

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA  
SOUZA**

**ETEC SYLVIO DE MATTOS CARVALHO**

**Curso de Técnico em Administração**

**Francisco Ruske Pires**

**Gabriel Henrique Alves de Carvalho**

**Victor Hugo Hoga da Silva Amoroso**

**Cinema e Tecnologia:**

**A importância da venda de ingressos online para democratizar o  
acesso.**

**Matão, SP 2023**

**Francisco Ruske Pires**

**Gabriel Henrique Alves de Carvalho**

**Victor Hugo Hoga da Silva Amoroso**

**Cinema e Tecnologia:**

**A importância da venda de ingressos online para democratizar o acesso.**

Trabalho de Conclusão do Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Escola Técnica Estadual Sylvio de Mattos Carvalho, orientado pelo(a) Prof(a). João Paulo Pereira, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Técnico em Administração.

**Matão, SP 2023**

## **RESUMO**

O tema “Cinema e Tecnologia” foi escolhido levando em consideração a insatisfação da população da cidade de Matão em relação a falta de venda online dos ingressos do Cine Teatro Matão. Com base em pesquisas, o projeto busca avaliar a viabilidade dessa iniciativa, analisar métodos eficientes de venda de ingressos digitais e identificar o perfil dos consumidores desse serviço, visando como objetivo central a implementação de um sistema de venda de ingressos online para o cinema, a fim de ampliar o acesso à cultura e aprimorar a experiência do cliente. Espera-se que essa implementação proporcione maior comodidade aos clientes, eliminando a necessidade de enfrentar filas e multidões para adquirir ingressos. Isso deve resultar em um aumento significativo no público do cinema. Resultando assim, em maior acessibilidade à cultura, um aumento no público do cinema, melhoria na eficiência operacional e fortalecimento financeiro do estabelecimento. A transição para um sistema digital também está alinhada com práticas sustentáveis, saúde e diversidade.

**Palavras-chave:** Cinema. Ingressos. Tecnologia. Venda. Acessibilidade.

## 1. INTRODUÇÃO

A tecnologia está em constante mudança, trazendo diversos benefícios ao ser humano, e entre esses, a praticidade. A venda online é um ótimo exemplo, uma vez que beneficia tanto o vendedor como o consumidor, diminuindo a necessidade de locomoção e tempo do cliente, e até mesmo de um estabelecimento para certas lojas. Kahneman (2011) discute sobre as tendências do comércio eletrônico e a importância de oferecer uma boa experiência de compra online e enfatiza que na era digital, a maioria dos consumidores preferem fazer suas compras online devido à conveniência, às ofertas e preços competitivos, a ampla variedade de produtos disponíveis, a facilidade de comparação de preços, e de acesso a avaliações e comentários feitos por outros consumidores. Pensando nisso, e se baseando em pesquisas, pode-se concluir de que os cinemas vêm se beneficiando muito desse método, já que a venda digital diminui as filas presenciais para compras, disponibiliza o acesso antecipado e garantido para os filmes, entre tantas outras vantagens que melhoram a experiência para o cliente e até mesmo para o próprio cinema.

A partir desse argumento, foi considerado o cinema da cidade de Matão/SP, “Cine Teatro Matão”, o qual, até o momento que essa pesquisa foi realizada, não possui nenhuma forma de venda digital. Se apoiando nesta informação, foram feitas diversas análises sobre os benefícios, os métodos de implementação e a aceitação do público em relação a venda online, onde o principal instrumento de pesquisa foi o Google Forms. A pesquisa e os resultados adquiridos serão aprofundados no trabalho abaixo, porém vale destacar a reação positiva quando apresentado um método de venda online, comprovando que a população matonense se sentiria extremamente satisfeita com a inclusão desse sistema.

As metodologias utilizadas nesse projeto foram planejadas a partir dos seguintes questionamentos: O público-alvo do cinema se adequaria aos ingressos digitais? Qual a forma de venda com o melhor custo-benefício para o estabelecimento? Quais benefícios essa implementação traria para a cidade de Matão? E para poder encontrar as respostas, foram feitos formulários que foram disponibilizados em um meio aberto, onde nota-se resultados a favor da venda digital, além da entrevista com a gestora do cinema, que concedeu a permissão de utilizar o nome do Cine Teatro Matão no projeto, realizar pesquisas e testes, e auxiliou sobre as questões levantadas. Outro método de estudo utilizado foi a comparação com cinemas

que já utilizam desse sistema, e as pesquisas feitas em cima desses estabelecimentos e assuntos relacionados, visando o crescimento após a introdução do sistema.

Após as pesquisas realizadas, foram consideradas como plataformas de venda o WhatsApp Business, uma atualização no site próprio do cinema, a criação de um aplicativo ou a utilização de um sistema já existente, e concluiu-se que o método mais eficiente e benéfico seria a atualização do site, levando em consideração a confiança em um site já popular e a praticidade do mesmo.

## 2. O Cinema

O cinema é uma forma de arte e entretenimento que surgiu no final do século XIX. Sua importância no lazer e na cultura é imensurável. Como fonte de entretenimento, as pessoas podem fugir da realidade e mergulhar em histórias de fantasia. Além disso, o filme é uma ferramenta artística poderosa que combina elementos visuais e sonoros para contar histórias e explorar questões sociais. Reflete a cultura e os valores de uma sociedade, educa e influencia a opinião pública. É também uma indústria importante que contribui para a economia global. Em suma, os filmes enriquecem as nossas vidas, promovem a cultura e desempenham um papel importante no entretenimento moderno. Segundo levantamento da Associação Brasileira das Empresas Exibidoras Cinematográficas Operadoras de Multiplex (Abraplex), o número de telespectadores deverá atingir a marca de 60 milhões entre junho e dezembro de 2023.

### 2.1 Cine Teatro Matão

O “Cine Teatro Matão” foi inaugurado em 27 de agosto de 2003 com capacidade para 312 lugares, com uma série de vantagens como um *foyeur* (espaço de circulação) e um *bombonière* comercializando doces, refrigerantes e a tradicional pipoca. A Sala 2, que possui 137 lugares, foi inaugurada em 25 de dezembro de 2008. O sistema digital em terceira dimensão (3D), então existente somente na região de Ribeirão Preto e São José do Rio Preto, foi inaugurado em Matão no dia 18 de fevereiro de 2011, sendo assim um dos pioneiros da região.



Fotografia 1: Fachada do Cine Teatro Matão

FONTE: Gabriel Henrique Alves de Carvalho, Arquivo Pessoal, (2023)

Desde maio de 2019, o Cine Teatro Matão conta com equipamentos de acessibilidade para pessoas com deficiências visuais e auditivas, sendo que os mecanismos para acessibilidade de pessoas com deficiências físicas sempre estiveram presentes desde o início das atividades, mas continuaram a progredir com a instalação da Sala 2 e outras providências. Tendo em vista essas melhorias, além do cuidado e preocupação com o público, entende-se que o cinema está sempre se modernizando, com o intuito de melhorar a experiência para o consumidor. Portanto, é impossível falar de inovação e modernidade sem mencionar a tecnologia.

## 2.2 A tecnologia dentro do cinema

É inegável que a tecnologia vem revolucionando o mundo, e com isso trazendo diversas maneiras de facilitar o cotidiano, como por exemplo, redes sociais como meios de comunicação e interação, plataformas prestadoras de diferentes serviços, como delivery, transporte e aluguel de imóveis, as quais vem beneficiando ambas as partes, entre outras facilidades que o mundo tecnológico proporcionou. Esse trabalho

irá destacar especificamente a venda e compra online de ingressos aos cinemas. Com toda essa inovação tecnológica e os benefícios concedidos aos estabelecimentos, os cinemas não ficaram para trás, logo aderindo ao sistema de vendas digitais dos seus ingressos. Segundo Naiara Bertão, a Ingresso.com foi pioneira no Brasil, quando, em 1995, seus fundadores descobriram um canal de alta retenção ao oferecer aos cinemas o sistema de gestão de vendas de ingressos em troca de exclusividade da comercialização pela internet e, mais tarde, em totens eletrônicos. Um dos principais motivos para essa ideia ter dado certo é a comodidade, em um mundo onde é possível fazer quase tudo com apenas alguns toques, gastar tempo em filas é algo impensável, garantindo assim uma grande base de clientes para esse método de vendas.

Diante do que foi exposto acima, conclui-se que a falta da venda online dos ingressos do Cine Teatro Matão não condiz com o seu histórico de inovação, visto que eles sempre tendiam a oferecer as tecnologias mais atuais do mercado. Baseado nessa linha de pensamento, foi realizado o projeto abaixo com o objetivo de apresentar um sistema de venda e compra de ingressos digitais e como administrá-lo.

### **3. A Entrevista**

Como parte do processo metodológico deste estudo, foi fundamental estabelecer uma comunicação eficaz com os principais stakeholders do cinema local, o Cine Teatro Matão. Inicialmente, foi realizada uma abordagem cuidadosa para solicitar permissão para conduzir a pesquisa e utilizar o nome do estabelecimento. Para garantir a legitimidade e a ética da pesquisa, uma funcionária do cinema foi abordada pessoalmente.

Após uma troca inicial de informações sobre os objetivos da pesquisa e a importância da participação do cinema no estudo, foi solicitada uma reunião com a proprietária do estabelecimento. Na reunião foram apresentados detalhes sobre o escopo do projeto, a abordagem metodológica, e a maneira como o nome do cinema seria utilizado na pesquisa. Durante essa reunião, foram discutidos os benefícios da pesquisa não apenas para o estudo em questão, mas também para o próprio cinema, em termos de visibilidade e compreensão mais profunda do comportamento do consumidor.

Após uma discussão aberta e transparente sobre os propósitos da pesquisa, seus benefícios e as garantias de confidencialidade dos dados, tanto a funcionária quanto a proprietária do Cine Teatro Matão concordaram em fornecer seu consentimento para a inclusão do nome do cinema no estudo. Foi enfatizado que sua participação era voluntária e que poderiam retirar seu consentimento a qualquer momento sem qualquer penalização.



Imagem 2 : Ilustrativa

FONTE: [http://www.acomarcenet.com.br/materia.php?id\\_materia=5234](http://www.acomarcenet.com.br/materia.php?id_materia=5234)  
Postado por Mariluci Schiavetto | sexta, 23 de outubro de 2020 | 10:04 hs

#### **4. As Pesquisas de Campo**

As pesquisas foram feitas utilizando o Google Forms, e envolveram uma análise extensiva em duas etapas. Inicialmente, foi conduzida uma pesquisa de campo na cidade de Matão, onde existe um planejamento de implementar a venda de ingressos online. Em seguida, foi feita uma visita na cidade de Araraquara, onde essa tecnologia já está em vigor, entrevistando moradores locais para entender os possíveis impactos da compra digital. Todas as entrevistas foram realizadas com pessoas entre 15 e 35 anos.



#### 4.1. Primeira Pesquisa

Foram realizadas entrevistas com 76 pessoas no município de Matão, buscando compreender seus hábitos de frequência, preferências em relação à compra de ingressos e as dificuldades enfrentadas nesse processo.

Dos 76 entrevistados, 57,9% afirmaram frequentar regularmente o Cine Teatro Matão, enquanto 35,5% afirmaram frequentar ocasionalmente. Esses dados indicam um bom nível de interesse e engajamento do público com o cinema local, visto que, apenas 6,6% dizem não frequentar em nenhuma ocasião.

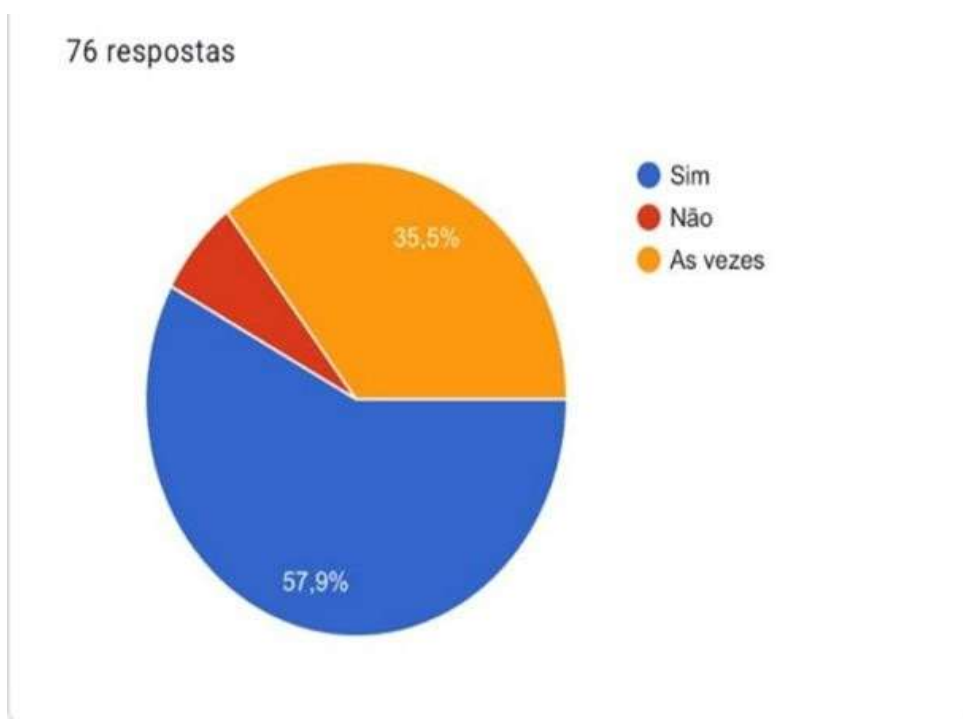


Gráfico 1: "Você frequenta o CineTeatro Matão?". FONTE: De autoria própria, 2023

Quando questionados sobre a compra de ingressos através de aplicativos ou sites, 90,8% dos entrevistados afirmaram que comprariam ingressos digitais, demonstrando uma preferência clara por essa forma de compra. Apenas 5,3% responderam que talvez utilizariam esse método, indicando uma tendência em crescimento. Esses resultados sugerem que a implementação de um sistema de venda de ingressos online seria bem recebida pelo público, tendo em mente que dos entrevistados, apenas 3,9% não comprariam ingressos digitais sob nenhuma hipótese.

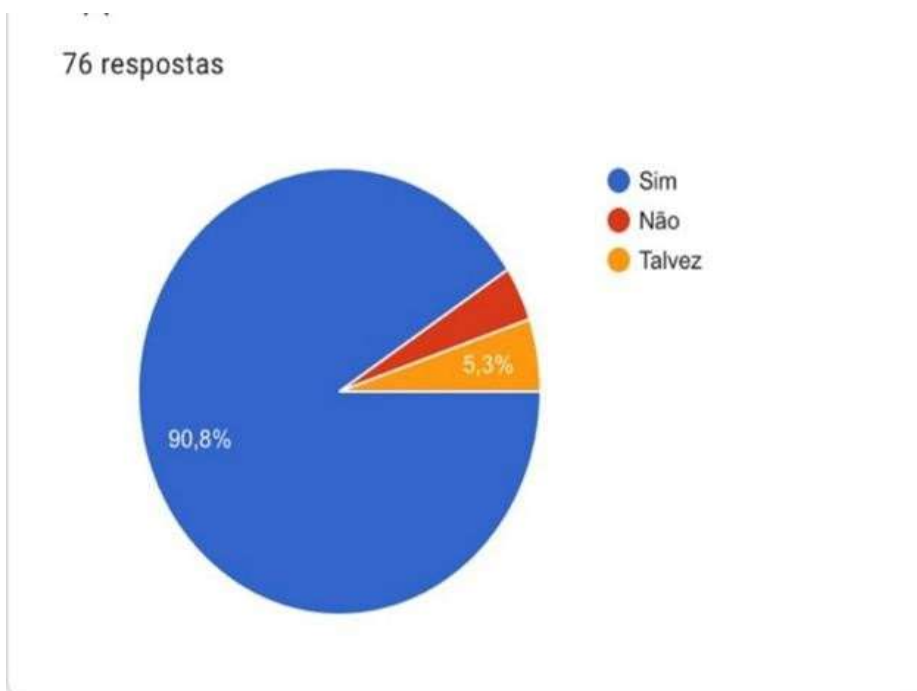


Gráfico 2: "Você compraria ingressos digitalmente?". FONTE: De autoria própria, 2023

No que diz respeito às dificuldades encontradas na compra de ingressos, as respostas foram variadas. Um grupo de 20% dos entrevistados afirmou que mora longe, o que pode dificultar o acesso ao local de venda. Outros 25% dos entrevistados mencionaram que têm dificuldades devido às filas, o que pode gerar desconforto e insatisfação. Essa porcentagem considerável indica que o tempo de espera para adquirir ingressos é um aspecto que precisa ser abordado e melhorado. Além disso, 22,5% dos entrevistados afirmaram que não têm disponibilidade de tempo para realizar a compra de ingressos, o que pode ser um obstáculo significativo para essas pessoas. Essa dificuldade pode estar relacionada a compromissos pessoais, profissionais ou outros fatores que limitam a disponibilidade de tempo para realizar a compra presencialmente. Essas informações indicam a necessidade de estratégias que facilitem o acesso e a compra de ingressos, como a implementação de pontos de venda em locais estratégicos e a oferta de opções de compra antecipada.

É importante destacar que uma parcela de 28,7% dos entrevistados não relatou nenhuma dificuldade na compra de ingressos. No entanto, é válido ressaltar que a análise dessas respostas indicou uma equidade na distribuição das dificuldades restantes, com 7,5% mencionando que moram longe e enfrentam filas grandes, outros 7,5% alegando que preferem comprar online por considerarem mais rápido e prático, e os 7,5% restantes afirmaram não ter problemas, mas que seria útil uma melhoria no

processo de compra.

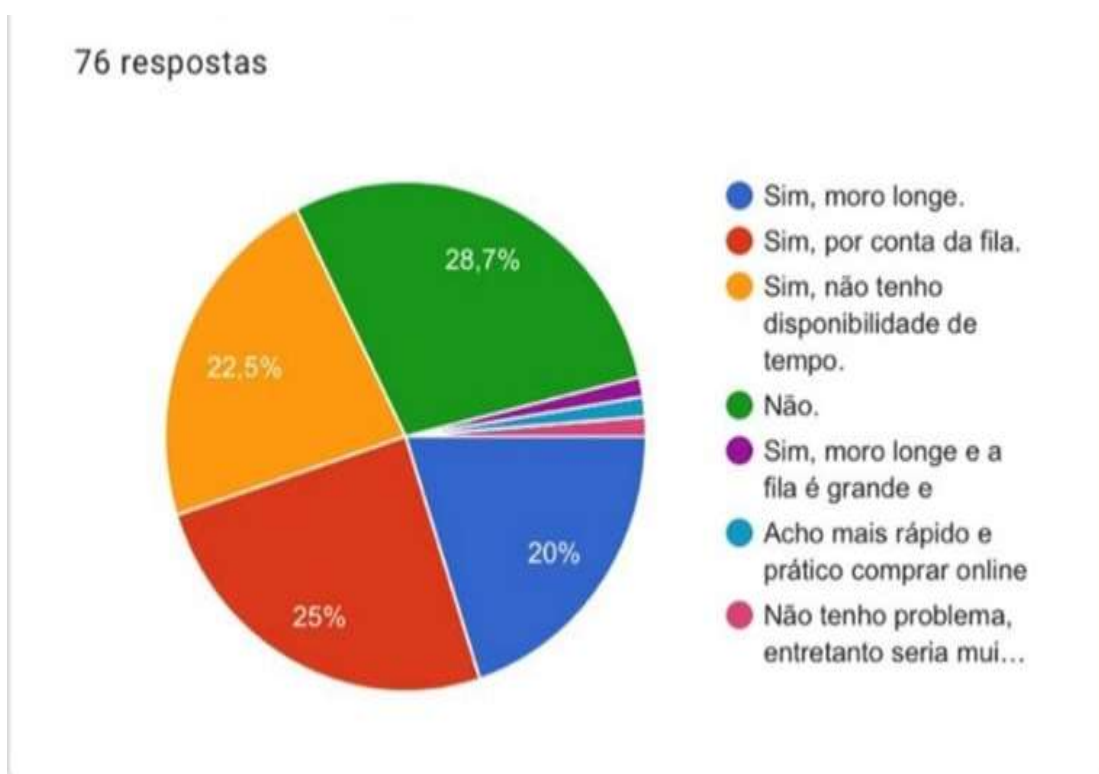


Gráfico 3: “Você encontra alguma dificuldade na compra dos ingressos?”. FONTE: De autoria própria, 2023

A análise dos dados coletados revela importantes insights sobre as preferências e dificuldades enfrentadas pelos frequentadores do Cine Teatro Matão na compra de ingressos. Essas informações são fundamentais para embasar a implementação de estratégias que visem melhorar a experiência dos clientes e, conseqüentemente, aumentar a frequência e a satisfação do público.

A alta porcentagem de entrevistados que afirmaram frequentar regularmente o Cine Teatro Matão (57,9%) demonstra um público cativo, interessado nas opções de entretenimento oferecidas pelo cinema local. Esse dado é extremamente relevante, pois indica uma base sólida de clientes em potencial para a venda de ingressos.

Além disso, a preferência esmagadora por ingressos digitais (90,8%) revela uma clara tendência de consumo digital por parte dos entrevistados. Essa preferência pode ser atribuída à praticidade e comodidade oferecidas pela compra online, que evita filas e proporciona uma experiência mais ágil e conveniente. Diante desse cenário, a implementação de um sistema de venda de ingressos online é uma estratégia que se mostra altamente promissora, pois atende às demandas e expectativas dos

clientes. Considerando todos esses aspectos, a implementação de um sistema de venda de ingressos online, aliado a estratégias para facilitar o acesso e reduzir as filas nos pontos de venda físicos, se mostra como uma solução eficaz para atender às preferências e superar as dificuldades relatadas pelos frequentadores do Cine Teatro Matão. Essas medidas irão possibilitar uma experiência de compra mais conveniente e satisfatória, contribuindo para o aumento da frequência e fidelização do público.

#### **4.2. A Segunda Pesquisa**

Neste estudo, foram realizadas pesquisas detalhadas, entrevistando 137 pessoas, em cidades onde o sistema de venda digital já está implementado. As respostas obtidas oferecem uma visão ampla sobre como a venda de ingressos online influencia o comportamento e as escolhas dos consumidores nesta faixa etária.

Araraquara e Ribeirão Preto, cidades próximas no interior do estado de São Paulo, adotaram a medida de vendas digitais de ingressos de cinema, por esse motivo foram escolhidas para realizar uma segunda pesquisa de campo. Desta vez, os questionamentos aplicados referenciam o sistema moderno, e seus benefícios a população local e como seria prejudicial caso essa adaptação à nova tecnologia não tivesse sido implementada.

Ao perguntar aos participantes o quão prejudicial seria para eles se não houvesse a opção da compra digital no cinema, 84,7% responderam "Muito Prejudicial", 11,7% responderam "Pouco prejudicial" e 3,6% responderam "Nada prejudicial". Este resultado destacou uma forte dependência do público na conveniência oferecida pela compra online de ingressos.

137 respostas

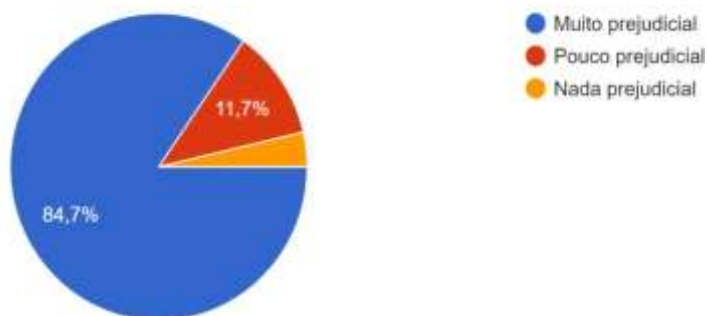


Gráfico 1: O quão prejudicial seria para você se não houvesse a opção da compra digital no cinema.

FONTE: De autoria própria, 2023

Quando questionados sobre a frequência com que costumavam ir ao cinema, 83,2% dos participantes afirmaram ir "Bastante", enquanto menos de 17% afirmam ir pouco ou nunca ao cinema, indicando um alto nível de envolvimento com a experiência cinematográfica. Este dado ressalta a importância e a presença do cinema na vida cotidiana desses jovens.

Ao explorar como a compra de ingressos online influencia o dia a dia dos participantes, 89,8% deles afirmaram que essa opção tinha um impacto positivo, principalmente devido às dificuldades encontradas na venda presencial. Apenas uma pequena porcentagem, 2,9%, expressou desconfiança em relação à venda online, enquanto 5,8% foram indiferentes, afirmando não encontrar dificuldades em nenhum método de venda.

137 respostas



Gráfico 2: Como a compra de ingressos online influencia no seu dia a dia. FONTE: De autoria própria, 2023

Os resultados obtidos nesta pesquisa revelam uma forte preferência em relação à compra de ingressos online. A falta dessa opção seria considerada "Muito Prejudicial" para a grande maioria dos entrevistados, indicando uma demanda significativa por soluções digitais nos cinemas. Além disso, o alto índice de participantes que afirmaram ir ao cinema com frequência ressalta a importância dessa indústria para esse grupo demográfico.

A influência positiva da compra de ingressos online no planejamento, evitando filas e atrasos, também foi amplamente destacada. Embora uma pequena minoria expressasse desconfiança em relação à venda online, a maioria dos entrevistados valorizava a conveniência e a eficiência que esse método oferece.

Portanto, com base nessas conclusões, é evidente que a implementação ou a otimização dos sistemas de venda de ingressos online pode ser uma estratégia crucial para os cinemas atraírem o público. A indústria cinematográfica deve continuar a investir em tecnologias que proporcionem uma experiência de compra eficaz e conveniente, mantendo assim o interesse dos consumidores sobre o cinema e sua modernização.

## **5. Viabilidade da Digitalização: Desafios e Oportunidades**

Embora o processo de digitalização seja muito promissor, é um caminho repleto de desafios e oportunidades. Ao implementar um sistema de bilheteria online no Cine Teatro Matão, uma avaliação criteriosa de viabilidade é o ponto de partida. A acessibilidade expandida é um dos benefícios mais óbvios, permitir que os clientes comprem ingressos no conforto de suas casas ou dispositivos móveis parece uma resposta intuitiva às necessidades de conveniência contemporâneas. No entanto, os desafios que surgem ao longo do caminho são diversos.

Uma das análises mais essenciais é a dos custos. Essa vai além dos gastos iniciais com a implementação do sistema, envolve também considerações sobre custos operacionais contínuos, atualizações tecnológicas necessárias e, possivelmente, treinamento para a equipe que gerenciará o novo sistema. Além disso, é necessário ponderar sobre os custos ocultos, como possíveis problemas técnicos que podem surgir, exigindo suporte técnico adicional e prováveis perdas financeiras em caso de falhas no sistema durante períodos de alta demanda.

A necessidade de uma infraestrutura tecnológica é crucial para garantir que o

sistema de venda de ingressos online funcione de maneira eficaz e segura. Isso inclui a garantia de uma conexão à internet estável, servidores seguros para processar transações e medidas de segurança para proteger as informações pessoais dos clientes. Investir em uma infraestrutura tecnológica de alta qualidade é vital para o estabelecimento, com o intuito de evitar problemas como lentidão no site, falhas durante o processo de compra e, o mais importante, proteger os dados sensíveis dos clientes contra possíveis violações de segurança.

Além dos aspectos financeiros e tecnológicos, a aceitação por parte do público é um elemento que não pode ser subestimado. Embora muitos clientes possam apreciar a conveniência de comprar ingressos online, alguns podem preferir a experiência tradicional de comprar na bilheteria, isso pode ser especialmente verdadeiro em locais onde a população é mais idosa ou menos familiarizada com tecnologias digitais. Portanto, é crucial conduzir pesquisas de mercado para entender as preferências e disposições do público-alvo em relação à compra de ingressos online.

Apesar de Matão ser uma cidade menor e mais envelhecida, o público jovem é um ativo que não deve ser subestimado. Ao investir em soluções digitais, como a venda de ingressos online, a cidade não apenas atende às necessidades de seus jovens residentes, mas também abre portas para um futuro mais moderno e promissor. A modernização gradual não apenas fortalece a coesão social, mas também estabelece um ambiente propício para a inovação e o desenvolvimento econômico. Assim, a implementação bem-sucedida da venda digital não é apenas uma resposta às necessidades imediatas, mas também um passo vital na jornada de modernização e progresso da cidade, indicando claramente que, apesar de seu tamanho, está pronta para abraçar o futuro. Inclusive, esse talvez seja o aspecto mais desafiador e, ao mesmo tempo, vital, dessa digitalização, o equilíbrio entre a inovação tecnológica e a manutenção de uma experiência autêntica e acolhedora para os frequentadores do cinema. O Cine Teatro Matão, ao adotar a digitalização, deve evitar que a tecnologia substitua a sensação única de estar em um cinema tradicional. A atmosfera acolhedora, a interação pessoal e a magia da experiência cinematográfica não devem ser sacrificadas em nome da modernização. Encontrar esse equilíbrio é crucial para garantir que os clientes continuem a sentir-se conectados emocionalmente ao cinema, mesmo quando as transações ocorrem digitalmente.

Em resumo, a avaliação da viabilidade da digitalização da venda de ingressos

é uma tarefa complexa e multifacetada. Envolve uma análise cuidadosa dos custos, a implementação de uma infraestrutura tecnológica sólida, a compreensão profunda das preferências do público e a preservação da essência autêntica do cinema. Nesse processo, o Cine Teatro Matão não apenas enfrenta desafios, mas também se depara com oportunidades significativas para inovar, melhorar a experiência do cliente e garantir um futuro sustentável e emocionante para o cinema e sua comunidade de frequentadores.

### **5.1. O Fenômeno “Barbie” e seus Impactos:**

Não há como negar que o filme *Barbie*, lançado em 2023, foi um sucesso de bilheteria, sucesso esse, que fez os ingressos da estreia se esgotarem em tempo recorde desde o lançamento de *Vingadores: Ultimato*. Cinemas no mundo inteiro venderam 100% dos seus ingressos dias antes da estreia, e o Cine Teatro Matão não ficou de fora. Segundo Marcel Plasse, no site Terra.com, a estreia de "Barbie" marcou um momento histórico para os cinemas brasileiros, pois causou o melhor fim de semana do setor cinematográfico desde o início da pandemia. Segundo dados da Comscore, as bilheterias nacionais somaram R\$113,5 milhões de renda ao receberem 5,38 milhões de pessoas na semana da estreia.

Por já terem ciência de tamanha demanda, o público questionou o cinema local sobre a venda de ingressos de forma digital, até mesmo em suas postagens nas redes sociais foram encontrados comentários que perguntavam: “Vocês vendem ingresso online?”. Porém para o descontentamento do público, os ingressos só podiam ser adquiridos presencialmente durante o horário de funcionamento do cinema. Isso resultou em muitos clientes terem que adiar o dia de assistir ou procurar outros cinemas que disponibilizavam a compra antecipada dos ingressos, muitas vezes, online. Esse fator apareceu nas pesquisas elaboradas, com observações de alguns entrevistados relatando que não conseguiram obter os ingressos do filme *Barbie* durante o prazo de venda. Isso geralmente ocorre, pelos horários específicos onde os ingressos são vendidos e pelo fato de os mesmos só podem ser adquiridos presencialmente, tornando o tempo e a distância um fator delimitante e restritivo para a aquisição das entradas.





Imagem 3: Postagem da venda de ingressos do filme “Barbie”. FONTE:

[https://www.facebook.com/photo/?fbid=793268229257201&set=a.590301316220561&locale=pt\\_BR](https://www.facebook.com/photo/?fbid=793268229257201&set=a.590301316220561&locale=pt_BR)

## 6. Objetivos do estudo de caso

Considerando as dificuldades citadas acima, buscamos desenvolver um projeto que fosse viável tanto para o cinema quanto para o público, com intuito de entender o processo por trás da implementação das vendas online com o propósito de facilitar o acesso para todos.

O estudo de caso tem como objetivo demonstrar benefícios como a sustentabilidade, onde a compra digital reduz o desperdício de papel, a rapidez, para acessar os ingressos de forma que todos consigam sem dificuldades obterem eficácia na hora de efetuar a compra e obter seus ingressos e também a conveniência, uma vez que elimina a necessidade de ir fisicamente na bilheteria e por fim alcançando satisfação do cliente gerando um bom feedback.

O Marketing e a venda online podem alcançar maior engajamento de maneira que aumente as vendas e chegue a um público cada vez maior, também obtendo um

controle do estabelecimento para todos conseguirem seus lugares e não gerar uma superlotação.

## **7. Análise de soluções encontradas por cinemas similares**

Como parte do processo metodológico, foi conduzido um estudo de caso em cinemas similares localizados em cidades próximas. O objetivo era analisar como esses cinemas implementaram a venda digital de ingressos, examinando suas estratégias, desafios encontrados e lições aprendidas durante o processo de transição para o ambiente online.

Para garantir uma análise comparativa relevante, cinemas de cidades geograficamente próximas ao Cine Teatro Matão foram selecionados para o estudo de caso. A escolha desses cinemas levou em consideração fatores como tamanho da cidade, perfil demográfico dos frequentadores e similaridades na oferta de filmes e serviços. Uma abordagem qualitativa foi adotada, envolvendo entrevistas detalhadas com os proprietários ou gestores desses cinemas.

As informações coletadas durante o estudo de caso foram analisadas cuidadosamente para identificar padrões, tendências e insights relevantes. A comparação entre as diferentes abordagens adotadas pelos cinemas similares proporcionou uma compreensão aprofundada das melhores práticas, bem como dos possíveis obstáculos enfrentados durante a transição para a venda digital. A análise qualitativa dos dados permitiu extrair conclusões valiosas sobre a eficácia das estratégias implementadas e seu impacto na experiência do cliente e na operação do cinema.

Imagem 4: Sistema de Compra digital de cinema de Araraquara. FONTE: Arquivo Pessoal

## 8. O Covid-19 e suas consequências

A pandemia de COVID-19 precipitou uma série de desafios inéditos na indústria cinematográfica global. Este capítulo se aprofunda nessas complexidades, destacando não apenas as dificuldades enfrentadas pelos cinemas, mas também as oportunidades inesperadas que surgiram em meio à crise sanitária, especialmente quando se considera a implementação de soluções digitais para a venda de ingressos. O fechamento temporário dos cinemas foi devastador para a indústria. A ausência de público presencial resultou em perdas financeiras significativas, pressionando cinemas independentes e grandes cadeias a reavaliar suas operações. No entanto, uma solução digital eficaz poderia mitigar parte dessas perdas. “As exibidoras têm, atualmente, um faturamento 50% menor que a média antes da pandemia, motivado pela falta de lançamentos no mesmo ritmo anterior à pandemia.” (Caio Silva, VEJA.

Acesso em: 23/10/2023.)

Plataformas de venda online de ingressos poderiam oferecer uma alternativa segura e conveniente para os espectadores, permitindo que eles comprem ingressos antecipadamente sem sair de casa, evitando aglomerações, possibilitando a escolha dos assentos, até mesmo acesso a conteúdo exclusivo e proporcionando aos cinemas uma fonte de receita estável durante os períodos de confinamento.

Apesar das adversidades, a indústria cinematográfica mostrou uma notável resiliência, em parte, graças às inovações tecnológicas. A implementação de aplicativos móveis ou websites para a venda de ingressos online poderia facilitar a transição dos cinemas físicos para o ambiente digital.

Enquanto a indústria enfrenta um cenário pós-COVID-19 incerto, a solução digital oferece uma ponte para o futuro. A coexistência de modelos de distribuição híbridos, onde cinemas físicos e plataformas de streaming se complementam, pode ser facilitada por uma experiência de venda de ingressos integrada. A implementação eficaz de vendas online não apenas garantirá a segurança dos espectadores, mas também abrirá novas oportunidades para a indústria cinematográfica, criando um futuro onde a criatividade, a flexibilidade e a tecnologia digital se unem para preservar e transformar a magia do cinema.

## **9. Desenvolvendo um método de implementação das vendas digitais**

Estudando todos os tópicos citados neste artigo, compreende-se a necessidade da modernização do Cine Teatro Matão, além do interesse mostrado pelo público, e para que isso seja realizável foram analisadas diferentes métodos de soluções.

### **9.1. O Sistema**

Uma das primeiras preocupações foi qual o sistema que seria utilizado. Foram considerados os seguintes: a atualização do site já existente do cinema, adicionando uma nova aba e novas interações para que seja possível realizar a compra; a criação de um aplicativo, que além da venda digital também possibilitaria o envio de notificações sobre novidades e suas compras, além de outros benefícios; a utilização do WhatsApp Business, que seria a opção mais econômica por não envolver a criação

do sistema próprio e até mesmo a contratação de um prestador de serviços, como por exemplo a Ingresso.com, que poderia gerar mais confiança no público por ser um sistema já existente, eficiente e seguro.

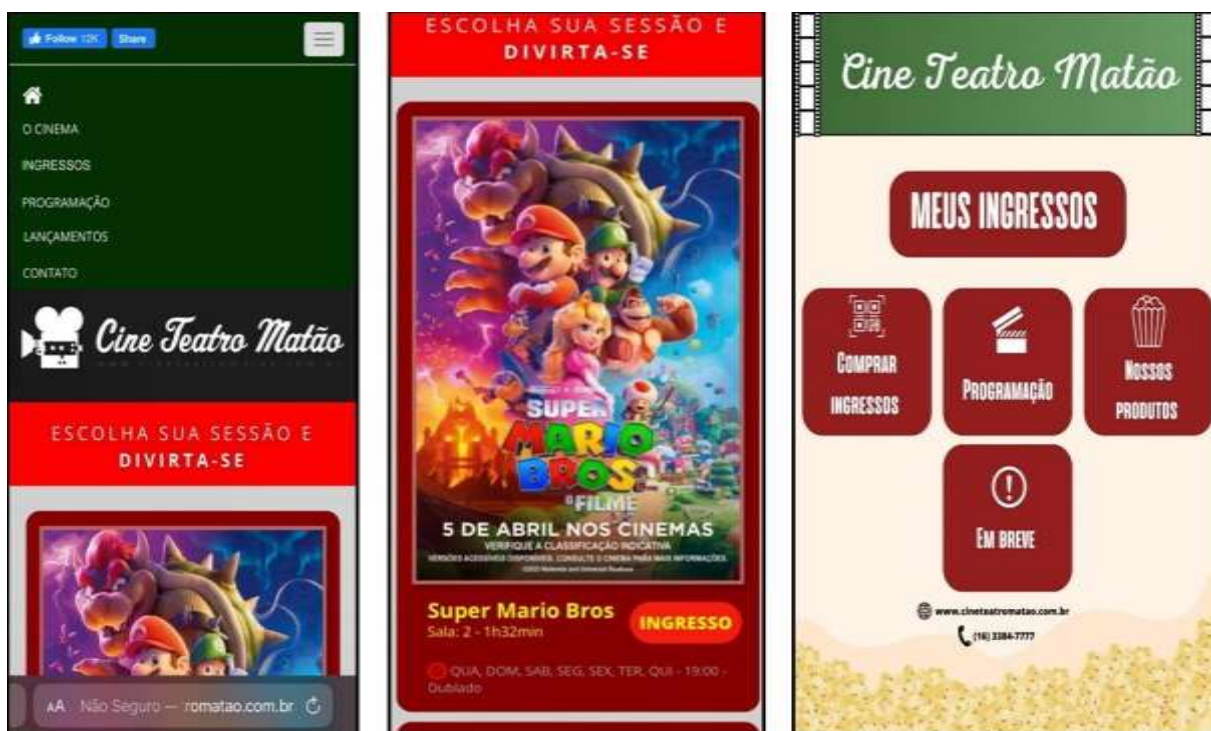


Imagem 5: Prototipação visual do projeto. FONTE: De autoria própria, 2023

Tendo avaliado todas as estratégias expostas acima, concluiu-se que a melhor a se seguir a curto prazo seria a atualização do site do Cine Teatro Matão. Essa decisão se dá ao fato do site já ser conhecido pela população, portanto mantendo a tradicionalidade e confiança, além de centralizar os serviços disponibilizados em apenas um sistema. Outra questão avaliada foi o custo, aproveitar o site já utilizado pelo cinema evita custos adicionais de taxas, programações e demais despesas.

## 9.2. Implementação

Durante a fase metodológica deste trabalho, uma análise detalhada foi realizada para entender a experiência do consumidor ao comprar ingressos de forma digital. Este estudo meticuloso envolveu observação direta e interativa das plataformas online de cinemas, incluindo os cinemas similares em cidades próximas, com foco na jornada do cliente durante o processo de compra. O objetivo foi compreender não apenas as etapas técnicas envolvidas, mas também as nuances emocionais e práticas que

influenciam as escolhas do consumidor.

A primeira etapa desse processo é a escolha do filme, onde o cliente navega por uma lista completa de títulos em exibição. Esse momento é crucial, pois representa o ponto de partida da experiência, influenciando as expectativas do consumidor para a sessão de cinema. Em seguida, o cliente seleciona a data e o horário da sessão desejada, proporcionando flexibilidade para acomodar agendas pessoais e profissionais.

Uma das características mais relevantes dessa jornada é a opção entre versões dubladas ou legendadas do filme. A escolha do idioma não é apenas uma preferência linguística, mas também uma decisão cultural e emocional, impactando diretamente a imersão do espectador na narrativa cinematográfica.

A seleção do assento representa um ponto crucial no processo, transformando a experiência de assistir a um filme em um evento personalizado. A plataforma online apresenta um mapa interativo do cinema, permitindo que o cliente escolha cuidadosamente seu assento preferido. Essa escolha pode ser influenciada por fatores como visão ideal da tela, proximidade ao corredor ou preferência por áreas mais silenciosas.

Ao decidir sobre o tipo de ingresso – seja inteira, meia-entrada ou ingresso para crianças – o cliente não apenas considera aspectos financeiros, mas também políticas de preços do cinema e regulamentações locais. Essa decisão é ponderada, refletindo não apenas a compra de um bilhete, mas também a integração do cliente na experiência cultural e social do cinema.

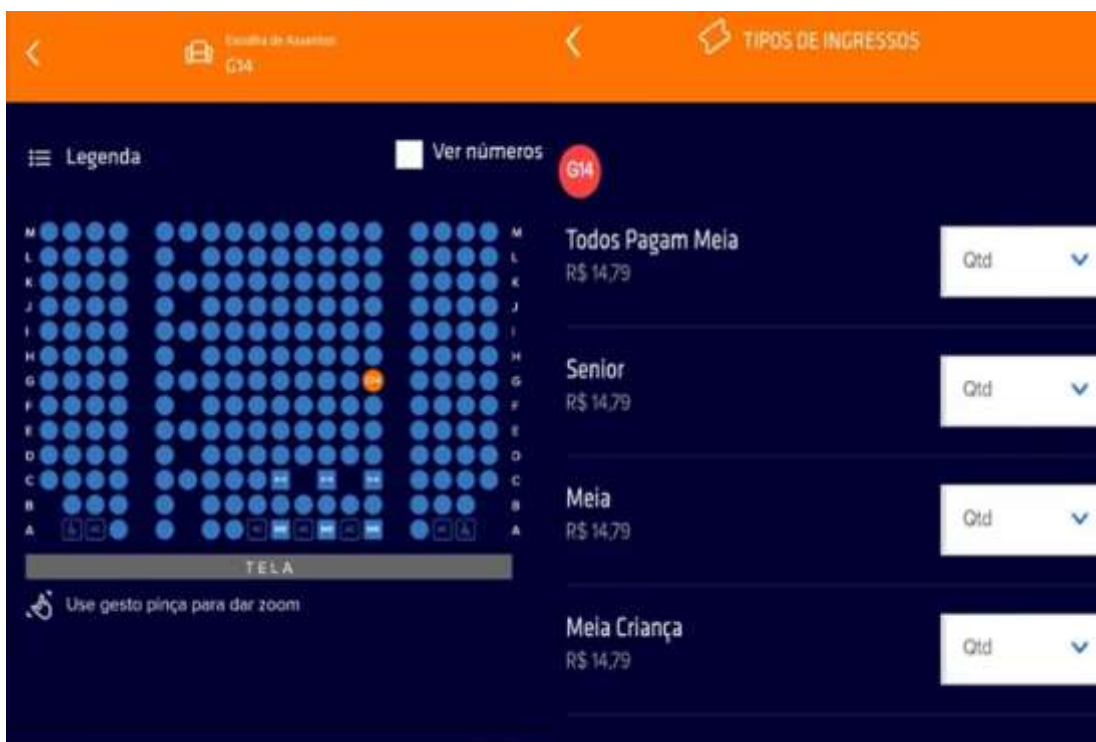


Imagem 6: Referência de implementação- Personalização do serviço.

FONTE: <https://canaltech.com.br/internet/como-comprar-ingresso-de-cinema-pela-internet/>

A etapa de pagamento, embora tecnicamente simples, representa o ponto culminante da jornada. O cliente, após revisar suas escolhas e garantir que todas as informações estejam corretas, efetua o pagamento. Esse processo exige confiança na segurança da transação online, bem como a certeza de que as escolhas feitas anteriormente estão sendo confirmadas.

Após o pagamento, o cliente recebe um comprovante de compra por e-mail. A opção de imprimir esse comprovante ou retirar os ingressos na bilheteria do cinema é oferecida, proporcionando flexibilidade ao cliente. Além disso, alguns cinemas oferecem um sistema inovador de retirada diretamente nas entradas das salas de exibição, utilizando o CPF do cliente como identificação, eliminando a necessidade de interação adicional na bilheteria.

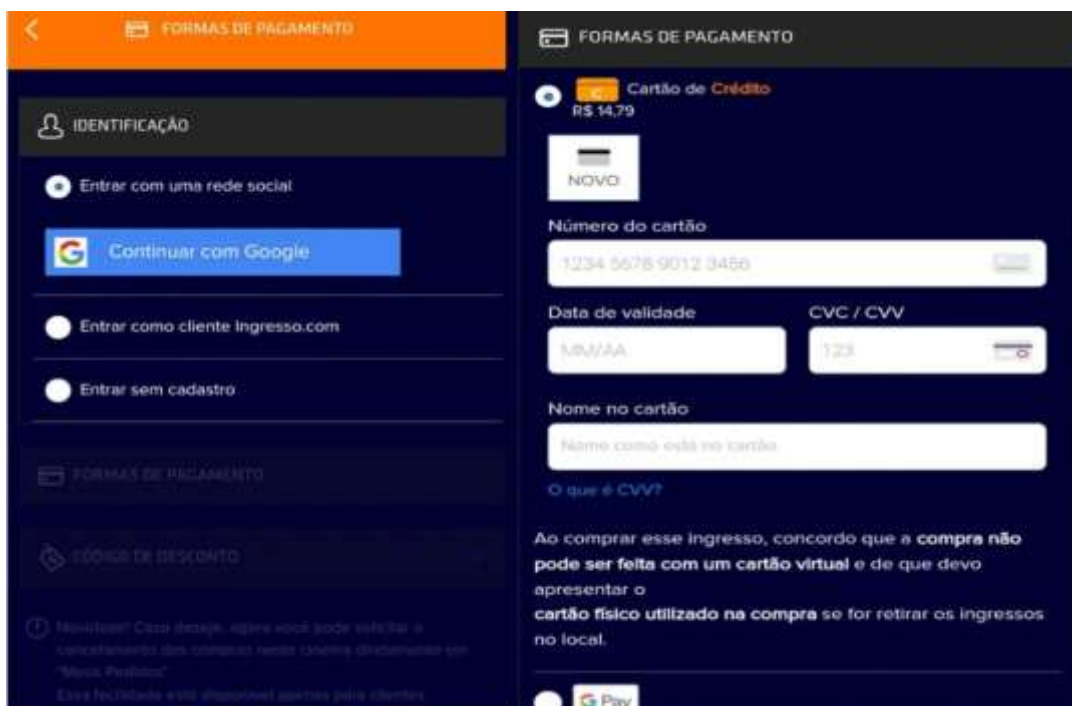


Imagem 7: Referência de implementação - Pagamento.

FONTE: <https://canaltech.com.br/internet/como-comprar-ingresso-de-cinema-pela-internet/>

### 9.3. Investindo em Acessibilidade e Atratividade

Diante da crescente demanda por soluções digitais na indústria cinematográfica, o Cine Teatro Matão encontra-se em um ponto de inflexão. Ao considerar a implementação de um sistema de venda de ingressos online, surge a necessidade de escolher uma plataforma confiável e atrativa para seus clientes. Nesse contexto, a Ingresso.com se destaca como uma escolha estratégica e visionária para o cinema local.

Uma das principais vantagens de adotar a Ingresso.com é a sua presença nacional consolidada. Quando um potencial espectador de qualquer parte do país acessa o site, é saudado com uma variedade de cinemas, incluindo o Cine Teatro Matão, destacado entre as opções disponíveis. A visibilidade oferecida por essa plataforma vai além das fronteiras da cidade, alcançando espectadores de outras localidades que podem se sentir atraídos pela diversidade de filmes em exibição.

Ao explorar o catálogo do Cine Teatro Matão no site da Ingresso.com, os clientes potenciais podem descobrir que o cinema oferece uma seleção exclusiva de filmes não disponíveis em outros cinemas próximos. Essa exclusividade pode atrair audiências de cidades vizinhas, transformando o cinema em um destino cultural



regional. A opção de comprar ingressos online adiciona uma camada de conveniência, incentivando aqueles que, de outra forma, poderiam hesitar devido à complexidade das transações presenciais.

Além disso, a plataforma da Ingresso.com é conhecida por sua facilidade de uso e segurança nas transações online. Ao adotar essa solução, o Cine Teatro Matão não apenas amplia sua acessibilidade para o público local, mas também cria uma experiência de usuário atraente para visitantes de outras cidades. A interface intuitiva, juntamente com a confiabilidade da plataforma, eleva a reputação do cinema, tornando-o uma escolha preferencial para os amantes do cinema que buscam comodidade e qualidade.

Ao tornar-se parte da rede Ingresso.com, o Cine Teatro Matão abre portas para um novo capítulo em sua história. A plataforma não apenas moderniza a forma como os ingressos são vendidos, mas também posiciona o cinema como um destino cultural vibrante, capaz de atrair audiências de diversas origens geográficas. A escolha pela Ingresso.com não é apenas uma decisão técnica; é um investimento no futuro do cinema, transformando-o em um ponto de referência regional e nacional para os amantes do cinema. Essa parceria não só expande as fronteiras do Cine Teatro Matão, mas também enriquece a experiência cinematográfica de todos aqueles que atravessam suas portas ou acessam seu site.

## **10. Resultados Alcançados e Conclusão**

Ao longo deste estudo aprofundado, pudemos explorar diversas facetas da experiência do consumidor, analisar estratégias adotadas por cinemas similares e considerar cuidadosamente a viabilidade financeira e cultural desse processo. Após uma meticulosa análise dos dados coletados, fica evidente que a implementação de um sistema de venda de ingressos online é não apenas possível, mas também altamente vantajosa para o cinema e sua comunidade.

Nossas pesquisas revelaram que a acessibilidade e conveniência proporcionadas pela venda de ingressos online são aspectos valorizados pelos consumidores. Além disso, ao estudar os casos de cinemas similares em cidades próximas, identificamos estratégias bem-sucedidas e aprendizados valiosos que podem ser aplicados no contexto do Cine Teatro Matão.

Os dados coletados e as experiências compartilhadas pelos participantes reforçam a viabilidade financeira e cultural dessa transição para o ambiente digital. A venda de ingressos online não apenas facilita a vida dos consumidores, mas também representa uma oportunidade significativa de expansão da audiência e geração de receitas estáveis para o cinema.

Diante desses resultados, a decisão final repousa nas mãos da administração do Cine Teatro Matão. A implementação da venda de ingressos online não é apenas uma atualização tecnológica; é um investimento em cultura local, acessibilidade para todos e uma nova fonte de receita estável para o cinema. Recomendamos uma análise crítica desses dados e uma avaliação cuidadosa das estratégias apresentadas. Cabe ao cinema decidir qual caminho deseja seguir, considerando nosso estudo como um guia sólido e confiável para orientar essa decisão estratégica.

Em última análise, a implementação bem-sucedida da venda de ingressos online no Cine Teatro Matão não apenas modernizará a experiência do cliente, mas também solidificará o papel do cinema como um centro cultural dinâmico e sustentável. Acreditamos que este investimento não apenas beneficiará o cinema, mas também enriquecerá a vida cultural da comunidade, criando um ambiente cinematográfico mais inclusivo, acessível e próspero para todos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERTÃO, Naiara. **Ingresse: a consolidação do mercado de tickets online:** Após rodada de investimento, plataforma de vendas de ingresso online Ingresse rumo para ser a número 1 do setor. Exame., [s. l.], 8 mar. 2018. Disponível em: <https://exame.com/pme/ingresse-a-consolidacao-do-mercado-de-tickets-online/>. Acesso em: 29 ago. 2023.

BONIN, Robson. **Indústria cinematográfica só vai superar a pandemia em 2023:** Paralisações das produções durante a crise ainda refletem no número baixo de lançamentos nas salas de cinema. Veja, [s. l.], 8 ago. 2022. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/radar/industria-cinematografica-so-vai-superar-a-pandemia-em-2023>. Acesso em: 23 out. 2023.

**ESCOLHA SUA SESSÃO E DIVIRTA-SE.** Cine Teatro Matão, 2023. Disponível em: <http://www.cineteatromatao.com.br/>. Acesso em: 10 jun. 2023.

**FILMES em cartaz em Araraquara – Jaraguá:** Venda online. Movie.com, 2023. Disponível em: <https://moviecom.com.br/cinema/araraquara-jaragua/em-cartaz/>. Acesso em: 10 jun. 2023.

GONÇALVES, Luiza Rocha Troncoso. **SISTEMA DE COMPRA DE INGRESSOS DE CINEMA USANDO SMS.** 2009. 134 p. Monografia (Graduação em Engenharia de Computação) - FATECS – Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais, [S. l.], 2009. Disponível

e

m:

<https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/3328/2/20367467.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2023.

MAGALHÃES, Vanessa. **A Importância do Cinema como Lazer Popular e as suas Formas de Inclusão.** Orientador: Prof. Me. Vinicius de Souza. 2015. 41 p. TCC (Título de Especialista em Mídia, Informação e Cultura) - UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO, [S. l.], 2015. Disponível em: [https://celacc.eca.usp.br/sites/default/files/media/tcc/artigo\\_pos\\_pdf.pdf](https://celacc.eca.usp.br/sites/default/files/media/tcc/artigo_pos_pdf.pdf). Acesso em: 15 jul. 2023.

PLASSE, Marcel. **Fenômeno "Barbie" impulsiona recorde de bilheteria nos cinemas brasileiros.** Terra, [s. l.], 24 jul. 2023. Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/entre-telas/filmes/fenomeno-barbie-impulsiona-recorde-de-bilheteria-nos-cinemas-brasileiros,e16ad88c538f4b5836456b70b297490ddsj8efif.html>. Acesso em: 23 out. 2023.

SAMPAIO, Amanda. **O cinema está de volta: público deve chegar a 60 milhões no Brasil até dezembro, diz Abraplex.** CNN Brasil, [s. l.], 11 jul. 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/o-cinema-esta-de-volta-publico-deve-chegar-a-60-milhoes-no-brasil-ate-dezembro-diz-abraplex/>. Acesso em: 7 out. 2023.

SÁ, TIAGO. **COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR EM COMPRAS ONLINE:** análise dos principais fatores que influenciam na decisão de compra. Orientador: Prof. Dr. Vorster Queiroga Alves. 2023. 44 p. TCC (Graduação) - Universidade Federal de Campina Grande, [S. l.], 2023. Disponível em:

<http://dspace.sti.ufcg.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/riufcg/31453/Tiago%20Nascimento%20de%20S%c3%a1%20-%20TCC%20monografia%20Administra%c3%a7%c3%a3o%20CCJS%202023.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 29 ago. 2023.

