

Setor de serviços treina equipes para atender bem o público LGBT

Valorizar e saber atender a diferentes consumidores é cada vez mais parte da estratégia das companhias do segmento

Tatiana Vaz

Folhapress

Empresas de serviços têm investido em capacitação e feito mudanças em suas operações para melhorar o atendimento ao público LGBT e garantir que seus funcionários dediquem o mesmo tratamento a todos os clientes. Valorizar e saber atender a diferentes consumidores é cada vez mais parte da estratégia das companhias do setor.

a diversidade é importante para a sociedade e que gera um lucro maior para o negócio”, afirma Alex Bernardes, que é diretor do Fórum de Turismo LGBT do Brasil.

Segundo Bernardes, grandes empresas, como as aéreas Gol e American Airlines, são exemplos por realizarem treinamentos constantes com as equipes, para que o público LGBT seja bem atendido.

Pequenos negócios podem seguir os passos dessas compa-

nhas maiores. Mas a qualidade do serviço tem mais chance de melhorar quando a iniciativa de oferecer o mesmo tratamento para todo tipo de pessoa parte do proprietário, opina Luiz Felipe Granata, 33, dono da hamburgueria Castro Burger.

Quando abriu o estabelecimento com dois sócios, em 2016, na zona sul de São Paulo, Granata não pensou que montaria um ambiente “hetero-friendly” - amigável também ao público hétero, e não apenas ao público gay -, como hoje o lugar é definido por clientes em redes sociais.

Acabou que a hamburgueira foi definida assim por abrigar a todos de forma harmoniosa. “Meu objetivo era investir num lugar democrático, tanto pela comida que serve quanto por aceitar as pessoas da melhor forma possível”, afirma Granata.

A primeira iniciativa dos sócios, na abertura da casa, foi recorrer a uma empresa de marketing e treinamento especializada em diversidade. Em pouco tempo, perceberam que a melhor forma de capacitar a equipe era pela troca de experiência entre os funcionários, de perfis diversos.

“Conversamos sobre como gostaríamos de ser tratados nos lugares que frequentamos e as sugestões e práticas surgiram disso”, conta o empresário.

Pequenas mudanças fazem a diferença. Hoje, as bebidas de teor alcoólico mais elevado e a conta são entregues sempre para quem as pede e não para os homens da mesa, exemplifica ele. A decoração também faz diferença para deixar claro que todos são bem-vindos na casa: há exposições rotativas com imagens de ícones da comunidade LGBT, como Elton John e a atriz trans Laverne Cox, ou de artistas homossexuais que sejam próximos desse público, como Madonna e Cher.

Os eventos também pre-



Realizar treinamentos constantes com as equipes, para que o público LGBT seja bem atendido é fundamental

zam pela diversidade: organizam exposições tanto do reality show RuPaul's Drag Race quanto de séries como "Stranger Things". Já fizeram saraus literários, noites do vinil e também shows de drags ou de comédia stand-up de um grupo LGBT.

No setor de turismo, bastante sensível à questão da diversidade, a demanda por treinamentos na área tem crescido nos últimos anos, diz Clóvis Casemiro, profissional que trouxe a As-

“As empresas enxergam que a diversidade é importante para a sociedade e que gera um lucro maior”

sociação Internacional de Turismo LGBT (IGLTA, na sigla em inglês) para o país em 1998.

“Há uma abertura maior tanto das empresas quanto dos profissionais que estão sendo treinados, do piloto de avião à camareira de hotel”, afirma ele.

Empresas que já investem na qualidade do serviço devem ter em mente que, dada a rotativi-

dade dos funcionários, oferecer

curso e orientações a quem trabalha com atendimento é uma necessidade constante.

É o que faz a rede de hotéis Accor. A empresa começou instruindo sua equipe para atender um público com deficiência, como pessoas com baixa visão. Em 2017, passou a investir em um material específico para ensinar todos a receber os clientes gays nos 400 hotéis da marca.

“Incluimos as implicações jurídicas decorrentes de um

**“Exigem que a
importante para a
a um lucro maior”**

atendimento discriminatório, explicações sobre diferenças de terminologias e formas de gênero e os cuidados com os detalhes do atendimento que esses clientes merecem”, diz Antonietta Valerse, vice-presidente de comunicação e responsabilidade social corporativa da Accor América do Sul.

Entre as orientações da rede há algumas específicas para o

setor - como receber casais homossexuais com roupas de cores e tamanhos iguais nos quartos - e outras adaptáveis a qualquer tipo de negócio, como perguntar a um cliente trans como ele prefere ser chamado. “Não são privilégios, mas respeito e tratamento igualitário”, diz Valerse.

Para o empresário Reinaldo Bulgarelli, da consultoria Txai, criada em 2001 com o intuito de adaptar negócios para, além de atender, contratar o público gay, a essência do treinamento é igual para empresas de todos os tamanhos.

“Todos deveriam se preocupar em seguir as mesmas regras, nem que seja pelas preocupações legais que isso pode acarretar ao negócio”, afirma Bulgarelli.

Para além do básico, as necessidades de cada companhia no que diz respeito ao atendimento variam de acordo com seu tipo de negócio.

Quem conta com muitos prestadores de serviços terceirizados, por exemplo, deverá reforçar seus valores com mais frequência.

Abraham Shapiro
é consultor e coah de líderes em Londrina



CHAMAMENTO PÚBLICO Nº 001/2019 – SUSPENSÃO
O Instituto de Tecnologia do Paraná – TECPAR, torna pública que **suspende** a abertura do Chamamento Público para pré-qualificação técnica, jurídica e financeira para seleção de empresas para eventual ingresso no Parque Científico e Tecnológico do Campus de Maringá/PR, **para adequações no edital**.
Documentos e informações referentes ao processo estão disponíveis no endereço: http://www.tecpar.br/chamamento_publico_001-2019
E-mail de contato: licitacao@tecpar.br
Melhores informações na Divisão de Compras do Tecpar, sito à Rua Prof. Algacyr Munhoz Mader, 3775, CJC – Curitiba-PR. Fone: (41)3316-3170.
Curitiba, 26 de julho de 2019. Comissão Especial de Licitação

[illegible]