O varejo e o prazer de servir, ainda que profissionalmente

Fabio Hertel , Diretor de marketing da Hortifruti, maior rede de hotifrutigranjeiros do País

Precisam-se mais de "diakonos" do que de "doulos". Explico. No original grego, "diakono" é aquele que serve, que se realiza ao servir. Também aponta para um serviço voluntário, diferente de "doulos", termo semelhante mas usado para escravo ou aquele que serve por obrigação.

O varejo precisa ser assistido por "diakonos", gente que tem a habilidade de se realizar profissionalmente ao servir a comunidade. O "diakono" é aquele que tem sede de servir, de atender bem, de realizar suas atividades com presteza e agilidade, diferentemente do "doulos", que está interessado apenas no salário que recebe no fim do mês. É claro que não faço apologia do trabalho não-remunerado; refiro-me mesmo à relação tradicional dentro de todos os preceitos trabalhistas, de remuneração justa e digna, mas que é insuficiente se considerar apenas a legalidade.

"Diakono" também vem de outra expressão composta que significa "fazer a poeira subir". A imagem é de alguém que está se movendo tão rapidamente para cumprir suas obrigações que, ao passar, seus pés fazem a poeira levantar. É fácil perceber quando somos atendidos por "diakonos". Existe uma magia sutil nos acontecimentos. É algo que se tenta explicar com dificuldade nos treinamentos, visto que geralmente a ênfase é o procedimento, a técnica, e não o encantamento que resulta de um atendimento feito para servir. "Diakonos" querem clientes satisfeitos; "doulos" cumprem regras. No primeiro há graça; no segundo, lei. É diferente.

A empresa que se dedica em conquistar e reter "diakonos" cresce e se desenvolve. Isso requer disciplina e adequação nos processos de gestão de pessoas. Perceba que nossos anúncios abrem vagas para "doulos", e não para "diakonos". Alguém já disse que a Disney contrata sorrisos, depois treina o que for necessário. Creio que esse sorriso expressa a habilidade desejada de "diakonia". É algo que não se consegue multiplicar com treinamento, mas que pode ser despertado num novo enfoque na área de atendimento. Quando a empresa está cheia de "doulos" pode até ter bons resultados, mas quando é composta de "diakonos" realiza-se e consegue cumprir seu propósito universal, que é servir.

Fonte: Gazeta Mercantil, São Paulo, 30 mar. 2006, Opiniões, online.