

# MARKETING CINEMATOGRAFICO: UM ESTUDO DE CASO DA REDE CINEMARK

## TÍTULO EM INGLÊS: CINEMATOGRAPHIC MARKETING: A CASE STUDY OF THE CINEMARK NETWORK

Ana Clara Garbulha<sup>1</sup>  
Isabelly Lopes Silva<sup>2</sup>  
Jhennyfer Cristina Alves<sup>3</sup>  
Lais Salas Santos<sup>4</sup>  
Maria Eduarda Liborio de Carvalho<sup>5</sup>

### Resumo

O presente artigo apresenta uma breve análise das estratégias de marketing adotadas pela Cinemark para atrair e fidelizar seu público. O objetivo foi compreender os meios pelos quais a empresa alcançou o sucesso no mercado cinematográfico brasileiro. Para isso, estudamos tais meios, bem como empregamos uma pesquisa quantitativa, coletando dados de cinéfilos na busca por examinar os fatores que os motivam a escolher a rede Cinemark como sua opção preferencial. Nesse sentido, os resultados obtidos revelaram que o marketing digital, o marketing sensorial e o marketing de relacionamento emergem como elementos-chave nas estratégias promovidas pela rede. Assim, a Cinemark não é só um grande exemplo no mundo do cinema, mas mostra como inovação e atenção ao cliente são essenciais para o sucesso de qualquer empresa hoje em dia.

**Palavras-chave:** Marketing Cinematográfico. Estratégias de Marketing. Cinemark.

### Abstract

This article presents a brief analysis of the marketing strategies adopted by Cinemark to attract and retain its audience. The objective was to understand the ways in which the company achieved success in the Brazilian film market. To do this, we studied such media, as well as employing quantitative research, collecting data from moviegoers in an attempt to examine the factors that motivate them to choose the Cinemark chain as their preferred option. In this sense, the results obtained revealed that digital marketing, sensory marketing and relationship marketing emerge as key elements in the strategies promoted by the network. Thus, Cinemark is not only a great example in the world of cinema, but shows how innovation and customer service are essential for the success of any company today.

**Keywords:** Film Marketing. Marketing strategies. Cinemark.

---

<sup>1</sup>Acadêmica do curso de Ensino Médio com Habilitação Técnica em Marketing. E-mail: anaclara3670@gmail.com

<sup>2</sup>Acadêmica do curso de Ensino Médio com Habilitação Técnica em Marketing. E-mail: isabellylopes162@gmail.com

<sup>3</sup>Acadêmica do curso de Ensino Médio com Habilitação Técnica em Marketing. E-mail: alvesjheh@gmail.com

<sup>4</sup>Acadêmica do curso de Ensino Médio com Habilitação Técnica em Marketing. E-mail: lais.saantos297@gmail.com

<sup>5</sup>Acadêmica do curso de Ensino Médio com Habilitação Técnica em Marketing. E-mail: liborioeduarda05@gmail.com

## **Introdução**

A indústria cinematográfica é um dos setores que mais utiliza estratégias de marketing para atrair e satisfazer o público, exercendo uma função vital no desenvolvimento dessa indústria. Empresas como a Cinemark têm desenvolvido um papel fundamental na criação de experiências memoráveis para os cinéfilos.

O desenvolvimento deste artigo se faz essencial, pois apresenta o Marketing como foco principal em relação a rede Cinemark, assim sendo, se destaca como uma empresa que utiliza táticas inteligentes para atrair públicos diversos, criar laços emocionais com seus clientes e manter sua posição de liderança no mercado.

Diante do exposto, abordaremos brevemente o conceito de Marketing, ciência que se tornou crucial para o sucesso de empresas, da mesma forma que nota-se como esta área vem se tornando vital para instituições como a Cinemark na competitiva indústria cinematográfica. Neste sentido, examinaremos a trajetória histórica do cinema, a fim de contextualizar sua evolução, mudanças tecnológicas e culturais. Além disso, investigamos a jornada desta renomada rede de cinemas, observando como ela se adaptou e inovou ao longo dos anos para se manter relevante e líder de mercado. Por último, temos a expectativa de que o público compreenda as estratégias implementadas pela Cinemark, com o propósito de manter sua presença e relevância no mercado.

Para isso, realizamos uma pesquisa, via *Google Forms*, que visa compreender como o público percebe as ações estratégicas de marketing aplicadas pela Cinemark, em suas redes, para manter e expandir sua base de clientes, que foi disponibilizada do dia 28 de agosto ao dia 4 de setembro. Desse modo contamos com respondentes entre 13 a 54 anos, em sua maioria do sexo feminino. O questionário foi entregue por meio do aplicativo de mensagens *WhatsApp* e os participantes responderam 10 perguntas sobre a Cinemark, resultando em informações sobre o que motiva os clientes a frequentar a empresa de cinema, bem como revelou alguns dos tipos de Marketing utilizados pela empresa.

## O que é o Marketing?

Levando em consideração que Marketing é um processo utilizado por organizações e indivíduos para persuadir pessoas a se comportarem de determinada maneira, da mesma forma que satisfazerem suas necessidades e desejos. Além disso, envolve criar valor para os consumidores por meio da venda de produtos, da mudança de atitudes e comportamentos, da garantia de satisfação, bem como é um processo social que determina a procura do público alvo, tendo foco na satisfação desses desejos, como também moldar os consumidores para produtos ou serviços. Nesse sentido, “Marketing é um processo social e gerencial pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros” (Kotler, 2000, p.27).

Atualmente, existem vários métodos para se conectar com esses públicos. Os mesmos podem ser importantes em diferentes estratégias de marketing, ou seja, entre essas estratégias existem possibilidades como:

- Marketing de Conteúdo: essencial na era digital, desempenhando um papel crucial no envolvimento e na construção de relacionamentos com os consumidores. Segundo Joe Pulizzi, pioneiro no campo.

[...] marketing de conteúdo é o processo de marketing e de negócios para a criação e distribuição de conteúdo valioso e convincente para atrair, conquistar e envolver um público-alvo claramente definido e compreendido – com o objetivo de gerar uma ação lucrativa do cliente. (Pulizzi, 2016, p.16)

Ademais, um estudo realizado em 2023 pela *Content Marketing Institute* revelou que 72% dos profissionais de marketing afirmam que o marketing de conteúdo aumentou o engajamento do público com sua marca.

- Marketing de Relacionamento: estratégia fundamental para empresas na construção e manutenção de laços duradouros com seus clientes. Berry (2002) reforça que o marketing de relacionamento, em sua melhor forma, é uma filosofia, não apenas uma estratégia, mas uma maneira de pensar em clientes, na criação de valor, e não apenas um conjunto de técnicas, ferramentas e táticas.

- Marketing de Produto: imprescindível no campo do Marketing, foca na gestão estratégica do ciclo de vida de um produto desde sua concepção até sua comercialização. Segundo Kotler e Armstrong (2007), “O conceito de produto é amplo e não inclui apenas bens tangíveis, como também serviços, eventos, pessoas, lugares, organizações, ideias, etc”. Logo, a estratégia em questão envolve a identificação de preços, pontos de venda e outros fatores que serão direcionados ao público-alvo, resultando em uma solução sob medida para a persona do seu empreendimento.

Até este ponto, apresentamos algumas possibilidades de estratégias de marketing. Na sequência, visamos entender como essas estratégias são aplicadas na cadeia de cinemas Cinemark, porém, anteriormente, acreditamos ser necessário compreender a história do cinema.

### **O início do cinema moderno**

O cinema desempenha um papel crucial como equipamento cultural, influenciando e refletindo a sociedade ao longo dos anos, em outras palavras “O cinema é como um antibiótico” (Jean-Luc Godard, 2022).

Desde sua origem, no final do século XIX, ele tem sido um meio poderoso para entreter, educar e provocar reflexão. Logo, ao longo da história, o cinema moldou nossas percepções, transmitiu culturas, bem como proporcionou entretenimento, se tornando uma poderosa ferramenta cultural, conforme podemos observar na figura 1.

Figura 1: Cronologia da história do cinema



Fonte: Elaborado pelas Autoras (2023), com base em

<https://gimbalgullet.blogspot.com/2012/06/linha-do-tempo-cinema.html?m=1>

Como podemos perceber, o cinema passou por diversas mudanças desde sua primeira exibição pública em 1895, do cinema mudo à consolidação dos serviços de *streaming*, muitos fatos permearam a história do cinema.

Neste cenário, é indicado buscar entender como a empresa Cinemark utiliza esse grande legado para oferecer aos seus clientes uma experiência cinematográfica de qualidade, bem como ela vem incorporando elementos da história do cinema em suas práticas e estratégias. Consequentemente, se faz necessário conhecer a história da empresa.

### **A história da Cinemark**

Fundada em 1984, por Lee Roy Mitchell e Paul Broadhead, Salt Lake City, a rede Cinemark, em apenas dois anos, começou a se expandir notoriamente pelo país.

No ano de 1987, foi inaugurado o primeiro cinema “*Multiplex*”, um complexo cinematográfico que abrigava várias salas de exibição de filmes sob o mesmo teto, proporcionando aos espectadores uma grande variedade de filmes e horários, a rede se destacou pelo conforto, desde a praticidade nas bilheterias até o espaçamento cuidadosamente projetado entre as cadeiras, com o objetivo de proporcionar o máximo de conforto aos frequentadores durante as sessões.

Com a chegada no Brasil em 1997, a empresa se tornou a maior exibidora de filmes do país, trazendo diversas novidades, como o conceito *VIP* de cinema, com cardápio exclusivo e atendimento diferenciado, desde a bilheteria até o serviço de *Snack Bar*. Com o passar do tempo, outras inovações foram implantadas, como por exemplo as salas *3D*, *XD* e *D-Box*, que trazem uma nova experiência mais imersiva, como a tridimensional (3D), na qual a fusão das imagens preserva a noção de profundidade e torna a sensação ainda mais intensa e verdadeira. Além disso, conta com a tecnologia Extreme Digital Cinemark - *XD*, ou seja, telas maiores e sonorização mais potente, reunindo o que há de mais moderno nas tecnologias *2D* e *3D*.

Como podemos perceber a Cinemark, possui uma trajetória de inovação e expansão desde sua fundação. Com isso, a empresa não apenas trouxe o conceito de cinemas *Multiplex* para os Estados Unidos, oferecendo uma variedade de filmes e conforto aos espectadores, mas também introduziu inovações para proporcionar experiências cinematográficas cada vez mais imersivas. Além disso, desde a sua chegada ao Brasil implementou novos conceitos de

cinema *VIP*, bem como o atendimento diferenciado. Assim, a Cinemark se estabeleceu como a maior exibidora de filmes no país, reforçando seu compromisso com a qualidade e inovação na indústria cinematográfica.

### **Aplicação das estratégias de marketing no Cinemark**

À medida em que o setor cinematográfico continua a crescer, seja por meio do uso de táticas, da forma como ocorre sua distribuição ou ainda como são estabelecidas as promoções, entendemos que o propósito, das redes de cinema, se torna satisfazer as necessidades de seu público, criando um ramo cada vez mais competitivo.

Paralelamente, o Marketing vem desempenhando um papel fundamental na experiência do espectador, pois conforme a indústria cinematográfica se adapta à era digital, estratégias inovadoras de marketing são essenciais para envolver audiências em diversas plataformas. Assim, o objetivo fundamental do Marketing Cinematográfico é gerar interesse e impulsionar a aceitação do filme pelo público-alvo, buscando construir uma narrativa envolvente em torno do filme, destacando seus elementos e apelando para despertar emoções.

Consequentemente, para o desenvolvimento desta indústria, se faz necessário, implementar as múltiplas estratégias de marketing, personalizando-as em cada projeto. Sendo assim, a implementação de estratégias de diferentes categorias, tais como utilização das redes sociais, propagação de anúncios na televisão e no rádio, promoção de produtos, publicidade e estabelecimento de parcerias, entre outras.

Na tabela 1, podemos observar, algumas estratégias de marketing que a rede Cinemark tem empregado, ao longo dos anos, buscando conquistar e manter seus clientes.

**Tabela 1** - Descrição das estratégias de marketing da rede Cinemark

<b>Estratégia</b>	<b>Descrição</b>
Aplicativo Móvel	A empresa possui um aplicativo móvel que facilita a compra de ingressos, reserva de lugares e acesso a informações sobre os filmes em exibição.

Marketing de conteúdo	O Cinemark investe em marketing de conteúdo, compartilhando críticas de filmes, vídeos dos bastidores e entrevistas com elenco e equipe. Isso não só promove os filmes, mas também mantém os cinéfilos engajados e ansiosos para visitar o cinema.
Parceria estratégias	Outra tática de marketing eficaz é a formação de parcerias estratégicas com outras empresas. Por meio de parcerias com restaurantes, empresas de entretenimento e marcas de produtos, a Cinemark pode oferecer promoções conjuntas, atraindo não apenas os amantes do cinema, mas também os clientes dessas empresas parceiras.
Programas de benefícios corporativos	A Cinemark também oferece programas de benefícios corporativos para empresas, permitindo que seus funcionários tenham acesso a descontos especiais nos cinemas como parte de seus pacotes de benefícios
Programação de eventos especiais	Além das exibições regulares de filmes, o Cinemark oferece uma variedade de eventos especiais, como pré-estreias, lançamentos de filmes importantes, sessões temáticas e até transmissões ao vivo de óperas, espetáculos teatrais e eventos esportivos. Esses eventos atraem diferentes públicos e proporcionam experiências únicas.
Programas de fidelidade	Uma das estratégias de marketing mais notáveis do Cinemark é o programa de fidelidade “Cinemark Mania”, programa que recompensa os clientes com descontos frequentes.

Promoções e descontos

A Cinemark também é conhecida por lançar promoções e descontos em ingressos, combos de alimentos e bebidas e eventos especiais. Isso atrai uma ampla variedade de públicos, desde famílias em busca de entretenimento acessível a estudantes que buscam economizar em seus passeios ao cinema.

Publicidade multicanal

A empresa utiliza publicidade em diversos canais, incluindo mídia impressa, televisão, rádio e online, para promover seus filmes e eventos, alcançando públicos diversos em várias plataformas.

Redes sociais digitais

A Cinemark mantém uma forte presença nas redes sociais digitais, compartilhando *trailers* de filmes, promoções, notícias e interagindo com os fãs. Isso ajuda a manter os cinéfilos manter o engajamento com o público.

---

**Fonte:** Elaborado pelas Autoras (2023), com base em <https://www.cinemark.com.br>

Diante do exposto, podemos observar que a Cinemark utiliza de programas de fidelidade, promoções e descontos, parcerias estratégicas, programação de eventos especiais, presença nas redes sociais digitais, aplicativo móvel, marketing de conteúdo, publicidade multicanal e programas de benefícios corporativos para atrair e manter a franquia ativa.

Nesse sentido, a aplicação das estratégias de marketing da Cinemark precisam de uma abordagem estratégica que leve em consideração os princípios básicos do Marketing Cinematográfico, bem como do desenvolvimento de produtos. Em outras palavras, o sucesso das atividades de marketing na indústria do cinema depende das estratégias do mix de marketing.

Logo, entendemos que a rede de cinemas não apenas utiliza os serviços de marketing, visto que estes são essenciais para a venda de seus produtos cinematográficos e para a comercialização da indústria, garantindo o acesso do público aos filmes e criando condições

de mercado para o desenvolvimento sustentável. Além disso, a indústria cinematográfica depende do Marketing para vender os seus filmes e atingir um público cada vez maior, à medida que os custos de produção aumentam.

### **A percepção dos cinéfilos em relação a Cinemark**

Com base no estudo acima realizado, desenvolvemos um questionário, via *Google Forms*, objetivando entender como o público percebe as estratégias utilizadas pela Cinemark em suas redes na busca para manter e expandir sua base de clientes.

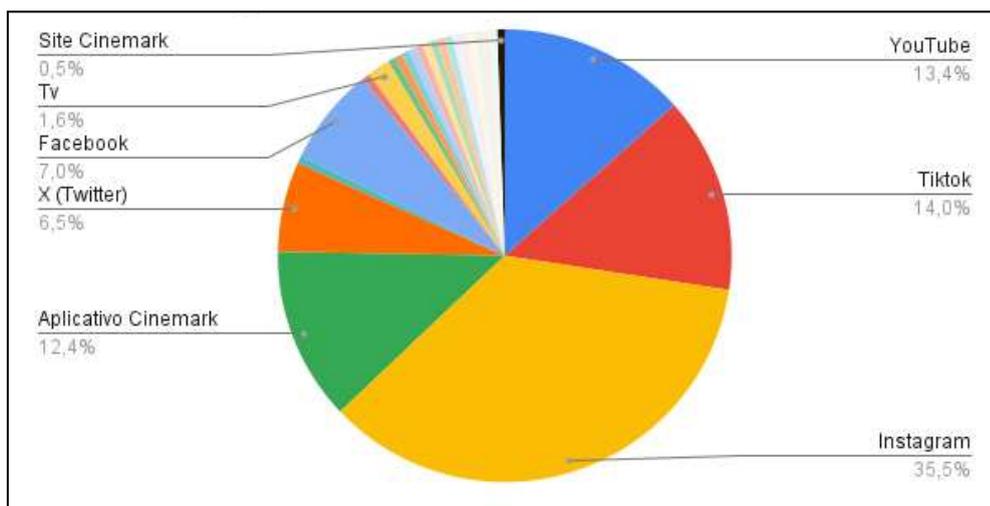
Desse modo, foi disponibilizado entre os dias 28 de agosto a 4 de setembro, 10 perguntas pretendendo identificar os respondentes, bem como suas percepções sobre a rede de cinemas. Participaram deste estudo 186 participantes, com idade, em sua maioria do sexo feminino, melhor dizendo 59,1 das pessoas, das quais 76,3% apontam o hábito em frequentar a franquia.

Neste cenário, conseguimos algumas informações que atuam para entendermos a presença da Cinemark, aos olhos do consumidor brasileiro.

Sendo assim, o questionamento referente a: Por qual meio os filmes exibidos pela rede Cinemark chegam até seu conhecimento?, nos possibilitou compreender que uma das principais estratégias percebidas pelos respondentes está na utilização do Marketing Digital, visto que quase 100% das pessoas apontam as redes sociais digitais como o meio de obtenção de informações sobre os filmes.

Posto isto, 35,5% apontam o *Instagram* como a primeira rede social digital, na qual tomam conhecimento dos filmes exibidos pela rede Cinemark, seguido por 14% que apontam o *Tiktok*, enquanto 13,4 mencionam o *Youtube*. Conforme podemos visualizar no gráfico 1.

**Gráfico 1** - Por qual meio os filmes exibidos pela rede Cinemark chegam até seu conhecimento?



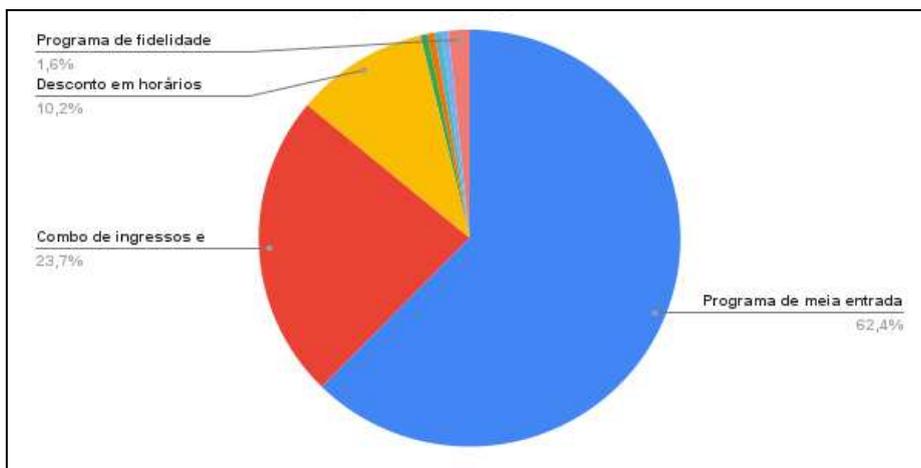
**Fonte:** Elaborado pelas Autoras (2023)

Diante do exposto, bem como considerando que no Brasil, contamos com mais de 165 milhões de usuários de internet e um tempo médio de mais de 10 horas online por dia, a presença digital é crucial. Sendo assim, entendemos que a Cinemark anuncia seus produtos, majoritariamente, por meio de redes sociais digitais, buscando interagir com seus seguidores seja por meio de *stories*, *tweets*, entre outros a empresa se mostra aberta aos comentários, bem como traz novidades de combos, parcerias, patrocínios, novidades do *snack* bar e promoções limitadas que quase sempre fazem muito sucesso entre o público.

Nessa situação, o Marketing Digital estabelece vínculo com o cliente, ou seja atua como um chamariz para a realização do *Customer Relationship Management* (CRM), que em tradução livre significa Gestão de Relacionamento com o Cliente, ou seja, estratégias que potencializam a comunicação e interação com o cliente, com o objetivo de entender suas necessidades, melhorar a satisfação e aumentar a fidelidade à marca.

Assim sendo, nota-se que a maior parte dos respondentes, ou seja, 90,3% dos entrevistados, acreditam que a rede de cinemas oferece uma variedade de filmes, incluindo lançamentos e produções internacionais. Além disso, ao questionar os respondentes sobre: Que tipos de promoção ou desconto da Cinemark influenciam em sua decisão de compra dos ingressos?, observamos que os clientes da Cinemark se tornam fiéis à marca por conta dos benefícios estabelecidos.

**Gráfico 2:** Que tipos de promoção ou desconto do cinemark influenciam em sua decisão de compra dos ingressos?



**Fonte:** Elaborado pelas Autoras (2023)

Logo, os programas de meia-entrada, são um dos benefícios que mais influencia na decisão de compra, mesmo sendo um benefício oportunizado pela Lei 12.933/2013) que discorre sobre o fato de que pelo menos 40% dos ingressos totais deve ser reduzido, favorecendo idosos acima de 60 anos, pessoas com deficiência (PCD) e estudantes. Além disso, a rede faz parcerias com bancos, permitindo que a promoção de meia-entrada alcance outros públicos.

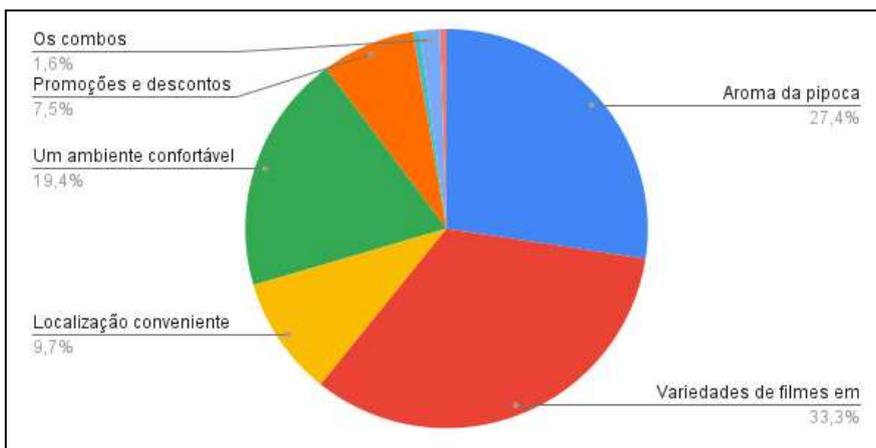
Na sequência, outra estratégia perceptível abarca o Marketing Sensorial que inclui a criação de conexões emocionais por meio do estímulo dos sentidos, contendo elementos visuais, auditivos, táteis, gustativos e olfativos induzindo, assim, a percepção do consumidor, promovendo a fidelidade à marca e as vendas, podendo se aplicado de diversas maneiras, incluindo a criação de ambientes imersivos nos cinemas, com a iluminação e decoração projetadas cuidadosamente para evocar emoções positivas.

Em relação a Cinemark, podemos identificar alguns exemplos, como os investimentos em tecnologia de projeção avançada e a oferta de experiências distintas como as salas *XD* e *D-BOX*. Ela também possui algumas salas *Prime* no Brasil, que contam com poltronas reclináveis de couro, descanso para os pés e serviço de bar.

Retomando os resultados obtidos com a realização da pesquisa, observamos que 90,3% das pessoas acreditam que a Cinemark oferece variedades de filmes, que incluem desde blockbusters até independentes, atendendo a variados gostos. Da mesma forma que apontam que as salas são bem cuidadas e ficam localizadas estrategicamente em shopping centers.

Ainda de acordo com os resultados apresentados pelo questionário, demonstra que uma das principais atrações da rede de cinema, está relacionado ao aroma da pipoca, ou seja 27,4% apontam este fato como um dos que mais chamam a atenção ao passar em frente a uma franquia da Cinemark, ficando atrás apenas da variedade dos filmes.

**Gráfico 3:** O que te chama atenção quando você passa em frente ao cinemark?



**Fonte:** Elaborado pelas Autoras (2023)

Diante do exposto, acreditamos que a rede de cinemas utiliza essa estratégia porque é um cheiro conhecido por provocar memórias agradáveis e criar uma sensação de conforto e familiaridade, estimulando o apetite. Portanto, ao espalhar essa fragrância pelo ambiente é possível criar uma experiência imersiva despertando assim o desejo do cliente de desfrutar seus produtos.

Para exemplificar, uma estratégia que corrobora com tal experiência, identificamos que a Cinemark implementou no Shopping Aricanduva, um quiosque de venda de pipocas estrategicamente perto da loja de moda *Renner*, no qual podemos perceber o acesso rápido a salas de cinema. Isto posto, acreditamos que a franquia de cinema se destaca por oferecer uma experiência cinematográfica completa e de qualidade.

### **Considerações Finais**

Em suma, podemos perceber que a Cinemark foca não apenas na projeção de filmes, mas em proporcionar uma vivência completa aos clientes por meio da exploração de novas tecnologias, criação de experiências personalizadas e estabelecimento de parcerias estratégicas, possibilitando a rede impulsionar um estilo de entretenimento único.

Os resultados deste estudo destacaram a eficácia dessas iniciativas de marketing em solidificar a posição da Cinemark como uma líder visionária no cenário cinematográfico contemporâneo, visto que ao levar em consideração a capacidade da empresa em se adaptar às constantes mudanças do mercado, a rede continua a proporcionar momentos memoráveis aos seus clientes, fato que a torna uma referência no setor.

Além disso, podemos destacar a importância do planejamento e inovações constantes implementados na rede, uma vez que essas abordagens podem impulsionar o crescimento, manter clientes fiéis e conquistar novos cinéfilos. Assim, a Cinemark não é só um grande exemplo no mundo do cinema, mas um bom exemplo de marketing que demonstra como inovação e atenção ao cliente são essenciais para o sucesso de qualquer empresa.

## Referências

**A incrível evolução do cinema de 1900 até hoje!** 2 jan. 2019. 1 vídeo (26 min 46 s). Publicado pelo canal Nerd Show. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6ResDmqtW5Q>. Acesso em: 2 ago. 2023.

**A origem do cinema** - InC | Instituto de Cinema | Cursos de Cinema e Atuação. Disponível em: <https://institutodecinema.com.br/mais/conteudo/a-origem-do-cinema>. Acesso em: 6 ago. 2023.

Araujo, Fábio. **Marketing de Cinema Francês no Brasil**. Disponível em: <https://11nq.com/EXWZn> Acesso em: 11 set. 2023

Autran, Arthur. **O cinema brasileiro contemporâneo diante do público e do mercado exibidor**. Significação: revista de cultura audiovisual. 2009;36(32):119-135. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=609766006007>. Acesso em 11 set. 2023.

Bezerra, Juliana. **História do Cinema: origem e primeiros filmes**. 17 jul. 2018. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/historia-do-cinema/>. Acesso em: 5 ago. 2023.

**Cinemark Brasil**. Disponível em: <https://www.cinemark.com.br/a-cinemark/institucional>. Acesso em: 09 set. 2023.

**Como o cinema trabalha as ações de marketing de sucesso**. Disponível em: <https://www.agenciaslim.com.br/marketing-no-cinema/>. Acesso em: 11 set. 2023

**Estratégias de Marketing: conheça os principais tipos**. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/estrategia-de-marketing/>. Acesso em: 20 set. 2023.

**História do cinema: confira este guia e se destaque!** - Academia Internacional de Cinema (AIC). Disponível em: <https://www.aicinema.com.br/historia-do-cinema-confira-este-guia-e-se-destaque/>. Acesso em: 6 ago. 2023.

**How does social media marketing enhance brand loyalty?** Identifying mediators relevant to the cinema context (2021) | Wong Foong Yee | 6 Citations. Disponível em: <https://typeset.io/papers/how-does-social-media-marketing-enhance-brand-loyalty-2g3pdrx3n3>. Acesso em: 19 set. 2023.

Ivo, Diego. **82 Estatísticas de Marketing de Conteúdo**. Disponível em: <https://www.conversion.com.br/blog/estatisticas-marketing-de-conteudo/>. Acesso em: 17 set. 2023.

Lane, Kevin; Kotler, Philip. **Administração de marketing**. Disponível em: <https://acesse.dev/ut56j>. Acesso em: 2 ago. 2023

Maria Mariuzza, Daniela. **O comportamento do consumidor na cidade de Guaporé/RS à luz do marketing de fidelização**. Disponível em: <https://repositorio.ucs.br/xmlui/bitstream/handle/11338/5704/TCC%20Daniela%20Maria%20Mariuzza.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 10 set. 2023.

**Marketing viral**. Disponível em: <https://sproutsocial.com/pt/glossary/viral-marketing/#:~:text=Marketing%20viral%20é%20o%20nome,como%20um%20vírus%20pela%20internet>. Acesso em: 20 set. 2023.

**Mix de Marketing**. Disponível em: <https://petadm.ufca.edu.br/mix-de-marketing/>. Acesso em: 20 set. 2023.

**O que é marketing?**. Disponível em: <https://www.guiadacarreira.com.br/blog/o-que-e-marketing>. Acesso em: 17 set. 2023.

**O que são as poltronas D-BOX? Como identifico essa opção?** Disponível em: <https://sac.cinemark.com.br/hc/pt-br/articles/360020127171-O-que-são-as-poltronas-D-BOX-Como-identifico-essa-opção->. Acesso em: 30 out. 2023.

Piero Gatti, André. **A exibição cinematográfica: ontem, hoje e amanhã**. 2008. Disponível em: <http://cinelatinoamericano.org/assets/docs/exibicao cinematografica ANDREGATTI.pdf>. Acesso em: 11 set. 2023.

Pulizzi, J. **Marketing de Conteúdo Épico**. Brasil: DVS Editora. Disponível em: [https://www.google.com.br/books/edition/Marketing\\_de\\_Conte%C3%BAdo\\_%C3%89pico/LHWwDQAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1](https://www.google.com.br/books/edition/Marketing_de_Conte%C3%BAdo_%C3%89pico/LHWwDQAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1). Acesso em: 20 set. 2023

Redação Brasil Paralelo. **Você conhece a história do cinema mundial? Veja a evolução do cinema**. 17 ago. 2022. Disponível em: <https://www.brasilparalelo.com.br/artigos/historia-do-cinema-mundial>. Acesso em: 5 ago 2023.

Rodrigues, Taynara; Andrade Jomar. **Estratégias de marketing para o cinema**. Disponível em: <https://www.cena.ufscar.br/estrategias-de-marketing-para-o-cinema/>. Acesso em: 11 set. 2023

Sayuri.S, Aparecida, Maria. (2006) **Marketing De Relacionamento: Importância e implicações no mercado consumidor**. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/ram/a/ZqHMvhgPsNngybNxDLySFdb/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 20 set. 2023

Souza, Ronaldo Ventura. **Marketing Interno para a Cinemark**. Disponível em: <https://biblioteca.univap.br/dados/000032/000032d1.pdf> Acesso em: 11 set. 2023

**Tudo sobre Marketing Digital**. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/o-que-e-marketing-digital/>. Acesso em: 30 set. 2023

Vomero, Renata. Portal Exibidor - "**Ser a última tela que une as pessoas é uma missão**". Disponível em: <https://www.exibidor.com.br/noticias/mercado/12571-34ser-a-ultima-tela-que-une-as-pessoas-e-uma-missao34-diz-diretor-de-marketing-da-cinemark>. Acesso em: 20 set. 2023.