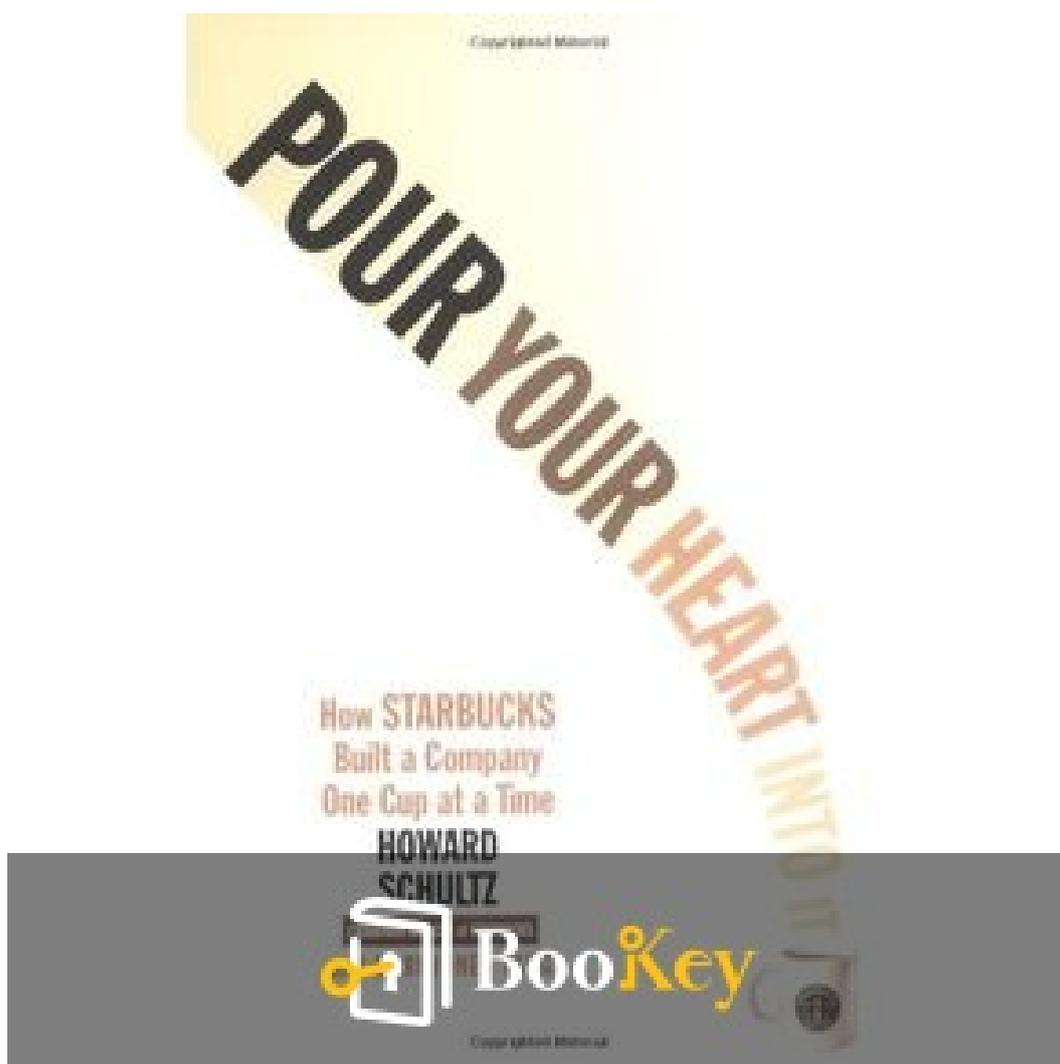


Pour Your Heart Into It - How Starbucks Built A PDF

HOWARD SCHULTZ



Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

Sobre o livro

Product Overview

Starbucks Coffee Company has become a standout example of entrepreneurial success over the past few decades. Originating from a single shop by Seattle's coastline, the company has expanded dramatically to operate over one thousand outlets across the United States, with new locations opening daily. This growth has transformed coffee culture in America, igniting a nationwide passion for coffee and making the coffee shop a staple on Main Street—effectively creating a second home for countless Americans.

In his book, **Pour Your Heart Into It**, Howard Schultz, the CEO of Starbucks, delves into the core values and inspiration that fuel this extraordinary business. Schultz attributes Starbucks' remarkable journey to a set of guiding principles that prioritize employee welfare alongside financial success, emphasizing creativity and community engagement as key components of sustainable growth.

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

Empreendedorismo

História Mundial

Comunicação entre Pais e Filhos

Autocuidado

Mi

Visões dos melhores livros do mundo

amento
pos

Os 7 Hábitos das
Pessoas Altamente
Eficazes



Mini Hábitos



Hábitos Atômicos



O Clube das 5
da Manhã



Como Fazer Amigos
e Influenciar
Pessoas



Com
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

Pour Your Heart Into It - How Starbucks Built A Resumo

Escrito por IdeaClips

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

Quem deve ler este livro **Pour Your Heart Into It - How Starbucks Built A**

O livro "Pour Your Heart Into It: How Starbucks Built a Company One Cup at a Time" de Howard Schultz é essencial para empreendedores, gestores e profissionais de marketing que desejam entender a fórmula do sucesso da Starbucks. É ideal para aqueles que se interessam por histórias inspiradoras de superação e inovação no mundo dos negócios, especialmente na indústria de alimentos e bebidas. Além disso, leitores que buscam insights sobre liderança, cultura corporativa e construção de marca também encontrarão valiosas lições nas experiências e desafios enfrentados por Schultz ao transformar a Starbucks em uma das marcas mais reconhecidas do mundo.

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

Principais insights de Pour Your Heart Into It - How Starbucks Built A em formato de tabela

Capítulo	Tema	Resumo
1	Visão e Missão	Howard Schultz compartilha sua visão de criar uma experiência única de café que vai além do produto em si.
2	A Jornada Inicial	Relata como Schultz se juntou à Starbucks e a evolução da empresa até se tornar uma cadeia de cafés.
3	Cultura da Empresa	Enfatiza a importância da cultura organizacional e da formação de uma equipe apaixonada por seu trabalho.
4	Enfrentando Desafios	Schultz fala sobre os desafios financeiros e de gestão que a Starbucks enfrentou e como foram superados.
5	Inovação e Crescimento	Relata como inovações, como o programa de fidelidade e novos produtos, ajudaram a impulsionar o crescimento da marca.
6	Expansão Global	Discute a estratégia de expansão internacional da Starbucks e a adaptação de seu modelo de negócios em diferentes culturas.
7	Comunidade e Responsabilidade	Ressalta a importância do compromisso da Starbucks com a responsabilidade social e o envolvimento comunitário.



Capítulo	Tema	Resumo
8	Liderança	Schultz compartilha suas experiências de liderança e a importância da empatia e da ética nos negócios.
9	Futuro da Starbucks	Explora a visão de Schultz sobre o futuro da empresa e o papel do café na vida dos consumidores.

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

Pour Your Heart Into It - How Starbucks Built

A Lista de capítulos resumidos

1. A Visão de Starbucks: Como Começou a Revolução do Café
2. Criando uma Experiência Única para o Cliente
3. Os Desafios do Crescimento Acelerado da Marca
4. A Importância da Cultura Corporativa e dos Funcionários
5. Inovação Contínua: Como Starbucks se Manteve Relevante
6. Reflexões de Schultz Sobre Liderança e Legado

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

1. A Visão de Starbucks: Como Começou a Revolução do Café

Howard Schultz vislumbrou um mundo onde o café era mais do que uma bebida; ele queria que cada xícara servisse como um meio de conexão entre as pessoas. A história de Starbucks começa na década de 1970, quando a primeira loja foi fundada em Seattle, Washington. Inicialmente, a cafeteria se especializava em vender grãos de café e equipamentos para preparar a bebida em casa, mas Schultz percebeu uma oportunidade de transformação quando se juntou à empresa na década de 1980.

Em uma viagem à Itália, Schultz se deparou com a vibrante cultura dos cafés e como as pessoas se reuniam em torno de uma xícara de café. Isso o inspirou a reimaginar o que a Starbucks poderia se tornar. Ele tinha uma visão audaciosa de criar um ambiente acolhedor, onde as pessoas pudessem escapar do estresse diário e se reunir para socializar, trabalhar ou relaxar. Em 1987, Schultz lançou sua visão, adquirindo a empresa e expandindo a marca para além da venda de grãos—ele queria que Starbucks fosse sinônimo de café de qualidade, experiência e conexão humana.

Para Schultz, a revolução do café não se tratava apenas de servir uma bebida quente, mas de construir uma verdadeira "terceira casa"—um espaço entre o lar e o trabalho. Essa ideia ficou evidente na maneira como as lojas foram projetadas, com um ambiente aconchegante, Wi-Fi gratuito e um cardápio



que não se restringia apenas ao café, mas também incluía chás, snacks e até opções de refeições leves. A experiência do cliente tornou-se o foco central da estratégia de Schultz, que implementou um treinamento cuidadoso para os baristas, os chamados "partners", assegurando que eles não apenas dominassem a arte do café, mas também compartilhassem a paixão pela experiência do cliente.

O sucesso foi baseado em criar um sentimento de comunidade e pertencimento, onde cada visita à Starbucks era mais do que apenas uma transação comercial. Isso não apenas revolucionou a forma como o café era consumido, mas também como as pessoas se relacionavam com as marcas. A filosofia de Schultz de sempre valorizar o cliente acima de tudo fez da Starbucks uma reconhecida líder no setor de cafeterias, inspirando outras empresas a seguir seu exemplo.

A visão de Schultz transformou a Starbucks em um fenômeno global. Mais do que expandir o número de lojas, ele estava mais preocupado em atingir o coração dos consumidores, oferecendo uma experiência única que ressoava com suas emoções. Isso não apenas consolida a marca como uma alternativa ao consumo de café tradicional, mas estabeleceu um novo padrão para o que as pessoas esperam de um café, iniciando uma verdadeira revolução no setor que ainda perdura nos dias atuais.



2. Criando uma Experiência Única para o Cliente

No coração da filosofia de Starbucks está a crença de que a experiência do cliente vai muito além de simplesmente servir café. Howard Schultz, ao liderar a empresa, implementou uma abordagem inovadora, transformando a visita a uma loja Starbucks em um ritual diário e memorável para milhões de pessoas ao redor do mundo. Para alcançar isso, Schultz e sua equipe focaram em criar um ambiente acolhedor e convidativo, onde os clientes não viam simplesmente um local para comprar café, mas um espaço onde podiam relaxar, socializar e se conectar.

Desde o início, a estética das lojas foi cuidadosamente projetada para evocar uma atmosfera que lembrasse um "terceiro lugar" — um espaço entre a casa e o trabalho, onde as pessoas pudessem se sentir à vontade. Com o uso de móveis confortáveis, iluminação suave e uma seleção musical cuidadosamente escolhida, cada loja foi moldada para incutir uma sensação de conforto e acolhimento. Além disso, o design aberto das lojas permitiu que os clientes vissem a preparação do café, aumentando a conexão com o processo e a transparência da marca.

Schultz também reconheceu a importância da personalização no atendimento ao cliente. Os baristas, conhecidos como "partners", foram treinados para interagir com os clientes de uma forma que fosse genuína e adequada,

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

promovendo uma conexão verdadeira e significativa. O uso de nomes nas xícaras não apenas tornou a experiência mais pessoal, mas também incentivou os baristas a criar um relacionamento com os clientes, lembrando-os e perguntando sobre suas preferências. Essa abordagem de “nome e face” ajudou a cultivar uma cultura de lealdade e familiaridade, onde os clientes sentiam que eram mais do que somente consumidores.

O cardápio da Starbucks também foi elaborado para enriquecer a experiência, oferecendo uma vasta gama de opções que atendiam a diferentes gostos e desejos. Desde cafés clássicos a bebidas sazonais e opções personalizáveis, a marca incentivava os clientes a experimentar e descobrir novos sabores. Isso não só aumentou a satisfação do cliente, mas também estimulou um sentimento de exclusividade e celebração das temporadas.

Além disso, Starbucks investiu em tecnologia para aprimorar a experiência do cliente. Com a introdução de aplicativos móveis, os clientes poderiam fazer pedidos antecipadamente, pulando filas e economizando tempo. Essa inovação não apenas facilitou a conveniência, mas também permitiu que os clientes interagissem com a marca de maneira nova e excitante, integrando a experiência digital à experiência física nas lojas.

Criando essa experiência única para o cliente, Starbucks não apenas

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

conquistou um lugar no coração das pessoas, mas também estabeleceu um modelo de negócio centrado na experiência do consumidor, que se tornou um padrão a ser seguido por muitas outras empresas na indústria de serviços. O legado de Schultz está intrinsecamente ligado a essa nova abordagem, que transformou a maneira como as pessoas veem o consumo de café — não apenas como um produto, mas como uma experiência rica, envolvente e memorável.

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

3. Os Desafios do Crescimento Acelerado da Marca

O crescimento acelerado da Starbucks não se deu sem uma série de desafios significativos que demandaram estratégias cuidadosas e uma gestão eficaz. À medida que a rede de cafeterias se expandia globalmente, surgiram múltiplos obstáculos que poderiam colocar em risco a identidade da marca e a experiência do cliente.

Um dos principais desafios foi manter a qualidade do produto e do serviço que originalizou o conceito de café premium. Com a rápida abertura de novas lojas, era crucial que a empresa garantisse que cada barista fosse bem treinado e que a experiência do cliente permanecesse consistente em todos os locais. Isso significava não só um investimento contínuo em treinamento e desenvolvimento, mas também a criação de sistemas que favorecessem a padronização sem perder a personalização. A Starbucks precisava garantir que cada xícara de café servida em qualquer parte do mundo superasse as expectativas dos clientes, enquanto reforçava a cultura da empresa.

Além disso, a expansão geográfica também trouxe desafios culturais. Adaptar a experiência Starbucks a diferentes mercados, respeitando as preferências locais, sem comprometer a essência da marca, era um equilíbrio delicado. Em alguns lugares, os hábitos relacionados ao consumo de café eram bastante distintos; portanto, era essencial conduzir pesquisas de



mercado para entender as nuances de cada região. Esse cuidadoso trabalho de adaptação incluía não apenas o cardápio, mas também a ambiência das lojas, para que os clientes se sentissem à vontade e inspirados a retornar.

A pressão financeira também aumentou conforme a Starbucks avançava em processos de crescimento agressivo. O aumento da concorrência no setor de cafeterias e de bebidas levou a empresa a se preocupar em não apenas atrair novos clientes, mas também em manter a lealdade daqueles que já eram adeptos da marca. Para lidar com esse aspecto, a Starbucks implementou estratégias de marketing que evidenciavam não só novos produtos, mas também o compromisso contínuo da empresa em oferecer uma experiência de qualidade superior. Promoções, programas de fidelidade e inovações no menu foram essenciais, mas também serviram para reforçar a conexão emocional entre a marca e o cliente.

Os desafios logísticos, incluindo o fornecimento de grãos de café de alta qualidade e sustentáveis, se tornaram ainda mais complexos à medida que a companhia crescia. Howard Schultz liderou iniciativas para garantir que a empresa não apenas adquirisse os melhores grãos, mas também fizesse isso de forma ética. A construção de relações diretas com os produtores e o compromisso com práticas de comércio justo foram fundamentais para assegurar a qualidade constante dos produtos, além de fortalecer o compromisso da marca com a responsabilidade social.

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

Por último, à medida que Starbucks se expandia, tornou-se necessário implementar uma estrutura organizacional que suportasse esse crescimento sem perder a agilidade e a paixão que definiram sua origem. A hora de escalonar as operações veio com o desafio de manter a comunicação eficaz entre diversas equipes e lojas. Para isso, Schultz priorizou a criação de uma cultura corporativa que incentivasse a colaboração e a inovação entre os funcionários, desafiando a hierarquia tradicional e promovendo um ambiente onde todos se sentissem ouvidos e valorizados.

Esses desafios foram fundamentais no processo de moldar a Starbucks que conhecemos hoje. O modo como a empresa navegou por essas dificuldades não só reforçou sua marca, mas também redefiniu o que significa oferecer uma experiência única ao cliente, solidificando Starbucks como um ícone global do café.

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

4. A Importância da Cultura Corporativa e dos Funcionários

A cultura corporativa da Starbucks é um dos pilares fundamentais que sustentam sua identidade e sucesso no mercado. Desde o início, Howard Schultz compreendeu que a essência do negócio não estava apenas na venda de café, mas na criação de uma comunidade única e inclusiva, onde tanto os clientes quanto os funcionários, carinhosamente chamados de ‘partners’, se sentissem valorizados e compreendidos.

A importância de um ambiente de trabalho positivo e acolhedor não pode ser subestimada. Schultz sempre acreditou que os funcionários engajados e motivados são fundamentais para oferecer uma experiência excepcional ao cliente. Na Starbucks, a cultura de respeito e dignidade para com os colaboradores é implementada através de práticas como treinamento abrangente, oportunidades de crescimento profissional e benefícios que ultrapassam o padrão da indústria. O objetivo não é apenas atrair talentos, mas também assegurar que cada funcionário sinta uma conexão emocional com a marca e seus valores.

Outro aspecto crucial da cultura da Starbucks é a ênfase na diversidade e inclusão. Schultz destaca que uma equipe diversificada não apenas enriquece a experiência interna da empresa, mas também reflete a comunidade global que a Starbucks atende. A diversidade se torna uma fonte de inovação,



oferecendo diferentes perspectivas que ajudam a moldar produtos e serviços que atendem aos variados gostos e preferências de seus consumidores. Essa abordagem permite que a Starbucks não apenas venda café, mas construa relacionamentos significativos com seus clientes, oferecendo um espaço onde todos se sentem bem-vindos.

A comunicação aberta e honesta entre os níveis da organização é outra característica vital da cultura da Starbucks. Schultz promoveu a ideia de que a liderança deve ser acessível e receptiva, encorajando os funcionários a compartilharem suas opiniões e idéias. Essa transparência não apenas fortalece as relações dentro da empresa, mas também permite que os feedbacks dos funcionários sejam incorporados nas decisões estratégicas da empresa, criando um ciclo de melhoria contínua.

Além disso, Schultz enfatiza o papel da missão e dos valores da Starbucks como um guia orientador nas decisões e na atuação diária de cada membro da equipe. Os princípios que a empresa adota — que vão além do lucro e abrangem compromisso social e ambiental — geram um sentimento de propósito que liga todos os colaboradores à causa maior da empresa. Para os 'partners', trabalhar na Starbucks é mais do que uma simples fonte de renda; é uma oportunidade de fazer parte de algo significativo e impactante.

Dessa maneira, a cultura corporativa da Starbucks serve como um modelo a

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

ser seguido. O ambiente que Schultz cultivou não só elevou a moral dos funcionários, mas também se refletiu em um atendimento de qualidade superior e em uma lealdade do cliente que vai muito além da transação comercial. A visão de Howard Schultz para a Starbucks mostra que investir na cultura e no bem-estar dos funcionários é um dos maiores diferenciais que uma empresa pode ter em um mercado competitivo.

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

5. Inovação Contínua: Como Starbucks se Manteve Relevante

A habilidade da Starbucks de se manter relevante ao longo do tempo é uma pólvora acesa na forma como a empresa aborda a inovação contínua. Desde o seu surgimento na década de 1970, sob a liderança de Howard Schultz, a marca sempre se firmou como uma pioneira em transformar a simples compra de café em uma experiência significativa. Compreender a necessidade de evolução foi crucial, principalmente em um setor onde a competição e as preferências dos consumidores mudam rapidamente.

Uma das primeiras inovações significativas que a Starbucks incorporou foi a conexão emocional com os clientes. Schultz introduziu o conceito de criar um "terceiro lugar" — um espaço que vai além da casa e do trabalho onde as pessoas pudessem se reunir, relaxar e desfrutar de uma experiência única. Isso não apenas diferenciou a marca, mas também solidificou um sentido de comunidade. Este ambiente acolhedor foi mantido e aprimorado ao longo dos anos, com a adição de novas comodidades, como Wi-Fi gratuito e uma variedade de opções de assentos, adaptando-se às necessidades de trabalho e socialização de seus clientes.

Outro aspecto da inovação contínua na Starbucks foi a disposição para experimentar novos sabores e produtos. A gigante do café não se limitou apenas a servir café; foi além, criando bebidas sazonais e especiais, como o

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

famoso Pumpkin Spice Latte, que se tornou um fenômeno cultural. Essa abordagem não só atraiu clientes que procuram algo novo, mas também incentivou a lealdade à marca, pois as pessoas aguardam ansiosamente o lançamento de novas ofertas.

Além disso, a Starbucks vem explorando a tecnologia como uma aliada em sua estratégia de inovação. A introdução do aplicativo móvel da Starbucks foi um ponto de virada que facilitou a experiência de compra. Com o recurso de pedido antecipado e pagamentos digitais, os consumidores podem evitar filas e aproveitar a conveniência, tornando a experiência do cliente ainda mais agradável. A velocidade e a eficiência dos serviços aumentaram, ao mesmo tempo que a Starbucks coletava dados valiosos sobre as preferências de seus clientes, permitindo um marketing mais direcionado e um portfólio de produtos mais alinhado com o que os consumidores desejam.

A sustentabilidade também se tornou um pilar central na estratégia de inovação da Starbucks. Reconhecendo a crescente preocupação dos consumidores com o meio ambiente, a empresa se comprometeu a melhorar suas práticas de abastecimento e a reduzir seu impacto ecológico. Desde a busca por grãos de café certificados até a implementação de copos recicláveis e programas de redução de resíduos, a Starbucks não apenas se ilustrou como uma líder em responsabilidade corporativa, mas também se reposicionou na mente do consumidor contemporâneo, buscando uma

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

prática de consumo mais consciente.

Finalmente, a resiliência em tempos desafiadores, como a crise de 2008 e a pandemia de COVID-19, demonstrou mais uma vez a capacidade da Starbucks de inovar e se adaptar. Durante esses períodos, a empresa rapidamente ajustou seu modelo de negócios, expandindo suas opções de delivery e take-away, além de intensificar a experiência digital, tudo isso mantendo os padrões de qualidade e segurança em alta, como parte de sua missão de servir aos clientes de maneira responsável.

Essas inovações contínuas, somadas à capacidade de conectar-se emocionalmente com os consumidores, ajudaram a Starbucks a não apenas permanecer relevante, mas a se tornar uma marca icônica globalmente. O compromisso em escutar seu público e se adaptar às suas expectativas moldou o que é hoje a Starbucks, uma empresa que não só vende café, mas proporciona experiências memoráveis.

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

6. Reflexões de Schultz Sobre Liderança e Legado

Howard Schultz, ao longo de sua trajetória na Starbucks, cultivou uma visão de liderança que não se limita a estratégias de negócios, mas se estende ao humanismo e à criação de uma cultura corporativa que valoriza profundamente as pessoas. Para Schultz, a liderança é um ato de serviço; é a capacidade de inspirar os outros e criar um ambiente onde todos se sintam parte de algo maior. Ele acredita firmemente que líderes eficazes não são apenas gestores que buscam o lucro, mas guias que empoderam suas equipes a se tornarem agentes de mudança, inovadores em suas próprias áreas de atuação. A sua abordagem à liderança é profundamente influenciada por suas experiências pessoais, com uma ênfase nas relações humanas e na autenticidade.

Em seu livro, Schultz destaca que um legado sólido não é construído apenas através de resultados financeiros, mas pela forma como as pessoas são tratadas dentro da organização. Para ele, o verdadeiro legado de Starbucks é sua capacidade de conectar-se emocionalmente com os clientes e com os funcionários. Ele menciona que cada xícara de café serve não apenas para nutrir o corpo, mas para aquecer a alma, promovendo um espaço onde as pessoas podem se reunir, conectar e compartilhar. Essa visão criou uma experiência única que vai além da transação comercial, resultando em uma lealdade inabalável à marca.

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

A liderança de Schultz também aborda a importância da inovação contínua. Ele reflete que, em um mundo em constante mudança, a disposição de ouvir a equipe e ser receptivo a novas ideias é crucial para a evolução. Ele observa que, mesmo com o crescimento estrondoso da Starbucks, manter a essência da empresa e a conexão com seus baristas e clientes foi uma prioridade. Para Schultz, a inovação não é apenas sobre novos produtos, mas sobre maneiras de se adaptar e reimaginar a experiência do cliente e as operações de negócios em um panorama em constante evolução.

Finalmente, as reflexões de Schultz sobre liderança e legado enfatizam a necessidade de uma visão clara — uma razão de ser que transcende os objetivos financeiros. Ele acredita que uma empresa deve ter um propósito inspirador, que esteja alinhado com os valores mais profundos de seus colaboradores e que ressoe na comunidade. Como resultado, o legado de Schultz não é apenas sobre a construção de uma marca de café; é sobre a construção de uma cultura corporativa que se preocupa genuinamente com as pessoas, promovendo um impacto social positivo e um ambiente de trabalho inclusivo e acolhedor. Dessa forma, Howard Schultz não apenas redefiniu a experiência do café, mas também desafiou a forma como as empresas abordam a liderança e o legado no mundo corporativo contemporâneo.

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar

5 citações chave de Pour Your Heart Into It - How Starbucks Built A

1. Acredito que a maneira mais poderosa de conectar com as pessoas é através de algo que amamos: o café.
2. Construir uma empresa não é apenas sobre o lucro; é sobre criar uma cultura que inspire e motive as pessoas.
3. O verdadeiro legado de uma marca não está apenas em seus produtos, mas nas experiências que proporciona.
4. Na Starbucks, sempre buscamos criar um ambiente onde as pessoas possam se sentir valorizadas e parte de algo maior.
5. O sucesso não é sobre ser o melhor, mas sobre se importar genuinamente com os outros e fazer a diferença na vida deles.

Mais livros gratuitos no Bookey



Digitalizar para baixar



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