

Prêmio ANTP - ABRATI
“Boas Práticas do Transporte Terrestre de Passageiros”

EMPRESA VERDE TRANSPORTES



1- INTRODUÇÃO

1.1. PERFIL DA EMPRESA

A empresa Verde Transportes, opera há mais de 45 anos na região do Centro-Oeste do Brasil.

Com sede em Cuiabá a empresa liga Cuiabá a muitas das cidades ao Norte, Oeste e Leste de Mato Grosso, Sul do Pará, Goiás e Distrito Federal

NUMEROS DA VERDE	
FROTA TOTAL	127
RODOVIARIOS INTERESTADUAIS	53
RODOVIÁRIOS INTERMUNICIPAIS	74
LINHAS INTERESTADUAIS	8
LINHAS INTERMUNICIPAIS	30
VIAGENS ANO	48.000
PASSAGEIROS TRANSPORTADOS ANO	1.828.024
LOCALIDADES ATENDIDAS	132
ESTADOS ATENDIDOS	4
KM PERCORRIDOS ANO	24.082.816
NUMERO DE FILIAIS	22
COLABORADORES DIRETOS	653
COLABORADORES INDIRETOS	600
GARAGENS	12

1.2. INDICAÇÃO DA EQUIPE

Responsável pela prática:

Adelirio Floriano Silva - Gerente Comercial

Idealizador do Projeto: João Climaco - Gestor de Recursos Humanos

Equipe Envolvida na boa prática:

Thiago Cesar - Encarregado Comercial

Amauri Queiroz - Encarregado de Trafego

Alessandra Pinheiro - Consultora de Marketing e Comunicação

2 - APRESENTAÇÃO

A Boa prática : ESPAÇO MULHER

Relatos constantes na mídia do país descrevem casos de abuso, bullying e abordagens negativas dos homens em relação às mulheres, em suas viagens rodoviárias.

As mulheres que necessitam do serviço de transporte rodoviário se vêem na maioria das vezes, inseguras, desprotegidas, desconfortáveis.

Com o objetivo de proporcionar mais segurança, tranquilidade e conforto às mulheres, A Verde Transportes criou o projeto **Espaço Mulher**. O projeto consiste em ofertar as **poltronas 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13 e 14** exclusivas para mulheres desacompanhadas.

As poltronas estão destacadas com o encosto de cabeça na cor rosa com a logomarca do projeto Espaço Mulher, seguindo todo o material das peças da campanha de divulgação do serviço.

A prática envolve o departamento comercial, e o departamento operacional que bloqueiam as linhas para que não sejam vendidas para homens, mesmo no caso do ônibus estar lotado.

3 - OBJETIVOS

HISTÓRICO:

O projeto nasceu da integração do Departamento de Recursos Humanos, e o departamento Comercial da empresa, com o objetivo de ofertar mais tranquilidade e conforto às passageiras mulheres.

Tal prática exigiria recursos voltados para a marketing para divulgação dos diferenciais de serviço ofertado pela empresa. A empresa acreditou que a oferta dos serviço poderia gerar vendas antecipadas para garantia dos assentos ofertados em número limitado e que a boa prática deste benefício seria imediatamente reconhecida pelas mulheres- usuárias.

Objetivo: ofertar mais tranquilidade e conforto à mulheres que viajam desacompanhadas.

Desafio: conseguir equalizar a oferta de poltronas e não diminuir receita da venda de passagens para público masculino . Definir o número de poltronas ofertadas e escolher as linhas para receber este benefício no momento de lançamento da campanha. Implementação no processo de venda, quando se definiu que estas passagens seriam vendidas apenas no balcão, por facilidades operacionais junto aos parceiros de vendas online.

Contexto: Cenário onde usuário dos serviços da empresa equalizavam entre homens e mulheres, e onde mulheres são frequentemente alvo de abusos ou bullying *

Meta Projetada: venda de 300 passagens mês

Público Alvo: Mulheres que viajam desacompanhadas, entre 18 e 50 anos

4 - METODOLOGIA

O projeto nasceu de uma prática multisetorial envolvendo os seguintes departamentos: recursos humanos, operacional e comercial.

Em princípio foram feitas pesquisas e levantamentos dos seguintes dados:

1. Quais as reclamações mais recorrentes de nossos passageiros?
Reclamações frequentes na região de mulheres que eram abordadas durante a viagem por passageiros de sexo masculino e a falta de segurança que elas sentiam principalmente nas viagens realizadas a noite, quando os outros passageiros estavam dormindo
2. Qual o percentual de mulheres transportadas em nossas linhas ? 31% a 51% , sendo que em determinados trechos o percentual do público feminino suplementava o do publico masculino .
3. Qual a receita relativa a venda de passagens para o público feminino ?
Receita de vendas para público feminino correspondia a 41,4 % da receita média da venda da empresa.

Com bases nos números levantados acima, e em reuniões interdisciplinares com os gerentes comerciais e de RH

- Como poderíamos assegurar mais conforto e tranquilidade as mulheres em suas viagens?
- Quais ações inovadoras e de baixo custo poderiam ser implementadas para oferecer este serviço ?
- Quais as práticas incentivariam a ética e as práticas de cidadania que sempre foram valores cultivados pela empresa?

Etapas:

1. Ofertar poltronas exclusivas em algumas linhas
2. Bloquear as poltronas para serem vendidas apenas no guichê
3. Informar do benefício em uma campanha de comunicação
4. Verificar e acompanhar os dados e estatísticas de vendas
5. Fazer pesquisa de opinião qualificada junto ao público alvo

5 - COMUNICAÇÃO

Criação de uma campanha de lançamento: Espaço Mulher
Criação de logomarca e utilização da cor rosa, utilização de uniformes e camisetas para público interno e externo

Eventos :

Plataforma da rodoviária - As passageiras que embarcaram no primeiro carro a ofertar as 4 poltronas do espaço, receberam um fone de ouvido rosa, com a logomarca da campanha

Apresentação do grupo folclórico de repercussão internacional
Flor Ribeirinha

Entrevistas em vídeo com as mulheres que estavam embarcando e as primeiras a comprar as poltronas

Peças de campanha:

1. Online:

1.1 - Banners no site da empresa

1.2 - Banner site do Click Bus

1.3 - Banners de lançamento nos portais de informação do estado:
Olhar Direto, Folha Max

2 .Offline:

2.1 - Capas de passagens com as perguntas mais frequentes

2.2 - Banner físico nas pilastras da rodoviária

2.3 - Flyers para serem distribuídos nos eventos e ações de marketing esportivo e cultural

2.4 - Adesivo e pintura de frota

6 - RESULTADOS

Os resultados da campanha foram favoráveis, tanto qualitativamente quanto quantitativamente.

A demanda pelas passagens do Espaço Mulher e as vendas antecipadas cresceram progressivamente.

No mês de sua criação eram ofertados assentos em 6 veículos, que se expandiram para 10 e que contabilizam agora 16 .

Obtivemos uma resposta qualitativa muito grande e satisfatória por parte dos clientes, constatado nas várias pesquisas de opinião realizadas durante o embarque e sala vip.

A oferta deste serviço criou um impacto positivo da imagem da empresa no mercado, registrando seu compromisso com ações de cidadania e ações sociais. A ação gerou fidelização espontânea do público feminino e se tornou um marco no pioneirismo do transporte rodoviário de passageiros do país.

Total de passageiras transportadas desde a criação do programa até o dia 05/09/2019: **78.869**

7 - ANEXOS



Assinatura da Marca

**QUEM RESPEITA SEU ESPAÇO,
MERECE SEU CARINHO.**

Slogan de Campanha



Banner Vidro traseiro



Ônibus



Espaço da Mulher

"Quando o homem aprender a respeitar até o menor ser da criação, seja animal ou vegetal, ninguém precisará ensiná-lo a amar seu semelhante". (Albert Schweitzer)

Sintonizada com as preferências e necessidades de seu público feminino e com o compromisso de oferecer o melhor serviço à sociedade, a Verde Transportes está sempre à frente com o compromisso de encantar seus clientes. Em Mato Grosso, foi pioneira ao criar o Espaço da Mulher.

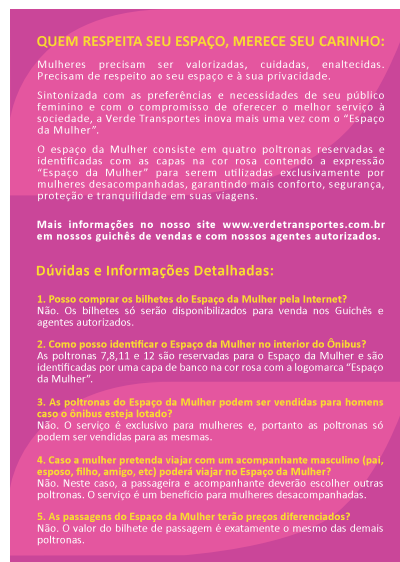
Poltronas reservadas e identificadas com as capas na cor rosa contendo a expressão "Espaço da Mulher" são utilizadas exclusivamente por mulheres desacompanhadas, garantindo mais conforto, segurança, proteção e tranquilidade em suas viagens.

Por isso, viaje conosco. O Espaço da Mulher é seu, por respeito à sua privacidade!

Banner site ClickBus



Banner site Folhamax e Olhar Direto



Capa de Passagem e Flyer



Material promocional



Pilastra rodoviária Cuiabá



Outdoor

8- CLIPPING

<http://www.portalmatogrosso.com.br/cotidiano/verde-transportes-lanca-iniciativa-para-coibir-assedio-sexual-contra-mulheres/37060>

<https://www.folhamax.com/curiosidades/qualidade-de-tempo-durante-a-viagem-e-valorizada-com-bom-filme/147775>

<https://www.youtube.com/watch?v=mz511E1W40s>

<https://www.facebook.com/ViagemVerde/videos/espaco-mulher-poltronas-exclusivas-para-mulheres-na-verde-transportes/1124256054371578/>