

Economia Da Influência PDF

FLÁVIO SANTOS



Transforme a narrativa da sua marca em seu maior ativo
e adapte-a para ter resultados escaláveis



Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

Sobre o livro

Entenda Como as Histórias Transformam Marcas em Referências

No mundo competitivo dos negócios, contar histórias é fundamental para que as marcas possam se destacar da concorrência, despertando emoções e estabelecendo laços com suas comunidades.

A presença digital se tornou um requisito indispensável para a sobrevivência de qualquer empresa na era moderna. Para garantir vendas, é crucial que a sua marca esteja visível, crie conteúdos envolventes e consiga interagir com o seu público, obtendo assim a tão desejada relevância. No entanto, como implementar todas essas estratégias de maneira eficaz sem perder a essência humana da sua marca?

Essas perguntas são comuns, mas uma coisa é certa: investir em conteúdo de qualidade é o caminho para o futuro! Neste contexto, Flávio Santos, CEO da MField e expert em marketing de influência, está pronto para compartilhar suas valiosas orientações sobre como levar seu negócio a se tornar uma marca de inspiração, resultados e prestígio.

Em seu livro "Economia da Influência", Flávio reúne 15 anos de expertise e apresenta um método inovador, que permite entender as melhores práticas do mercado e como gerar conteúdos acessíveis a todos os segmentos.

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

Ao longo dessa jornada de aprendizado, você descobrirá como:

- Desenvolver uma estratégia digital única que ressalte a identidade da sua marca;
- Criar um storytelling persuasivo que atraia e engaje seus clientes;
- Utilizar dados e métricas para otimizar suas ações e saber onde focar;
- Converter seus clientes em fiéis apoiadores, transformando sua empresa numa verdadeira comunidade;
- Atingir destaque e influência no seu setor, produzindo conteúdos que se sobressaiam nas plataformas sociais;
- Estabelecer conexões que impulsionem o seu negócio a um novo nível de sucesso.

E isso é apenas o começo! Prepare-se para aprimorar suas habilidades e levar sua marca a novas alturas.

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

Por que usar o aplicativo Bookey é melhor do que ler PDF?



Teste gratuito com Bookey



Ad



Experimente o aplicativo Bookey para ler mais de 1000 resumos dos melhores livros do mundo

Desbloqueie **1000+** títulos, **80+** tópicos

Novos títulos adicionados toda semana

Product & Brand

Liderança & Colaboração

Gerenciamento de Tempo

Relacionamento & Comunicação

Estratégia de Negócios

Criatividade

Memórias

Conheça a Si Mesmo

Psicologia Positiva

Empreendedorismo

História Mundial

Comunicação entre Pais e Filhos

Autocuidado

Mindfulness

Visões dos melhores livros do mundo

Desenvolvimento Pessoal

Os 7 Hábitos das Pessoas Altamente Eficazes



Mini Hábitos



Hábitos Atômicos



O Clube das 5 da Manhã



Como Fazer Amigos e Influenciar Pessoas



Como Não



Teste gratuito com Bookey





Por que o Bookey é um aplicativo indispensável para amantes de livros



Conteúdo de 30min

Quanto mais profunda e clara for a interpretação que fornecemos, melhor será sua compreensão de cada título.



Clipes de Ideias de 3min

Impulsione seu progresso.



Questionário

Verifique se você dominou o que acabou de aprender.



E mais

Várias fontes, Caminhos em andamento, Coleções...

Teste gratuito com Bookey





As melhores ideias do mundo desbloqueiam seu potencial

Essai gratuit avec Bookey



Digitalizar para baixar

Economia Da Influência Resumo

Escrito por IdeaClips

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

Quem deve ler este livro **Economia Da Influência**

O livro "Economia da Influência" de Flávio Santos é recomendado para uma ampla variedade de leitores, incluindo estudantes e profissionais das áreas de economia, marketing e comunicação social, que desejam entender melhor como as dinâmicas sociais e os influenciadores moldam os comportamentos de consumo e as decisões de mercado. Além disso, empreendedores e gestores que buscam estratégias para potencializar sua presença digital e expandir seus negócios também encontrarão insights valiosos. Por fim, qualquer pessoa interessada em compreender o impacto da influência nas relações econômicas contemporâneas encontrará uma análise provocativa e atual sobre a interseção entre economia e comportamento social.

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

Principais insights de Economia Da Influência em formato de tabela

Título	Economia da Influência
Autor	Flávio Santos
Tema	Análise do impacto das redes sociais e da influência digital na economia contemporânea
Estrutura	Dividido em partes que abrangem teorias sobre influência, casos práticos e estratégias de marketing influenciador
Principais Conceitos	Influência digital, Economia das plataformas, Marketing de influência, Redes sociais, Comportamento do consumidor
Objetivo	Explorar como a influência digital afeta decisões de compra e a relação entre consumidores e marcas
Público-Alvo	Profissionais de marketing, estudantes de economia, empreendedores e interessados em tendências digitais
Capítulo 1	Introdução à Economia da Influência
Capítulo 2	O papel das redes sociais na economia
Capítulo 3	A ascensão dos influenciadores digitais
Capítulo 4	Estratégias de marketing de influência

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

Título	Economia da Influência
Capítulo 5	Estudos de caso e exemplos de sucesso
Capítulo 6	Desafios e futuras tendências
Conclusão	Reflexões sobre a evolução da influência na economia e recomendações para marcas e consumidores

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

Economia Da Influência Lista de capítulos resumidos

1. Introdução à Nova Economia da Influência e Seus Conceitos Fundamentais
2. O Papel da Informação na Economia Contemporânea e Seu Impacto
3. O Fungível Modelo de Influência: Como A Informação É Percebida
4. Os Novos Influenciadores: Redes Sociais e o Comportamento do Consumidor
5. Estratégias de Marketing e o Poder de Atração na Economia Digital
6. O Futuro da Influência: Tendências e Desafios a Serem Enfrentados

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

1. Introdução à Nova Economia da Influência e Seus Conceitos Fundamentais

A nova economia da influência emerge em um contexto onde a informação se tornou um dos principais ativos na era digital. No cenário contemporâneo, a dinâmica econômica não é mais pautada apenas pela produção e distribuição de bens e serviços; agora, a influência desempenha um papel crucial nas decisões de consumo e nas interações sociais. Isso se deve em grande parte ao advento das tecnologias da informação e comunicação, que permitem a democratização do conhecimento e a amplificação de vozes que antes eram silenciadas ou marginalizadas.

Neste novo modelo econômico, a influência se torna um fenômeno complexo e multifacetado que requer uma análise aprofundada. O termo "influência" vai além do simples ato de persuadir ou convencer. Refere-se à capacidade de moldar percepções, comportamentos e, em última instância, as preferências do consumidor. Essa transformação é acompanhada pela evolução das plataformas digitais, que se tornaram arenas onde a circulação de informações e a formação de opiniões ocorrem em tempo real.

Um dos conceitos fundamentais dessa nova economia é o papel da informação como um recurso estratégico. Na economia da influência, a rapidez e a relevância da informação são determinantes para a criação de valor. A forma como a informação é apresentada e interpretada impacta



diretamente a capacidade de influência de indivíduos, marcas e organizações. Portanto, entender como essas dinâmicas operam é essencial para qualquer ator econômico que deseja sobreviver e prosperar na era da informação.

Além disso, a noção de "fungibilidade" da informação ressalta que, embora a informação em si possa parecer homogênea, suas interpretações e as consequências de sua disseminação são profundamente únicas e específicas ao contexto social e cultural em que ocorrem. A diferenciação entre informação útil e informação superabundante, ou ruído, torna-se vital para as estratégias de marketing e comunicação.

A nova economia da influência desafia tradicionalismos e exige que os envolvidos sejam capazes de ler e interpretar essas dinâmicas de forma crítica. Isso leva à necessidade de desenvolver novas habilidades e competências que possam facilitar uma navegação eficaz neste ambiente em constante mudança. Compreender as nuances da influência, desde a sua captura até sua aplicação prática, se torna fundamental para o sucesso em um mundo onde a percepção é cada vez mais valorizada em relação à realidade objetiva.

Por conseguinte, este capítulo apresentará os fundamentos teóricos e práticos da nova economia da influência, preparando o terreno para uma exploração

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

mais profunda sobre o papel da informação, as novas práticas de marketing e as tendências futuras que moldarão o comportamento do consumidor na sua interseção com a influência.

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

2. O Papel da Informação na Economia Contemporânea e Seu Impacto

A economia contemporânea é marcada por uma significativa transformação na maneira como a informação é gerida, disseminada e interpretada. Neste novo contexto, a informação se tornou mais do que um mero recurso; ela é um ativo essencial que influencia decisões de consumo, dinâmicas de mercado e, em última instância, o desempenho econômico das empresas e sociedades como um todo.

No cerne dessa mudança, a digitalização desempenha um papel crucial. Com a ascensão da internet e das redes sociais, a quantidade de dados disponíveis e a rapidez com que esses dados podem ser acessados e analisados ampliaram exponencialmente. Isso resultou em um ambiente onde a informação flui de maneira quase instantânea, permitindo que consumidores e empresas reagem rapidamente às condições de mercado. Essa velocidade não só altera a forma como os consumidores tomam decisões, mas também como as empresas se posicionam e competem.

A transparência que a digitalização traz - onde informações sobre produtos, serviços e marcas estão disponíveis ao toque de um botão - tem um impacto considerável nas práticas de marketing e na lealdade do consumidor. Os consumidores, agora mais bem informados, tendem a ser mais críticos e exigentes, o que força as empresas a aprimorarem a qualidade de suas ofertas



e a maneira como se comunicam com seu público-alvo. As avaliações online, os comentários nas redes sociais e a capacidade de comparar preços em tempo real configuram um cenário onde a informação se torna um fator determinante na escolha do consumidor.

Além disso, a personalização da informação também é um elemento chave nesta economia da influência. Com o uso de tecnologias de big data e analytics, é possível não apenas segmentar os consumidores de maneira mais eficiente, mas também adaptar mensagens e ofertas específicas que correspondam aos interesses individuais dos usuários. Isso não apenas aumenta a eficácia das campanhas publicitárias, mas também melhora a experiência do consumidor, criando um ciclo de feedback onde a informação não só é enviada, mas também recebida e utilizada de forma a engajar o cliente de maneira significativa.

Em suma, o papel da informação na economia contemporânea é multifacetado e dinâmico. Ela molda o comportamento do consumidor, orienta estratégias de mercado e redefine as interações entre marcas e públicos. Nesse novo cenário, o sucesso das empresas não se baseia apenas na qualidade de seus produtos ou serviços, mas também na capacidade de transmitir e gerenciar a informação de forma eficaz. E, cada vez mais, aqueles que dominam a arte de influenciar com informação são os que conseguirão se destacar nesse ambiente competitivo e em constante



evolução.

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

3. O Fungível Modelo de Influência: Como A Informação É Percebida

No contexto da economia contemporânea, a informação desempenha um papel crucial, não apenas como um recurso valioso, mas também como um ingrediente essencial na formação da percepção e da tomada de decisões dos indivíduos. O modelo de influência fungível se refere à maneira como a informação é transmitida, absorvida e utilizada pelos consumidores, ressaltando a sua capacidade de moldar comportamentos e preferências.

Neste modelo, a fungibilidade da informação é fundamental; assim como ativos financeiros que podem ser trocados ou substituídos, a informação pode ser adaptada e recontextualizada. Em um ambiente saturado de dados, a capacidade de uma informação se tornar influente depende de sua relevância, credibilidade e da forma como é apresentada. Por exemplo, uma mesma notícia pode ter impactos distintos de acordo com a plataforma onde é divulgada e o público que a consome.

Além disso, a percepção é profundamente influenciada pelas emoções e pelos preconceitos dos indivíduos. A forma como a informação é moldada impacta diretamente a interpretação que as pessoas farão dela. Informações apresentadas em formatos visuais, como infográficos e vídeos, tendem a gerar maior engajamento e serem mais memoráveis do que aquelas transmitidas apenas por texto. Essa dinâmica leva as marcas e



influenciadores a desenvolverem estratégias que maximizem a durabilidade e a relevância da informação, capturando a atenção do consumidor de maneira rápida e eficaz.

Neste cenário, a confiança também se mostra um fator determinante. A construção de uma imagem sólida e respeitável é essencial para que a informação compartilhada por uma marca ou influenciador se torne genuinamente influente. Num mundo repleto de fake news e desinformação, o consumidor busca fontes confiáveis e autenticidade nas mensagens que recebe. Portanto, a percepção de valor da informação está intrinsecamente ligada à reputação do emissor.

YET, a influência não é apenas uma questão de dados e comunicação; é uma relação dinâmica entre emissor e receptor. As redes sociais tiveram um papel transformador nesse processo, permitindo que a informação não apenas flua de um emissor para um receptor, mas que os consumidores também se tornem emissores, amplificando ou contestando a mensagem original. Essa interatividade sugere que a influência é um fenômeno em constante evolução, onde a informação se torna um ativo coletivo, moldado pelas interações sociais.

O modelo fungível de influência nos leva a questionar a maneira como consumimos e reagimos à informação em um mundo tão conectado. A



utilização estratégica da informação, que considera tanto a forma como é apresentada quanto o contexto em que é consumida, se torna essencial para aqueles que desejam se destacar na nova economia. Assim, compreender como a informação é percebida nos proporciona insights valiosos sobre a psicologia do consumidor e as táticas necessárias para influenciar eficazmente o mercado.

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

4. Os Novos Influenciadores: Redes Sociais e o Comportamento do Consumidor

No contexto da economia contemporânea, as redes sociais emergem como um fenômeno transformador que redefine a figura do influenciador e sua capacidade de modelar o comportamento do consumidor. Se antes as estratégias de marketing se baseavam em canais tradicionais e figuras públicas de relevância consolidada, hoje, a influência é uma mercadoria acessível, diversificada e, em muitos casos, democratizada. A internet e, em especial, as plataformas sociais, proporcionaram uma nova camada de influenciadores – indivíduos comuns, conhecidos como "microinfluenciadores" e "nano-influenciadores", que, embora possuam audiências menores, cultivam conexões mais autênticas e engajadas com seus seguidores.

Os novos influenciadores não são apenas portadores de mensagens publicitárias; eles estabelecem um diálogo genuíno com suas comunidades, criando um ambiente de confiança que muitas vezes supera o alcance das campanhas publicitárias tradicionais. Essa dinâmica altera a percepção que o consumidor tem do marketing. A autenticidade, a transparência e a relevância tornam-se critérios decisivos na escolha de que informações seguir, escutar ou comprar. Esse relacionamento mais próximo é fundamental, pois os consumidores atuais buscam validação e recomendações de pessoas nas quais confiam, em vez de se deixarem levar



apenas por marcas corporativas.

Além disso, as redes sociais constituem um espaço onde a informação se espalha rapidamente e de forma viral. O compartilhamento de experiências, resenhas e opiniões nas plataformas sociais influencia decisivamente a decisão de compra. Ela não se resume mais a uma mera escolha de produto ou serviço; passa a ser um reflexo da identidade pessoal, onde os consumidores buscam alinhamento com valores e estilos de vida que essas informações representem. Nesse cenário, posts, stories e reels se transformam em poderosas ferramentas que os influenciadores utilizam para moldar preferências de compra, criando tendências instantâneas e impulsionando vendas de maneira sem precedentes.

Enfim, os novos influenciadores estão inseridos em um ecossistema digital efêmero e dinâmico, onde a capacidade de adaptação e inovação é vital. Eles não apenas representam produtos, mas também valores, estilos de vida e aspirações, conectando-se a um público que valoriza não apenas o que se vende, mas como e por quem isso é vendido. Assim, compreender a economia da influência implica reconhecer o poder dessas novas vozes, que, através das redes sociais, tornam-se agentes significativos na formação do comportamento do consumidor no cenário atual.

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

5. Estratégias de Marketing e o Poder de Atração na Economia Digital

Na economia digital, as estratégias de marketing evoluíram para se adaptarem a um cenário onde a influência e a atração são fundamentais para o sucesso das marcas. As empresas precisam entender que o consumidor atual não é mais um mero espectador, mas um participante ativo que interage, compartilha e decide com base em informações instantâneas e amplamente disponíveis. Essa nova dinâmica exige uma visão nova sobre como construir relacionamentos e gerar engajamento.

Uma das principais estratégias de marketing na economia da influência é a personalização da experiência do usuário. As marcas estão utilizando dados para segmentar seus públicos-alvo de maneira mais eficaz, criando campanhas que falam diretamente ao consumidor. O uso de algoritmos e análise de informações permite que essas empresas entendam melhor as necessidades e desejos de seus consumidores, oferecendo conteúdos relevantes e contextualizados que aumentam a probabilidade de conversão.

Além disso, as redes sociais se tornaram plataformas cruciais para o marketing de influência. A presença de influenciadores digitais como figuras chave nas estratégias de marketing tem transformado a maneira como as marcas se comunicam com suas audiências. Esses influenciadores, que vão desde celebridades até microinfluenciadores, têm o poder de criar conexões



autênticas e engajamento significativo. Eles são vistos como fontes confiáveis de informação, e suas recomendações podem ter um impacto forte nas decisões de compra dos consumidores. As empresas precisam selecionar estrategicamente os influenciadores que alinham suas mensagens às suas marcas, garantindo assim um alcance efetivo e uma abordagem mais pessoal.

Outro elemento essencial das estratégias de marketing na economia digital é o uso de conteúdo gerado pelo usuário (CGU). As marcas incentivam os consumidores a partilhar suas próprias experiências e opiniões sobre produtos e serviços, o que não apenas promove um senso de comunidade, mas também autentica o marketing da marca. Esse tipo de conteúdo tende a ser mais persuasivo do que a publicidade tradicional, pois carrega a legitimidade de ser uma experiência real, ressoando mais profundamente com o público.

O marketing de conteúdo também desempenha um papel significativo, oferecendo informações úteis e de qualidade que educam e envolvem os consumidores em potencial, além de posicionar a marca como uma autoridade no setor. Artigos, vídeos e infográficos são ferramentas que, quando bem aplicadas, atraem e retêm a atenção do público, criando uma jornada completa que potencializa a conversão.

Por fim, as métricas e análises contínuas são fundamentais para o sucesso

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

das estratégias de marketing na era digital. Com o monitoramento constante do desempenho e a análise de dados, as empresas podem ajustar suas abordagens em tempo real, otimizando campanhas e aumentando o retorno sobre investimento (ROI). Essa capacidade de resposta imediata torna o marketing digital uma ferramenta poderosa e dinâmica, que pode ser moldada para atender às nuances do comportamento do consumidor.

Assim, na economia da influência, as estratégias de marketing e o poder de atração não são apenas sobre o que é vendido, mas sobre como as marcas se conectam, envolvem e inspiram seus consumidores em um espaço digital cada vez mais interativo e dinâmico.

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

6. O Futuro da Influência: Tendências e Desafios a Serem Enfrentados

O futuro da influência na economia digital apresenta um cenário dinâmico e multifacetado, permeado por inovações tecnológicas e mudanças comportamentais nos consumidores. À medida que a digitalização avança, novas tendências emergem, e com elas, desafios que precisam ser endereçados por marcas, influenciadores e consumidores.

Uma das principais tendências observadas é a crescente relevância da autenticidade no conteúdo gerado. Com a saturação de informações e a desconfiança em relação a propagandas tradicionais, os consumidores buscam vozes e narrativas que se alinhem a seus valores pessoais. Isso pressiona as marcas a encontrar influenciadores que não apenas possuam um grande número de seguidores, mas que também sejam capazes de engajar com seu público de maneira genuína. A troca de comunicação passa a ser bilateral, e o papel dos influenciadores se transforma em algo mais próximo de curadores de conteúdo que facilitam conversas significativas.

Além disso, as plataformas sociais estão evoluindo para acomodar formatos de conteúdo mais interativos e envolventes, como vídeos ao vivo, stories e transmissões em tempo real. Essa adaptação requer que os influenciadores sejam ágeis em suas abordagens e se mantenham atualizados com as novas ferramentas de engajamento. O uso de tecnologias emergentes como



realidade aumentada (AR) e realidade virtual (VR) também começará a redefinir o espaço publicitário, oferecendo experiências imersivas que atraem ainda mais a atenção do consumidor.

Entretanto, com a mudança no cenário da influência, surgem também desafios significativos. A regulamentação e a ética em relação à publicidade se tornaram questões centrais, com debates sobre a transparência dos conteúdos patrocinados e a responsabilidade dos influenciadores. A linha entre conteúdo de entretenimento e publicidade torna-se cada vez mais tênue, exigindo que as marcas adotem práticas de marketing que respeitem a inteligência do consumidor e promovam relações baseadas em confiança.

Outro desafio é a manipulação da informação e a propagação de fake news, que ameaçam a integridade da economia de influência. A facilidade com que informações errôneas podem se espalhar implica uma responsabilidade adicional para influenciadores e marcas na verificação de fontes e na fidelidade dos conteúdos que compartilham. Captar a atenção em um ambiente repleto de distrações e desinformações demanda estratégias de comunicação autênticas e fundamentadas.

Por fim, a análise de dados e a inteligência artificial (IA) desempenharão um papel crucial no futuro da influência. Com o aumento da quantidade de dados disponíveis, as marcas estarão cada vez mais equipadas para

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

personalizar experiências e criar campanhas eficazes que ressoem com seus públicos-alvo. Contudo, esse acesso ao big data se traduz em um desafio ético, já que implica o manejo cuidadoso de informações pessoais e respeito à privacidade do usuário.

Portanto, o futuro da influência na nova economia será definido por um equilíbrio entre inovação tecnológica, autenticidade, ética e engajamento genuíno. As marcas que conseguirem navegar por essas tendências e desafios de forma adaptativa e responsável estarão melhor posicionadas para prosperar em um cenário em constante evolução.

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

5 citações chave de Economia Da Influência

1. A economia da influência redefine as dinâmicas de poder e a natureza das relações sociais, onde o capital simbólico se torna tão valioso quanto o capital financeiro.
2. A influência é uma moeda poderosa que pode ser acumulada e trocada em diversas esferas, desde o mercado até a política, moldando decisões e comportamentos.
3. No mundo contemporâneo, estar conectado é fundamental; uma rede de influências bem construída pode abrir portas e gerar oportunidades inimagináveis.
4. O impacto da era digital sobre a economia da influência evidencia a importância de se compreender o comportamento humano em meio a constantes mudanças sociais.
5. A habilidade de influenciar e persuadir é uma arte que pode ser desenvolvida, e entender essa dinâmica é crucial para navegar no cenário econômico atual.





Digitalizar para baixar



Bookey APP

Mais de 1000 resumos de livros para fortalecer sua mente

Mais de 1M de citações para motivar sua alma

Clipes de ideias de 3 minutos

Acelere seu progresso



Evitar Críticas em Relacionamentos Interpessoais

Criticar os outros apenas provoca resistência e prejudica a autoestima deles, despertando ressentimento ao invés de resolver problemas. Lembre-se de que qualquer tolo pode criticar, mas é preciso caráter e autocontrole para ser compreensivo e perdoar.

Exemplo(s) ▶

Como Fazer Amigos e Influenciar Pessoas



Mantenha a Sequência

Desafio de crescimento de 21 dias

Desafio de Crescimento Pessoal de 21 Dias

Meta diária: 0/5 min

Lêla ou ouça para atingir sua meta

1	2	3	4	5
6	7	8	9	10
11	12	13	14	15
16	17	18	19	20

DIA 21

Obter recompensa do desafio



0 vezes

Você completou



Descobrir

Biblioteca

Eu

Escolha sua área de foco

Quais são seus objetivos de leitura?

Escolha de 1 a 3 objetivos

Ser uma pessoa eficaz

Ser um pai melhor

Ser feliz

Melhorar habilidades sociais

Abrir a mente com novos conheci...

Ganhar mais dinheiro

Ser saudável

Continuar