

# VI SNCMA - 2015

## **Simpósio Temático**

ST02 - Crescimento Urbano, Sustentabilidade e Qualidade de Vida

### **ANÁLISE DO CRESCIMENTO URBANO E IMPACTO DAS AÇÕES DE MARKETING SOCIAL DA COMPANHIA MUNICIPAL DE TRÂNSITO E TRANSPORTES DE ANÁPOLIS**

Paulo Roberto Vieira de Almeida; Maria Érica Alves de Oliveira; Lucas Gontijo Salvino; Reginaldo Santana Figueiredo

O trânsito é um evento cheio de complexidades e que envolve vários fatores. Os comportamentos dos motoristas podem ser facilmente desviados, a atenção não é parte principal das ações seguras, sendo assim, a falta de concentração no ato de dirigir pode levar consequências trágicas, impedindo, portanto, de fazer sua tarefa básica que é a de dirigir consciente. O estudo contou com participação de 300 motoristas de Anápolis, com idade entre 18 a 39 anos. A coleta de dados foi realizada através de um questionário com 8 perguntas fechadas, tendo, como finalidade detectar fatores relevantes sobre a percepção e comportamento dos motoristas no trânsito de Anápolis. Os resultados revelam que os homens lideram o ranking, representa cerca de 55% e as mulheres correspondem 45% dos motoristas. Os homens são os que mais estão propícios a entrar na zona de risco, cerca de 47,66% admitiram ter se envolvido em acidentes, enquanto, as mulheres chegam a 33,33%. Contabilizando o número de acidentes entre homens e mulheres é um dado assustador aproximar-se de 81%. As imprudências também é outro fator que requer atenção, consiste em 55% dos entrevistados como os motivos dos acidentes. Pode-se considerar que as ações da Companhia Municipal de Trânsito e Transportes estão sendo acompanhada pela comunidade Anapolina, contudo este dado não indica que o número de acidentes está diminuindo.

**Palavras-Chave:** Trânsito; Crescimento Urbano; Marketing Social.