

“Um salão de cabeleireiro com bom marketing”

Estamos na rua Mayor, uma das ruas mais típicas e com mais tradição de Pamplona. Entre lojas de lembranças para turistas e estabelecimentos “de sempre”, está o salão de cabeleireiro de Lourdes Arriazu

21/06/2009

A sua vida, diz, é muito normal. Levanta-se cedo e depois de tomar o pequeno-almoço, dirige-se à

paróquia de São Lourenço, onde se encontra a capela de São Firmim – padroeiro de Navarra – e espera que a abram para fazer um tempo de oração e assistir à Santa Missa.

Depois percorre o caminho para o salão de cabeleireiro para começar o seu dia de trabalho. “As pessoas sabem que às 8 horas já cá estou; de facto, algumas que têm mais pressa vão-me buscar à Igreja. Todo a gente sabe que começo o meu trabalho com a oração e a Missa e o termino com outro tempo de oração e com o terço”.

“Conheci o Opus Dei porque vinham ao meu salão de cabeleireiro algumas pessoas da Obra e chamavam-me a atenção. Agradava-me muito a sua forma de viver. Primeiro fui cooperadora, era uma ideia que me parecia genial. Demorei muito tempo a pedir a admissão”.

No seu salão encontramos revistas, jornais e alguns livros para que as suas clientes se possam entreter enquanto esperam a sua vez.

“Quando me dizem, dá-me uma revista, digo-lhes: está bem mas não preferes antes ler isto que é mais bonito?”. E a Lourdes passa-nos para a mão uma entrevista à mulher de um conhecido professor universitário publicada num jornal.

“Não há profissão em que se possa ajudar tanto as pessoas como na de cabeleireiro. Aqui vem uma pessoa que teve um filho doente, outra que tem outro problema e continuam sempre a vir uma e outra vez. É muito fácil que, enquanto estou com uma cliente, repare que está um pouco triste e a convide a tomar um café ou a conversar um pouco... Diz-me lá em que profissão se pode fazer isto? Em nenhuma! Aqui, neste salão de cabeleireiro, organizámos palestras sobre virtudes, temas de

família... vêm muitas pessoas e temo-las aqui mesmo”.

Além do seu salão de cabeleireiro, a Lourdes foi durante um tempo à cadeia visitar as presas. “Foi muito duro, a cadeia é a cadeia! Às vezes eram muito *sonsas*”. Cortávamos-lhes e arranjávamos-lhes o cabelo, levávamos-lhes sacos de roupa, falávamos com elas, dávamos-lhes conselhos... Uma vez, na Missa de Natal, aproximou-se de mim uma senhora e começou a dizer-me “muito obrigado, obrigado, obrigado, devo-lhe tanto...” enquanto me beijava a mão. Assustei-me um pouco. Era a mãe de uma presa política. Passado tempo, a filha disse-me que a tínhamos ajudado muito, parecíamos pessoas tão simples e naturais que no princípio nos ganhou antipatia, mas que depois de nos conhecer melhor mudou de opinião”.

Para Lourdes, o Opus Dei é a sua família, “noto que é família em tudo”. Ela soube transmitir esse ambiente à sua sala de cabeleireiro e afirma que aí qualquer cliente que lá vai se sente em casa. Durante uns dias, o responsável pelo marketing de uma conhecida marca de cosméticos, esteve como observador no seu salão de cabeleireiro. Ao cabo de uma semana disse-lhe que tinha aprendido o “marketing da Lourdes”, que não se aprende em nenhuma universidade. Para esse marketing eram necessárias três coisas, gostar muito das pessoas, ter boa memória e simplicidade para dizer a cada pessoa o que ela precisa de ouvir. A isto respondeu a Lourdes: “Pois bem esse marketing foi o que aprendi no Opus Dei, amar as pessoas”

pdf | Documento gerado
automaticamente a partir de [https://
opusdei.org/pt-pt/article/um-salao-de-
cabeleireiro-com-bom-marketing/](https://opusdei.org/pt-pt/article/um-salao-de-cabeleireiro-com-bom-marketing/)
(15/01/2026)