

Reprodução/Correio Braziliense



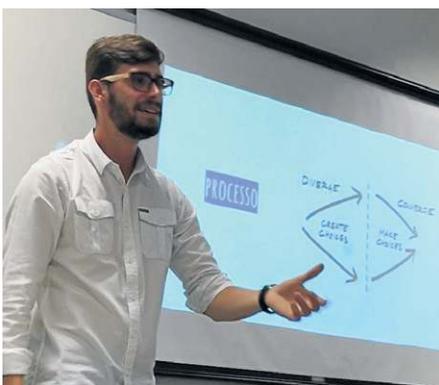
Luís Filipe, quando integrava a Banda Esquadra, na Praça dos Três Poderes

Arquivo pessoal



**Lembrança da infância:
Luís Filipe e a irmã Giovanna**

Arquivo Pessoal



**Em palestra no Ceub, em 2017,
sobre design thinking**

Arquivo Pessoal



**O sócio-diretor da Look em
Portugal com sua equipe**



**O jovem pouco antes de sua
mudança do Brasil para Portugal**

Look. Encontrei a mentalidade certa, uma agência trabalhando para pequenas empresas do Centro-Oeste”, destaca. “Contudo, avisei que, depois de um ano, sairia do Brasil. Propus à Look trabalhar, a partir desse prazo, de forma remota. Fomos conversando, e eu, aprendendo. Quando esse período chegou ao fim, apresentei à agência um plano de internacionalização a partir de Portugal. Chegamos, inclusive, a estudar o mercado inglês, no qual tinha feito bons contatos, mas os custos financeiros eram inviáveis. A lei inglesa determina um faturamento mínimo para empresas estrangeiras e, se esse valor não for atingido, os donos devem deixar o país”, diz.

No fim de 2018, Luís, que, agora, é Lupie, nome profissional com o qual ele se apresenta, já estava em terras lusitanas contactando possíveis clientes e procurando entender como as coisas funcionavam por ali. Em abril de 2019, o escritório da Look'n Feel escancarou as portas do outro lado do Atlântico. O primeiro ano de vida da filial portuguesa não foi fácil. “A primeira sensação foi a de não conhecer ninguém. Tinha, ainda, o fato de que, quando eu abria a boca, a identidade

brasileira jogava contra. Chegava para as reuniões e vinha o espanto: ah, você é brasileiro. E tinha o fato de eu ser muito jovem”, descreve.

Confiança

Nada, porém, fez o garoto sonhador de Brasília desistir. Pelo contrário, ele investiu ainda mais no aprendizado e foi buscar formas de driblar as barreiras que se impunham, pois, em Portugal, os negócios são baseados na confiança. “Tinha que quebrar a imagem, entre os setores mais conservadores, de que brasileiro é aventureiro, de que não faz um trabalho sério. Sabia que aquilo era xenofobia, preconceito, mas decidi enfrentar”, assinala Lupie. Foi necessário muita resiliência para superar uma questão que é latente em Portugal: o apadrinhamento de contas de publicidade de empresas.

“Mapeamos uma série de relações que só se davam por meio de indicação direta ou por meio de conhecidos. Coloquei com muitas ressalvas, mas é um ponto característico de países com população inferior a 10 milhões de pessoas”, frisa o publicitário. Pouco a pouco, os

empecilhos foram caindo. “Senti que boa parte dos problemas estavam superados a partir do momento em que passamos a trabalhar com empresas portuguesas que vários concorrentes nossos valorizam muito, como a Declathon, a Takeda Farmacêutica, o grupo familiar tradicional José Cristóvão, de hotéis, a Espirituosa, que fabrica o licor Beirão”, enfatiza.

Quatro anos depois de pisar na terra de Cabral, tudo é motivo de comemoração. “Atualmente, temos 12 clientes ativos. Já ganhamos alguns prêmios e estamos entre as 10 agências independentes mais relevantes de Portugal”, comemora Lupie. “Nesse tempo, já atendemos mais de 40 clientes e administramos mais de 500 mil euros (R\$ 2,7 milhões) em campanhas no mercado português e em outros cinco países da Europa”, acrescenta. A meta, agora, é abrir uma filial da Look'n Feel em São Paulo e reforçar a presença internacional da empresa. “Estou feliz e orgulhoso por ter construído uma base capaz de ser escalada. Demoramos quatro anos para criar uma unidade operacional que nos permite, com calma e solidez, apontar novos caminhos”, complementa.

No total, a empresa da qual Lupie é sócio tem 60 empregados no Brasil e 10 em Portugal. Ele conta que, no escritório que administra, optou, desde o início, por contratar mão de obra local, pois não queria terceirizar os serviços. “Seria mais barato executar os trabalhos no Brasil, mas tínhamos a convicção de que queríamos ser uma empresa portuguesa. Tanto que, quando chegamos no país europeu, não quisemos ficar ancorados na comunidade brasileira. Seria mais fácil e natural”, diz. “Nosso escritório tem um impacto muito local. Estamos atuando em mais de cinco estados, o que é muito para um país do tamanho de Portugal.”

Criatividade

Os próximos passos já estão traçados. “Queremos nos posicionar como uma das cinco empresas mais criativas de Portugal, diversa e inclusiva. E a perspectiva é tornar a Look'n Feel uma agência global”, afirma. O jovem publicitário ressalta que a segurança na vida profissional está muito baseada na estrutura familiar sólida que sempre teve. “Eu, particularmente, mesmo estando fora do meu país, nunca me senti psicologicamente sozinho. Tenho uma família feliz e boa. Isso faz bastante diferença para enfrentar a distância e o desconhecido”, complementa.

Há outro predicado do qual Lupie não abre mão: ouvir sempre aqueles que sabem mais. “Tenho clientes que me dão dicas muito importantes”, destaca. E emenda: “Ser jovem me ajuda a trabalhar com muita intensidade, disposição física e mental. Mas ser jovem atrapalha quando estou em locais muito seniores, em conversas que me exigem a proficiência técnica que eu ainda não tenho”. Ele lembra, ainda, que, antes de implantar e chefiar a Look'n Feel em Portugal, conversou com muita gente, e admite que deveria ter ouvido mais. “A minha sorte é que aprendi a trabalhar com pessoas bem mais velhas do que eu”, faz questão de repetir.

Sobre empreender fora do país de origem, o publicitário afirma que é preciso muita estabilidade pessoal, porque a sensação de vulnerabilidade está sempre presente. “Talvez, se estivesse numa posição desfavorável, sem suporte familiar e de uma empresa que respeita seus profissionais, não teria conseguido chegar aonde cheguei”, diz. Para os que querem se aventurar pelo mundo ou mesmo perto de casa, ele ressalta uma frase que ouviu nos muitos cursos que fez: “O empreender é um bicho que, muitas vezes, fica tão orgulhoso de si próprio, que perde o rumo. Empreender é pagar para aprender”. Portanto, sonhar é ótimo, mas se empenhe pelo que quer, sem tirar os pés do chão e sempre ouvindo quem tem a ensinar.