

ANTP/ABRATI

VIAÇÃO GARCIA

ESPAÇO MULHER – VIAÇÃO GARCIA

Londrina
2015

SUMÁRIO

1	VIAÇÃO GARCIA	11
1.1	HISTÓRICO.....	11
1.2	INDICAÇÃO DO ESPAÇO MULHER	14
1.2.1	Responsável pelo Espaço Mulher.....	14
1.2.2	Equipe.....	14
2	APRESENTAÇÃO DO ESPAÇO MULHER	15
2.1	CRIAÇÃO DO ESPAÇO MULHER.....	15
2.2	CARACTERIZAÇÃO.....	17
2.3	OBJETIVOS	17
2.4	ÁREA DE ABRANGÊNCIA.....	18
2.4.1	Comercial.....	18
2.4.2	Marketing	19
2.4.3	Revisão Inicial.....	19
2.4.4	Tráfego.....	20
3	METODOLOGIA	21
4	COMUNICAÇÃO	25
5	RESULTADOS	28
6	CONCLUSÃO	30

1 VIAÇÃO GARCIA

1.1 HISTÓRICO

A Viação Garcia nasceu em 1934, quase simultaneamente com o município de Londrina, num tempo em que as cidades iam surgindo em torno das paradas de ônibus. No início da década de 1930, a região Norte do Paraná era chamada de “o novo Eldorado” e atraía migrantes e imigrantes.

A colonizadora inglesa Companhia de Terras Norte do Paraná nomeou o mecânico alemão Mathias Heim responsável pela administração do transporte dos pioneiros e imigrantes. Heim procurou um sócio para ajudar a vencer o desafio. Encontrou o jovem imigrante espanhol Celso Garcia Cid e, em 15 de janeiro de 1934, foi criada a Companhia Rodoviária Heim & Garcia, a segunda do setor estabelecida legalmente no Brasil. O município de Londrina foi fundado em 10 de dezembro de 1934. Ainda em 1934, a pedido de Celso Garcia Cid, seu caminhão Ford foi transformado na primeira jardineira da empresa, carinhosamente chamada de Catita.

Figura 1 – Catita da década de 1940.



Fonte: www.viacaogarcia.com.br

Em outubro de 1937, com a saída de Mathias Heim, entrou em cena outro imigrante espanhol, José Garcia Villar. A partir de 1º de fevereiro de 1938, foi criada a Empresa Rodoviária Garcia & Garcia. A nova sociedade funcionou como

uma engrenagem perfeita. Celso Garcia Cid era o acelerador e José Garcia Villar a embreagem. A ousadia e o empreendedorismo de Celso Garcia Cid impulsionavam a expansão da empresa. O controle e a administração de Garcia Villar faziam a companhia crescer com segurança e saúde financeira.

A Viação Garcia cresceu no ritmo acelerado que impulsionou o desenvolvimento de vários municípios do Norte do Paraná, transportando pioneiros, imigrantes, colonizadores, trabalhadores e empreendedores.

A importância histórica da Viação Garcia para o desenvolvimento do Norte do Paraná também é reconhecida publicamente no atual Terminal Rodoviário de Londrina. A obra, executada pelo arquiteto Oscar Niemayer, leva o nome de José Garcia Villar que, em 1937, logo nos primeiros anos de atividades da Viação Garcia, tornou-se sócio de Celso Garcia Cid.

Figura 2: Terminal Rodoviário José Garcia Villar.



Fonte: www.viacaogarcia.com.br

Após atingir um patamar de reconhecimento nacional, a Viação Garcia foi vendida pelos herdeiros de Celso e José ao empresário gaúcho Mario Luft, em conjunto com um grupo de investidores. A operação envolveu também as empresas Viação Ouro Branco e Princesa do Ivaí, além de 37 garagens espalhadas nas regiões de atuação da empresa.

No início de 2014, a Viação Garcia foi novamente vendida. Dessa vez, para uma empresa concorrente. A Brasil Sul, com o objetivo de unir sua

modernidade à tradição da Viação Garcia, anunciou a compra de inicialmente 49,9% do controle societário da Garcia e, após a autorização dos órgãos concedente das linhas intermunicipais e interestaduais, assumiu a totalidade da empresa formando o Grupo GBS (Garcia Brasil Sul).

Hoje, a Viação Garcia se destaca entre as cinco maiores empresas do setor no País, reconhecida pelos investimentos em novas tecnologias para garantir cada vez mais conforto e segurança para seus passageiros. A frota moderna de 554 ônibus percorre 5,5 milhões de quilômetros por mês (mais de 120 voltas ao redor da Terra) nas linhas que ligam os estados do Paraná, São Paulo, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais e Rio de Janeiro, transportando mais de 13 milhões de passageiros no ano de 2014. Nas linhas metropolitanas, a frota está totalmente atualizada com modelos adequados para o atendimento de passageiros com mobilidade reduzida. A frota moderna e atualizada também está disponível nos fretamentos, para transporte de grupos, lazer, turismo, negócios e outros eventos.

A trajetória de sucesso da empresa é marcada pelos investimentos em inovações que dão prioridade ao conforto do passageiro desde o momento da compra da passagem. A Garcia oferece o serviço de compra de passagens pela internet através de pagamentos com cartão de crédito, além da possibilidade da escolha do assento com até 30 dias que antecedem a viagem. A compra de passagem para qualquer destino da Viação Garcia também pode ser feita tanto por telefone quanto pessoalmente.

Nas principais cidades dos Estados do Paraná, São Paulo, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais e Rio de Janeiro, além das rodoviárias, a Viação Garcia mantém 313 pontos para venda de passagens. A estrutura de atendimento ao cliente e de manutenção dos ônibus está presente em 15 filiais. Desta maneira, a excelência no transporte de passageiros que caminha junto com a Viação Garcia desde sua fundação, em 1934, é resultado da dedicação de mais de 1.500 colaboradores que recebem constantemente cursos de atualização em diversas áreas, através de um moderno Centro de Treinamento localizado na matriz em Londrina.

A responsabilidade social se estende também para a proteção do meio ambiente e do cumprimento da legislação ambiental. O compromisso da empresa é reduzir a utilização de recursos naturais em seus processos e produtos com foco no desenvolvimento sustentável. Esta política começa pela revisão

frequente de motores, uso de biodiesel, coleta de lixo reciclável, tratamento de efluentes líquidos, entre outros procedimentos. Existem também programas direcionados à causas sociais, como o Outubro Rosa e Novembro Azul, que são campanhas para estimular a participação da população no controle do câncer de mama e de próstata, bem como o Ônibus Biblioteca Móvel Ambiental, que foi adaptado e transformado em sala de aula e vai até as escolas conscientizando as crianças em relação ao meio ambiente, o Ônibus Odontológico, que atende os funcionários da Viação Garcia.

1.2 INDICAÇÃO DO ESPAÇO MULHER

1.2.1 Responsável pelo Espaço Mulher

- Estefano Boiko Júnior (Presidente)

1.2.2 Equipe

- Cesar Amorim (Gerente Operacional)
- Luiz Fernando da Silva Mattos (Gerente Comercial)
- Jéssica Fernanda Campos (Supervisora de Fretamento)
- Matheus Gois Bonesi (Assistente de Tráfego)

2 APRESENTAÇÃO DO ESPAÇO MULHER

2.1 CRIAÇÃO DO ESPAÇO MULHER

A Diretoria da empresa foi a responsável pela idealização da boa prática. Através de uma pesquisa quantitativa via telefone, realizada com os passageiros clientes e formadores de opinião, identificou-se uma lacuna de mercado até então inexplorada.

A princípio, o intuito da pesquisa realizada era observar qual a frequência com que os entrevistados utilizavam o serviço de transporte rodoviário, bem como seus destinos, motivos de escolha e os diferenciais mais valorizados pelos mesmos. Todavia, durante a pesquisa, as pessoas do sexo feminino que participaram demonstraram durante as conversas uma mesma tendência; se sentiam mais confortáveis viajando ao lado de uma pessoa do mesmo sexo.

Essa tendência foi levada à direção da empresa, que prontamente idealizou a criação de um espaço destinado às mulheres dentro dos ônibus. De imediato, a boa prática foi aceita e iniciaram-se estudos para sustentar sua viabilidade e elaborar sua implantação.

Buscando entender os motivos que levam as mulheres a se sentirem mais seguras durante a viagem quando estão ao lado de outra mulher, o tema sobre o assédio sexual e a violência contra a mulher ficou em evidência. Um estudo realizado pela ONU (Organização das Nações Unidas) mostrou que 7, em cada 10 mulheres no mundo, já foram ou serão violentadas em algum momento de sua vida.

A violência praticada contra a mulher por homens é classificada como Femicídio Não Íntimo, que se baseia no crime cometido por alguém que não tenha relacionamento íntimo com a mulher, como assédios, estupros e até assassinatos por discriminação de gênero.

Em vista de combater o feminicídio no Brasil, a Lei intitulada “Lei Maria da Penha”, foi sancionada em 7 de agosto de 2006, pelo então presidente Lula. Dentre as mudanças promovidas pela lei, está o aumento no rigor das punições das agressões contra as mulheres. A lei entrou em vigor no dia 22 de setembro de 2006. Além da Lei Maria do Penha, a Lei nº 13.104 , aprovada recentemente em março de 2015, é um mecanismo que assegura o feminicídio

como crime hediondo no Código Penal. Entretanto, a implantação de Lei Maria da Penha e as demais que defendem a mulher perante os assédios e abusos ainda não são suficientes para a sua segurança.

No transporte rodoviário, infelizmente, os dados mostram a mesma tendência. Uma pesquisa realizada pela organização humanitária ActionAid para a campanha Cidade Segura em 2013, revelou que 43,8% das mulheres brasileiras já sofreram assédio sexual dentro de ônibus. O sistema de atendimento ao cliente da Viação Garcia já havia recebido diversas reclamações de mulheres relacionadas à questão do assédio contra clientes do sexo feminino.

Existem, porém, dificuldades para combater o assédio sexual dentro dos ônibus. Dentre essas dificuldades, três se destacam:

- a) Denunciar não é fácil: existe um sentimento generalizado de que não vale muito a pena registrar ocorrências, pela burocracia, constrangimento e impunidade dos envolvidos.
- b) Não há solidariedade entre desconhecidos: se houvesse um maior senso de comunidade, as pessoas se atreveriam a falar quando ocorre um incidente e dariam mais apoio às vítimas.
- c) É um problema cultural: segundo o Ipea, para 26% dos brasileiros, mulheres que usam roupas que mostram o corpo merecem ser atacadas.

É visível que a mulher tem conquistado cada vez mais o seu espaço na sociedade, mas que o assédio sexual contra a mulher ainda é um tipo de violência comum. Diante desses dados, concluindo que as ocorrências não são fatos isolados, mas constantes, a Viação Garcia decidiu agir.

A empresa procurou pensar em todos os detalhes para que o serviço prestado atingisse a excelência. Desta maneira, contrariando a máxima do universo corporativo, de que nada se cria e tudo se copia, a Viação Garcia inovou e implantou em seus serviços o Espaço Mulher.

Figura 3: Marca do Espaço Mulher.



Fonte: www.viacaogarcia.com.br

2.2 CARACTERIZAÇÃO

O Espaço Mulher consiste em segregar quatro poltronas por ônibus que ficam reservadas para serem utilizadas exclusivamente por mulheres, assegurando às clientes que a poltrona ao lado será ocupada por outra mulher e proporcionando assim mais conforto e menos constrangimentos.

Foram selecionadas quatro assentos para o Espaço Mulher. Suas numerações são 11,12, 15 e 16, todas do lado oposto ao do motorista, uma vez que são as poltronas de maior procura nas agências. As poltronas do Espaço Mulher são identificadas por uma capa de banco na cor lilás com o intuito de que elas se destacassem dentre as demais. O valor da passagem é rigorosamente o mesmo das demais poltronas.

2.3 OBJETIVOS

O objetivo do Espaço Mulher é fornecer maior segurança e conforto

às mulheres clientes da Viação Garcia e dar visibilidade ao tema do assédio sexual, sensibilizando e estimulando a sociedade na luta contra esse tipo de agressão à mulher.

A meta estipulada internamente, que abrange todas as áreas funcionais da empresa, é que 90% todas as poltronas reservadas para o Espaço Mulher estejam ocupadas em todas as viagens.

2.4 ÁREA DE ABRANGÊNCIA

Para que o objetivo da boa prática seja atingido com maestria, é necessária a colaboração total dos funcionários da Viação Garcia. Para o sucesso na implantação e correto funcionamento do serviço oferecido, é imprescindível que todos aqueles envolvidos no processo compartilhem da cultura e valores da empresa e que estejam engajados com a causa em questão. O combate ao assédio contra a mulher deve ser de dentro da empresa para fora, atingindo os clientes. É essa a mensagem que a Viação Garcia se preocupa em transmitir aos seus colaboradores todos os dias.

2.4.1 Comercial

O setor comercial é responsável pela venda do Espaço Mulher e também pela definição das linhas em que o serviço estará disponível.

São os vendedores de passagens de todas as agências, terceirizadas ou não, que estão encarregados de vender o serviço. É necessário que o serviço seja oferecido à todas as clientes que forem viajar sozinhas nas linhas em que o Espaço Mulher faz parte. Uma vez que o serviço estará disponível para venda apenas por compras presenciais, a responsabilidade dos vendedores aumenta ainda mais.

Para que o contato dos vendedores de passagem com as clientes seja eficiente, a Viação Garcia realizou um treinamento com as agências, conscientizando todos sobre a importância da causa em questão e também

aprimorando suas habilidades de venda e atendimento ao cliente.

2.4.2 Marketing

Todo o projeto do Espaço Mulher demandou grande esforço nas ações de divulgação e marketing da empresa, seja para o conhecimento das clientes ou para a conscientização da sociedade no combate ao assédio sexual. Todos os detalhes foram pensados minuciosamente para que as campanhas pudessem ser extremamente positivas. As estratégias utilizadas foram:

- Post nas redes sociais;
- Plotagem de um veículo;
- Ações pela cidade;
- Rodomoças;
- Flyers impressos;
- Banner rotativo no site;
- Spots em rádios;
- Display em forma de rodomoça - 1,70 x 1,00m;
- Brindes às mulheres formadoras de opinião das emissoras de televisão da cidade de Londrina-Pr.

2.4.3 Revisão Inicial

O setor chamado Revisão Inicial é responsável pela limpeza interna, externa e higienização dos onibus antes de cada viagem.

Foi realizada uma reunião com o Supervisor de Revisão Inicial, o Gerente Operacional e todos os colaboradores da área para a divulgação da boa prática, bem como sua importância e os procedimentos que devem ser alterados devido à inclusão do serviço oferecido.

As capas das poltronas do Espaço Mulher, identificadas pela cor

lilás, são disponibilizadas aos colaboradores da área. Elas ocupam sempre os mesmos assentos, 11, 12, 15 e 16.

2.4.4 Tráfego

O setor de Tráfego é responsável pelos motoristas da empresa. Nos treinamentos de rotina, em que vários temas sobre o cotidiano do motorista são abordados, o Espaço Mulher é citado e sua importância é reforçada.

A orientação dada aos motoristas é de que o respeito às mulheres comece por eles. A cordialidade com as clientes, por parte dos motoristas é de fundamental importância para que a boa prática tenha sucesso, do embarque até o desembarque, o sentimento de conforto, respeito e segurança das clientes deve prevalecer sobre qualquer outro.

Os motoristas são também orientados sobre como proceder em casos de desconforto das clientes durante as viagens.

3 METODOLOGIA

A implantação do Espaço Mulher demandou tempo e dedicação dos colaboradores da Viação Garcia. Buscando eliminar todas as possibilidades de erros e falhas no processo, a empresa se apoiou em diversos tipos de pesquisas já realizadas e também desenvolveu outras para a aplicação.

De início, após a ideia da boa prática, foi realizada uma pesquisa exploratória via *web* para a obtenção de maior conhecimento e informações sobre o tema abordado. Os dados encontrados confirmaram a importância do Espaço Mulher e justificaram a necessidade desse serviço nas linhas da Viação Garcia.

A empresa optou também por fazer uma pesquisa quantitativa referente a aceitação do Espaço Mulher por parte dos clientes antes da implantação do serviço.

A primeira delas foi uma pesquisa de campo realizada nas rodoviárias. Os colaboradores da Viação Garcia conversaram com clientes nas plataformas antes dos embarques e aplicaram um breve questionário para medir o nível de aceitação.

Nessa pesquisa, as perguntas eram diferenciadas de acordo com o sexo do entrevistado. No caso da entrevista com homens, os mesmos deveriam possuir esposa, namorada ou filha. Entendeu-se que, com esse filtro, a opinião masculina sobre o Espaço Mulher faria mais sentido e traria respostas mais objetivas, uma vez que o serviço não poderia ser utilizado por eles, mas por mulheres do seu meio de relacionamento. Desta maneira, o questionário simples se resumia em apenas uma pergunta para cada gênero:

HOMENS

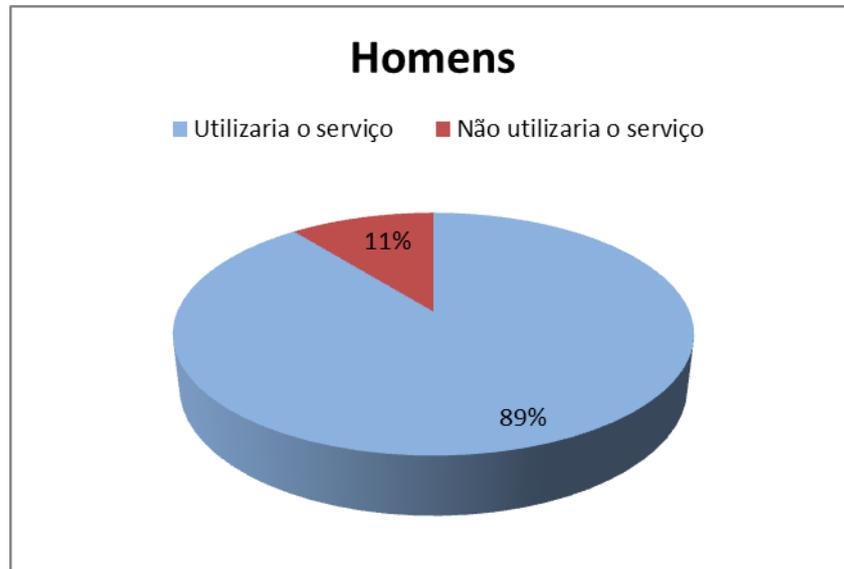
“Caso houvesse a opção de poltronas reservadas para serem utilizadas exclusivamente por mulheres, sem custo extra, assegurando para as clientes que a poltrona ao lado será ocupada também por outra mulher, o senhor optaria pela utilização desse serviço para a sua Esposa/Filha/Namorada/Outro?”

MULHERES

“Caso houvesse a opção de poltronas reservadas para serem utilizadas exclusivamente por mulheres, sem custo extra, assegurando para as clientes que a poltrona ao lado será ocupada também por outra mulher, a senhora optaria pela utilização desse serviço?”

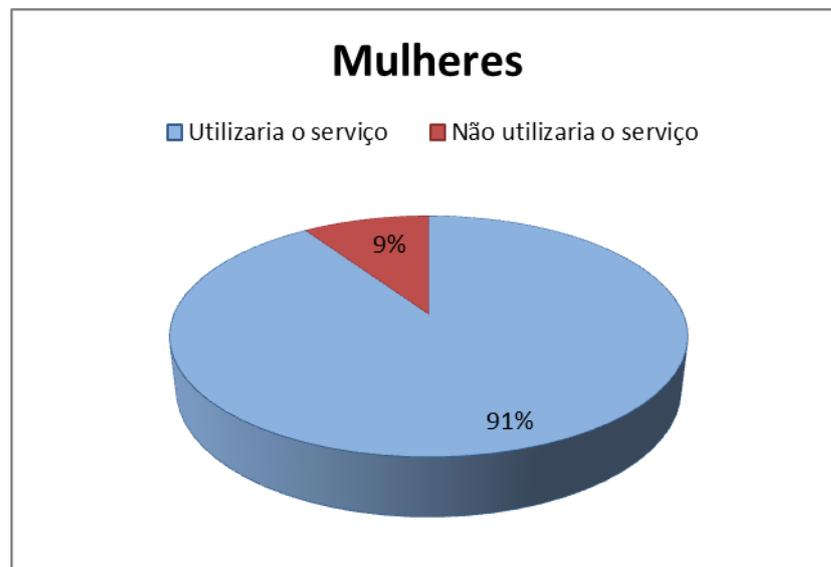
A pesquisa foi aplicada em 106 mulheres e 28 homens. Após a sua aplicação, os dados colhidos foram processados e os resultados obtidos foram:

Gráfico 1: Resultado da pesquisa de aceitação na rodoviária de Londrina com homens.



Fonte: Pesquisa Espaço Mulher.

Gráfico 2: Resultado da pesquisa de aceitação na rodoviária de Londrina com mulheres.

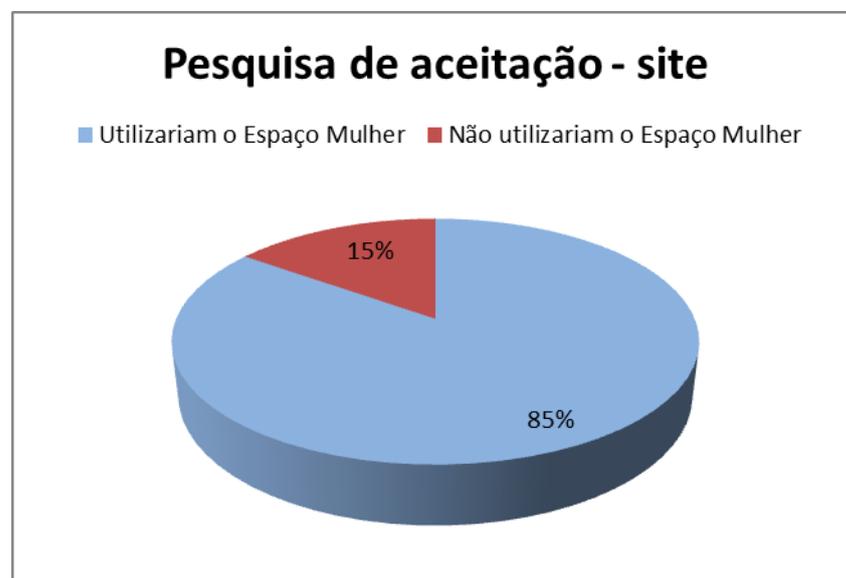


Fonte: Pesquisa Espaço Mulher.

Outra pesquisa foi realizada pela Viação Garcia para medir o nível de aceitação dos clientes. O questionário foi disponibilizado durante o período de uma semana no site da empresa www.viacaogarcia.com.br em forma de *pop up*, para que todos os clientes que acessassem o site estivessem respondendo.

No total, 4.942 pessoas participaram da pesquisa e o resultado obtido foi:

Gráfico 3: Resultado da pesquisa de aceitação no site.



Fonte: www.viacaogarcia.com.br

Além das pesquisas, a Viação Garcia utilizou e utiliza-se de sistemas internos para o apoio às operações. Dentre esses sistemas, dois se destacam. São eles:

- SRVP (Sistema de Reserva e Venda de Passagens): Este sistema é terceirizado e regulado pela ANTT (Agência Nacional de Transportes Terrestres), possuindo opções de personalização de acordo com a demanda da empresa. A Viação Garcia utiliza o SRVP para a reserva das poltronas destinadas ao Espaço Mulher. Essas poltronas só podem ser liberadas manualmente pelo agente de passagens para a venda destinada a clientes do sexo feminino.
- Sistema Corporativo: Este sistema foi desenvolvido pelo setor de TI (Tecnologia da Informação) da Viação Garcia. Ele é utilizado pelos colaboradores, sendo que cada um possui um usuário específico e único com acesso à determinadas funções. No caso do

Espaço Mulher, o Sistema Corporativo contribui para a boa prática através da alocação prévia de veículos para as linhas da empresa.

4 COMUNICAÇÃO

As ações de marketing iniciaram quase 30 dias antes do lançamento do projeto, onde fora lançado nas redes sociais um *post* informando que uma novidade da Viação Garcia estava por vir, onde os internautas podiam comentar e interagir entre si. O resultado foi melhor que o esperado, uma vez que gerou sugestões para outros serviços a serem futuramente desenvolvidos. No dia do lançamento do projeto, foi colocado nas redes sociais o *post* revelando qual seria a novidade, e, como esperado, a repercussão foi grande e os comentários extremamente positivos, contribuindo para o sucesso do Espaço Mulher e reforçando a confiança dos clientes da Viação Garcia.

A divulgação do Espaço Mulher aconteceu também internamente. Os colaboradores da Viação Garcia foram informados sobre o novo serviço e quais seus objetivos. Foram distribuídos flyers para o conhecimento e a conscientização referente à boa prática.

Figura 4: Flyer do Espaço Mulher.



Fonte: Setor de marketing da Viação Garcia.

Algumas mulheres formadoras de opinião e que representam emissoras de televisão da cidade de Londrina-PR receberam um Kit com sabonete líquido e *tags* de mala na cor lilás entregues pela Rodomoça símbolo da campanha.

Figura 5: Entrega do Kit Espaço Mulher.



Fonte: Setor de marketing da Viação Garcia.

Os spots nas rádios serviram também como meio de comunicação com o cliente, visto que são considerados pela Viação Garcia instrumentos de divulgação de grande abrangência. As inserções são feitas diariamente em emissoras de rádio de diversas cidades, levando o Espaço Mulher ao conhecimento de mais pessoas, clientes ou não da Viação Garcia.

A plotagem do veículo foi outra estratégia que surtiu muito efeito, principalmente quando atrelada às ações na cidade de Londrina-PR. Uma pintura personalizada para o Espaço Mulher foi feita em um dos carros da frota. O veículo se posiciona em pontos estratégicos das cidades atendidas, onde uma rodomoça distribui flyers e convidando as pessoas para conhecer o Espaço Mulher. Essa ação contribuiu para a divulgação “boca-a-boca”, considerada de extrema importância pela empresa.

Figura 6: Ônibus com plotagem decorativa.



Fonte: Setor de marketing da Viação Garcia.

No dia 07 de Setembro, conforme a tradição de todos os anos, a Viação Garcia participou do desfile da Independência na cidade de Londrina-PR. Neste desfile o veículo plotado foi dirigido por uma motorista do sexo feminino, e permitiu que os presentes no evento pudessem entrar no veículo para tirar fotos e conhecer o Espaço Mulher.

Todas as estratégias de divulgação elaboradas e aplicadas pela Viação Garcia surtiram efeito positivo. Foram obtidos diversos feedbacks de diferentes públicos, desde adolescentes que viajam desacompanhadas dos pais à pessoas de idade elevada, seja através das redes sociais ou até pela informação nas agências de passagens espalhadas nas regiões Sul e Sudeste do Brasil.

As estratégias de marketing tiveram abrangência em todos os estados de atendimento, Paraná, São Paulo, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais e Rio de Janeiro, agregando ainda mais valor à campanha. Ainda que sua tradição seja reconhecida pelo mercado, a empresa tornou-se referência também em inovação, buscando sempre conquistar e fidelizar cada vez mais clientes.

5 RESULTADOS

A avaliação dos resultados da boa prática realizada pela Viação Garcia, o Espaço Mulher, depende exclusivamente da aceitação das mulheres que utilizaram o serviço e da sociedade que apoia a causa.

Para mensurar o grau de satisfação das clientes, uma nova pesquisa foi elaborada. Uma pergunta às clientes foi colocada no site da empresa www.viacaogarcia.com.br em forma de *pop up*, para que as clientes que utilizaram o Espaço Mulher estivessem avaliando o serviço.

A pergunta foi:

“Gostaríamos de saber o que você, prezada cliente, achou da experiência de viajar no Espaço Mulher”.

Ruim

Regular

Bom

Ótimo

O resultado da pesquisa até o presente momento é:

Gráfico 4: Resultado da pesquisa de satisfação do site.



Fonte: www.viacaogarcia.com.br

Após a quantificação dos resultados, é realizado um acompanhamento trimestral com o intuito de manter o elevado grau de satisfação das clientes. Para medir o grau de satisfação, cada resposta possui uma pontuação. As respostas e suas devidas pontuações devem atingir, no mínimo, 90% da pontuação máxima possível. Quando, ao final de cada trimestre, os resultados são apurados, em caso de superação da meta o projeto continua o mesmo, todavia, se o grau de satisfação não atingir a meta, novas medidas devem ser tomadas baseadas em uma nova pesquisa buscando sugestões das clientes que utilizam o Espaço Mulher.

Os resultados serão divulgados à todos os funcionários da empresa através dos e-mails usados para a comunicação interna da Viação Garcia.

A Viação Garcia recebeu, após a implantação do Espaço Mulher, diversos depoimentos de clientes que residem em cidades onde as linhas ainda não disponibilizam esse serviço, pedindo que o Espaço Mulher fosse estendido às demais linhas da Viação Garcia.

A extensão do serviço para as demais linhas está sendo estudada pela equipe da Viação Garcia. A empresa entende que, por ser uma mudança com impactos significativos, deve ser controlada e guiada com cautela, para eliminar as chances de falhas no serviço.

6 CONCLUSÃO

A Viação Garcia busca continuamente a melhoria de seus serviços e orgulha-se de apresentar o Espaço Mulher aos *stakeholders*. A empresa entende que suas ações e atividades impactam diretamente a vida de muitas pessoas e, por isso, a Responsabilidade Social é um de seus pilares.

Com o intuito atender as expectativas das partes interessadas e trazer o máximo de conforto e segurança à suas usuárias, o Espaço Mulher representa a busca contínua por melhorias em seus serviços e é considerado mais uma conquista da Viação Garcia.