

Como ter uma mentalidade mais **vendedora?**

Com **Gustavo Malavota**



Gustavo Malavota

Fundador da Mola Educação, empresa líder em treinamento de times de vendas.

+3 mil

TREINAMENTOS
REALIZADOS

+180 mil

VENDEDORES
TREINADOS

+15 anos

DE CARREIRA

Mestre em Gestão e Desenvolvimento

Graduado em Marketing pela ESPM



MOLA
EDUCAÇÃO





rhportal
COLUNISTA

SALESCLUBE



A MAIOR COMUNIDADE DE VENDAS DO PAÍS



**APONTE A CÂMERA E
ME SIGA!**





Como **organizar** a minha agenda melhor?

Como **otimizar** o tempo das atividades?

Como **converter** mais oportunidades em propostas?



2026 SERÁ COMPLEXO



Jan

Fev

Mar

Abr

Mai

Jun

Jul

Ago

Set

Out

Nov

Dez

Conversão

Reversão

Retenção

Captação





87% das grandes
empresas
perderam metas de
receita em **2025.**

Fonte: [Salesloft.com](https://www.salesloft.com)



**SE NÃO CONSEGUE LIDAR COM INCERTEZAS,
NÃO CONSEGUE LIDAR COM CRESCIMENTO.**





**Vender para empresas (B2B)
é um jogo de resistência
emocional e inteligência
social.**

**Ciclo longo, valores altos e o
risco de carreira do
comprador está em jogo.**



VENDER

RANÇO!

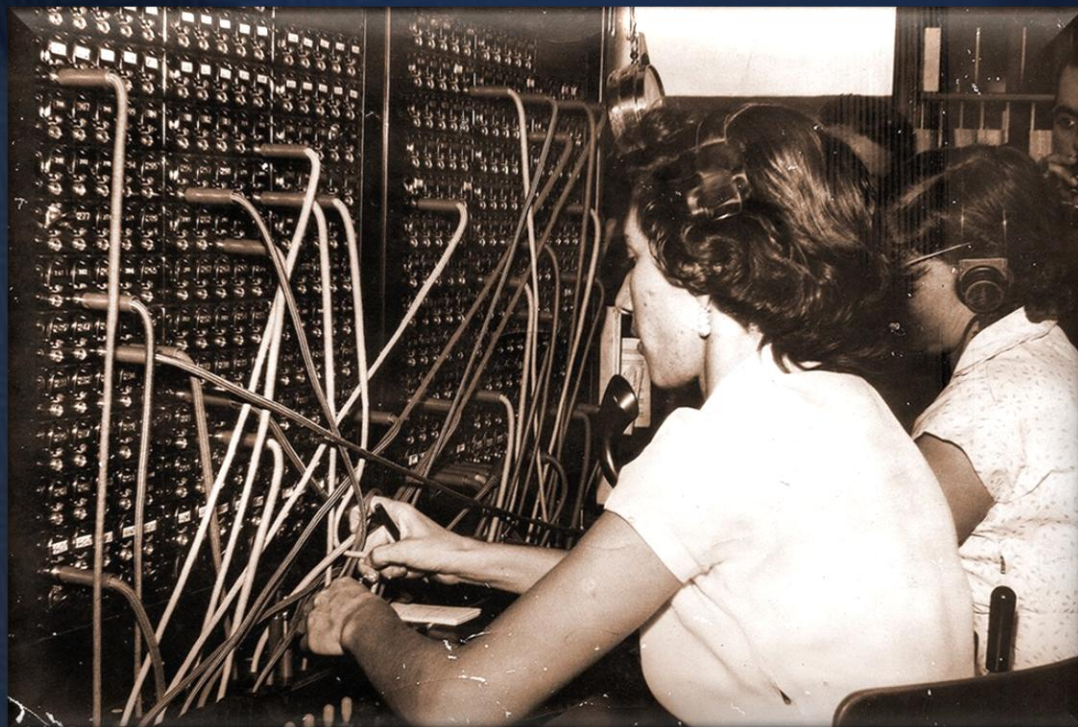


POR QUE PRECISAMOS REVER NOSSOS PROCESSOS DE VENDAS?



Field Sales (vendedor pastinha) X Inside Sales (vendas remota)

COMO O AVANÇO DA TECNOLOGIA CRESCEM EXPONENCIALMETE AS CHANCES



POR QUE PRECISAMOS REVER NOSSOS PROCESSOS DE VENDAS?



**Portaria até o
início do século XXI**



Portaria em 2026

COMO O AVANÇO DA TECNOLOGIA JÁ ESTÁ IMPACTANDO O MERCADO E NÃO PERCEBEMOS?

Experiência 01

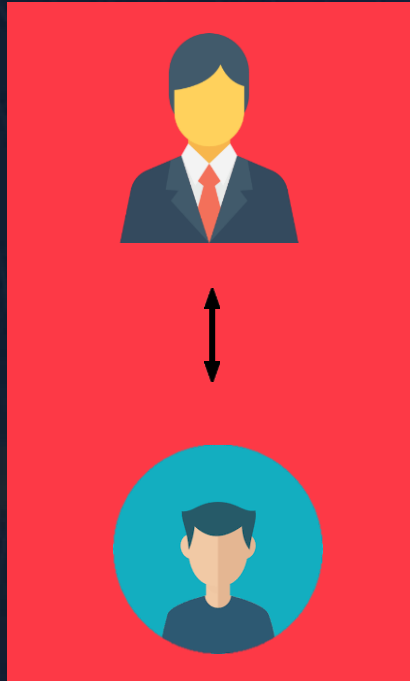


Experiência 02



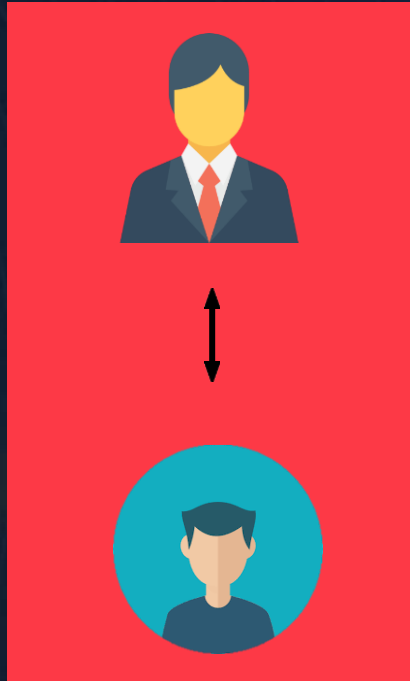


NOVAS TECNOLOGIAS E DINÂMICAS

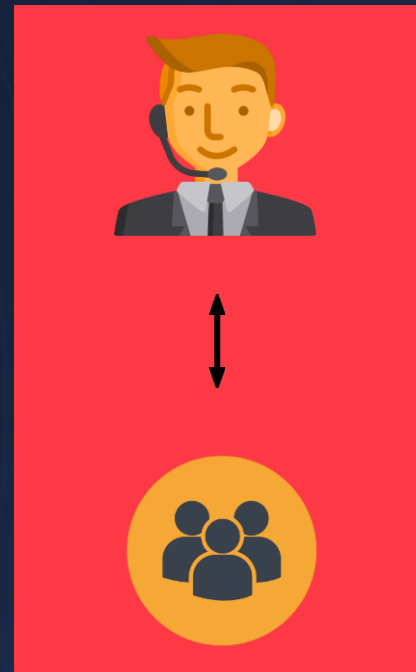


Pessoas

NOVAS TECNOLOGIAS E DINÂMICAS

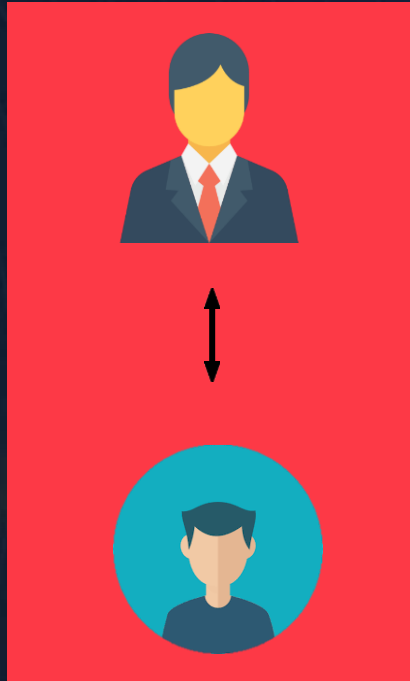


Pessoas

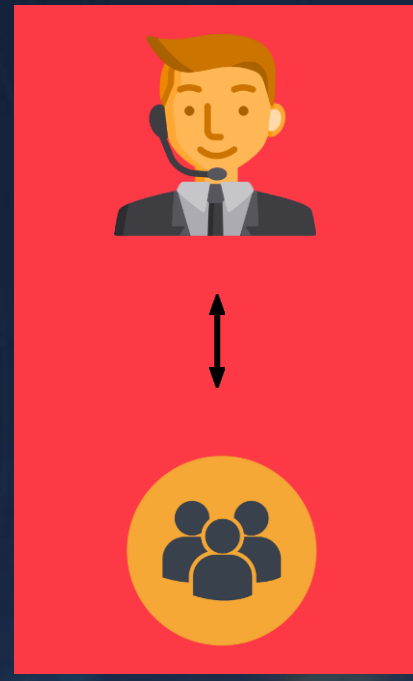


**Pessoas e times
de pessoas**

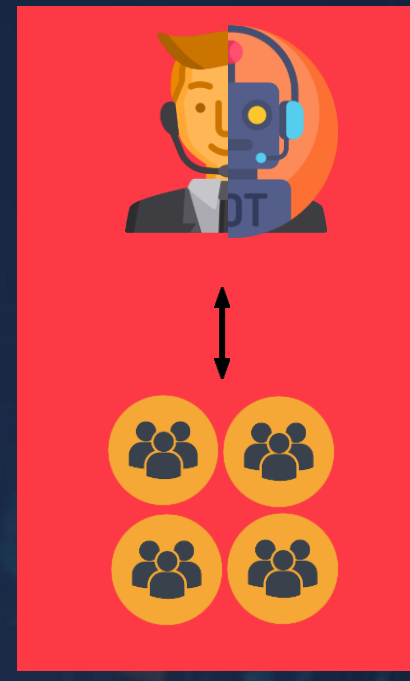
NOVAS TECNOLOGIAS E DINÂMICAS



Pessoas

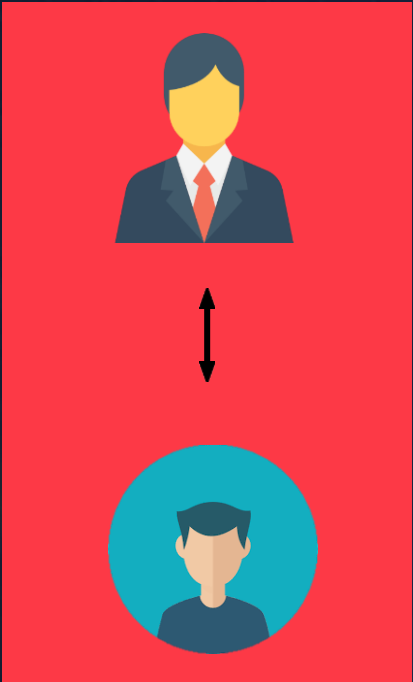


**Pessoas e times
de pessoas**

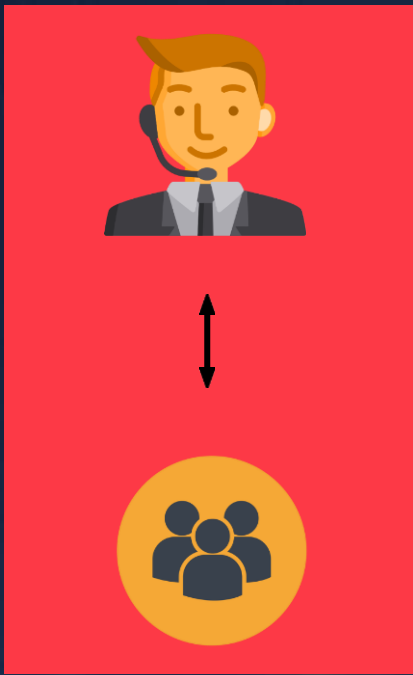


**Pessoas, automação
e robôs**

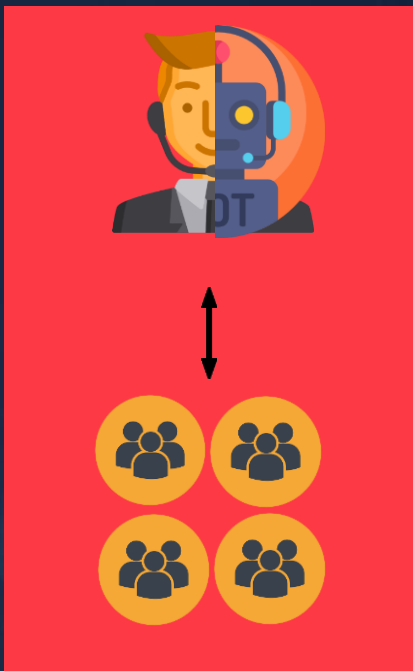
E DEPOIS...



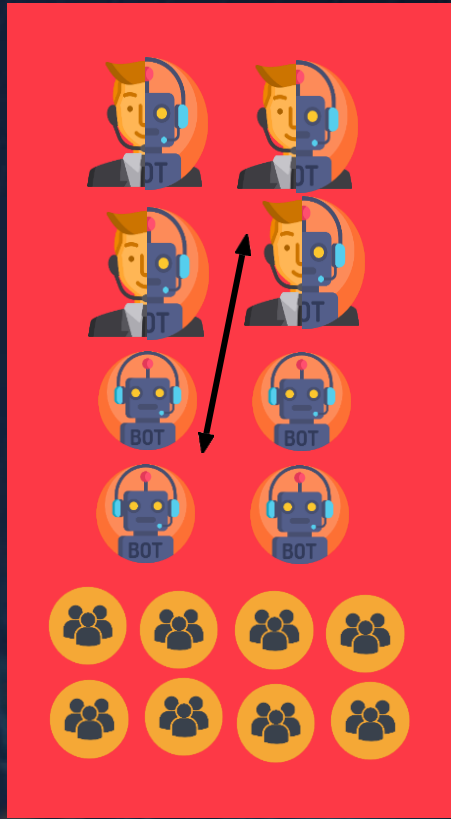
Pessoas



Pessoas e times de pessoas



Pessoas, automação e robôs

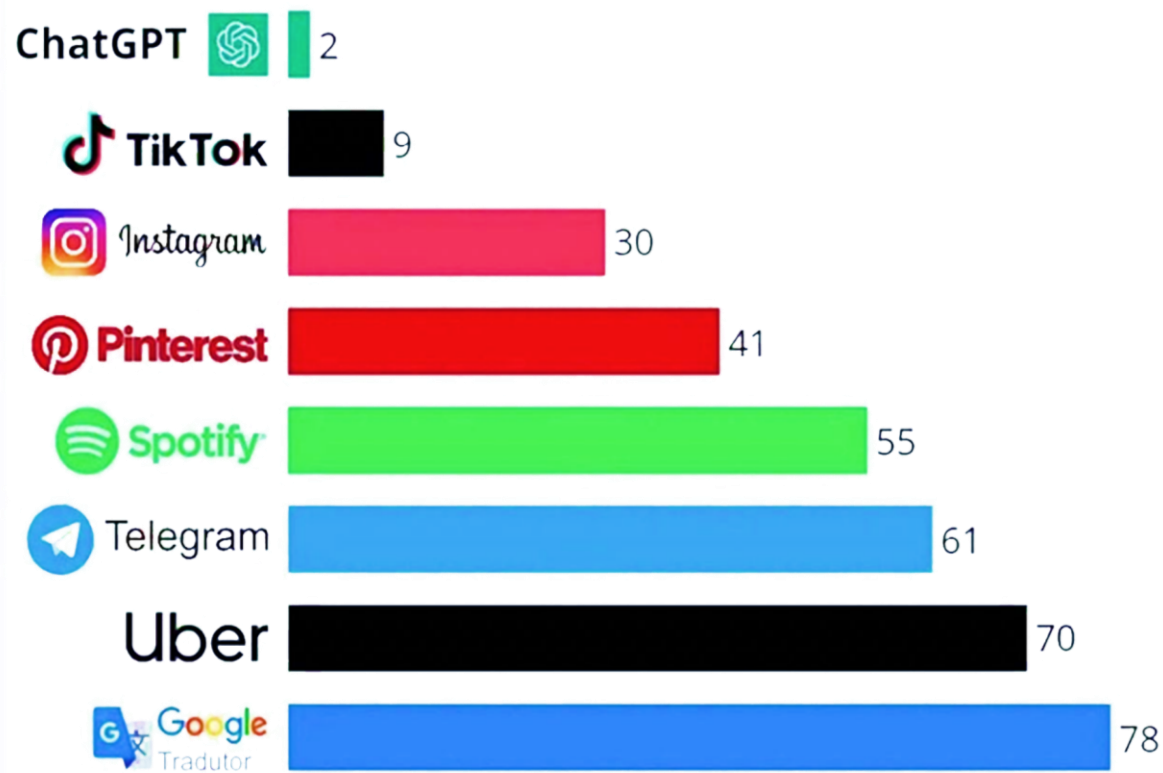


Robôs suportando pessoas

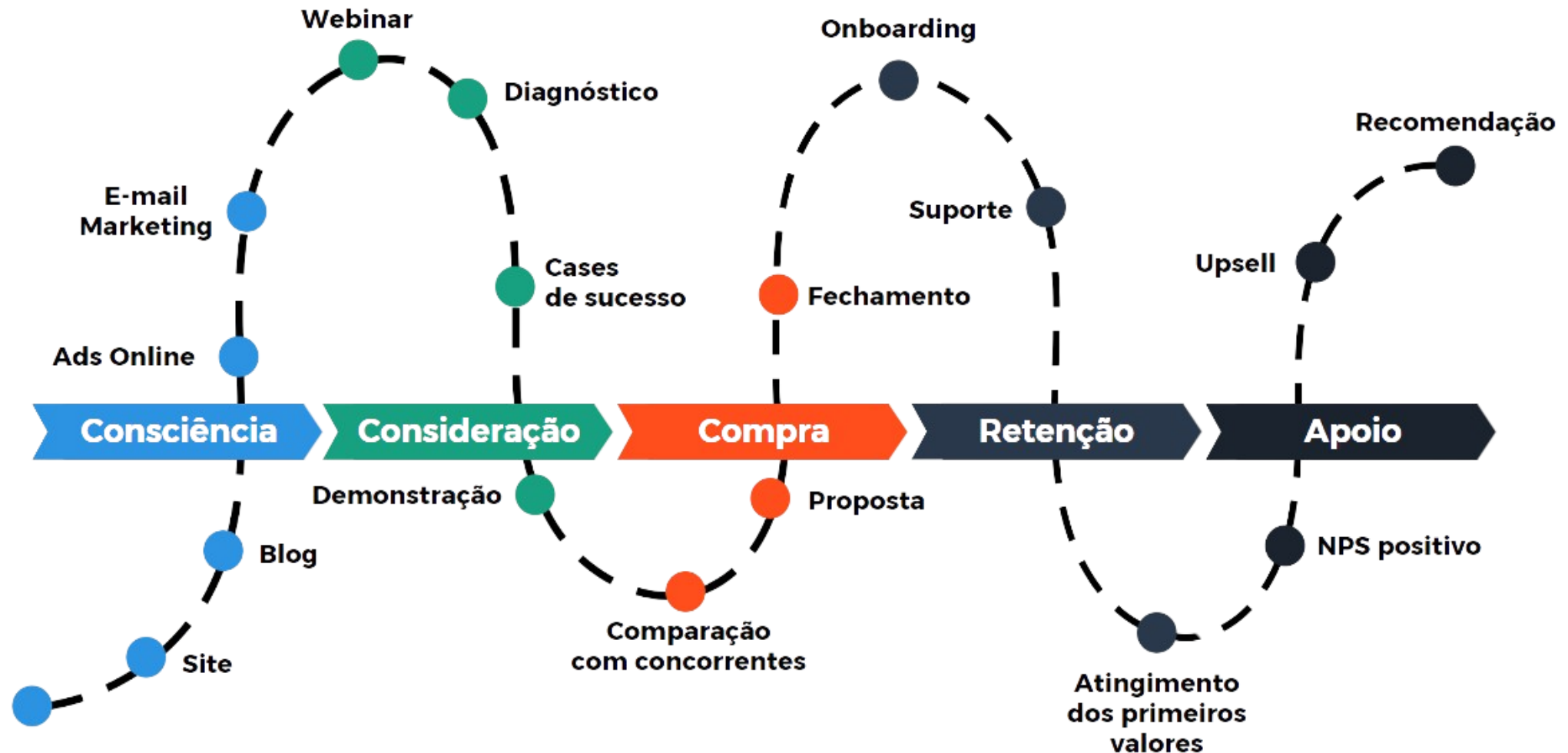
OS CICLOS DE COMPORTAMENTO MUDARAM

ChatGPT estabelece recorde de crescimento em usuários

Tempo que cada tecnologia levou para atingir 100 milhões de usuários no mundo (em meses)



JORNADA DO CLIENTE



O que queremos?







Onde tudo começou

Tijuca





Telemarketing



ESSE

ERA

EU 🤪

2008



Alguns dos Nossos Clientes

GRUPO
DPSP

 drogarias Pacheco  Drogaria São Paulo

 **Agrofertil**

ambev

SAMSUNG

cogna
EDUCAÇÃO

Claro

SEBRAE

ICONIC

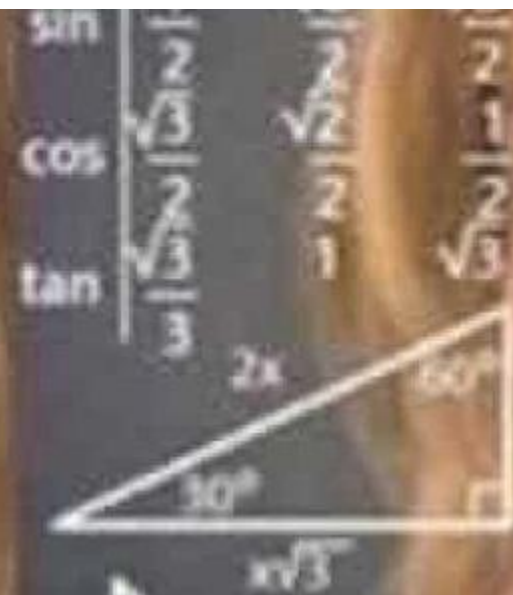
HELIBRAS

grau^T
TÉCNICO

E como vender mais?

$$= ax^2 + bx + c$$

$$, x_2) = \frac{-b \pm \Delta}{2a}$$





Eu ensinava

aprendiam...



... E esqueciam!





**Não adianta
pressionar
pessoas que
não sabem
o que estão
fazendo.**

ALGUNS ESTÃO:



As pessoas tem o conhecimento,

**PORÉM, O RESULTADO NÃO
REFLETE O APRENDIZADO.**



OLHA SÓ ESSA



TORTA DE CLIMÃO

memecrunch.com





Dados

44% das empresas que têm alta performance possuem uma área de vendas bem estruturada e com processos definidos.



80%

das empresas
que fecham
em até 5 anos
não tinham
rotina comercial
definida.

Fonte: doisz.com



**REPRESENTANTES DE
VENDAS GASTAM CERCA DE
64% DO TEMPO EM TAREFAS
NÃO-RELACIONADAS
DIRETAMENTE COM FECHAR
VENDAS**

Fonte: flowlu.com



71% dos
negócios no funil
de vendas nunca
fecham.

Fonte: flowlu.com



O comercial não bateu a meta, **porquê?**




52%

dos clientes mudarão para a concorrência após uma única experiência negativa.

Fonte: Zendesk





Organizações B2B alinhadas registram 24% de crescimento de receita mais rápido em três anos e 27% em lucros.

Fonte: austral.media





Equipes bem treinadas apresentam um crescimento de até **35% na conversão e um aumento de **28%** na satisfação da equipe.**

[Pollo Engenharia](#)



**Como eu vou
saber, se eu
nem sabia que
eu não sabia.**



Vendas B2B não é sobre correr mais.

É sobre saber lidar com tudo o que vem atrás.





Em 2026, a média da taxa de fechamento de oportunidades para equipes de vendas B2B está entre cerca de 20% e 30%, ou seja, de cada 10 oportunidades qualificadas, apenas 2 a 3 se transformam em negócio fechado.

Fonte: Win rate



A blurred background image showing several call center agents wearing headsets, sitting at their desks in a dimly lit office environment. The focus is on the text overlay in the foreground.

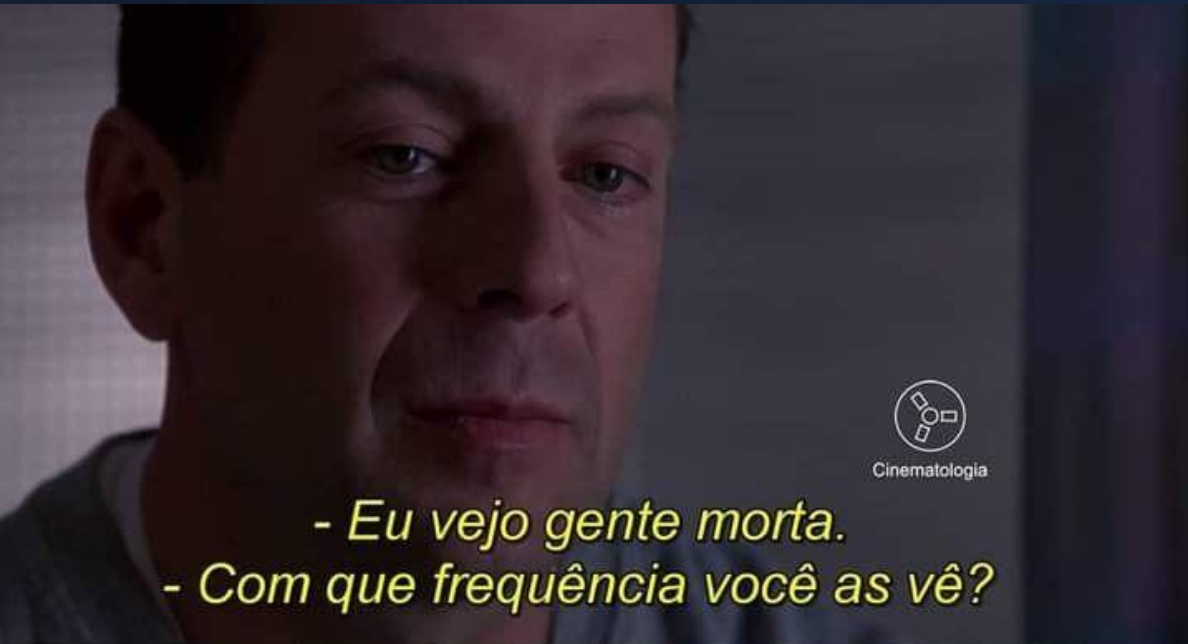
6 entre 10 clientes querem discutir preço logo no primeiro contato.

**MAIS DE 80% DAS VENDAS B2B
EXIGEM DE 5 A 8 INTERAÇÕES.**

Fonte: RAIN Group Sales Research Update 2025

**PERSISTÊNCIA SEM ROTINA
É APENAS INSISTÊNCIA
DESORGANIZADA.**

**FOLLOW
UP**



*- Eu vejo gente morta.
- Com que frequência você as vê?*



O tempo todo.

44% dos
vendedores,
desistem após o
primeiro contato.

HubSpot



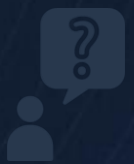
BARREIRAS DO VENDEDOR:



MEDO DE PARECER INSISTENTE



RECEIO DA REJEIÇÃO



DIFICULDADE DE PEDIR O SIM





BARREIRAS DO CLIENTE

SOBRECARGA DE OPÇÕES

INDECISÃO

PROCRASTINAÇÃO

NECESSIDADE DE SEGURANÇA





Falta
algo...

EMPRESAS QUE PRIORIZAM PROCESSOS FUNDAMENTAIS DE VENDAS TÊM **30%** MAIS CHANCES DE ATINGIR SUAS METAS EM COMPARAÇÃO ÀS QUE NÃO ESTRUTURAM SUAS ROTINAS COMERCIAIS.

Fonte: Harvard Business Review – Sales Management & Execution Studies

Se o **BÁSICO** não entrega, o **EXTRAORDINÁRIO** não acontece.





**POR QUE BATER
META FICOU MAIS
DIFÍCIL?**

Apenas cerca de **45%** dos vendedores atingem suas metas de forma consistente.

Fonte: Sales Benchmark Reports 2025–2026 (HubSpot / Appendment)

**50% DOS VENDEDORES NÃO
SEGUEM UMA CADÊNCIA
ESTRUTURADA DE
CONTATOS, MESMO TENDO
CRM DISPONÍVEL.**

O vendedor que não planeja, improvisa e
improvisar custa caro





**Proporcionar uma
boa experiência
de atendimento,
nada mais é do
que fazer o básico
bem feito.**

1950

2026



1950

2026



@caridadesdaerra



26,...



137



Atendimento ao cliente não é
uma técnica a ser implantada,
mas uma postura a ser
cultivada!

Mario Persona



**E nós,
apagando
incêndio...**

"O melhor livro sobre sucesso pessoal já escrito até hoje."
- Brian Tracy, autor de *Como ficar mais rico*

Napoleon Hill

Organizado por Ross Cornwell

**Pense e
enriqueça**



A versão original, restaurada e revisada

Com comentários e notas explicativas



**“Somos escravos
de tudo aquilo que
não sabemos.”**

Napoleon Hill





**Vendas
são o DNA**

Se o assunto não for
vendas, o assunto
está errado.




**Existem duas áreas
nas empresas:**

A que vende


**e a que dá
suporte à venda**





malavota 
Barra da Tijuca



malavota 
Hoje foi um dia especial. Por vezes as despedidas são tristes, pesarosas, saudosistas e até felizes. Essa foi um pouco de tudo. Pois sei que minha amiga @elisabetee_araujo , a famosa Dona Bete que eu tanto falo nas palestras, precisa descansar.
Daqui fica o meu muito obrigado, minha imensa gratidão, por alguém que é muito especial. Que passou por muitos momentos e que nos trouxe muitas alegrias.
Venha sempre nos visitar. Já estamos com saudades.

[Ver insights](#)

[Turbinar post](#)



Curtido por **cellemaio** e outras **198** pessoas

11 de março



Adicione um comentário...

Postar



 malavota




**DE AGOSTO
A DEZEMBRO
O ASSUNTO SÓ
PODE SER VENDAS**

@MALAVOTA

Ver insights

Turbinar post



 elisabetee_araujo e outras 18 pessoas comentaram

malavota Chega de distração. Entramos no sprint final.

Quem não vende agora, vai correr atrás do prejuízo em janeiro.

Há 1 dia



Tudo

Pessoas que você segue



elisabetee_araujo 5 h ·  pelo autor

Se o assunto não for vendas, o assunto está errado.



1

Responder Responder com um reel Ocultar



Adicione um comentário...



PESSOAS



“Pessoas não são o ativo mais importante de uma empresa. As pessoas certas é que são.”

Jim Collins



O diferencial das vendas é ter o

RECURSO HUMANO

pronto para vender



O Super Trunfo

Vendedores são como o Super Trunfo, cada um é melhor em uma característica e precisamos usá-los estrategicamente.

 <p>1 Litre</p> <p>VELOCIDADE MÁX. 120 KM/H CILINDRADAS 300 CC → 0 A 100 16.1 S POTÊNCIA 9 CV COMPRIMENTO 3.65 M PESO 290 KG</p> <p>Super Trunfo Volkswagen</p>	 <p>Bora</p> <p>VELOCIDADE MÁX. 195 KM/H CILINDRADAS 1984 CC → 0 A 100 11.0 S POTÊNCIA 116 CV COMPRIMENTO 4.376 M PESO 1240 KG</p> <p>Super Trunfo Volkswagen</p>	 <p>Bora Stockcar</p> <p>VELOCIDADE MÁX. 280 KM/H CILINDRADAS 5700 CC → 0 A 100 5.3 S POTÊNCIA 450 CV COMPRIMENTO 4.7 M PESO 1250 KG</p> <p>Super Trunfo Volkswagen</p>	 <p>Concept R</p> <p>VELOCIDADE MÁX. 268 KM/H CILINDRADAS 3189 CC → 0 A 100 5.3 S POTÊNCIA 265 CV COMPRIMENTO 4.12 M PESO 1300 KG</p> <p>Super Trunfo Volkswagen</p>
 <p>Concept T</p> <p>VELOCIDADE MÁX. 228 KM/H CILINDRADAS 3198 CC → 0 A 100 6.9 S POTÊNCIA 265 CV COMPRIMENTO 4.12 M PESO 1300 KG</p> <p>Super Trunfo Volkswagen</p>	 <p>CrossFox</p> <p>VELOCIDADE MÁX. 175 KM/H CILINDRADAS 1599 CC → 0 A 100 11 S POTÊNCIA 101 CV COMPRIMENTO 4.08 M PESO 1129 KG</p> <p>Super Trunfo Volkswagen</p>	 <p>Eco Racer</p> <p>VELOCIDADE MÁX. 230 KM/H CILINDRADAS 1484 CC → 0 A 100 6.3 S POTÊNCIA 136 CV COMPRIMENTO 3.77 M PESO 850 KG</p> <p>Super Trunfo Volkswagen</p>	 <p>EOS</p> <p>VELOCIDADE MÁX. 232 KM/H CILINDRADAS 1984 CC → 0 A 100 7.8 S POTÊNCIA 200 CV COMPRIMENTO 4.407 M PESO 1536 KG</p> <p>Super Trunfo Volkswagen</p>



O Super Trunfo



Volume 22 vendidos
Preço..... 2% desconto
Prazo..... 15 dias
Cobertura..... 45%
Taxa de Conversão..... 12%
Execução..... Mediana



Volume..... 12 vendidos
Preço..... 1% desconto
Prazo..... 7 dias
Cobertura..... 75%
Taxa de Conversão..... 18%
Execução..... Boa



Padrão cria valor!

As melhores práticas
quando repetidas
geram valor e
o nosso cliente
percebe isso como
algo positivo.

O macarrão é o mesmo, mas você decide o molho.





**Uma boa fotografia e
um bom atendimento
acontecem de forma
parecida:**

**o segredo está no
olhar do profissional
sobre aquele ponto**



O objetivo da preparação é otimizar o tempo gasto nas outras ações e progredir através de processos





注意
請勿投錢
請勿投幣

遊戲12點後
禁止進入
18歲以下
請勿投錢



Todo mundo quer
gelo, mas ninguém
quer encher a forma.



O MÉTODO

Maneira ou hábito que determina como uma pessoa interpretará certo evento.
Inclinação ou atitude mental que dispõem alguém a agir de certa forma.





Trilha



Trilho



Método SOZINHO não é receita

Métodos são caminhos para execução

Um conjunto de ferramentas e práticas que podem ajudar as empresas a alcançarem resultados consistentes e previsíveis em suas vendas.

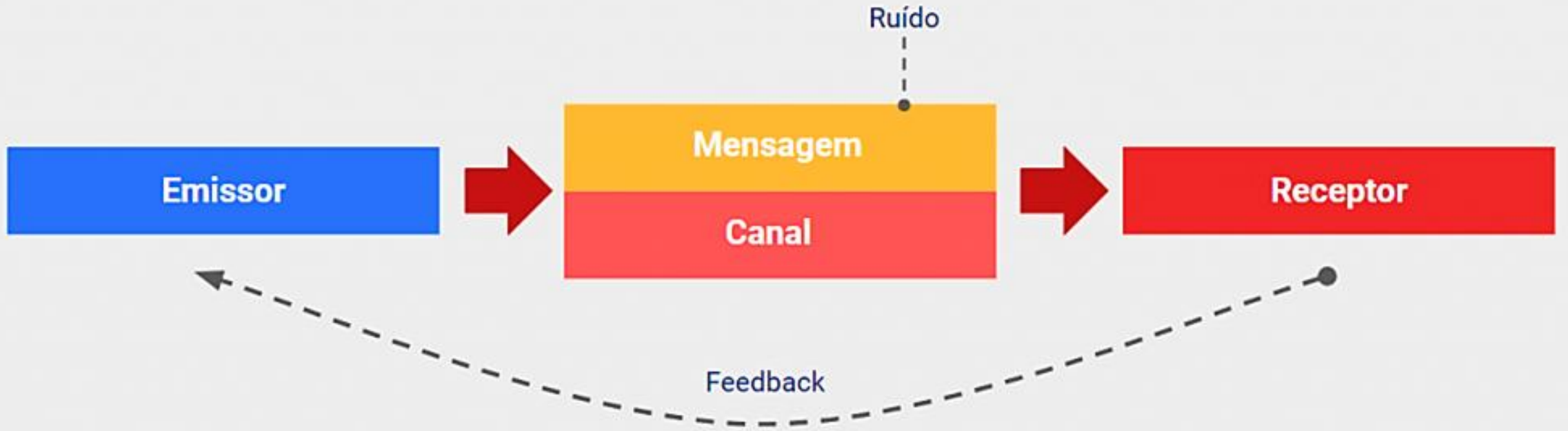
Métodos não são apenas **ferramentas**. É preciso ter um plano claro, definir metas realistas e acompanhar o progresso de forma regular.



**SE FOSSE SÓ APLICAR
OS MÉTODOS, TODOS
SERIAM BILIONÁRIOS**



Teoria da Comunicação



VOCÊ JÁ LIGOU
PRA ELES?

MANDEI UM
E-MAIL.



É MELHOR
LIGAR



TAMBÉM
MANDEI UM
WHATSAPP.



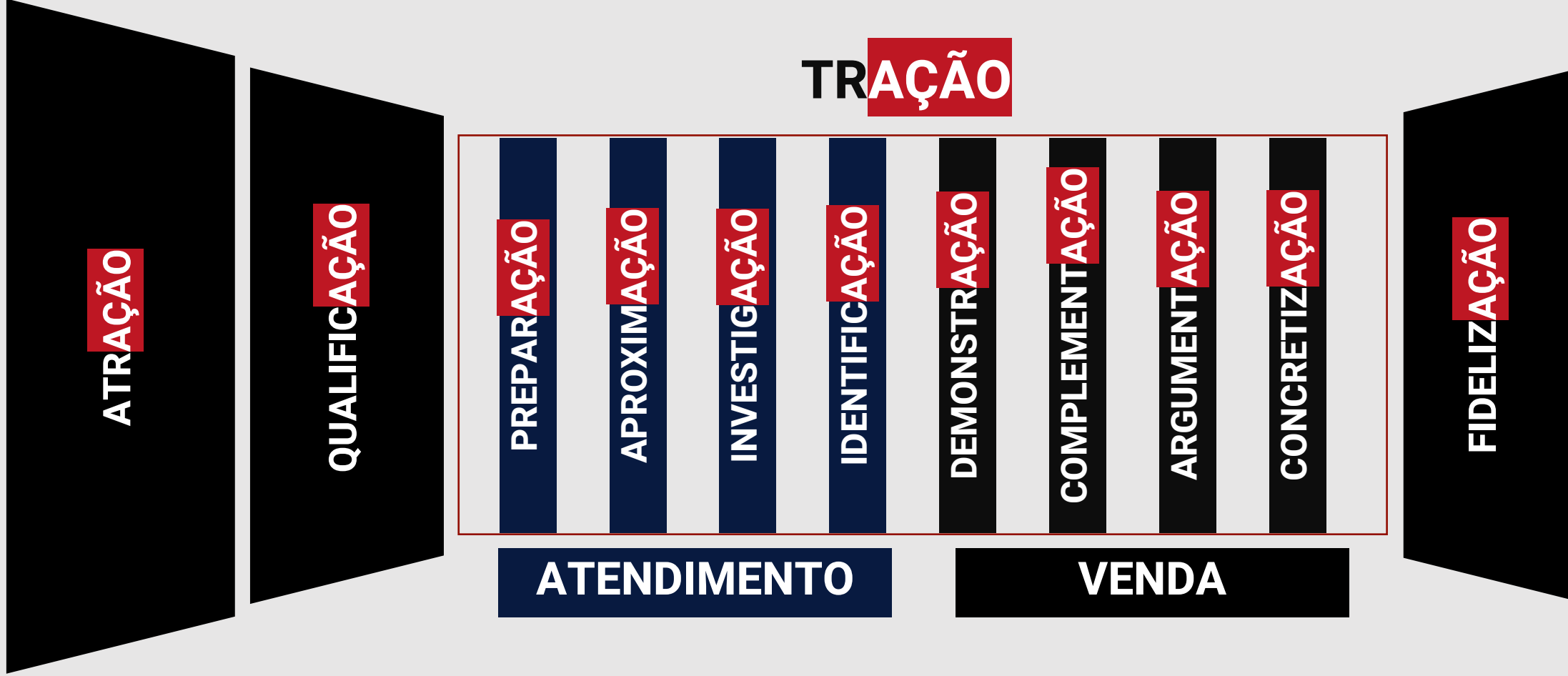
LIGA PRA ELES,
POR DEUS!



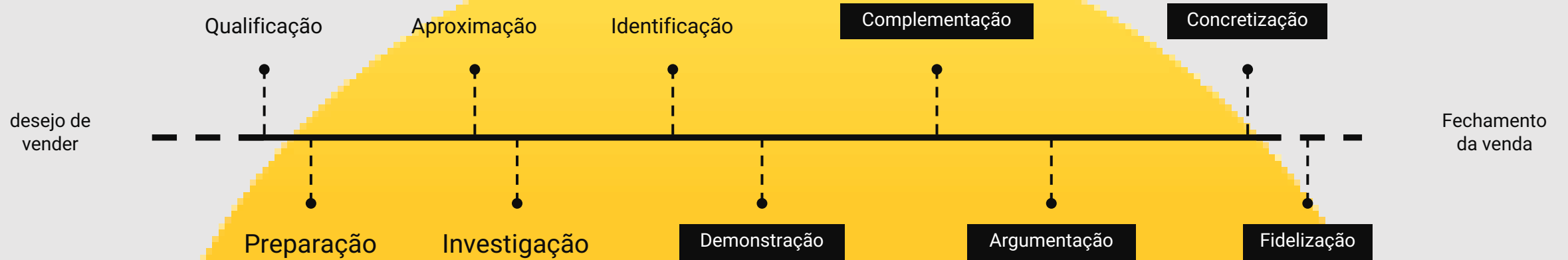
MELHOR
MANDAR
OUTRO E-MAIL.



Tudo é ação



A venda



Qualificação

Preparação

Aproximação

Investigação

Identificação

Demonstração

Complementação

Argumentação

Concretização

Fidelização



AS 10 AÇÕES

Qualificação

Preparação

Aproximação

Investigação

Identificação

Demonstração

Complementação

Argumentação

Concretização

Fidelização



10 compradores

50%

5 compradores

40%

2 clientes

50%

1 embaixador

10%









EMPRESAS COM COMUNICAÇÃO CLARA E ESTRUTURADA AUMENTAM EM ATÉ 113% A TAXA DE CONVERSÃO.

Fonte: HubSpott

O Brasil tem mais de **15 milhões** de MEIs ativos, mas a grande maioria trava no mesmo ponto: **comunicação confusa** e **baixa conversão**.



**SUA COMUNICAÇÃO
FACILITA A DECISÃO...
OU TRAVA A VENDA?**



ERROS COMUM



Falar difícil para parecer profissional



Comunicação centrada no produto, não no cliente

Se o cliente precisa **pensar demais**, ele desiste antes de comprar.



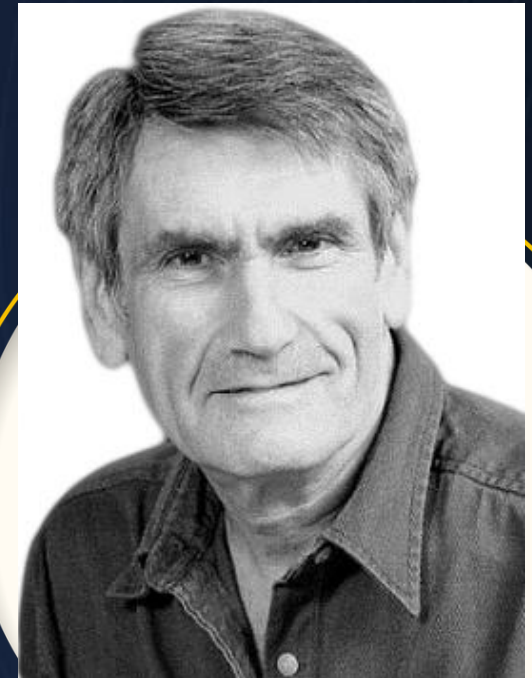
Comunicação Não Violenta

A **CNV** é uma abordagem para se relacionar de uma maneira “desligando” o modo de ataque ou defesa e permitindo que nossas vulnerabilidades sejam mostradas. Isso fará com que a gente tenha uma conexão com o próximo.



“Para praticar o processo de resolução de conflitos, devemos abandonar completamente o objetivo de levar as pessoas a fazerem aquilo que nós queremos.”

– **Marshall Rosenberg**



Observação

É necessário observar o que realmente está acontecendo em determinada situação. Questionar se a mensagem que está sendo recebida, seja por meio de fala ou de ações, tem algo a acrescentar de forma positiva. **Não crie juízo de valor, apenas compreenda o cenário sobre o outro.**

Sentimentos

É preciso entender qual sentimento a situação desperta depois da observação. **É importante se permitir ser vulnerável** para resolver conflitos e saber a diferença entre o que se sente e o que se pensa.

Pedidos


Por meio de uma solicitação específica, ligada a ações concretas, é possível deixar claro o que se quer da outra pessoa. O recomendado é usar uma linguagem positiva, em forma de afirmação, para fazer o pedido.

Necessidades

A partir da compreensão de qual sentimento foi despertado, é preciso reconhecer quais necessidades estão ligadas a ele.



Comunicação não violenta não é sinônimo de **PASSIVIDADE**.
Você pode ter opiniões fortes, mas a maneira como você as expressa não precisa ser violenta.

A woman with voluminous curly hair and glasses is shown in profile, smiling and using a laptop. She is wearing a white long-sleeved shirt. The background is a light blue with a subtle pattern of concentric circles.

**53% DOS USUÁRIOS ABANDONAM
PÁGINAS QUE NÃO SÃO CLARAS EM
ATÉ 3 SEGUNDOS.**

Fonte: Google – DoubleClick

**EXCESSO DE
INFORMAÇÃO = BLOQUEIO**

EMPRESAS COM COMUNICAÇÃO CLARA E OBJETIVA PODEM AUMENTAR SUAS TAXAS DE CONVERSÃO EM ATÉ 2X

(Fonte: HubSpot)

ESTRUTURA DA COMUNICAÇÃO QUE CONVERTE:



SIMPLES

fácil de entender,
sem esforço



DIRETA

vai ao ponto,
sem rodeios



ORIENTADA À AÇÃO

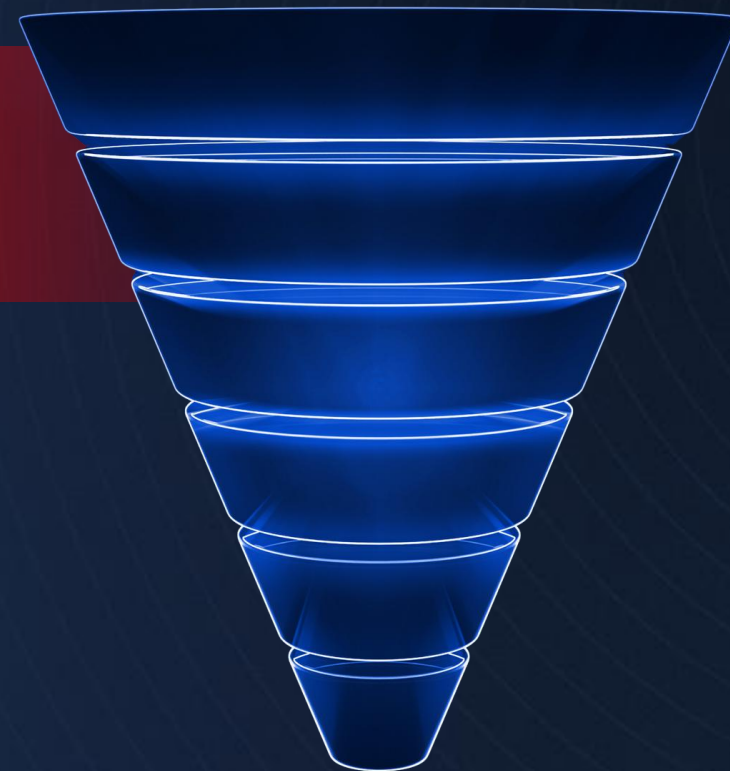
conduz o cliente
para o próximo
passo

A TAXA MÉDIA DE CONVERSÃO DIGITAL NO BRASIL VARIA ENTRE 1% E 3%.

(Fonte: RD Station)

Isso significa que, de cada 100 pessoas que chegam até você, cerca de 97 não compram.

Não é falta de esforço.
É PERDA AO LONGO DO FUNIL.



ATRAÇÃO

É o momento em que o cliente descobre você, seja por redes sociais, indicação ou anúncios.

“Quem fala com todo mundo, não conecta com ninguém.”

ENGAJAMENTO

É quando o cliente entende que você pode ajudar ele.

“Curtida não paga boleto. Interesse qualificado sim.”

CONVERSÃO

É o momento em que o cliente considera comprar, mas ainda está inseguro.

“Quem não gera confiança, gera dúvida. E dúvida não vende.”

AÇÃO

É o momento final da decisão de compra.

“Se você não direciona, o cliente não decide.”

CHECK LIST - DIAGNÓSTICO RÁPIDO

Meu cliente entende o que eu vendo em **5 segundos**?

Meu Instagram gera **ação** ou **só curtida**?

Eu tenho uma **oferta clara**?



**SE UM CLIENTE CAIR HOJE NO SEU PERFIL OU
SITE, ELE ENTENDE EM POUCOS SEGUNDOS
POR QUE DEVE ESCOLHER VOCÊ?**

69% DOS CONSUMIDORES PREFEREM CONHECER E CONFIAR EM UMA MARCA ANTES DE COMPRAR

(Fonte: HubSpot)

ESTRUTURA DO POSICIONAMENTO QUE VENDE:

1

QUEM VOCÊ
AJUDA?

2

COMO VOCÊ
AJUDA?

3

POR QUE
ESCOLHER
VOCÊ?

“Quem tenta vender para todo mundo, não vende para ninguém.”

75% DOS CONSUMIDORES AFIRMAM QUE MENSAGENS CLARAS TORNAM UMA MARCA MAIS CONFIÁVEL

Fonte: HubSpot

Modelo simples que converte:

PROBLEMA

Mostra que você entende a dor do cliente.

SOLUÇÃO

Apresenta o que você faz de forma clara.

BENEFÍCIO

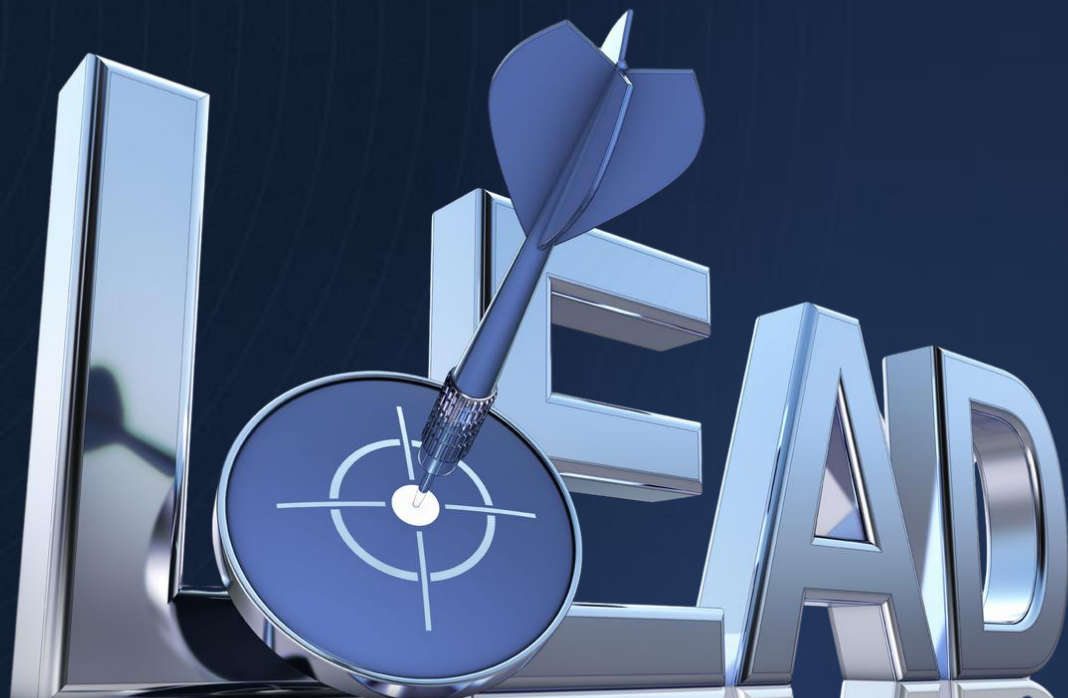
Mostra o resultado prático.

CHAMADA PARA AÇÃO

Direciona o próximo passo.

MENOS DE 5% DA AUDIÊNCIA VÊ CONTEÚDO ORGÂNICO

Fonte: Meta



**Conteúdo que engaja \neq
conteúdo que vende**

Sem estratégia, você fala sozinho.



79% DOS LEADS GERADOS NUNCA SE CONVERTEM EM VENDAS POR FALTA DE QUALIFICAÇÃO

(Fonte: MarketingSherpa)

**Gerar demanda não é sobre atrair mais gente.
É sobre atrair quem tem potencial real de
compra.**

Erros que travam vendas:

FALAR SÓ DE SI

NÃO TER CTA

**FALTA DE
CONSISTÊNCIA**

Transforme posts em
conteúdo centrado no
cliente

Inserir sempre um
próximo passo claro

Definir uma rotina
simples e sustentável

92% das pessoas confiam mais em recomendações do que em anúncios.

Fonte: Nielsen



OFERTA CLARA



URGÊNCIA



PROVA SOCIAL

Vender mais não é falar mais. É remover as dúvidas certas no momento certo

**SE VOCÊ PARAR HOJE DE POSTAR
POR 30 DIAS, SEU FATURAMENTO
MUDA OU NADA ACONTECE?**



MENTALIDADE ORIENTADA?

SAIR DO “**POSTAR POR POSTAR**”

Toda ação precisa ter um propósito claro dentro do funil.

Apenas **23%** das empresas afirmam medir efetivamente o ROI das suas ações de marketing.



Por que as empresas precisam de comunicação no atendimento?

**CLIENTES ESPERAM
RESPOSTA EM ATÉ**

5

MIN.

(Fonte: Zendesk)

Comunicação no atendimento =

Clareza

RAPIDEZ

DIRECIONAMENTO

SCRIPT SIMPLES DE VENDA

ETAPA	OBJETIVO	O QUE FAZER NA PRÁTICA	EXEMPLO
ABERTURA	Gerar conexão e quebrar resistência inicial	Cumprimentar, mostrar disponibilidade e criar um ambiente confortável	"Oi, tudo bem? Vi que você chamou aqui, como posso te ajudar da melhor forma?"
DIAGNÓSTICO	Entender a real necessidade do cliente	Fazer perguntas para identificar dor, contexto e objetivo	"Hoje, qual é o maior desafio que você está enfrentando em relação a isso?"
OFERTA	Apresentar a solução de forma clara	Conectar a solução diretamente com o problema identificado	"Pelo que você me falou, o ideal pra você é isso aqui, porque vai te ajudar a..."
FECHAMENTO	Levar o cliente à decisão	Direcionar o próximo passo com clareza e segurança	"Faz sentido pra você? Posso te explicar como começamos agora?"

QUEM NÃO CONDUZ A CONVERSA, ASSISTE O CLIENTE IR EMBORA.

COLOQUE EM PRÁTICA:

PLANO DE AÇÃO (IMEDIATO)

- Ajustar bio/perfil
- Criar oferta clara
- Inserir CTA em todos os conteúdos

PLANO ESTRATÉGICO (30 DIAS)

- Frequência de conteúdo
- Teste de mensagens
- Métrica de conversão

MÉTRICAS QUE IMPORTAM

- Conversão
- Custo por lead
- Ticket médio

**Quem não mede,
vive de achismo.**



**Ou você simplifica sua
comunicação... ou
complica seu
faturamento.**





PADARIA DO ROBERTO

PÃO ARTESANAL

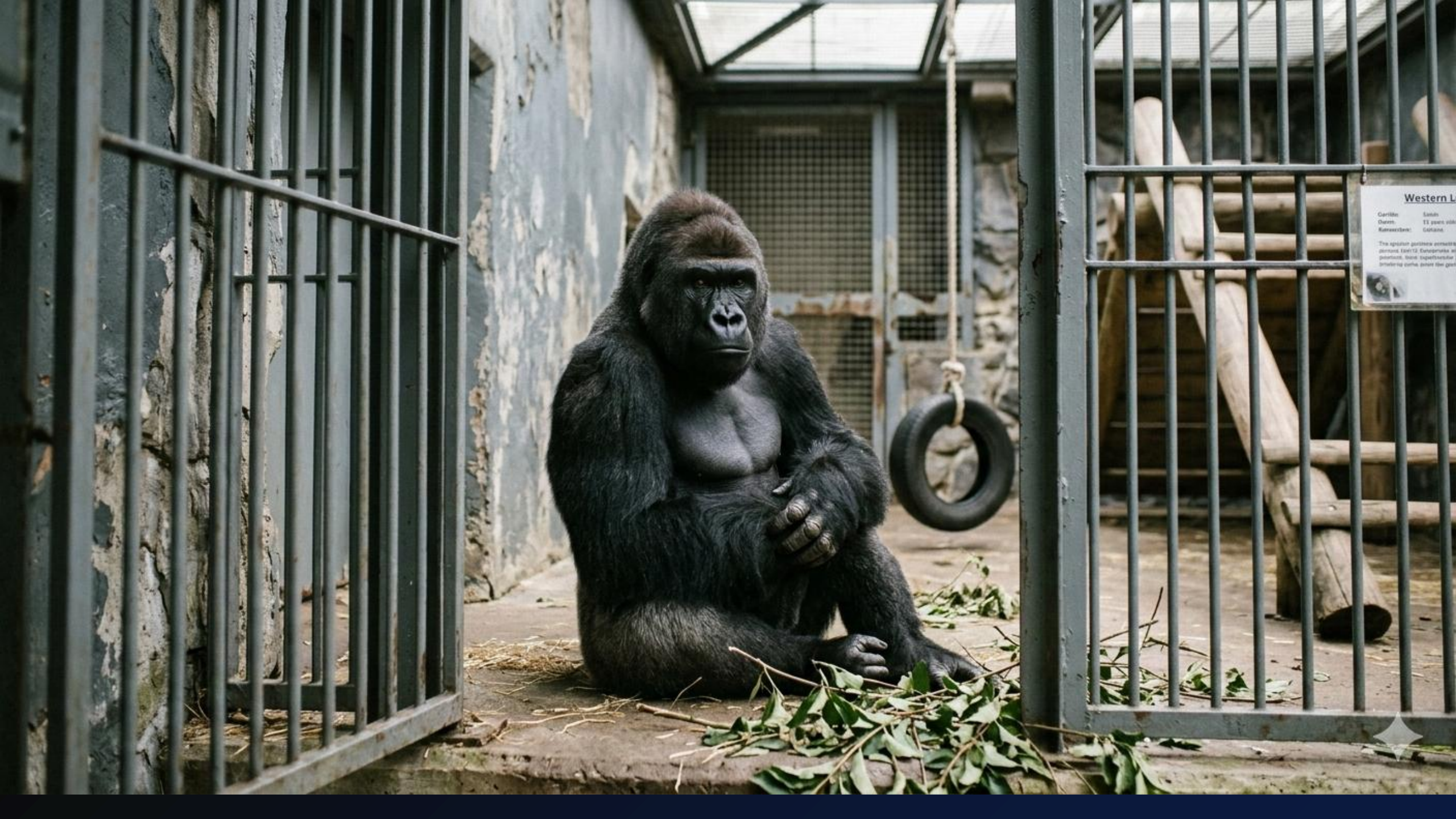
- Canela R\$ 2,50
- Flocos de milho R\$ 2,50
- Flocos artesanais R\$ 2,50

DOCES CASEIROS

- Doce de leite R\$ 1,50
- Doce de leite com amêndoas R\$ 1,50
- Doce de leite com chocolate R\$ 1,50
- Doce de leite com frutas R\$ 1,50

PADARIA
-do-
Roberto





Western L

Carillo:	Sabin
Durm:	11 pook viki
Karavetam:	Getano

The species gorilla consists of several subspecies. One of the most prominent is the western gorilla, which is the largest of the gorilla species.



PROCESSO



LUZ, CÂMERA, AÇÃO!


Escaneie o QR Code,
preencha o nosso NPS e
receba seu certificado!



DICAS

FINAIS





**A INTELIGÊNCIA MOLDA A
MANEIRA QUE VEMOS E NOS
RELACIONAMOS COM O MUNDO.**

**"A PRÁTICA TE TORNA
IMBATÍVEL"**



“Se não for capaz de executar as pequenas tarefas com excelência não dará conta das grandes”

BERNARDINHO

Disciplina é a ponte entre o plano e a realização







opinião

Maneira usada para julgar algo ou alguém; aquilo que se pensa em relação a um assunto ou pessoa; parecer, ponto de vista: não tenho opinião sobre (...)

Demonstração de um pensamento pessoal em relação a algo ou alguém; avaliação, julgamento.



**”AS PESSOAS ESQUECERÃO O QUE VOCÊ DISSE,
ESQUECERÃO O QUE VOCÊ FEZ, MAS NUNCA
ESQUECERÃO O QUE VOCÊ AS FEZ SENTIR”.**

MAYA ANGELOU



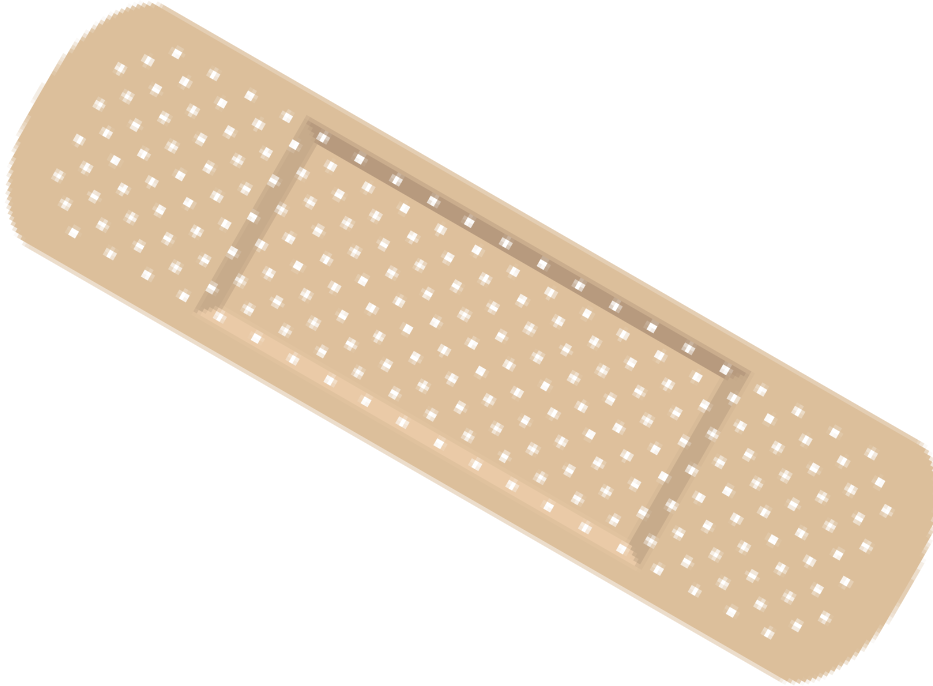


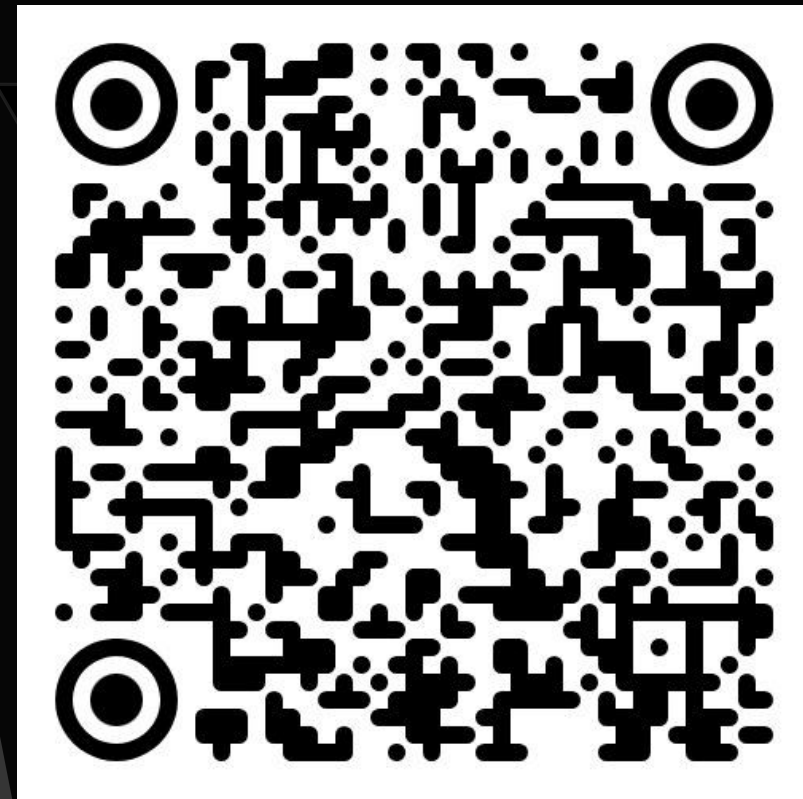
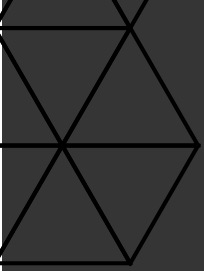
SER TÃO COMPETENTE QUE:

- **O CLIENTE BUSQUE PELA SUA EMPRESA;**
- **VALHA A PENA COMPRAR COM VOCÊ;**
- **PAGUE MAIS DO QUE PARA A CONCORRÊNCIA.**









www.malavota.com.br

@malavota





287.000 PRODUTORES

Cafeicultura brasileira é uma das mais exigentes do mundo em relação a questões sociais e ambientais.



As leis brasileiras estão entre as mais rigorosas entre os países produtores de café.

O parque cafeeiro está estimado em 2,22 milhões de hectares.

Representou 9,8% das exportações brasileiras.

Movimentando o montante de US\$ 600,74 milhões.

agricultura.gov.br

O Brasil é o maior produtor e exportador mundial de café.

A produção nacional chega a cerca de 43 milhões de **sacas** por ano, 1/3 do café consumido no mundo.



RESTAURANTE

Peixe c/ Molho 1,200
narão

Frango c/ Fritas 1,200

Assado c/ Fritas 1,100

Cavalo c/ Fritas 1,400

Rebolado c/ Fritas 1,200

Fígado c/ Fritas 1,100

Milanesa 1,250

Mineira 1,200

/ Fritas 1,200

Assada c/ Legumes 1,200

Filé c/ Fritas 1,600

Carcaça c/ Abobora 1,100

Carcaça c/ Ovo e Fritas 1,100

Salada: Arroz, Feijão e Macarrão

Trabalhamos em Domicílio
2286-3212



BAR REBOUÇAS

QUENTINHAS
BEBIDAS
PEÇA POR TEL.: 2286-3212
Horário: 8 h as 24 horas

PIZZA

ESPAÇO AO AR LIVRE
E O QUE NÃO FALTA.

RIO SEM RUMO

DEBIDAS
Resfeições para
Vip e Balcão

A PRÁTICA DA PROSTITUIÇÃO
SEXUAL DE CRIANÇAS E ADO-
LESCENTES É PROIBIDA POR
LEI FEDERAL Nº 4.046 DE 1962
E CONSTITUI CRIME DE
INOCUIDADE NAS MEDIDAS PEN-
AIS. O DENUNCIANTE NÃO
SERÁ DENUNCIADO.





Menu

Peixe c/ Molho	1200
Arroz	1100
Carne c/ Fritas	1400
Assado c/ Fritas	1200
Salgado c/ Fritas	1100
Bolado c/ Fritas	1250
Figado c/ Fritas	1200
Milanesa	1300
Mineira	1200
Fritas	1200
Assada c/ Legumes	1300
Carne c/ Fritas	1600
Salada c/ Abobora	1100
Arroz c/ Ovo e Fritas	1100

Pratos em Domicilio
2286-3212

BAR REBOUÇAS
QUEM TEM 40
BEBIDAS
PEÇA POR TEL:
2286-3212
Horário: 20h às 23h

PIZZA

ESPAÇO AO AR LIVRE
E O QUE NÃO FALTA

RIO SEM RUMO

VISA

Receitas para
Vinhos e Malhada







This store stands for this community.
Local contractors.
Local partners.
Local love.

Welcome
to Jamaica Queens

our partners
our community
our Starbucks

STARBUCKS
ONE TREE
FOR EVERY BAG
COMMITMENT

STARBUCKS®
PIKE PLACE ROAST
We love this blend for its harmonious flavors.
Simply a great, anytime coffee.

Whole Bean * \$11.95
K-cup Pods * \$11.95

STARBUCKS
ONE TREE
FOR EVERY
COMMITMENT

FRENCH ROAST

Our darkest roast is
for its light body, low
intense Smokiness.

Whole Bean * \$11.95lb
K-cup Pods * \$11.95lb

**COMO SER UMA DAS
MAIORES REDES DO MUNDO
VENDENDO CAFÉ?**



STARBUCKS

- O POSICIONAMENTO DE SEUS PRODUTOS;
- VOCÊ NÃO PEDE SOMENTE 1 XÍCARA DE CAFÉ;
- FATURAMENTO DE 16 BILHÕES DE DÓLARES;
- A SOLUÇÃO É EVITAR COMPARAÇÃO.





STARBUCKS



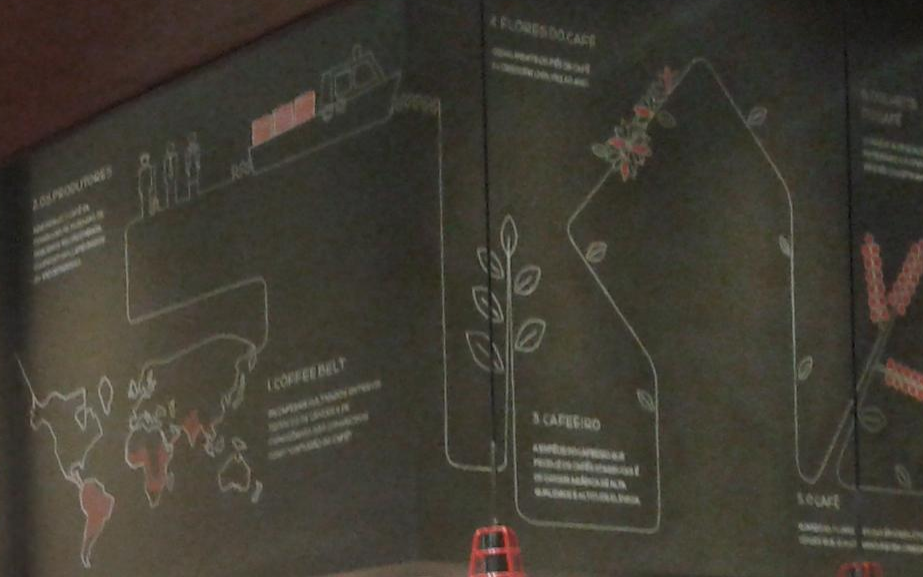
STARBUCKS
COFFEE

TSUTA

道頓堀



STARBUCK



AGREGANDO VALOR

