

Entrepreneurship Issue



Free Issue

- * Who do you Get Involved with in Business?
- * American Dream X Brazilian Attitude
- * Emotion Marketing and Communication

ART OF LIVING

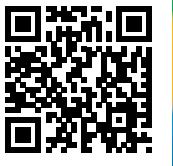
First Step to Success:
Mindset Makeover

CAREER

Overview of LinkedIn
as a Professional and
Business Tool



SPECIAL: 14 INSPIRING SUCCESS STORIES



azul

Hold the joy
that spreads
around the
world in your
own hands



Here at Contemporânea, we believe that great instruments can only be made through a combination of serious dedication, heightened sensibilities and outstanding talent. Backing up this belief is the fact that, for over 65 years, our percussion instruments have made their way to the hands of the greatest musicians in Brazil and abroad, bringing the infectious joy of our music and country to the world.



www.contemporaneamusical.com.br

USEND

O MAIS COMPLETO APLICATIVO DE REMESSAS PARA O BRASIL

 **REMESSAS DE DINHEIRO**

 **RECARGA DE CELULAR**

 **PAGAMENTO DE CONTAS
E BOLETOS**



ENVIE DINHEIRO AGORA

BAIXE O APLICATIVO



Previous Issue



This Issue



Next Issue



For Advertise and Article Marketing Opportunity Call (805)245-5615.
We offer different options using different platforms and tools.

Editor's Note

Most simply defined, an entrepreneur is a person who identifies a need and starts a business to fill that void. But this basic definition provides little insight into the specific character traits and attributes that make a person thrive as an entrepreneur.

It is the first time in more than sixteen years of the magazine story that we have brought an edition dedicated to entrepreneurship. In this issue, we have brought to life the stories of fourteen Brazilian-Lovers business owners and community leaders in different regions of southern California. With them and their stories we also bring inspiration and motivation to our readers.

So with this issue, we welcome new readers, the people interested in networking and building business relations. We hope you really enjoy this unique edition and that we can be helpful in your path of prosperity. I would like to reminder you that we have a sister website that focuses on fusion marketing and offers useful business tools - www.kisuccess.com.

For last, I would like to reminder that creating great business relationships and establishing trust tends to be the beginning of good and long term business.

Happy reading,
Lindenberg Junior



We produce web content daily!
Check web exclusives at

WWW.SOULBRASIL.COM

JOIN US ON SOCIAL MEDIAS



SOUL BRASIL
magazine

TO CONTACT US

By Phone/WhatsApp: 1(805)245-5615

By Email: info@soulbrasil.com

By Mail: 3201 Overland Ave #8131,
Los Angeles, CA 90034

ADVERTISING INFO / MEDIA KIT

www.soulbrasil.com/advertise-info

SOUL BRASIL TEAM / ISSUE CONTRIBUTORS

Editor in chief: Lindenberg Junior

Copy Editor(s): Ann Fain and Giovanni da Silva.

Writers: Lais Oliveira, Sandra Domingos and
Lindenberg Junior.

Translators: Amanda Peter and Cristiane Magalhães.

Photographer: Claudia Passos.

Videographer: Andrei Litinov.

Video Host(s): Amanda Pepper, Natalia Molero and
Mariana Alencar.

Art & Design: Rita Ropero.

Webmaster: Alexandre Loyola.

Administration Support: Magali da Silva.

Cover: Actress Mariana Alencar, photo by Rob Ryan.

OUR MISSION

Inform and educate our readers; build relations and networking with Brazilians, Brazilian culture lovers and the conscious living community; and also, give exposure to the products and services of our advertisers and partners.

DISTRIBUTION/CIRCULATION

We are in our route to complete 16 years on the road few months ahead and since our last issue of 2015 we stop to printing large quantities as we have done for the first 14 years.

We have moved in a new direction with focus in digital issue, through different formats and forms/ways.

We still print 500 magazines with each issue but our power of outreach with no doubt is through different and innovative platforms such as the flip issue with ISSUU, the eBook format in PDF and the Soul Brasil App for Android and IOS. We expect by the end of 2018, reach out over 50,000 readers with each issue, in U.S and also in Brazil.

SUPPORT US

Use your purchase power with our advertisers. They support us and you will help us supporting them!

Let them know you are a Soul Brasil reader or that you have seen their AD in our pages.

SOUL BRASIL MAGAZINE IS PUBLISHED BY KISUCCESS PUBLISHING

All rights reserved. Advanced written permission must be obtained from Soul Brasil magazine or Kisuccess Publishing for the contents. The opinions and recommendations expressed in articles are not necessarily those of the publisher. Copyright 2002-2018

Soul Brasil magazine/Kisuccess Publishing.

WE CAN HELP YOU



Search Engine Optimization

We will optimise your site so that it will be discovered by the search engines and drive new customers to your site.

FALAMOS PORTUGUÊS



Social Media Marketing

Your customers all use Facebook, Twitter and Google+. You should too. We will do it all for you and give your business credibility and attract new, targeted customers.

HABLAMOS ESPANOL



Video Optimization

The search engines love videos and so do your customers. It is one of the most effective ways to attract new clients..



Local Search Optimization

Get a distinct advantage over your competitors by being listed and found in all of the local maps in the search engines



Mobile Marketing

More people own a mobile phone than a toothbrush. We will make sure that your website is mobile phone ready and looks great when they find you online.



Visit our Website and
Check Out our Services and Products

www.kisuccess.com

7 Ways to Build Customer Relationships that Last

By Lindenberg Junior

The way a customer and client work together and communicate with you can build long-lasting, meaningful relationships that turn these clients into fans, and fans into clients. You can actually set out to build these relationships by using emotional marketing techniques (and as mentioned in other article).

1 SHOW THEM THAT YOU KNOW THEM

The more research you do into the needs and desires of your target audience, the more your audience will be able to tell that you're interested in them. When you show interest in them, it will make them interested in your business and you. When you discover something about your audience, let them know through your content and your actions.

2 TREAT THEM RIGHT

So many times business owners have sales and special events to get new clients. What about the clients you

already have? Keeping them is far more important than getting a new client, and less costly too. Do something special for your existing client base or fan base that shows them that you care about them. Give them a discount, or a special freebie, or something else that attaches them to you in a special way.

3 BE TRANSPARENT AND HONEST

One way to endear yourself to your audience is to always be transparent and honest. If you make a mistake, own up to it. If you change your views on something, it's okay to admit it. Doing so will endear you to your audience and make you appear so much more trustworthy to them.

4 PUT PEOPLE BEFORE NUMBERS

While you do things to help promote your business, it's important to keep your morals and remember that people are more important than numbers. If you put people first in your business, including yourself, you'll find that you naturally

improve your bottom line. The more people trust you, the more they will do business with you.

5 BE FUN WHEN APPROPRIATE

No one wants to feel as if they're communicating with a robot or someone who is not real. Be funny when it's appropriate so that you can show your humanity. Your humanness will shine through when you add some humor and fun to posts, emails, and even sales pages.

6 BE RESPONSIVE

Your customers expect to get an answer when they have a problem, and they expect it to be quickly. Provide many different ways for your audience to contact you. Explain to your audience at each method how long they can expect to wait for a response. Then follow up and do what you said you'd do.

7 ENGAGE WITH YOUR AUDIENCE

Find ways to engage with your audience. Ask for their advice or ideas when it comes to a new product or service you're going to launch. They can help name it, define what should be in it, and even how much you should charge for it. Your audience can also be your best source of word-of-mouth marketing.

For last, it's important to remember that when you've formed an attachment with the consumer, they will stick with you for years - through price increases, trials and tribulations, and more. You can't go wrong with building relationships. ■





CENTURY 21. Award

1021 W Bastanchury Rd, Suite 140, Fullerton, CA 92833

**HOME PRICES ARE RISING...
DON'T UNDERSELL YOUR HOME.
CHOOSING THE RIGHT REALTOR®
MAKES ALL THE DIFFERENCE.**



VLADIMIR BELLEMO

REALTOR®

714.932.5335

Vlad@Bellemo.com

www.Bellemo.com

DRE License #01200312 (since 1995)

"You'll be glad you chose Vlad!"



Phone / WhatsApp **(323)428-1963**

If Travel Is Your Passion... Brazil Is Your Destiny!

If Business Is Your Priority for Now... Brazil Should Be In Your Planning!



Special packages to Amazon, Rio, Salvador and Fernando de Noronha

Save \$ with your stay. Rent a Condo or House!

Personal Travel & Tour Services by Magali DaSilva.

20 years of Experience in the Travel Industry.

Português - Espanol - English

www.soulbrasil.com/travel



SONHO AMERICANO

Por que Muitas Pessoas Abandonam os Negócios nos Estados Unidos

É notável que tanto em períodos de crise econômica e recessão no Brasil ou mesmo em tempos de lucro fácil, a quantidade de pessoas procurando estender seus negócios ou estabelecer-se nos Estados Unidos aumenta a cada ano. E são vários tipos de pessoas buscando o mesmo sonho: do micro ao grande empresário, do visionário e detentor de ideias originais em busca de apoio e melhores possibilidades aos que anunciam nas redes sociais sua disponibilidade para qualquer tipo de serviço, ou mesmo, os que se acham em condições de vir implantar o mesmo modelo de negócio que possuem ou possuíram no Brasil.

Porém nada é tão simples quanto possa parecer em nossa ideia inicial. Sem estar preparado para enfrentar um mercado altamente competitivo e aberto, as opções de negócios não aparecem como no Brasil. Além disso, fatores como a inibição na hora de fazer marketing e vender sua ideia e a dificuldade em se comunicar através de uma nova língua limitam esses empreendedores a um pequeno nicho de mercado.

São inúmeras as razões que levam estas pessoas ao insucesso, no entanto é difícil estabelecer a ordem das razões que mais afetam a decisão de recuar e desistir. Não existe um ranking que mostre quais fatores causam a desistência do "sonho americano", porém isso pouco acrescenta – ou diminui, a pressão para a tristeza de ver que os planos não deram certo.

Aqui estão alguns fatores que influenciam na desistência de um alto número de pessoas que tentam fazer negócios nos Estados Unidos:



COMUNICAÇÃO ATRAVÉS DE UM NOVO IDIOMA

Boa parte dos brasileiros, até os que se dizem preparados após anos de estudos de inglês no Brasil, ainda tem vergonha e inibição quando saem de seu país de origem e enfrentam a realidade de uma nova língua e cultura. O medo de trocar palavras e a pouca comunicação para evitar erros de fonética se convertem em poucas oportunidades de fazer negócios em um mercado que entende a diversidade e respeita a etnia. Para superar isso, é importante estudar sempre e não ter medo de errar. O conselho aqui é antigo: estudar e praticar para se aperfeiçoar.

DESCONHECIMENTO DAS LEIS NORTE-AMERICANAS

É muito comum de se ouvir os brasileiros nos Estados Unidos falarem: "no Brasil é assim..." ou ainda, "em qualquer lugar do mundo é assim", porém não é. Os EUA têm leis muito claras e feitas para serem cumpridas de fato. Achando que as leis daqui podem ser interpretadas como se faz no Brasil é ter certeza que terá problemas sérios a enfrentar. Quando se trata de contrato, o brasileiro precisa ler, pois ele está acima de qualquer lei. O conselho é procurar cercar-se de profissionais quando for fechar negócios que envolvam contrato e saber, muito bem, se há leis que o protejam dos seus argumentos do que é certo ou errado.

FALTA DE UMA BOA PESQUISA DE MERCADO

Muitos brasileiros chegam com uma ideia já formada do que fazer e no que se "meter" quando chegar aos EUA. Sem orientação profissional e boa quantidade de opções para se estabelecer, tendem a ir direto no que sonham ser a forma ideal para ganhar o sustento na terra do Tio Sam achando, inocentemente, que tudo fluirá após esse único passo. Porém uma pesquisa, seja ela com a ajuda de um profissional ou no mínimo, pelo próprio interessado, pode "abrir os olhos" para não entrar em negócios ou empregos frustrantes.

Um conselho interessante é verificar negócios à venda naquilo que espera ser seu sustento. Por exemplo, se pensa em abrir ou comprar um determinado de negócio já montado, vá conhecer quatro ou cinco deles. Quanto aos que estão à

venda, verifique quais os motivos que levaram à venda. De quebra ainda conhecerá um pouco de seus concorrentes e aprenderá mais sobre o mercado (nicho ou indústria).

ACHAR UMA "PERDA DE TEMPO" ATUALIZAR-SE (CURSOS E ESCOLAS)

A autoconfiança muitas vezes pode ser um problema. Ao se achar "bem-sucedido" no Brasil, a pessoa não entende o quanto importante é se atualizar academicamente e voltar às carteiras escolares para um mestrado ou um curso complementar. Com isso acaba ficando no mercado sem ter nada de novo a oferecer, além da vontade de mudar para um lugar melhor e mais seguro. Dessa forma, muitos acabam se frustrando ou sem entender porque mesmo "com bagagem" o negócio não deu certo.

AGIR COMO SE AINDA ESTIVESSE NO SEU PAÍS DE ORIGEM (BRASIL)

Agir como se estivesse no seu país, quando se é facilmente entendido por seu aspecto empresarial ou empregatício, sem levar em conta a forma como as pessoas vivem e interagem culturalmente nos Estados Unidos frustra o imigrante, pois ele sempre "agiu assim e deu certo". É preciso se desapegar do passado e entender que ao atravessar a fronteira, uma nova cultura está te esperando e com ela

novos tipos de pessoas, visões, empregos. Não é por acaso que vemos casos de pessoas deportadas por irem presas por beberem álcool acima do permitido ou envolvendo-se em casos de "soliciting for prostitution" (quando uma policial disfarçada os convence a tirar dinheiro do bolso). Essas decisões frequentes e frustrantes levam esses recém-chegados a serem banidos do convívio social na América.

INSISTIR EM NEGÓCIOS NÃO LUCRATIVOS

A forma de analisar negócios como conhecemos no Brasil, em que o capital é o elemento mais importante para o sucesso de um empreendimento, esbarra na habilidade do negócio gerar resultados, no lugar de simplesmente capitalizá-lo e ter lucro. Há muito o que se falar sobre este tema, vai da frustração do brasileiro em não se satisfazer com um lucro de 10%, considerado alto para os moldes americanos, até o fato de esperar chegar à terra do Tio Sam e inventar um produto no qual ninguém "pensou antes". Mais uma vez: muita leitura, informação e pesquisa são fundamentais e de extrema importância para seu sucesso.

Outros fatores ainda poderiam ser citados, mas o mais importante ao pensar em mudar de país e/ou fazer negócios nos Estados Unidos é entender que é uma decisão difícil e que precisa ser avaliada de forma séria e profissional, e nunca por impulso. ■



First Step to Success: Mindset Makeover

Do you have read quotes reminding you to check in with your mindset? Anyway, mindset is the foundation for everything you choose to do and will be a key factor in determining your success. Generally speaking, there are two very different approaches to one's mentality and the results yielded from either one are usually going to be at opposite ends of the spectrum.

One way of approaching things is known as a "fixed mindset", and the other is referred to as a "growth mindset", and overwhelmingly, those with a growth mindset are often more successful in whatever venture in which they choose to participate.

Those with the "fixed mindset" frame of mind tend to feel that their skills, potential and abilities are pre-determined and are not able to be improved upon, whereas those with the latter mentality are open to the idea that there is always room for improvement if they are willing to work enough at it.

Those in the "fixed" category tend to feel powerless over any ability to manipulate their pre-ordained, possibly genetic skills and talents while those in the growth category are far more optimistic about who is calling the shots concerning their own aptitude and competence.

There are a few other significant differences in relation to these two attitudes toward the concept of mindset and how much control any given person has over their own lives.

The primary one being how a person views mistakes or obstacles and the attitude that they foster when the inevitable hindrances arise, for example, those with a fixed mindset are apt to become easily discouraged by impediments and are far more likely

to "throw in the towel" so to speak at the first setback, whereas those with a growth mindset are far more optimistic in their outlook and adopt more of an opportunistic approach to problems, meaning that they "make the best of it" and try to turn negativity into a chance to learn and hopefully grow from whatever hindrance they might encounter.

Given what is already understood about the two opposite approaches to mindset, clearly the fixed mindset does not leave much room for growth, learning or personal prosperity, while the growth mindset is the healthier, more positive option that is most likely to maximize an individual's success and subsequent overall happiness in life.

It is also important when discussing this particular topic to consider the ways in which our mindset can affect us other than in our ability to grow and prosper and be successful.

For one, there is the knowledge that our mindset can have a major impact on our health and physical well-being, in that a person who tends to consistently be discouraged or depressed is far more likely to have that morose mentality suppress

their immune system, which in turn means that those with a fixed mindset are more prone to illnesses and tend to take longer to recover from whatever ailment to which their defeated attitude has subjected them.

PEOPLE WITH A GROWTH MINDSET TEND TO BECOME SICK LESS OFTEN AND MOST CERTAINLY TEND TO BE HAPPIER AND HEALTHIER.

It is generally agreed upon among psychology and other professional experts on the subject that any person ultimately does have control over which mentality they choose to foster, meaning that simply because someone has been operating with the fixed mindset for any part or all of their lives, this in no way means that they can't choose to make the transition to far more positive growth mindset, no matter what phase of their life they are in.

That means that there is hopeful news for those who find themselves stuck in the pessimistic fixed mindset in that their fatalistic attitude toward their accomplishments and success need not be permanent and can always be improved upon. ■



CONSULAR SERVICES

- Emissão e Renovação de Passaporte;
- *Issue and Renewal of Passport;*
- Legalização de Documentos;
- *Document Legalization;*
- Vistos;
- *Visa;*
- Procurações;
- *Power of Attorney;*
- Qualquer outro Serviço Consular;
- *Any other Consulate Service.*

FINANCIERO

- Imposto de Renda (USA e Brazil);
- *Income Tax (USA and Brazil);*
 - Abertura de Empresa;
- *Opening a Business;*
 - Bookkeeping e Payroll.
- OUTROS SERVIÇOS**
- Traduções Certificadas;
- *Certified Translations;*
 - Transferência de Dinheiro para e do Brasil;
- *Money Transfer to and from Brazil;*
 - Homologação de Divórcio no Brasil;
- *Divorce Recording in Brazil;*
 - Reconhecimento de Firma;
- *Notary Public Services.*



RC Business Services

8484 Wilshire Blvd., Suite 430, Beverly Hills, CA 90211

Tel: (323) 651-2185 – Fax: (323) 651-2730

www.rcbusiness.net

AN ARTICLE ABOUT YOU OR YOUR BUSINESS...

Featured at



We Have the Media/Marketing
Experience & Expertise for Help you!

Kisuccess Media & Marketing
(805)245-5615

Silvio's
Brazilian Beach BBQ

Located on the World Famous
Hermosa Beach
Pier Promenade!

BBQ Sandwiches & Plates, Salads, Seafood,
Burgers, Craft Beer, and more!

Home of the World Famous
Carnaval Plate!

Take out and catering orders welcome!

Steps to the sand 310-376-6855 Ocean View
20 Pier Avenue Hermosa Beach, Ca 90254 www.silviosbbq.com

eis
Elassar Insurance Services

Os Espertos em Seguros de Carros!

Desde Apenas **\$1** por Dia

Sem Carteira ou com Acidentes ou Multas?

Entre em Contato. Nós Podemos ti Ajudar!

Carteira de Motorista Internacional

SR-22 Imediato

Oferecemos Seguros Para: Carros e também Motos,
Casas e Negócios. E em breve, Seguro de Vida.

Estamos Para Servir a Comunidade Brasileira

Ligue Para uma Cotação: **(310)237-1107**
10826 Venice Blvd. #108 A, Culver City, CA 90232

14 Nomes. 12 Brasileiros.

1 Boliviana. 1 Uruguai

Conheça a Trajetória de Doze Donos de Negócios, um Diretor de Projetos de Dublagem e um Apaixonado Pelos Serviços Públicos e o Voluntariado.

Por Lindenbergs Junior

Nos Estados Unidos, centenas de milhares de pessoas comuns deixam do lado à comodidade de ser um empregado e se aventuram em uma responsabilidade muito maior por construir seu próprio futuro aqui e agora. Por outro lado, existem aqueles que com muita determinação alcançam melhores posições em seus empregos e chegam a chefias e gerências. Todos eles são desbravadores que com trabalho, planejamento, foco e ação, conseguem se destacar e melhorar seus ganhos ou salários.

Entre eles estão alguns brasileiros e amantes da cultura do Brasil que chegaram anos atrás na Califórnia e depois de alguns anos de convivência com a cultura e os costumes americanos, resolveram sair adiante. Resolvemos contar um pouco sobre doze brasileiros, um uruguai e uma boliviana. São doze donos de negócios, um diretor de projetos em um estúdio de dublagem, e um apaixonado pelos serviços públicos

e voluntário que paga as contas trabalhando na indústria do cinema.

Estas são pessoas que estão fazendo a coisa certa, porque a coisa certa é o que é certo. Ao ler este especial, você constata um pouco de paixão misturado com uma dose de coragem e temperado com uma pitada de motivação. São histórias de sucesso e conselhos de catorze pessoas que já superaram algumas barreiras e pedras no caminho e hoje em dia tentam tornar a vida um pouco mais doce para eles e os que os rodeiam.

E você tem a chance de fazer o mesmo. Se você deseja iniciar seu próprio negócio ou investir em um sonho ou ter um reconhecimento profissional ou mesmo, ser um líder comunitário, sinta-se livre para se inspirar. Visualize esperança diante de todas as probabilidades. Trata-se de construir seu próprio sonho americano.

>>>



Sebastian Zancanaro

"Dar uma voz para todas as línguas", essa é a missão do Voxx Studios, um estúdio de produção e pós-produção audiovisual para cinema e TV localizado no coração de Los Angeles. Trabalhando com dublagem em diversos idiomas, traduções, adaptações, legendas, edição de som e outros serviços criativos, a empresa cresce anualmente graças a uma equipe experiente e culturalmente diversificada.

E fazendo parte desse time de profissionais estão vários brasileiros. Mas destacamos aqui o paranaense Sebastian Zancanaro, produtor e diretor de projetos. Ele é escritor, ator, dublador, ator e diretor e chegou aos Estados Unidos em 1996, onde morou em Nova York por alguns anos antes de se mudar para a Califórnia. Ele se formou em "Acting" pelo American Academy of Dramatic Arts (NY) e também tem formação em Creative Writing e Screenwriting pela UCLA (Califórnia).

Construir uma carreira longe de casa não é fácil e estando em Los Angeles, uma das capitais mundiais do entretenimento e meca do cinema, essa tarefa pode se tornar árdua. Mas o sangue de brasileiro sempre ensinou Sebastian a não desistir e batalhar por cada conquista. Antes de focar em sua área e ter uma posição importante na Voxx Studios, ele trabalhou em bares, restaurantes, cafés, academia (foi personal trainer), e foi também tradutor freelancer.

Durante essa época ele trabalhava exaustivamente, pois paralelamente, se dedicava à profissão de escritor, sua segunda formação, e ainda atuava. Com muita determinação os bons resultados foram aparecendo e ele chegou a conseguir papel em 20 longas metragens. Após ter participado do premiado filme "The Wolf of Wall Street" (O Lobo de Wall Street), Sebastian foi convidado para fazer um teste para uma novela em um estúdio novo que estava sendo criado em Los Angeles.

Era o Voxx Studios, hoje em dia uma das maiores referencias de dublagem em Hollywood. Aprovado no teste, a surpresa veio em seguida quando ele foi convidado para ser, também, diretor do projeto. Seguiram vários outros projetos e a felicidade de ver com orgulho o sucesso que a empresa tem alcançado. Para se ter uma ideia, a Voxx Studios criou o dub em inglês para o filme brasileiro "Nada a Perder", que foi lançado nos cinemas americanos em maio(2018).

Para os brasileiros que querem trabalhar na área de atuação e principalmente dublagem Sebastian diz que é necessário dedicação e continua educação para competir no mercado. Uma dica essencial vai ao que diz respeito a um costume brasileiro bastante conhecido – o de sempre se atrasar nos compromissos. "Por aqui é preciso respeitar a cultura local e aprender a ser mais profissional para não perder oportunidades e consequentemente, trabalhos. Brasileiros estão sempre atrasados. Fizemos testes com quatro atores para uma novela que já estamos gravando e dos quatro que tinham hora marcada para a audição, três chegaram 15 minutos atrasados" nos diz o diretor.

Segundo ele, esse detalhe pode estressar a produção que está sempre correndo contra o tempo, e também pode limitar o tempo o ator e/ou dublador. "Fazer as coisas correndo, na pressa, é o princípio de um trabalho com resultado de baixa qualidade", revela Sebastian. No currículo dele estão vários projetos entre curtas e longas, produções e roteiros e até um livro (em andamento). Apenas em 2017, ele trabalhou em cinco filmes e alguns estão em circuitos de festivais de cinema de 2018.

Para superar as barreiras de um caminho que pode ser tortuoso longe de casa, ele afirma que resiliência é a palavra chave para o sucesso. "Focar nos objetivos e sempre lembrar que os sonhos, não importa a hora, o dia ou o tempo, são os únicos que devem estar vivos. Alinhar-se consigo mesmo, aceitar e nutrir aquela voz interior que nos guia, nunca se importar com que os outros pensam, investir em amizades especiais, network com profissionais do mercado e apoiar aqueles que também estão nessa jornada louca e misteriosa chamada vida". ■



Voltaire Menezes

Um ex-jogador profissional de futebol que trocou a bola e os campeonatos no Brasil por construir uma nova vida nos Estados Unidos. Nascido em Santa Cruz do Sul, Rio Grande do Sul, Voltaire chegou aos Estados Unidos em 1986. Muitos anos se passaram e ele hoje é o presidente da SafetyPark, uma das maiores empresas de administração, atendimento e monitoramento de estacionamentos de Los Angeles.

Profissionalmente Voltaire jogou no Novo Hamburgo e no Internacional - time da primeira divisão no Brasil, mas devido a constantes lesões decorrentes do esporte, ele desistiu da profissão e decidiu se mudar para os EUA em busca de novas oportunidades.

O ex-jogador se radicou em Los Angeles e por aqui trabalhou como entregador de pizza e guia turístico, mas sua trajetória de sucesso foi no ramo de administração de estacionamentos e serviço de manobristas (Valet Parking). Seu início foi em 1988 como Valet Parking no restaurante Gladstone, em Malibu, e ali ele trabalhou um ano ganhando experiência.

Surgiu, então, a oportunidade de trabalhar na companhia Royal Allied Parking onde começou como Valet, depois chegou a supervisor, até chegar a Vice-Presidente Operacional. Nessa empresa, Voltaire trabalhou por 15 anos e construiu uma grande bagagem operacional do negócio de manobristas, bem como na administração desse tipo de negócio.

Em 2004, já se sentia seguro no ramo e decidiu abrir o seu próprio negócio fundando, assim, a Safety Park, uma empresa nos mesmos moldes da Royal Allied Parking. Seu primeiro grande cliente foi a loja Sears, de Santa Monica, com o serviço de atendimento no estacionamento. Depois o serviço se ampliou para Valet, com clientes como os restaurantes "The Lobster" e o "Ivy at the Shore", ambos em Santa Monica.

Com o negócio crescendo, chegou a hora de ampliar o atendimento para estacionamentos públicos, como o Self-Parking de Venice Beach e outros. Veio a oportunidade de trabalhar em sociedade com a empresa LAZ que tem a conta do Bank of America a nível nacional, e isso graças ao certificado de "Minority for Business" que sua empresa conseguiu e que garante uma porcentagem de 10% para empresas que qualificam. Hoje em dia vários estacionamentos do banco na zona de L.A é administrado pela sua empresa.

A novidade é que, mais recentemente, Voltaire ampliou os serviços da empresa e passou a oferecer Valets para festas privadas e organizações corporativas. Já consolidada no mercado, a SafetyPark - www.safetyparkvalet.com atualmente emprega mais de 200 pessoas, entre norte-americanos, latinos e, em sua maioria, brasileiros bem preparados que representam muito bem a missão da empresa que é elevar o serviço de manobrista a um nível de excelência que o mercado ainda não viu.

Aperfeiçoamento e renovação para se alinhar às novidades do negócio e atender com primor seus clientes estão sempre presentes na realidade do empresário brasileiro visionário. O sucesso da empresa é tão grande que ela se tornou referência na comunidade brasileira do Sul da Califórnia, principalmente pela

maneira humanizada e generosa de tratar sua equipe de trabalho, bem como seus clientes.

"Nossa empresa sempre está aberta para acomodar brasileiros. Muitos deles conhecem a SafetyPark ainda no Brasil porque um ou outro já comentou sobre nós, dessa forma procuramos ajudar e orientar muitos deles. Já houve vezes que brasileiros vieram para Los Angeles sem lugar para ficar e do aeroporto vieram direto para nosso escritório ainda com as malas nas mãos", revelou Voltaire.

É com muito orgulho e alegria que este ex-jogador de futebol que trabalhou e suou muito para estar aqui, hoje também muda a vida de várias pessoas dando empregos e uma oportunidade de construir um lar em Los Angeles. "É muito gratificante ver o reconhecimento de pessoas dizendo que nós estendemos as mãos para eles. Tem muito brasileiro que até já se estabeleceram com outro trabalho, mas começaram trabalhando para a gente. Isso me orgulha".

Para ser empreendedor, especialmente fora de seu país de origem, é preciso força, coragem para batalhar e reconhecer o momento certo de investir. "Os que querem vencer não esperam, mas sim fazem acontecer", revela Voltaire a sua possível fórmula de sucesso. ■





Patrícia Leão

Essa boliviana de coração brasileiro pisou na Califórnia pela primeira vez quando tinha apenas 9 anos. Após 4 anos se educando e morando com o pai, também boliviano (separado da mãe) ela voltou para seu país de origem e para perto da mãe. Mas parecia que seu destino estava traçado e que tanto a Califórnia como o Brasil marcaria a sua vida. De volta a La Paz e com o inglês fluente, ela ajudou a mãe, que na época tinha uma loja de artesanato, a vender os produtos para os estrangeiros.

Alguns anos depois ela se mudou com a mãe para a Alemanha, mas aos 23 anos retornou para a Califórnia e não saiu mais daqui. Hoje conhecida como a "Patrícia do Brazilian Nites" e tendo o reconhecimento nos EUA e no Brasil, como um nome forte no que se refere à produção de eventos brasileiros na Califórnia, ela se diz brasileira de coração. Mas sua história de relacionamento com a cultura brasileira começou particularmente no ano de 1984 e poucos meses de seu retorno a L.A.

Ela foi estudar Economia na UCLA e foi durante essa época que, andando pelo campus entre uma aula e outra, se deparou com um flyer que dizia "Learning Samba!". O interesse foi instantâneo e sua relação com a cultura do Brasil começou ali. Durante as aulas, Patrícia conheceu Luci, instrutora de Samba, Lazaro diretor do Embrassa Samba, e também Floriano Regis, que trabalhava no setor cultural do Consulado Geral de Los Angeles na época, e foi cofundador do programa "Brazilian Hour".

Sua paixão pelo samba fluui naturalmente assim também como sua dedicação em melhorar sua cadencia e samba no pé! O Floriano notou seu enorme interesse pela cultura brasileira e a Luci viu que a boliviana levava jeito e tinha o "swing verde e amarelo" no corpo. Patrícia logo começou a fazer parte daquele time e a dançar em diversos eventos.

O ano era 1989 e no Brasil acontecia à febre da Lambada. Foi justamente nessa época que Patrícia começava a dar seus primeiros passos como promotora de festas. Durante quatro anos, entre 1989 e 1993 ela promovia e agitava uma noite brasileira no outrora Club Mônaco no Valley. Durante esse auge da lambada ela também fez parte de um filme sobre o tema e dançou no palco de um dos Grammy.

Por coincidência, em 1990, conheceu seu, então, segundo marido, um brasileiro do Rio. Definitivamente, seu amor pela cultura brasileira e o Brasil estava consolidado. Em 1992 nascia oficialmente a "**Brazilian Nites Production**" - www.braziliannites.com. Em 1994 ela deu início ao "Annual Brazilian Summer Festival", no Ford Amphitheater em Hollywood, e em associação com o Los Angeles Arts Commission.

Em 1997, Patty Leão deu um novo passo e passou a produzir shows de celebridades do Brasil, em Los Angeles. Veio o show do Caetano Veloso no teatro

Pantages em Hollywood e depois outros nomes consolidados no cenário da música brasileira como Olodum, Fundo de Quintal, Daniela Mercury. Em 2001 foi à vez de iniciar o "Los Angeles Annual Brazilian Carnaval", na época, substituindo uma produtora portuguesa que desistiu de dar continuidade ao evento anual depois de alguns anos de sucesso, em consequência da desilusão de perder uma filha em um trágico acidente aéreo. O Brazilian Nites atualmente é uma referência de Brazilian Events nos EUA.

Para quem busca trabalhar bem e proporcionar alegria às pessoas, nenhuma barreira é intransponível e os obstáculos são o combustível que fazem valer à pena. Trabalho feito com seriedade, amor e transparência rendem bons frutos e produtora acredita nisso. "Acho que boa parte do que consegui na trajetória do Brazilian Nites foi devido ao fato de sempre ter em mente a arte de fazer negócios com o máximo de transparência, o que te dá credibilidade. Por outro lado, amor pelo que você faz é essencial. Se você faz com amor tudo fica mais fácil", afirmou Patrícia. ■



Fernando Fayzano

De office boy a CEO de uma das maiores empresas de transferência de dinheiro entre Brasil e Estados Unidos. A história do empresário Fernando Fayzano é uma daquelas que provam que com perseverança, foco e dedicação é possível alcançar um sonho.

Trabalhando desde os 16 anos, a palavra "não" está fora do dicionário de Fernando. Sua primeira experiência profissional foi como office boy, trabalho muito comum no Brasil entre jovens de diversas idades. Mas em um ano ele foi promovido para o setor de programação que seria decisivo para, mais tarde, fundar uma empresa de sucesso nos EUA – a Pontual Money Transfer.

Ainda muito jovem e no Brasil, o office boy que passou a trabalhar na mesma empresa com programador, começou a se interessar por mercado de câmbio e investimentos. Notando a necessidade dos diretores em comprar dólares devido a suas constantes viagens internacionais, o visionário Fernando passou a fazer uma renda extra comprando dólar no atacado e vendendo a esses diretores (ação permitida nesta época, no final dos anos 80). Com isso, adquiriu experiência e tomou gostinho em fazer negócios.

Em 1990 chegou a Califórnia e, como muitos brasileiros, trabalhou em vários empregos para se sustentar, entre elas, entregador de pizza, segurança de nightclub e bartender. Depois de dois anos foi viajar pela Oceania para surfar algumas das melhores ondas do mundo em Bali, Fiji, Nova Zelândia e Austrália e também aprimorar o inglês. Durante essa época conheceu alguns brasileiros que já moravam no Sul da Califórnia que o inspirou, e mais tarde se tornaram grandes amigos.

Depois da aventura na Oceania, Fernando voltou ao Brasil, mas não por muito tempo. Apenas dois meses depois, ele seguiu sua intuição e voltou para a Califórnia. "Nesses dois meses eu senti que o Brasil já não era o meu lugar, e que eu deveria voltar para Los Angeles" nos diz Fernando.

Em 1993, ele desembarcou de novo em L.A. Inicialmente, Fernando conheceu Rickson Gracie, filho da lenda do Jiu Jitsu Helio Gracie, e passou a trabalhar e viver do esporte sendo professor. Com o apoio de Rickson trabalhou em outras áreas fazendo de tudo um pouco, já que toda experiência engrandece e funciona como ponte para trilhar novos caminhos. Foram mais de 10 anos até que em 2004, após frequentes lesões decorrentes do Jiu Jitsu, o paulistano sentiu a necessidade de explorar outras áreas para fazer renda e ver o que o futuro lhe reservava.

Foi então que abriu um pequeno negócio de importação e exportação de produtos em geral, mas principalmente mercadorias relacionadas ao Jiu Jitsu. Precisando negociar a compra e venda de dólares no ramo de importação e exportação, surgiu à ideia de criar sua própria empresa de transferência para agilizar o comércio. Em 2005 nascia a Pontual Money Transfer, uma das maiores empresas brasileiras no ramo de remessa de dólares para o Brasil e outros países operando nos EUA – www.pontualmt.com

Mas com a demora na liberação da licença, o que aconteceu apenas em 2007, o empresário precisa se mover para pagar as contas e foi quando surgiu a oportunidade de abrir uma empresa de gerenciamento de imóveis, junto com amigos, chegando a ter 35 propriedades, até chegar à crise imobiliária de 2008 nos Estados Unidos. Mas a sorte de Fernando o acompanhava. A licença saiu na hora certa e a história da Pontual Money Transfer começava com a mentalidade de excelência em atendimento, transparência e segurança.

"Trabalho, otimismo, paixão pelo

que você faz e perseverança são componentes essenciais para o sucesso de qualquer negócio. Acredito que tudo na vida parte do princípio de que tudo é possível, não importa seu status social. Também acredito que você pode se arriscar e atirar além do alcance", revelou o empresário.

Após tantos anos passando pelos mais diversos trabalhos e construindo alicerces sólidos, Fernando revela para aqueles que querem abrir um negócio nos Estados Unidos que algo vantajoso pode ser o fato de o próprio sistema oferecer boas oportunidades como boas escolas e cursos profissionalizantes gratuitos para aprender ou se aperfeiçoar e seguir adiante com seus sonhos.

O empresário pretende manter-se em Los Angeles junto com sua esposa Ellen e suas três crianças, cuidando da saúde, aprendendo e trabalhando com a intenção de construir e inovar de forma que traga benefícios para sua empresa e seus clientes. Por fim, salienta que sua empresa valoriza a cultura de origem e aproxima os clientes com afinidade e entendendo seus anseios. ■





Vladimir Bellemo

Esse corretor de imóveis, que atualmente vive em Orange County, Califórnia, tem quase 25 anos de experiência no ramo e um histórico comprovado em impactar diretamente o sucesso financeiro de seus clientes e impulsionar transações tranquilas, aplicando talento refinado de administração, negociação e vendas. Ele chegou em Los Angeles no começo de 1991 e conseguiu quase que de imediato três trabalhos simultâneos: garçom, valet parking em festas privadas e "medical records carrier". Terminou ficando com o último, o que se estendeu por dois anos e meio, até surgir a oportunidade de trabalhar para o Good Samaritan Hospital, em downtown L.A, após a experiência adquirida com arquivos médicos.

Veio o terremoto de 1994 em L.A e, com ele, um tremendo susto que fez o corretor desistir da "cidade dos anjos" e se mudar para Phoenix (AZ). Mas seu destino

era mesmo o Sul da Califórnia. Na estrada, seu carro apresentou problemas. E ao conversar com um amigo pelo telefone, na época já um corretor de imóveis, foi convencido a retornar para L.A, trabalhar na reforma de uma propriedade dele e morar provisoriamente no local. Esse imprevisto deu início ao interesse de pintar e reparar propriedades. Meses depois, em setembro de 1995, Vladimir já estava concluindo um curso para ser também um corretor de imóveis. Em dezembro do mesmo ano, lá estava ele vendendo seu primeiro imóvel.

Honestidade e integridade aliadas à determinação e à dedicação são filosofias com as quais ele trabalha e se esforça em todos os aspectos de sua vida. "Aplicar esses princípios ao negócio me permitiu criar credibilidade", revelou Vladimir. Pertencer à Califórnia assim como à Associação Nacional de Corretores de Imóveis (National Association of Realtors), ser especialista em foreclosure

e short Sales, e sua larga experiência com a CENTURY 21 Award deu a Vladimir um alto nível de confiança, liderança e profissionalismo. www.bellemo.com ■



Renato Ackermann

Apixonado pelos serviços públicos, mais precisamente na área de segurança, prevenção e saúde, esse paulistano teve a oportunidade de vir para Los Angeles em três ocasiões distintas para estudar no UCLA (1986, 1994 e 1998 - Extension). Nessas temporadas em L.A, ele teve contato e boas experiências no Museum of Tolerance e, em 2007, co-fundou no Brasil, o Instituto Tolerância-Brasil em São Paulo, órgão sem fins lucrativos inspirado nos trabalhos do Museum of Tolerance.

Em 2009, o Museum of Tolerance fez um convite para Renato integrar o corpo docente voluntário da instituição. A proposta soava muito interessante já que ele sabia que podia ampliar seus conhecimentos junto a um órgão público americano e voltar a viver na Califórnia. Desde então, Renato vem somando conhecimentos dentro da área de segurança,

prevenção em casos de desastres naturais e saúde junto a diversos órgãos públicos americanos. Entre esses estão o L.A Fire Department CERT, o Santa Monica Disaster Communications Service, o L.A Police Department/West Bureau, o FBI e o California Emergency Medical Services Authority.

O mais importante para Renato sempre foi devolver para a sociedade e para o país que emigrou o conhecimento adquirido na sua jornada e ajudar pessoas. Graças à sua dedicação, ele criou um importante departamento que auxilia diversos brasileiros no que diz respeito a desastres naturais - o CERT BRAZIL (Community Emergency Response Team) em L.A. Esse projeto tem como principal objetivo a capacitação e preparação de imigrantes brasileiros para catástrofes naturais (como terremotos) e emergências causadas pelo homem como, atos terroristas e ataques de atiradores.

Com o crescimento no interesse da segurança e preparação para emergências na Califórnia, o grupo do CERT BRAZIL cresceu e conta hoje com mais de 700 membros. Quando emergências acontecem, membros do CERT podem dar apoio crítico a socorristas e fornecer assistência imediata às vítimas. Os seus integrantes também podem ajudar com projetos não-emergenciais que ajudam a melhorar a segurança da comunidade.



Boosting your Business Implementing Habits that will Forcing you to Follow Routines

"Achieve success in any area of life by identifying the optimum strategies and repeating them until they become habits."

~ Charles J. Givens

The most successful business owners have specific routines and habits they follow daily. Do you? Many of them have a morning routine to start each day. It lets them think about their goals, what they want to accomplish, and focus on the things that are most important.

If you are in business, there is no way other than to learn how to sell your service or product and a few more tasks. And the best initial move to achieve with your goal to become successful is learning to implement good habits and routines used by top entrepreneurs.

Routines are activities or procedures that are performed at regular intervals or specific times. A habit is a behavior pattern acquired by frequent repetition. So, by having a routine filled with good habits, you can boost productivity and

consequently, your sales and revenue.

You may have already implemented the habit of some type of time management process into your day to keep from wasting time. That's great. But what other ways can habits help you be successful?

Habits help you be successful by forcing you to follow routines. They set you up to follow through on your goals. They give you the discipline to take action and complete tasks and to focus. They create a pattern of consistency.

But how do you get these good habits? And how do we know which habits matter the most? Good habits allow you to reach your goal. If for example, your goal is to lose 20 pounds, and you develop the habit of exercising 30 minutes a day, it's likely you'll not only reach your goal but exceed

it because you've developed a habit you will continue doing.

A good habit is developed for life. Once you start a habit and consciously do it daily, it becomes ingrained in you for life. It's easier to form a habit than it is to accomplish a goal. Habits are repetitive behaviors we do daily while a goal is something that we have to work toward. Forming good small habits is recommended before trying to create complex habits.

Good habits for the big picture! Motivation is good to have when it comes to success. But it's not what will make you successful. Having good habits will. When your days are filled with habits that help you on your journey towards the big picture goal, you'll eventually find success. ■



GETTING MORE SALES WITHOUT SELLING YOUR SOUL!

We all need more sales and know we have to market our services or products, but we run into a few problems:

- * There doesn't seem to be enough time
- * We're not sure our marketing activities are very effective
- * It causes us stress for all the reasons above

**WE HAVE PUT TOGETHER A GREAT
4 PART E-COURSE THAT SHOWS
HOW TO**

Boost Your Marketing without
Boosting Your Stress



INCLUDING...

Printable 4 **Checklists** with a summary of what steps to take based on each of the instructional guides as well 4 **Worksheet** to help you stay on track while you work on growing your business.

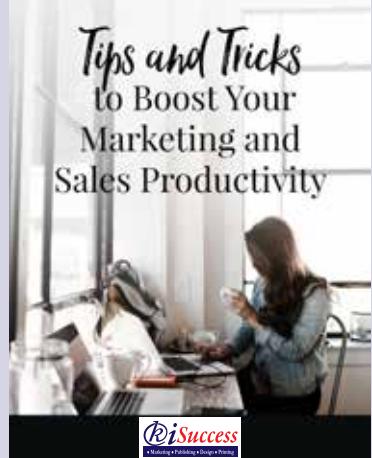
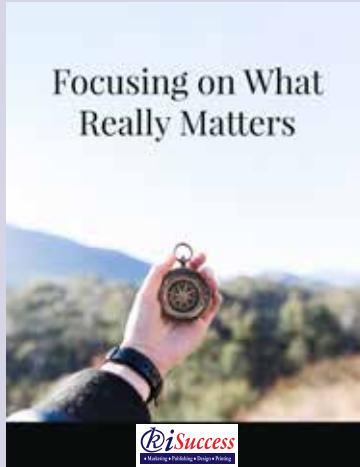
1



2



3



4

>>>

GET IT HERE: www.kisuccess.com



Aryadne Woodbridge

Ao se casar com um norte-americano em 2007, no Rio de Janeiro, depois de ter namorado por 4 anos “à longa distância”, mas incluindo uma temporada de um ano em Los Angeles, a jornalista e fotógrafa Aryadne se estabeleceu de vez na Califórnia a partir de 2009. Depois do casamento ela teve que esperar um ano no Rio enquanto trabalhava em um bom emprego no setor de comunicação.

Sua nova vida de casada nos Estados Unidos começou em 2009 e ela deixou emprego, família e amigos para trás. Era a hora de conhecer e vivenciar uma nova cultura e tudo que essa experiência poderia trazer inclusive um novo idioma. E foi durante esse período que, por acaso, ela descobriu a fotografia. Seu amor pela arte de fotografar começou num momento especial em que se adaptava a sua nova realidade.

“Insegura com o idioma, eu dediquei boa parte do meu tempo capturando momentos: familiares, paisagens, viagens, pessoas. Percebi que tinha talento e muita vontade de trabalhar. E assim dei meus primeiros passos na fotografia de família”, revelou a nativa de Porto Velho, Rondônia, mas que aos quatro anos se mudou para o Rio.

Com o sucesso que suas fotos começaram a fazer, os amigos passaram a procurá-la para pedir ajuda com fotos bem produzidas para registrar momentos inesquecíveis de seus filhos e álbuns de família. Mas em 2012 Aryadne engravidou e precisou dar uma pausa no trabalho para se dedicar à maternidade. Foram três anos de dedicação à criação e educação da filha. Sobrava pouco tempo, mas ela se educava e aprimorava seu aprendizado na área da fotografia e da comunicação visual.

Em 2015, e com a filha já com três anos indo para a escolinha, ela começou a prestar mais atenção nos sinais que a vida lhe proporcionava. Nessa

época surgiu a oportunidade de participar do evento “Desafios da Mulher Imigrante”, um encontro promovido pelo Consulado Brasileiro de Los Angeles. “Eu fiquei impressionada com aquilo que estava acontecendo, pois eu mesma me sentia uma imigrante com desafios e barreiras que tinha que ultrapassar. O networking do evento me deu a oportunidade de conhecer novas pessoas e consequentemente uma porta para o voluntariado”, revelou Aryadne.

Ela se refere ao Conselho de Cidadãos, que serve de apoio aos Consulados Gerais do Brasil ao redor do mundo, idealizado pelo Itamaraty anos atrás. “O Conselho se tornou minha maior escola: passei a me engajar com pessoas interessantes e estava diante uma proposta de ajudar nossa comunidade. Foi também uma oportunidade de colocar em prática minhas qualidades como profissional e ativista”. Não demorou muito para Ary ser indicada para a presidência do Conselho de Cidadãos. “A partir daí, no final de 2016, meu maior objetivo passou a ser o de ajudar brasileiros a ultrapassar etapas de adequação com a imigração, promover um movimento de união e mudança de atitude”.

As coisas foram acontecendo naturalmente e, em um dado momento, a jornalista e fotógrafa passou

a fazer fotos comerciais e descobrir uma nova possibilidade dentro do setor de comunicação e marketing – a área criativa, na qual o “branding” da imagem como profissional é de extrema importância.

Seu próximo passo foi perceber a necessidade de networking em um local mais conveniente e centralizado. Foi quando, em 2017, teve a ideia de criar o Orange County Brazil Business Club para promover eventos de network para a comunidade de O.C. Em setembro de 2018 serão 20 encontros em 20 meses. ou seja, encontros mensais onde o idioma oficial é o inglês e em formatos diferenciados que podem ser entre 20 até 80 pessoas.

Após quase uma década vivendo longe do Brasil, conhecendo e criando laços nos EUA, ela revela que é preciso ter disciplina para ser bem-sucedido. “Nos EUA eu aprendi que nossos valores fundamentam nossa imagem. Não adianta ser um profissional altamente qualificado não tendo valores como excelência, determinação e transparência”, afirmou Aryadne. Atualmente, ela faz parte dos grupos O.C Brazil Business Club, Conselho de Cidadãos do Sul da Califórnia e da Brazil-California Chamber of Commerce. www.collaborebrands.com ■





Lucia Leonel

Uma das mais antigas brasileiras que ainda se encontra na ativa e trabalhando é essa carismática agente de viagens carioca. Com mais de 30 anos de experiência no setor, ela é um bom exemplo de profissional dedicada ao trabalho e que ama o que faz. Seu amor por viagens e por um continente tão cheio de tesouros escondidos como a América do Sul a fizeram usufruir de todo conhecimento que adquiriu para criar a South Winds Travel & Tour em Los Angeles.

Lucia chegou no início dos anos 60 na Califórnia apenas à visita, mas acabou ficando de vez para morar, mesmo tendo ido ao Brasil inúmeras vezes, seja a trabalho, na área de turismo, ou para visitar os familiares. Na região de Los Angeles ela trabalhou no departamento de vendas do Hollywood Roosevelt Hotel e para o Bramer Tours, onde organizava

passeios para brasileiros, argentinos e outros sul-americanos que visitavam a Califórnia.

O amor pela área das relações públicas e o turismo sempre a motivaram a se aprimorar no ramo e após anos de experiência, ela foi convidada para gerenciar uma das grandes operadoras de turismo EUA/Brasil em Los Angeles, a South American Vacations/ Brazilian American Travel Center. Com toda carga de conhecimento adquirida em várias empresas do ramo, ela se sentia preparada para iniciar seu próprio negócio e decidiu, em 1989, fundar a South Winds – www.sowinds.com

Quando perguntamos sobre o que a ajudou a conseguir montar sua empresa e continuar no negócio durante todos esses anos ela nos disse "ter autoconfiança e uma autoestima inabalável

são habilidades que podem ser construídas com o tempo, com a experiência e a maturidade. Mas ser determinado é fundamental. E determinação exige esforço e disciplina. Não tem como alcançar seus objetivos se você continuar investindo tempo e energia em atividades que não trazem nenhum efeito positivo". www.sowinds.com ■



Paulo "Batuta" Lima

Ele é o idealizador e produtor do maior evento brasileiro ao ar livre da costa oeste dos EUA e que atrai milhares de pessoas anualmente, o Brazilian Day San Diego. Formado em economia, o paulista, natural de Campinas, e mestre de capoeira Paulo Lima, mais conhecido como Paulo "Batuta", chegou à Califórnia como muitos outros, para estudar inglês, mas graças à capoeira sua vida se transformou e ele não voltou mais para o Brasil.

Paulo começou a trabalhar com apenas 14 anos na FEPASA (Ferrovia Paulista S.A) como office-boy, depois passou para o Departamento de Recursos Humanos e em seguida para o Departamento de Economia da mesma empresa. No total foram 16 anos até vir para a Califórnia para estudar inglês. "Na época, em 1997, eu já era instrutor de capoeira, e algumas pessoas pediram aulas particulares,

depois os pedidos eram por aulas em grupo e a coisa foi andando com a propaganda boca a boca. Através da capoeira, montei shows de cultura brasileira, como maculelê, puxada de rede, dança guerreira, samba de roda, dança do côco, e veio à batucada com sambistas", nos diz Paulo.

As coisas foram fluindo e em 1999 "Batuta" fundou o grupo Capoeira Mandinga San Diego e anos depois a ONG Brazilian Institute for Arts and Culture (BIAC) – que tem como missão facilitar a educação de artes e cultura brasileiras para o enriquecimento comunitário, através de programas educacionais para todas as idades. "Foi um passo importante para ajudar a promover a dança, música, literatura, folclore, capoeira, enfim, as tradições brasileiras no Sul da Califórnia", enfatiza Paulo.

O Brazilian Day San Diego surgiu em 2007 e foram 11 anos consecutivos de sucesso, até que em 2018, com dois filhos pequenos e, principalmente, com a falta de recursos e um patrocinador que apresente o festival, Paulo resolveu dar um tempo, se dedicar mais a família e se fortalecer para uma volta triunfal em 2019! www.braziliandaysandiego.com ■



Paulo Batuta no Brazilian Day San Diego de 2015 junto a esposa grávida.

Nelson Corneau

Esse capixaba de Vitória que estudava Engenharia Elétrica no Brasil, mas mal sabia, ao sair de seu país no final dos anos 80, que seria na Fisioterapia que encontraria seu sucesso profissional. O ano era 1988 e Nelson, com seus vinte anos de idade, se juntou a dois amigos do peito e desembarcaram em Boston para aprimorar o inglês e se aventurar. Passando frio e sentindo falta de um clima mais agradável e mais quente, o determinado capixaba sempre ficava atento às oportunidades de emprego em outras áreas dos Estados Unidos e, enquanto isso não acontecia, trabalhava em restaurantes para se sustentar.

Desde as épocas no Brasil, nas horas vagas, praticava e estudava sobre treinamento físico para manter-se saudável e em boa forma, o que sempre foi uma área de forte interesse para ele. E era justamente a Califórnia o estado que tudo acontecia de novidades e tendências nessa área. Ele e os dois amigos, que tinham interesses similares, então resolveram seguir um impulso e explorar o "Golden State". Em 1990 chegaram a Los Angeles fugindo do frio e buscando uma cidade que mais se adequava ao seus interesses pessoais.

Nelson começou a trabalhar novamente em restaurantes, mas dessa vez na área hoteleira, especificamente na rede Sheraton e Hilton. Enquanto isso, não perdeu tempo e começou a tomar classes no "community college". Nessa época também percebeu, definitivamente, que a engenharia elétrica não era sua área e, observando tendências no mercado, notou uma oportunidade na área de fisioterapia e reabilitação.

Este ramo crescia no início da década de 1990 e havia muita demanda por profissionais, além

do mais pagava consideravelmente bem e havia grandes possibilidades de trabalho rápido. Com tudo isso em mente, o empresário da área da saúde entrou para o Cal State University, de Northridge, para fazer um curso de mestrado em fisioterapia enquanto paralelamente continuava a trabalhar em restaurantes para se manter.

O seu primeiro emprego nessa área foi em 2001, no "Valley Plesbitarian Hospital" de Van Nuys, no qual ficou um ano. Depois passou a atender pessoas como freelancer trabalhando para uma agência "Home Health", ou seja, atendendo seus pacientes em casa. Sempre antenado às oportunidades ele construiu networking e fez boas amizades enquanto trabalhava. Em 2002, junto com um colega do curso de fisioterapia, abriu sua empresa de agenciamento dentro dessa mesma área da saúde.

Nascia a American International Rehabilitation

Specialists, que em 2017 teve faturamento de 1,2 milhões de dólares e hoje emprega 50 profissionais de fisioterapia e terapia ocupacional. Sobre o sucesso de seu negócio, Nelson afirma "acho que uma pessoa que queira ser bem sucedido profissionalmente tem que ter senso de competitividade e com isso trabalhar tentando fazer o melhor para adquirir o respeito e o reconhecimento na sua indústria de atuação. Dificuldades sempre existem, mas a coragem e a determinação têm que estar presentes dentro de você sempre".

Após anos longe do Brasil o capixaba carrega na sua bagagem diversas experiências e empregos e comprehende que sua jornada exigiu muito aprendizado e foco para ter sucesso. "O sacrifício é irrelevante para que o resultado possa ser alcançado", revelou Nelson. Talvez essa determinação e força de superação seja sua fórmula promissora. ■





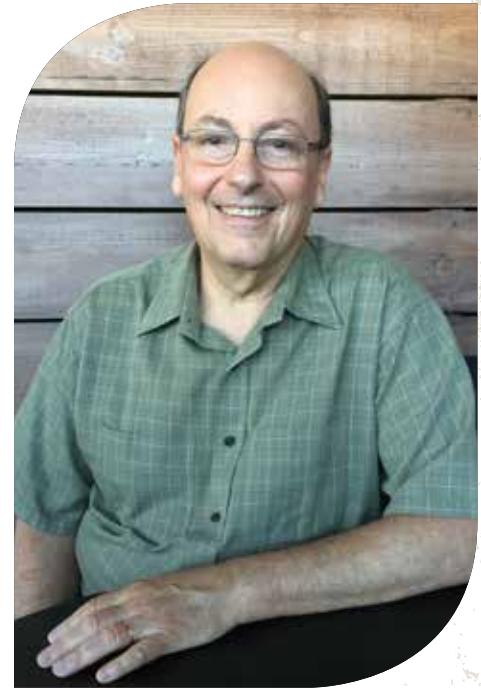
Ricardo Coutinho

O contador e despachante brasileiro que tem um escritório no mesmo prédio do Consulado Geral do Brasil em Los Angeles desde 2000 desembarcou em Los Angeles em dezembro de 1992. Logo após a sua chegada fez alguns cursos de computação, contabilidade e imposto de renda (income taxes) na UCLA. No começo, ele tentou trabalhar em ramos distintos como seguros e setor financeiro, mas as portas foram se abrindo na área contábil e de prestação de serviços para brasileiros.

"Acho importante você perceber tendências e pressentir coisas, independentemente de raciocínio ou de análise. Muitas vezes na vida as oportunidades surgem e devemos estar atento para elas", nos diz Ricardo. Para esse carioca, o simples "segredo do sucesso" para quem presta

serviços ao consumidor é procurar ser sempre prestativo e tentar ajudar ao máximo. "Essa é a fórmula de êxito", revelou

A RC Business Services – www.rcbusiness.net hoje em dia facilita a vida das pessoas físicas e jurídicas prestando serviços essenciais como contabilidade, imposto de renda, folha de pagamento, abertura de empresas, traduções, transferência de dinheiro, e serviços consulares junto ao Consulado Brasileiro, como renovação de passaporte, procurações, atestado de vida, atestado de residência, vistos, entre outros. "Estamos sempre nos esforçando para fornecer um serviço de relacionamento pessoa a pessoa com nossos clientes. Ajudamos diariamente nossos clientes a resolver os seus problemas de uma forma suave e menos estressante", revelou. ■



Aline Spellmeier

Com a missão de fornecer a experiência brasileira mais autêntica no quesito "homemade food" nasceu o **Do Braza Brazilian Food** – www.dobraza.com que conquistou um público cativo no Sul da Califórnia e particularmente San Diego. Segundo a proprietária, a paulistana Aline Spellmeier, que chegou a San Diego em 2000, a Do Braza foi à pioneira no quesito comida brasileira no famoso Farmers Markets em San Diego. Seu "small business" foi estabelecido em 2011 e vende produtos, faz catering e tem serviço de entrega.

Aline também é criadora do grupo do facebook "Brasileiros em San Diego" que atualmente (9/2018) possui quase 30.000 membros. "O grupo ajuda muita gente em todos os sentidos, gente atrás de alugar quarto, vendas e compra de uma variedade de itens, conexão para amizades e

negócios e muito mais. E com o Do Braza eu tenho a oportunidade de levar um pouco do Brasil para o paladar saudoso do brasileiro de San Diego", revelou Aline.

Segundo Aline, se tornar uma empreendedora no ramo de comida partiu do fato de ter adquirido experiência em varias outras áreas que a ajudaram a encarar o desafio. Ela estudou multimídia no "college" o que a ajudou a criar seu próprio website e flyers, foi vendedora de quadros em uma galeria o que contribuiu para melhor vender seu produto, e seu lado artístico e de pintora a ajudou com a criatividade na cozinha coxinha na feira. "As suas previas experiências profissionais e seu talento natural é fundamental para seu desempenho como empreendedor", conclui Aline. ■



Aline com um representante do Rock in Rio Las Vegas depois de ter ganho um prêmio de sustentabilidade

Patrick Benedek

O atual presidente do Conselho da Câmara de Comércio Brasil-Califórnia (BCCC) é um experiente advogado na área empresarial e também de imigração nos Estados Unidos. Apesar de nunca ter tido o sonho de sair do Brasil, foi durante um impulso que se mudou para os EUA e transformou definitivamente sua vida e de sua família.

"Minha esposa e eu chegamos aos EUA em 1999. Viemos direto para Los Angeles, pois os irmãos dela tinha academia de jiu-jitsu por aqui. Ficamos dois anos e depois decidimos ir para a Florida onde minha mãe já morava e achando que nosso português seria mais valioso por lá. Realmente, consegui um trabalho em um escritório de advocacia quase que imediatamente ao chegar por lá. Ficamos quase dois anos na Florida, até ver que a qualidade de vida da Califórnia era muito maior e resolvemos voltar", nos diz Patrick.

Com uma vasta experiência de mais de 20 anos, ele tem licença para advogar tanto no Brasil como nos Estados Unidos (Califórnia). No Brasil ele se formou pela Pontifícia Universidade Católica (Rio) e obteve um MBA em Direito Empresarial e Econômico pela Fundação Getúlio Vargas (Rio). Já aqui na Califórnia, ele se formou em direito pela Southwestern Law School (Los Angeles).

Apesar de sua formação acadêmica, o advogado batalhou para ter uma vida tranquila e confortável na Califórnia. Enquanto não colhia bons frutos de sua profissão e cursava a faculdade de direito pela segunda vez para poder atuar nos EUA, ele trabalhava, como muitos brasileiros, em vários empregos temporários para ganhar dinheiro, como por exemplo, limpava escritórios no turno da noite (janitor).

"Ao contrário da grande maioria dos advogados brasileiros que vêm para cá, e fazem um curso de

um ano antes de fazer a prova do State Bar, eu cursei a faculdade de direito completa pela segunda vez".

Patrick teve sua primeira experiência com imigração ainda na Florida quando trabalhou como paralegal e fazia praticamente tudo. "Por eu mesmo já ter passado por um processo de imigração e sabendo das dificuldades de se conseguir algum benefício, era extremamente emocionante poder anunciar aos nossos clientes – que ao longo do tempo se tornavam quase nossa família, que eles estavam sendo aprovados para seguir com o sonho de vida deles".

Na Califórnia, seu primeiro emprego como advogado foi em um escritório pequeno de direito civil, onde com exceção da dona, ele era o único advogado. Novamente ele foi exposto a novas experiências e responsabilidades eu fui exposto a um grande nível de experiência e responsabilidade. O escritório foi crescendo, e em pouco tempo

Patrick já era o mais "senior" do time de advogados.

Em seguida depois de alguns anos, foi à hora de abrir o seu próprio escritório. No início, apesar de achar estranha a sensação de ter que trabalhar sozinho para ele mesmo, era gratificante ver seu empenho gerar resultados. De acordo com o advogado, para ter sucesso aonde estiver, especialmente longe de casa, da sua cultura e costumes, é preciso networking. Além disso, falar inglês fluentemente é essencial, pois quem quer crescer não pode se contentar em

"vender seu peixe" somente para o público brasileiro. O networking cria novas conexões, novos caminhos.

Com reconhecimento na área em que atua, após inúmeros casos de sucesso e atuação positiva na comunidade brasileira e norte-americana, Patrick foi indicado como conselheiro geral externo do Consulado-Geral do Brasil em Los Angeles, prestando assessoria jurídica a cidadãos brasileiros em diversas questões jurídicas.

O advogado é, atualmente, sócio em um escritório de advocacia com outro amigo, o Alves & Benedek, a Law Corporation" – www.alvesbenedek.com já como Presidente do Conselho dos Diretores da Câmara de Comércio Brasil-Califórnia, ele participa ativamente dos Comitês de Empreendedorismo e de Comércio Exterior e presta alguns serviços gratuitos e voluntários em benefício da comunidade. ■





Denis Viegas

O que acontece quando um uruguai passa a adolescência no Brasil, se apaixona da cultura Brasileira, e depois com apenas 19 anos se muda para os EUA para completar seus estudos? No caso do Denis Viegas, que desembarcou em Honolulu (Havaí) em 1985 e depois se mudou para a Califórnia em 1988, ele idealizou um guaraná com inspiração no Brasil e mercado nos Estados Unidos.

Apixonado pelo Brasil, Denis cursou três períodos de Administração e Empresas na PUC-RS e terminou se transferindo para o Havaí onde se formou em Marketing (BA) pela Chaminade University de Honolulu, e anos mais tarde, atento as novas tendências do mercado, em 2014 idealizou a SodaBossa – www.sodabossa.com, uma alternativa aos refrigerantes comuns, com sabor guaraná, de baixa caloria (apenas 35) e menos açúcar,

levemente gasificada, e que foca no consumidor que busca cada vez mais ingerir produtos mais leves e benéficos para o corpo.

O Uruguai de coração brasileiro adquiriu toda a sua formação profissional nos EUA e trabalhou por vários anos na área de importação e exportação, e particularmente com produtos brasileiros com potencial para o mercado americano. De acordo com Denis, para se desenvolver em qualquer meio é necessário ter acima de tudo coragem, seguido de planejamento e comprometimento.

"Posso dizer que todo empreendedor já é uma pessoa bem-sucedida pelo fato de ter iniciado algo novo e tornado seu sonho uma realidade. Nem todo mundo tem coragem de sair da zona de conforto de ser

empregado e ter um salário para se arriscar em um negócio e enfrentar uma série de etapas e pedras no caminho até alcançar a segurança, estabilidade e sucesso", enfatiza Denis Viegas. ■



**NOSSO NEGÓCIO
É PROMOVER O SEU NEGÓCIO!**

PRODUÇÃO DE VÍDEO

TRADUÇÕES

PRODUÇÃO EDITORIAL

GOOGLE
GUERRILLA MARKETING

MARKETING ONLINE

ASSESSORIA DE IMPRENSA

FACEBOOK

SOCIAL NETWORK

TWITTER

MARKETING DE EVENTO

(805)245-5615

Ligue sem compromisso para mais informações

ou visite nosso website

www.kisuccess.com



5 Dicas Para Desbloquear sua Mente e Produzir Mais

Por Sandra Domingos

A vida pode ser cheia de preocupações e infinitas coisas para fazer. Todos os dias somos bombardeados com compromissos, projetos, afazeres domésticos, crianças, etc. Como resultado, nossa mente vira um "turbilhão de pensamentos" diariamente. Infelizmente, muito pouco é feito quando o seu cérebro está trabalhando em muitas direções de uma só vez. Se você deseja calma e clareza de ideias para melhor produzir e concretizar seus planos, então ensine a si mesmo a liberar espaço mental. Aqui seguem 5 dicas infalíveis:

1) ANOTE TUDO

Anote compromissos, coisas que você deseja procurar, ideias para futuros projetos, lembretes ou qualquer coisa que lhe venha à mente, mas que não precise da sua atenção imediata. Isso irá ajudá-lo a manter o foco em questões que são mais importantes sem ter que encher sua cabeça com tudo que você precisa fazer e lembrar. Pode ser usando um notebook ou mesmo a moda antiga em uma agenda de papel.

2) DEFINA SUAS PRIORIDADES

Sua lista de tarefas diárias está cheia de atividades que não são importantes, mas você se compromete com elas de qualquer maneira? Se assim for, é hora de você decidir o que é prioridade. Dar esse primeiro passo evitará gastar seu tempo em assuntos que estão

ocupando um grande pedaço de seu foco mental, mas que não agregam valor à sua vida - pessoal e profissional. A primeira coisa a ser feita é aceitar que não é possível fazer tudo. Em seguida, faça uma pequena lista do que é mais importante. Finalmente, dedique a maior parte da sua força mental e concentre-se nas prioridades.

3) CONCENTRE-SE EM UMA TAREFA DE CADA VEZ

Nada cria tanto desordem cerebral quanto tentar realizar várias tarefas enquanto realiza suas atividades diárias. Quando você é multitarefa, sua mente está acelerada e, portanto, mais difícil à concentração. Muitas vezes, fazer várias tarefas ao mesmo tempo dificulta a atenção aos detalhes. Ao tentar processar muita informação ao mesmo tempo, é mais provável que você esqueça as coisas, cometa erros e se sinta pressionado ou estressado.

4) BLOQUEIE INFORMAÇÕES DESNECESSÁRIAS

Hoje em dia com mídias sociais, rádio, TV e fofocas em geral, é fácil sobrecarregar a mente com conteúdo fútil e nada proveitoso. O problema com muita informação é que ela pode bloquear o cérebro e criar um estado mental em que você está constantemente se afastando

de pensamentos realmente importantes. No entanto, você pode organizar sua mente controlando o fluxo de mídia que absorve diariamente. Concentre-se em informações relevantes para você e bloquie o restante.

5) PRATIQUE A MEDITAÇÃO CONSCIENTE

A meditação consciente é uma prática usada para alcançar a quietude mental e uma sensação de calma, concentrando-se no aqui e agora. Por exemplo, no final de cada dia você pode criar um ritual de limpar a mente de todos os pensamentos e simplesmente se concentrar em sua respiração. Com horas extras de prática, esse ato de atenção plena pode ser empregado em outros aspectos da vida. Isso permitirá que você limite sua energia mental ao que você pode fazer em vez de se preocupar com coisas que estão fora de seu controle.

Se você achar difícil adotar alguma das práticas que compartilhamos acima, não desista. Continue tentando e, com o tempo, todas as dicas se tornarão hábitos. ■

* Sandra Domingos é professora de ioga certificada e life coaching. Ela vive entre Itararé (Bahia) e Los Angeles (Califórnia), conhece 4 continentes e já visitou mais de 50 países.

PAMPAS GRILL
BURBANK PRESENTS
Live Music
+ FULL BAR & LATE NIGHT MENU
FRI AND SAT NIGHTS / 8:30PM - 11:00PM

HAPPY HOUR
MONDAY-FRIDAY 3PM TO 6PM
25% OFF FOOD
\$5 HOUSE WINES
SELECT BEERS
WELL DRINKS

269 E. PALM AVE. BURBANK, CA 91502
(818) 840-8822
WWW.PAMPAS-GRILL.COM
FACEBOOK.COM/PAMPASBARANDGRILL
@PAMPASGRILL

Our Customers Knows What We Offer...
And Recommend Us!

ALEX MEAT MARKET
CARNICERIA ARGENTINA
Diversos Produtos Brasileiros e Latino Americanos
Frigorifico, Padaria e Mercado
Preços Super Competitivos!!!

11740 Victory Blvd. N.Hollywood, CA
(818)762-9977 - (818)506-9772

El Mambi Super Market

“Visítenos y Vera lo que Ahorra”

*Productos Españoles y Latinos en General

*Produtos Brasileiros * Vinos Finos y Licores

*Moderna Carnicería con Cortes al Gusto

Lunes a Sábado: 8am-8pm / Dom: 9am-6pm

328 E. Chevy Chase Dr. Glendale, CA 91205

(818)246-6016



Latimer MARKET

Ampla Variedade
de Produtos Brasileiros!

- Preços Imbatíveis e Ambiente Acolhedor
- Frigorífico
- Padaria
- Cerveja e Vinho
- Produtos Sul-Americanos

11742 Central Ave. Chino – CA 91710
(909) 628-8215

Latin American Gourmet Grocery Store

Specialty Food & Catering
Two (2) Locations
For Better Serve You!

- * The Famous Empanada
- * Variety of Products
- * Fresh "Pao Frances"/French Rolls (Until 10am)
- * Meats including "Picanha" and "Carne Seca"
- * Full Deli and Star Sandwiches Like the Milanesa, Prosciutto Ham, Matambre and the Churrasco Steak.
- * All Favorites Desserts Like the Dulce de Leche Flan
- * Wine from South of the Border / Star Selection

www.continentalgourmetmarket.com

12921 South Prairie Ave.
Hawthorne, CA 90250
310-676-5444

25600 Narbonne Ave.
Lomita, CA 90717
310-530-3213

Understand How to Use Emotion in Marketing Communication to Improve your Business

By Lindenberg Junior

Let's start saying that great marketing seeks to tug at the emotional strings of the audience. This is because if you can get them to think about things that trigger emotions - like happiness, longing, their sense of loss and more, you can also trigger them to answer your call to action. In fact, if you do it right, you can elicit those emotions in an audience just by them seeing your brand.

*** TITLES** – Use emotional trigger words in your titles to get your audience's attention. Appeal to their sense of curiosity or loss. Words like "last chance" or "limited time offer" can and will go far in helping you get more responses, too.

*** HEADLINES** – Whether it's an email message or a blog post, it's important to develop creative headlines that don't confuse the reader but instead pique their attention. Use headlines such as "10 Ways to Losing Weight Faster" or "5 Ways to Burning Calories Faster" to get their attention and make them want to read your content.

*** SUBHEADERS** – Sometimes a subheader can help explain what's going to be inside so that you entice your audience to read, listen, and watch. You can think of them as taglines too. Just a few words to push your audience over the edge to consume the content will go far.

*** POWER WORDS AND PHRASES** – Create a swipe file of power words and phrases that you can use when you want to trigger emotion in your audience. Words and phrases like "bonus" or "free trial" will work to get your audience into the mood you want them.

*** TRANSITIONS** – Don't underestimate how important transition words are in text and speech. You can put your audience in exactly the mood you want them in with the right transition words. Words and phrases like "Listen..." or "Never again" or "Still not convinced" will go far in helping you explain a concept even more deeply.

*** CALLS TO ACTION** – Never, under any circumstances, forget to add in a call to action or two. Your CTA is important because in a lot of cases, you have to remind them what to do. "Buy now", "Reserve your space", are all good CTAs, but you need to be as specific as possible.

*** CLOSING PHRASES** – Another opportunity to tug at your audience's emotions is with closing phrases.

You can use phrases like, "It's in your hands", "This is the final day that..." or "You're moments away from changing your life by ..." and so forth. See how these words trigger certain emotions?

*** POSTSCRIPTS** – Never forget the power of a P.S. when you're writing a letter, a sales page, or email. After you're done, just in case the audience is still reading instead of acting, include the P.S. and say something like, "P.S. Your satisfaction is always guaranteed" and so forth.

When you incorporate these trigger words and phrases into your marketing communications, you'll see an immediate return on investment. The power you have when it comes to using emotion in marketing is astronomical. ■





**"Pampas Grill
is one small step away
to experience
the best of Brazilian
style homemade food"**
Soul Brasil Magazine

**Live Music on Weekends
At Burbank Location!**



Traditional Brazilian Cuisine

Homemade Food and Churrasco By The Pound

L.A (Farmers Market)
6333 W 3rd Street #618
Los Angeles, CA 90036
Phone: (323) 931-1928

L.A/Culver City
3857 Overland Ave
Culver City, CA 90232
Phone: (310) 836-0080

L.A/Burbank
269 E. Plam Ave.
Burbank, CA 90232
Phone: (818) 840-8822

Visit our website: www.pampas-grill.com

Like us on + Follow us on

Brazilian Fine Sweets

by Ana Rognerud

- Absolutely delicious Cakes, Sweet & Smooth Treats:
Cherry Blossom, Walnut Heart, Chocolate Balls aka "Brigadeiro",
Grape Bombon and more. Great for All occasions!!!
 - Party Decorations
- Rentals: Tabletop accessories & Portable Table folding.



Please contact Ana Rognerud @ (310) 600-5187



Quão Importante é o LinkedIn Como uma Ferramenta em sua Carreira ou Para o seu Negócio?

Por Lindenberg Junior

Um novo estudo revelou que 97% dos gerentes de contratação em empresas dos EUA recorrem à rede social gratuita LinkedIn para procurar candidatos qualificados ou apenas conseguir mais informações sobre que buscam uma vaga no mercado. Recrutadores e empregadores usam essa plataforma para contratar pessoa e às vezes até mesmo para aumentar oportunidade e fazer networking para sua própria carreira, já que, como você deve saber, o LinkedIn também é conhecido por criar conexões comerciais entre as mais diferentes pessoas de qualquer lugar do planeta.

Essa poderosa rede social existe desde 2003 e é amplamente considerada um ponto de referência para plataformas de mídias sociais no ramo profissional. Mas o site é realmente relevante ou uma perda de tempo? Se você não usa o LinkedIn de maneira eficaz, suas pesquisas, mensagens e outras atividades no site podem levar horas para serem feitas, desperdiçando um tempo considerável. No entanto, quando usado corretamente, o LinkedIn pode realizar milagres no desenvolvimento de sua carreira. Seja candidato a uma vaga ou uma pessoa de negócios, você sempre quer estar no lugar certo, na hora certa, não é mesmo? Então você realmente precisa de um perfil no LinkedIn?

Especialmente para quem procura emprego, a resposta é um grande SIM. Mesmo que você escolha não gastar muito tempo no LinkedIn, considere separar 30 minutos do seu dia para configurar seu perfil completo na rede social. Em seguida, marque

a data em seu calendário para fazer o check-in a cada seis meses e atualize seu perfil com novas e grandes conquistas. Além dos check-ins agendados com o seu perfil, você deve atualizá-lo sempre que mudar de emprego ou tiver participado de algum projeto interessante que contará em seu currículo.

Recrutadores e gerentes de contratação usam o LinkedIn para procurar candidatos, portanto, se você não estiver presente na rede, não aparecerá durante as pesquisas. Ter uma conta no LinkedIn também significa que você pode usar o site para pesquisar empresas, entrevistadores, recrutadores e gerentes de contratação, o que é útil antes de enviar currículos e comparecer a entrevistas. Mesmo que você não esteja ativamente procurando emprego, você deve usar o LinkedIn para se conectar e interagir com profissionais e empresas do seu setor. Para se envolver ainda mais com o site, participe dos grupos que existem dentro dessa rede social.

Embora exista uma opção pagada rede social, saiba que o LinkedIn é gratuito! E, para muitos recrutadores ou gerentes de contratação, o primeiro passo depois de receber um currículo ou candidatura a um emprego é procurar o candidato no LinkedIn. Mais e mais empresas mudaram para aplicativos online padronizados e é mais comum do que nunca ver uma seção do LinkedIn perto da ferramenta de upload de currículos, na qual você pode enviar seu perfil do LinkedIn ao lado de seu currículo. Se o seu perfil for bem trabalhado e completo, essa é uma grande vantagem, já que as empresas contratantes

estarão rastreando não apenas o seu currículo, mas também o perfil do LinkedIn.

COMO FAZER O LINKEDIN FUNCIONAR MELHOR PARA VOCÊ?

Atualize seu perfil e otimize-o para que você seja encontrado mais facilmente na plataforma, bem como fora da plataforma através de uma pesquisa online com finalidade profissional ou comercial. Ele deve conter uma biografia profissional com palavras-chave importantes que são rastreadas para coincidir com os recrutadores e potenciais parceiros de negócios. O LinkedIn não vai funcionar para você se você não se identificar do jeito certo. Por exemplo, configurar um perfil no LinkedIn com "Perfil Privado" ou "Gerente de Recursos Humanos" (se você estiver procurando candidatos) em vez de seu nome não será efetivo e pouco funcionará.

Se a confidencialidade é uma preocupação para você, esqueça, pois o LinkedIn é uma das redes sociais mais privadas da atualidade. De qualquer forma, se este for o caso, conecte-se apenas com pessoas que você conhece bem. E sempre seja estratégico caso esteja procurando emprego, deixe que as empresas saibam que você existe. ■





Falamos Português
Hablamos Español

LAWYER | ADVOGADO

Law Offices of Thomas E. Rounds

- * Crime Law
- * Family Law
- * Personal Injury

(424) 234 6381 - (818) 448-8374

www.lawofficesofthomaserounds.com

825 Wilshire Blvd #109,
Santa Monica, CA 90401

WE MAKE YOUR LOW CARB DIET

SO

SWEET



YOU FORGET IT'S LOW CARB



WWW.KETO-GOODIES.COM

[KETO.GOODIES](#)

[KETOGOODIES.BOX](#)

Contamos sua História!
Serviço Profissional e Especializado

- * Biografias para Artistas e Profissionais
- * Perfis Otimizados para o Linkedin
- * Artigos Corporativos (Produtos e Serviços)

WWW.KISUCCESS.COM

Ligue para mais informações
e sem nenhum compromisso.

(805) 245-5615

Estratégia Para Mídias Sociais em 8 Passos

Por Lindenberg Junior



Nesse pequeno guia vou tentar mostrar a forma mais simples para se colocar em prática um plano de marketing social. As etapas descritas neste guia rápido são uma ótima maneira de se implantar uma boa estratégia. Mas lembre-se que uma boa campanha de mídia social é executada tendo em mente ferramentas que funcionem a um longo prazo.

1 DEFINA SEUS OBJETIVOS. Você está interessado em gerar tráfego para seu website? Está interessado em conseguir captar possíveis clientes interessados em seu produto ou serviço? Ou quem sabe, esteja interessado em apenas consolidar a reputação e/ou qualidade dos serviços de sua organização? Bem, descubra o que quer e estará pronto para o passo 2.

2 ENTRE NA MENTE DE SEUS CLIENTES E POTENCIAIS CLIENTES. Não inicie uma campanha de mídia social sem antes pensar porque seus clientes ou clientes em potencial estão interessados em se conectar com você. O que você tem para oferecer-lhos? O que eles aprenderão se conectando com você?

3 CONCENTRE SUAS ENERGIAS INICIAIS EM MÚLTIPLAS PLATAFORMAS. Comece criando um perfil da empresa no LinkedIn. Por quê? Porque esta é a mídia social número 1 para empresas e também profissionais. Em seguida, crie uma página no Facebook e tente incluir conteúdo interessante que possa somar e não apenas vender algo. O próximo passo seria uma conta no Instagram (ou talvez, Twitter). Mas não faça nada disso sem ter o tempo necessário ou uma pessoa

para gerenciar todas as mídias. Se você cria ou tem uma conta em alguma rede social e a ignora, só gera desperdício de tempo.

4 DIRECIONE O PÚBLICO PARA SEUS PERFIS DO LINKEDIN, FACEBOOK, ETC. Lembre-se, uma mídia social é semelhante a um canal de TV. É sua conexão direta com seus "espectadores". Se planeja direcionar pessoas para seus canais, verifique se eles têm um motivo para ir até lá! Eles poderão participar de um sorteio ou promoção caso se conectem às suas redes? Eles serão direcionados para um website ou blog com conteúdo interessante? Em que suas mídias sociais podem ajudá-los?

5 REPITA O PASSO 4. SÉRIO. Não siga em frente até que você tenha repetido o passo 4 e gaste uma boa quantidade de energia levando as pessoas aos seus perfis e páginas de mídia social.

6 ALIMENTE SUAS REDES SOCIAIS COM CONTEÚDO REGULARMENTE. Agora que você direcionou um lote inicial de pessoas para seus perfis, é necessário atualizá-los continuamente com informações novas e postagens interessantes. Lembre-se de que seu objetivo é criar um relacionamento de longo prazo com seus clientes e clientes em potencial.

7 FOQUE E PLANEJE. Mantenha seus perfis iniciais em execução enquanto explora outras plataformas. Não queira estar em todas as mídias sociais sem ter tempo ou algum administrador para fazer o trabalho

bem feito com duas ou três (no máximo) mídias sociais. Se lembre de algo simples: melhor menos com qualidade do que mais que deixa a desejar.

8 NOVAMENTE, LEMBRE-SE DE QUE A CHAVE É CONSTRUIR (OU RECONSTRUIR) RELACIONAMENTOS com as pessoas antes de começar a fazer vendas de serviços ou produtos. Após o relacionamento ser estabelecido, você finalmente pode dizer ao cliente "eu mencionei que vendo livros inspiradores?" Ou "você viu nosso novo site de comércio eletrônico que vende café orgânico?", etc.

O CONCEITO CHAVE

Não importa se você vende biquínis ou serviços de seguros, todos no mundo dos negócios são "agricultores" porque precisam plantar sementes hoje para ter uma colheita abundante amanhã. Abraça esse conceito. Este guia rápido e inicial de marketing de mídia social oferece um formato muito simples, mas que estrategicamente, é muito efetivo.

LEMBRETE FINAL

As pessoas compram de você por apenas quatro razões: 1) Preço, 2) Serviço, 3) Qualidade e 4) Exclusividade. Mantenha esta simples verdade em mente ao desenvolver todas as suas campanhas de marketing, independentemente de serem ou não orientadas para mídias sociais. ■

Brazilian Lady!!!

American Guy, 63 years old, in the Bay Area,
would like to meet Brazilian Lady.
"I like dancing, dining, tennis, and travel".
Ages open. English speaking only.

Call Grant (415)517-5977

Portuguese Lessons

Having fun learning the language
and culture of Brazil

COASTAL SAGE

School of Botanical & cultural studies.

3685 Voltaire St. | San Diego
(619) 223-5229

Falamos Português.

LEARN.
BELIEVE.
CHANGE.
GROW.
BECOME.

SoulBrasil.com

SUCCEED.

Your Company
Name Here

FOR JUST \$130

Reach Out Thousands of
Brazilians and Brazilian
Culture Lovers through
Our Printed & Digital Issues

Call 1(805)245-5615
Phone / WhatsApp

Exposição Online Com Foco Local!



Você Tem um Restaurante, um Consultório Dental,
Uma Academia de Ginástica ou Qualquer outro
Negócio e quer Atrair mais clientes Locais?
A Optimização do Google Maps e SEO Local
Pode ser o que Você Precisa!

Por Apenas \$175

Kisuccess Media & Marketing
(805)245-5615

Com Quem Você se Envolve nos Negócios?

(O Poder da Influência)

Por Lindenberg Junior

A pergunta acima veio à minha mente depois de ler esta citação “We are the average of the 5 people we spend the most time with” de Jim Rohn, palestrante motivacional e autor de vários livros incluindo “A Arte da Vida Excepcional”. Ele nasceu em 1930 em Yakima (WA) e morreu em 2009 em Los Angeles. Este empresário e escritor americano não era psicólogo nem tampouco sociólogo mas a afirmação acima é tão sábia quanto uma ciência exata.

Esta citação está relacionada à “law of averages” ou “lei das médias”, que é a teoria de que o produto de qualquer situação será a média de todos os resultados. Quando aplicado ao nosso cotidiano e vivência diária em sociedade, isso significa que somos particularmente elevados ou diminuídos, dependendo do tipo de pessoas que nos cercamos e convivemos.

A pesquisa acadêmica tende a concordar, nesse sentido, que somos moldados por nossos ambientes,

incluindo nossos relacionamentos. Somos muito influenciados, quer gostemos ou não, por aqueles mais próximos de nós. Isso afeta nosso modo de pensar, nossa autoestima e nossas decisões. Claro, todo mundo é único, mas a pesquisa mostrou que somos mais afetados pelo ambiente ao nosso redor do que pensamos.

É por isso que temos visto um aumento considerável de “martermind groups” ou grupos de mentores e empreendedores na última década, porque agora entendemos o poder de nos cercar de pessoas que estão sempre buscando um caminho de melhoria contínua. O próprio Jim Roth sintetiza sua citação em outra curta frase dizendo que “Primeiro, a influência é poderosa. E segundo, é útil”.

Cheguei à conclusão que o que ele quis dizer, visualizando negócios, que nunca devemos baixar nossos padrões. Que sejamos sempre eficientes da

melhor forma. E isso inclui eficiência em cercar-se de empreendedores que pensam da mesma forma, que procuram se aperfeiçoar e são proativos. Em um cenário cada dia mais competitivo para pequenos empresários e profissionais de todos os tipos, manter os altos padrões e as boas relações são imprescindíveis.

Embora seja ideal estar rodeado de pessoas ativas, positivas e que correm atrás, por outro lado também é necessário ter seus críticos por perto. De acordo com um estudo do “Journal of Consumer Research”, os menos experientes têm preferência por um feedback positivo, mas os especialistas e mais experientes gostariam de escutar um feedback negativo para que possam progredir e sempre evoluir. Por último vou deixar um fato consumado que sempre é bom ter em mente: quanto mais bem sucedido você se tornar, mais críticas você enfrentará. ■





Get Inspired

DOWNLOAD FREE

"LEADERSHIP AFFIRMATIONS FROM INSPIRING LEADERS"

Affirmations are a valuable tool to help alter the beliefs, images and thought processes that you have inside you that might be holding you back from accomplishing/altering/doing what it is you wish with your life.

As a matter of fact, your self-talk is an all-day-long affirmation. You have to realize thought that what you might be affirming to yourself might not be the most good for you. For instance, how often have you said to yourself "No, I'm no good at ..." "No, I might never do..." These are both affirmations, but affirmations that stop you from getting what you want. You wish to design and utilize affirmations that support you in your personal growth.

Practice of positive affirmations and visualization on a steady,

witting basis will help your success. Persistence accomplishes results much earlier than practicing sporadically; practicing your affirmations each day has a better effect. Affirmations by themselves, however, don't guarantee success you likewise have to take action. There are a few simple, yet crucial guidelines that are advocated when making your affirmations.

- Be really certain about the true problem
- Affirm in the here and now
- It's altogether about you
- Engage your emotions
- Be convinced
- Be brief and particular
- Be precise
- Visualize vividly
- Capitalize on a good time of day

Read our **35 pages FREE EBOOK** to continue reading. Includes leadership affirmations quotes from inspiring leaders around the world.

"A great person attracts great people and knows how to hold them together" – Johann Wolfgang Von Goethe.

Research projects support the need for affirmations and positive thoughts to better leadership abilities. Utilize this ebook to help guide you in affirmations for better self-awareness, tension relief, innovation, productivity and better leadership. Be vocal and transparent in your practice and help those that you lead to abide by your example. Do this and you'll metamorphose yourself and your organization.

Download Free Visiting our Website
WWW.SOULBRASIL.COM

A LUZ QUE VOCÊ OU
SUA EMPRESA PRECISA



ASSESSORIA DE IMPRENSA
MARKETING DE COMUNICAÇÃO

WWW.KISUCCESS.COM
WWW.SOULBRASIL.COM