **red** tu **trayectoria de éxito**. Tú eliges qué decir y cómo decirlo.



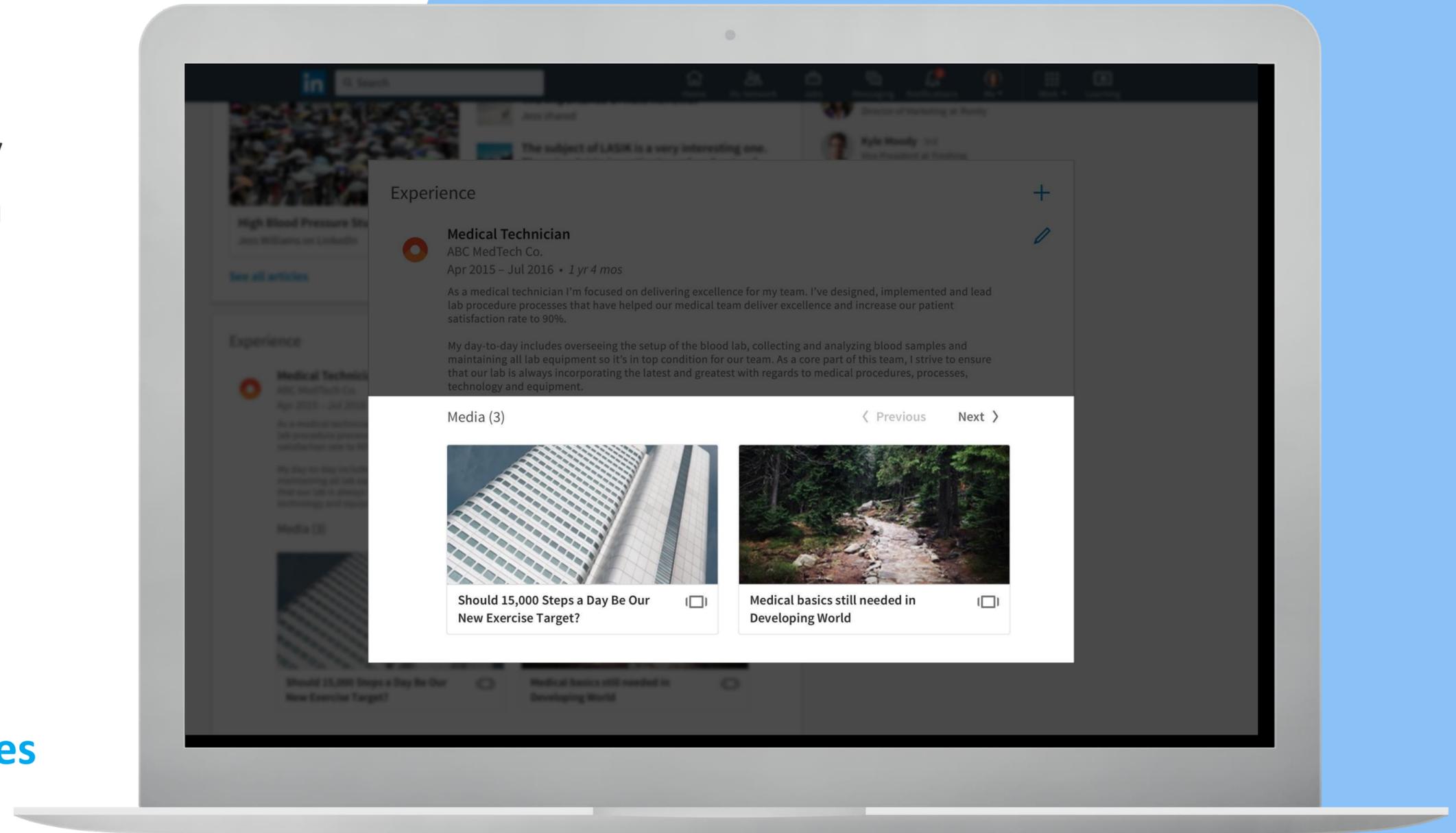
# Incluye multimedia en tu perfil

Dale una **representación dinámica y visualmente atractiva** de tu historia profesional

Tu puedes incluir:

- **Fotos**
- **Presentaciones**
- **Vídeos**

**Hazlo siempre en todas las secciones que desees comunicar...**



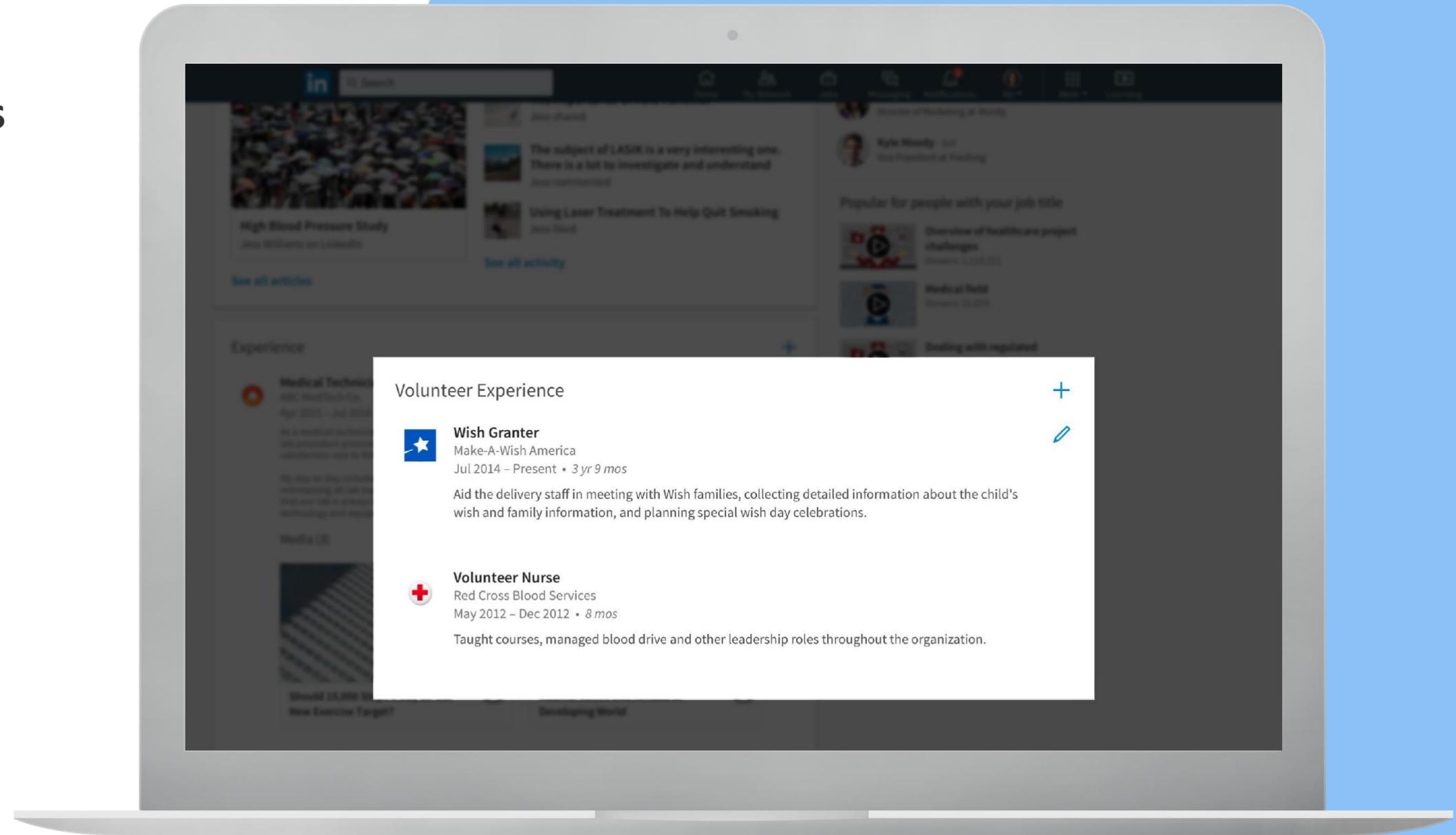
# Menciona experiencias voluntarias

Usuarios con experiencias voluntarias reciben

**6x** más visitas en el perfil

Experiencias voluntarias ayudan a

Crear una **visión positiva** de tu perfil, humanizarte y generar empatía.



# Adicionales

---

URL de perfil

Habilidades

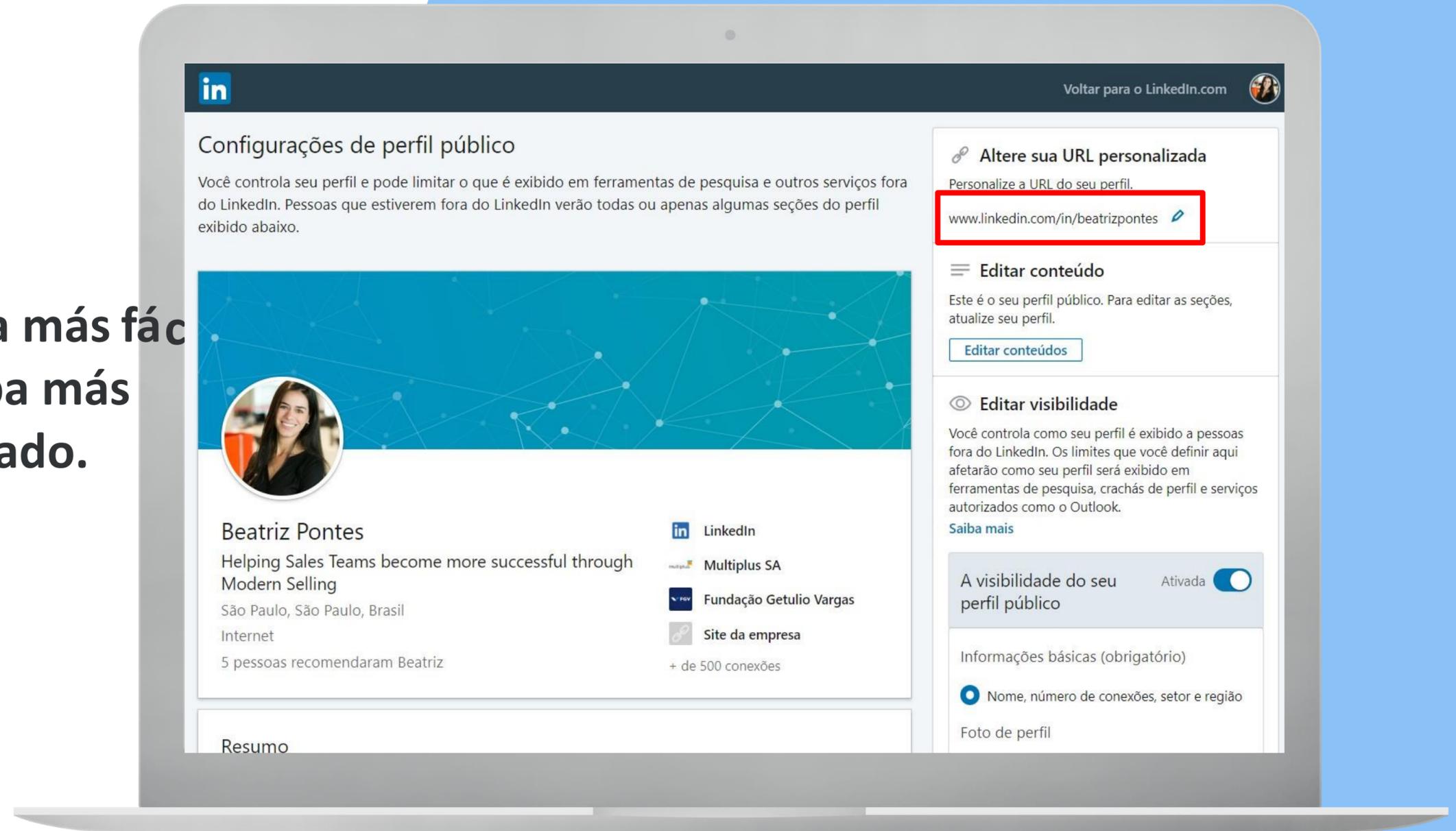
Recomendaciones

Educación



# Personaliza tu URL

Haz que el URL de tu perfil sea más fácil de recordar y que se te perciba más profesional al estar personalizado.



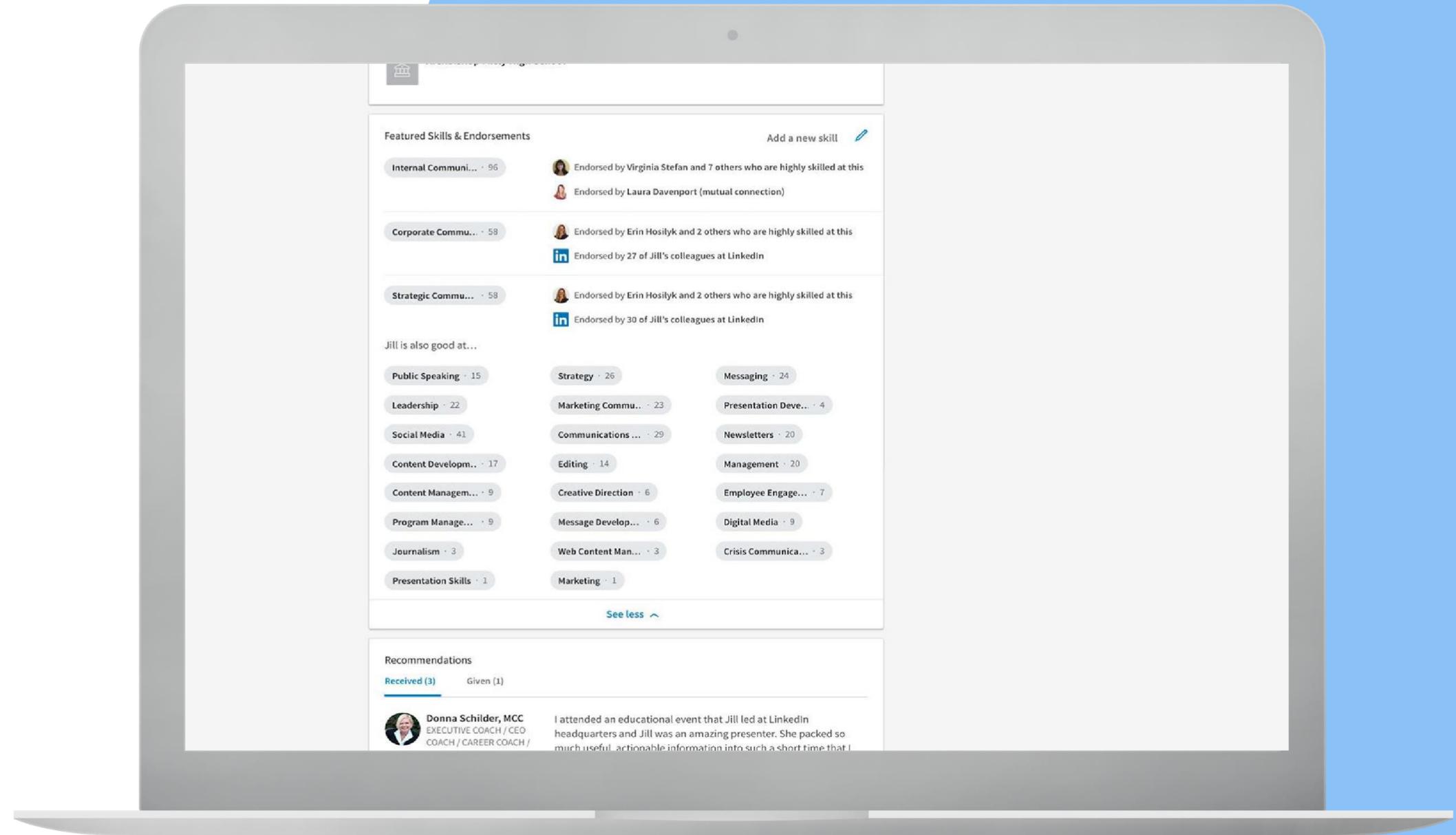
The image shows a laptop displaying the LinkedIn 'Configurações de perfil público' (Public Profile Settings) page. The page is in Portuguese. The main content area shows the profile of Beatriz Pontes, with her name, headline 'Helping Sales Teams become more successful through Modern Selling', location 'São Paulo, São Paulo, Brasil', and industry 'Internet'. It also lists her current company 'Multiplus SA' and a previous company 'Fundação Getulio Vargas'. The right-hand sidebar contains settings for the profile. The section 'Altere sua URL personalizada' (Change your custom URL) is highlighted with a red box, showing the current URL 'www.linkedin.com/in/beatrizpontes' with an edit icon. Below it are sections for 'Editar conteúdo' (Edit content) and 'Editar visibilidade' (Edit visibility), with a toggle switch for 'A visibilidade do seu perfil público' (Public profile visibility) set to 'Ativada' (On).

# Agrega habilidades

Los usuarios con habilidades son **27x** más encontrados

## Tu debes tener

- Al menos **5 experiencias**
- Experiencias **técnicas** y de **comportamiento**
- Tener experiencias **relacionadas con su trabajo**

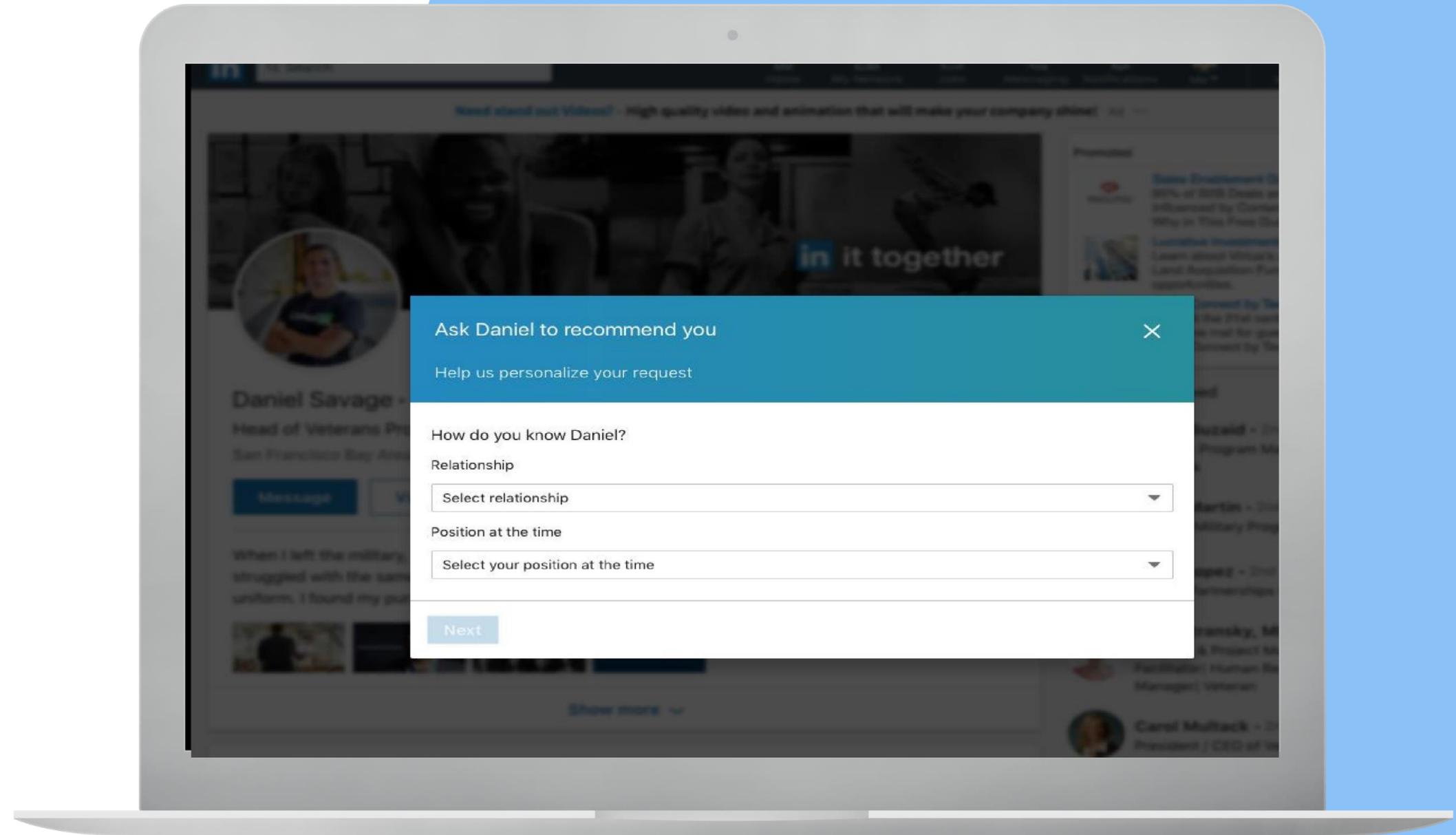


# Solicita recomendaciones

Con recomendaciones tu puedes aumentar tu **credibilidad**

Tu debes tener

- Al menos **1 recomendación por cada experiencia laboral.**
- Tener al menos una **recomendación actual**
- **Envía** recomendaciones para **recibirlas.**



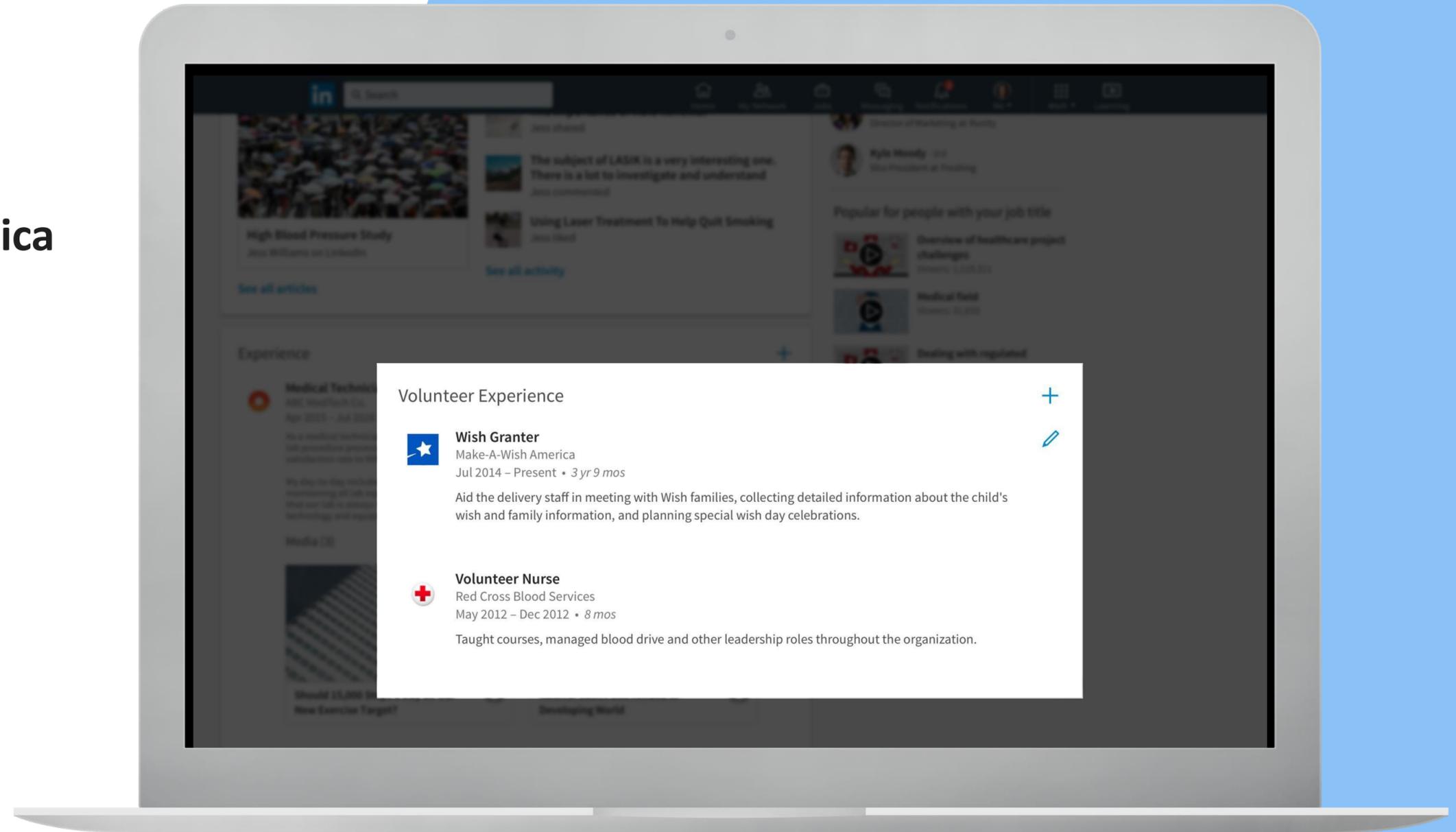
# Incluye tu formación

Los usuarios con formación académica reciben

**11x** más vistas (1 Institución listada)

**36x** más vistas (2 o más instituciones listadas)

**17x** más mensajes





# Desarrollar tu contenido

Reutiliza y crea contenido

# Creación de contenido

Si bien reutilizar contenido existente es la forma más rápida en el marketing digital, la estrategia va a apuntar a crear contenido propio y actual de la marca.

| Usa un tono natural   | Sé breve   | Usa recursos visuales  | Da consejos apetecibles  | Incluye una llamada a la acción  |
|---|--|--|--|--|
| Escribe tal y como hablas. El contenido debe ser sencillo, directo y cercano. | Cuanto más extenso sea el contenido, más costará procesarlo. | Ya sea un artículo, una actualización de estado o una entrada de blog, aumenta el atractivo de tu contenido incluyendo imágenes y videos llamativos. | A los lectores les encantan los decálogos y listas («10 formas de...») con consejos claros y directos. Redacta textos fáciles de leer en diagonal. | Al final, formula siempre una pregunta a tu público para generar comentarios o incluye una llamada a la acción (call to action). |

**Engancharemos con  
el segmento  
objetivo  
empleando varios  
tipos de contenido  
y temas**

## Tipos de contenido para reutilizar/crear

Entradas de blog

Artículos de noticias

Infografías

Notas de prensa

Libros electrónicos

Boletines

Informes técnicos

Fotos

Casos prácticos

Videos

Testimonios/citas

Presentaciones

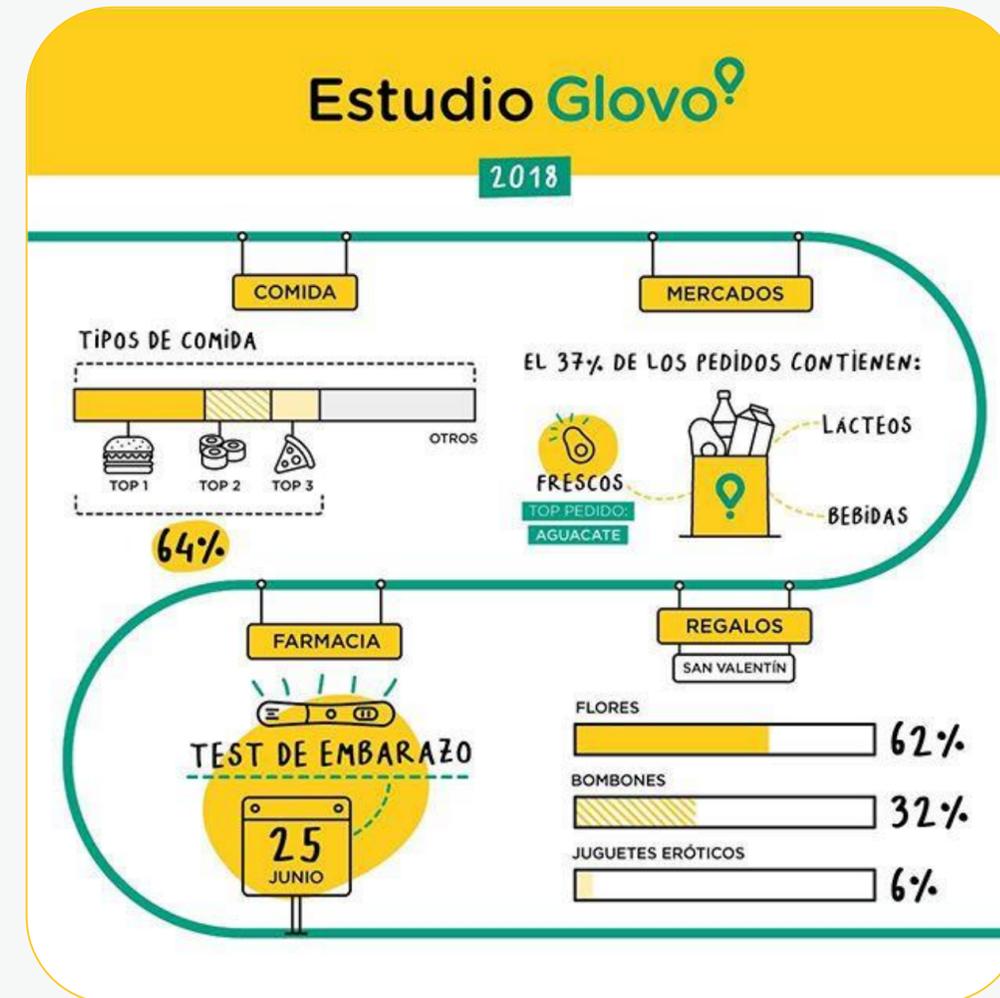
Seminarios web

Eventos en directo

# Infografías

Las infografías, o gráficos informativos, son muy útiles para presentar datos complejos de forma que sean fáciles de entender. Aquí a lado te mostramos la infografía usada por GLOVO para dar a conocer algunos insights del negocio.

Despiertan la curiosidad para consumir de forma rápida la información.



# Imágenes

Las fotos reflejan la filosofía de tu empresa, sus valores y **TU MARCA.**

Usaremos imágenes que contengan citas interesantes, como por ejemplo: tus casos de éxito, fotos con clientes, fotos de fin de proyecto, eventos, entre otras ya que son altamente consumibles en **Linkedin.**

Una buena imagen, dice más que mil palabras.

Las empresas usan imágenes llamativas para fomentar la interacción de los usuarios con su contenido



# Videos

Los videos vienen muy bien para que tus potenciales clientes conozcan tu marca de una forma mucho más interactiva, siempre y cuando esto se coloquen en formato MP4.

Como máximo 2 minutos de duración, mientras logremos mayor posicionamiento, los videos podrán aumentar esta.



|                         | Lunes   | Martes  | Miércoles  | Jueves   | Viernes  |
|-------------------------|---|---|--|--|--|
| Actualización de estado | Estamos muy contentos y motivados de comenzar una nueva semana llena de nuevos proyectos! 😊 | Eventos internos, clima laboral, línea de carrera, capacitaciones al personal, bienvenida al nuevo talento. Conceptos únicos. | Tendencias de la industria en el Perú y el mundo.  | Anuncio de nuevos clientes, inclusión de nuevas tecnologías al negocios, webinars vía zoom para potenciar el posicionamiento como referente. | Contenido especializado dirigido a una determinada vertical enfocada en el problema que resuelven. |
| Tipo de contenido       | Motivacional, frases de emprendimiento, negocios  | Foto o video  | Enlace de portal especializado, noticias de actualidad, material que eduque. (tips del core) | Fotos, enlaces del blog y/o actualizaciones de la página web/ eventos on line.   | Foto, vídeo links.   |
| Público objetivo        | Toda la comunidad   | Potenciales talentos  | Decisores de compra y comunidad líder de opinión   | Decisores de compra y comunidad líder de opinión   | Toda la comunidad  |
| Canales de publicación  | Facebook y LinkedIn   | LinkedIn  | LinkedIn y web   | LinkedIn y web   | Facebook y LinkedIn  |
| Categoría de contenido  | Motivacional / Contenido de Voceros   | Marca empleadora / atracción de talento /Noticias de la Industria   | Posicionamiento de marca / Contenido de Voceros  | Posicionamiento de marca   | Posicionamiento de marca   |



# Difundir el contenido

Dónde, cuándo y cómo publicar

# Cuándo y cómo publicar

Generar contenido de calidad es solo la mitad de la tarea: Conseguir que llegue al público adecuado es igual de importante.

Aquí te mostramos los mejores horarios para colocar tu contenido en LinkedIn.

| Plataforma  | Lo que funciona   | Consideraciones   | Mayor actividad  | Frecuencia recomendada  |
|---|---|---|--|---|
|  | Contenido que dé a conocer tu marca de talento, y cualquier cosa que informe a los lectores sobre tu empresa, tu sector y temas sobre desarrollo profesional, como el liderazgo. Los videos, las imágenes, las citas y las entradas de blog sobre liderazgo de opinión suelen funcionar bien. | social profesional, así que reserva las fotos de tus vacaciones familiares para otro sitio. |  7:00-9:00<br> 17:00-18:00 | Empieza con 2-3 veces por semana. Ve aumentando la frecuencia hasta una vez al día. |

|            | Lunes                                      | Martes                                     | Miércoles  | Jueves                             | Viernes                 | Sábado                  | Domingo                 |
|------------|--|--|--|------------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| De 5 - 6   | Gerente General, Administración y Finanzas |  |  |                                    |                         |                         |                         |
| De 6 - 7   |  | Gerente General, Administración y Finanzas | Administración y Finanzas                                |                                    | Gerente General         |                         |                         |
| De 7 - 8   | Gerente de Sistemas/TI                     |  |  |                                    |                         |                         |                         |
| De 8 - 9   | Compras, Logística y Mantenimiento         |  | Gerente de Sistemas/TI                                   | Gerente de Sistemas/TI             |                         |                         |                         |
| De 9 - 10  | Marketing y Comerciales                    |  | Marketing, Comercial, Compras, Logística y Mantenimiento | Marketing y Comerciales            | Marketing y Comerciales |                         |                         |
| De 10 - 11 | Marketing y Comerciales                    |  |  | Marketing y Comerciales            | Marketing y Comerciales |                         |                         |
| De 11 - 12 |  |  |  |                                    |                         |                         |                         |
| De 12 - 13 |  |  |  |                                    |                         |                         |                         |
| De 13 - 14 |  |  |  |                                    |                         |                         |                         |
| De 14 - 15 |  |  |  |                                    |                         |                         |                         |
| De 15 - 16 |  |  |  |                                    |                         |                         |                         |
| De 16 - 17 |  |  |  | Compras, Logística y Mantenimiento |                         |                         |                         |
| De 17 - 18 |  |  |  |                                    |                         |                         |                         |
| De 18 - 19 |  |  |  |                                    |                         |                         | Gerente General         |
| De 19 - 20 |  |  |  |                                    |                         |                         |                         |
| De 20 - 21 |  |  |  |                                    |                         | Marketing y Comerciales | Marketing y Comerciales |

|            | Lunes   | Martes  | Miércoles   | Jueves  | Viernes                            | Sábado                             | Domingo                            |
|------------|---|---|---|---|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| De 5 - 6   | <b>Gerente General,<br/>Administración y Finanzas</b> |   |   |   |                                    |                                    |                                    |
| De 6 - 7   |   | <b>Gerente General,<br/>Administración y Finanzas</b> | <b>Administración y<br/>Finanzas</b>                                    |   | <b>Gerente General</b>             |                                    |                                    |
| De 7 - 8   | <b>Gerente de Sistemas/TI</b>                         |   |   |   |                                    |                                    |                                    |
| De 8 - 9   | <b>Compras, Logística y<br/>Mantenimiento</b>         |   | <b>Gerente de Sistemas/TI</b>   | <b>Gerente de<br/>Sistemas/TI</b>                 |                                    |                                    |                                    |
| De 9 - 10  | <b>Marketing y Comerciales</b>                        |   | <b>Marketing, Comercial,<br/>Compras, Logística y<br/>Mantenimiento</b> | <b>Marketing y<br/>Comerciales</b>                | <b>Marketing y<br/>Comerciales</b> |                                    |                                    |
| De 10 - 11 | <b>Marketing y Comerciales</b>                        |   |   | <b>Marketing y<br/>Comerciales</b>                | <b>Marketing y<br/>Comerciales</b> |                                    |                                    |
| De 11 - 12 |   |   |   |   |                                    |                                    |                                    |
| De 12 - 13 |   |   |   |   |                                    |                                    |                                    |
| De 13 - 14 |   |   |   |   |                                    |                                    |                                    |
| De 14 - 15 |   |   |   |   |                                    |                                    |                                    |
| De 15 - 16 |   |   |   |   |                                    |                                    |                                    |
| De 16 - 17 |   |   |   | <b>Compras,<br/>Logística y<br/>Mantenimiento</b> |                                    |                                    |                                    |
| De 17 - 18 |   |   |   |   |                                    |                                    |                                    |
| De 18 - 19 |   |   |   |   |                                    |                                    | <b>Gerente General</b>             |
| De 19 - 20 |   |   |   |   |                                    |                                    |                                    |
| De 20 - 21 |   |   |   |   |                                    | <b>Marketing y<br/>Comerciales</b> | <b>Marketing y<br/>Comerciales</b> |



Extras



Prospección  
Inteligente

# Extras

**#Social Selling Index #SSII**), es la nota que le da LinkedIn a tu perfil en cuanto a factores como tu marca profesional, tu red de contactos y la interacción que tienes en la red

## Panel sobre las ventas con redes sociales



**Maria Suquilanda**

⚠ Tengo súperpoderes Convierto a tu equipo comercial en embajadores de marca para que puedan vender más usando #LinkedIn

**1% más alto**  
Clasificación SSI del sector

**1% más alto**  
Clasificación SSI de la red

### Índice de ventas con redes sociales: hoy

Tu índice de ventas con redes sociales (SSI, por sus siglas en inglés) mide la eficacia con la que estableces tu marca profesional, encuentras a las personas adecuadas, interactúas con información y creas relaciones. Se actualiza a diario. [Más información](#)



# Extras

[#Snappr Inc.](https://lnkd.in/gD4zvXM), evalúa la fotografía de tu perfil, dándole una calificación y detallando el análisis en tres secciones: rostro, composición y edición. <https://lnkd.in/gD4zvXM>



Reserve un Snappr

## ¿Qué tan buena es tu foto de perfil de LinkedIn?

El Photo Analyzer de Snappr utiliza la última investigación, combinada con el reconocimiento de imágenes y las tecnologías de aprendizaje automático, para determinar qué tan bien funcionará su foto.

Analizar mi foto de LinkedIn



Cosmo's Photo Score:

73/100

It's not awful, but given this is people's first impression of your professional profile, it's not great either. Plenty of actionable tips below!

Get a new photo

Full analysis below

### Face

59/100

- Smile
- Jawline
- Squinch



**Smile**  
You have a passable smile, but there's a lot of room for improvement. Try closing some more teeth. The corners of your mouth are raised - a true smile!

**More information**  
To start, smiles are good, so don't be too serious. Based on the evidence, the ideal business photo smile needs to strike a good balance. Teeth should be showing, and the corners of the mouth should be pointing up. But don't go too far - a laughing smile (where there is a gap between your teeth) can be a bad thing in a business context.

# Extras

[#Linkalyze](#), esta herramienta mide tu nivel de influencia en esta red, brindándote inclusive el precio promedio que tendrían las publicaciones que realizas.

<https://linkalyze.app/>



# Extras

**Haz parte** de grupos que te interés e intercambia ideas

**Sigue empresas y profesionales** de tu interés, no todo es conectar.



**Recomienda y comparte** contenido relevante y apropiado, siempre pensando en educar y generar valor a la red: nunca temas que generen polémica como política, sexo, religion...

**Invierte** tiempo en tus conexiones

# Muchas gracias! Maria Suquilanda



María Suquilanda 

⚠️ Tengo súperpoderes Convierto a tu equipo comercial en embajadores de marca para que puedan vender más usando #Linkedin

San Borja, Lima, Perú · [Más de 500 contactos](#) ·

[Información de contacto](#)

Añadir sección ▾

Más...



 Prospección Inteligente

 ISIL

**¡Muchas  
gracias!**



**Prospección  
Inteligente**