



Relatório Anual de Atividades

2023



## CINEMATERNA

### Relatório de Atividades – 2023

A **Associação CineMaterna** é uma organização sem fins lucrativos, pioneira em sessões de cinema amigáveis para mães e bebês de até 18 meses. Foi fundada em São Paulo em agosto de 2008 por mães que, a partir de uma necessidade pessoal, desenvolveram um programa feito especialmente para famílias com bebês: sessões de cinema nas quais o filme é de temática adulta e a sala adaptada para receber os pequenos, com trocadores, luzes levemente acesas, ar-condicionado ameno, som mais baixo, estacionamento de carrinhos e uma equipe especial para acolher o público.

#### **2023: o ano do tudo ou nada!**

Foi um ano repleto de desafios para o CineMaterna.

Sem patrocinadores ou anunciantes à vista desde o retorno das sessões presenciais em 2022, a entidade sobreviveu com os recursos oriundos das “cotas de apoio” pagas pelos shoppings apoiadores para a realização das sessões, complementadas com as reservas financeiras da entidade, acumuladas ao longo da existência da Associação CineMaterna justamente para utilização em momentos de dificuldade.

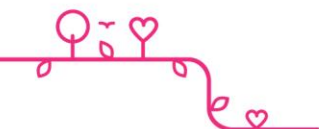
Contudo, durante a pandemia de COVID-19, em 2020 e 2021, boa parte destes recursos foram utilizados para manter as atividades essenciais da organização, pois mesmo depois de cortes severos nas despesas, ainda havia custos que precisavam ser honrados para manter o CineMaterna vivo.

**Chegamos em 2023 com o seguinte cenário:** se não conseguíssemos uma nova entrada financeira recorrente no decorrer do ano, possuíamos recursos suficientes para sobreviver até dezembro de 2023, quando as atividades teriam que ser encerradas. Além disso, foi o primeiro ano da organização sem a presença da Presidente e Fundadora Irene Nagashima, que partiu para novos desafios profissionais no início de 2023, assumindo o término do mandato a Vice-Presidente Mirian Rodrigues.

#### **Apoiadores em 2023: até breve para alguns, boas-vindas para outros!**

Nas negociações para a renovação do apoio ao CineMaterna em 2023, 15 shoppings declinaram e as sessões foram temporariamente suspensas nos complexos:

- Shopping Metrô Boulevard Tatuapé | São Paulo - SP;
- Shopping Metrô Tatuapé | São Paulo - SP;
- Américas Shopping | Rio de Janeiro - RJ;
- Floripa Shopping | Florianópolis - SC;
- Boulevard Shopping Brasília | Brasília - DF;
- Shopping Eldorado | São Paulo - SP;
- Shopping Nova Iguaçu | Nova Iguaçu - RJ;
- Campinas Shopping | Campinas - SP;





- ♥ Shopping Jaraguá Araraquara | Araraquara – SP;
- ♥ Shopping Praia de Belas | Porto Alegre – SP;
- ♥ Shopping Cidade Jardim | São Paulo – SP;
- ♥ ParkShoppingBrasília | Brasília – DF;
- ♥ Shopping Center Norte | São Paulo – SP;
- ♥ TopShopping | Nova Iguaçu – RJ;
- ♥ Shopping São José | São José dos Pinhais – PR.

Em agosto, fomos informadas que o Kinoplex do Terraço Shopping em Brasília – DF teria suas atividades suspensas e o cinema seria fechado. Em novembro, recebemos o declínio do Shopping Morumbi Town, totalizando 17 saídas dos shoppings apoiadores em 2023.

A principal justificativa dos shoppings para a descontinuidade ao apoio foi a adesão do público nas sessões organizadas pela entidade em 2022, que teve queda em comparação com o período pré-pandemia. A recuperação do público tem sido o principal foco da equipe CineMaterna, esforços que estão trazendo resultados:

Público	2019		2022		2023	
	Total	Média Mensal	Total	Média Mensal	Total	Média Mensal
Adultos	54.228	47	14.661	16	21.421	25
Bebês	29.383	25	6.191	7	9.238	11
Sessões	1.163	97	905	75	857	71
<b>Total Público</b>	<b>83.611</b>	<b>72</b>	<b>20.852</b>	<b>23</b>	<b>30.659</b>	<b>36</b>



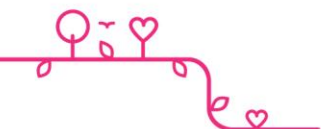
Em 2023: tivemos um crescimento de 46% no público adulto e 49% na quantidade de bebês que recebemos nas sessões CineMaterna, em relação à 2022.

Três shoppings deram início ao apoio ao CineMaterna em 2023, sendo dois retornos nas cidades de São Paulo – SP e Brasília – DF (relançamentos) e uma nova praça, na cidade de Franca – SP (lançamento):

28/02/2023 – Relançamento UCI Plaza Sul Shopping: com a presença de 11 adultos e 6 bebês.



12/04/2023 – Lançamento Moviecom Franca Shopping: com a presença de 24 adultos e 18 bebês.





09/05/2023 – Relançamento Cinemark Shopping Iguatemi Brasília: com a presença de 61 adultos e 33 bebês.



### Entrada da marca Nestlé Materna como patrocinadora máster da iniciativa

Uma negociação que levou três meses para ser concluída, e que veio em momento mais que oportuno, trouxe a marca Nestlé Materna como patrocinadora máster da iniciativa. O anúncio oficial foi realizado no dia 05/06/2023 e as contrapartidas envolvem entregas nas mídias online e off-line da entidade.

### Mídias off-line | Exposição da marca patrocinadora nas sessões

#### 1) Banner de bilheteria:

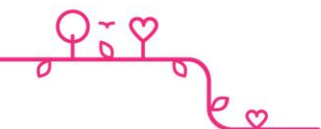


- Foram confeccionados banners de bilheteria para as sessões CineMaterna em todo o Brasil.
- Utilizamos três imagens distintas na elaboração do material e distribuimos de acordo com o perfil étnico-racial de cada município.
- É utilizado na entrada do cinema e trata-se de um material de extrema importância, pois através dele o público do shopping é informado que haverá uma sessão CineMaterna naquele dia.

#### 2) Banner de fundo de foto (backdrop):



- Foram confeccionados banners de fundo de foto (backdrop) para as sessões CineMaterna em todo o Brasil.
- O material é utilizado na entrada da sala e o público é convidado para registrar a sua participação através de uma foto em frente ao banner. Complementamos o convite oferecendo às famílias as plaquinhas para fotos, para compor o clique.
- Os conteúdos compartilhados pelas famílias, onde o @cinematerna é tagueado, são repostados em nossa página na série “Hoje é dia de CineMaterna”, que vai ao ar às terças e quartas-feiras, aumentando ainda mais a visibilidade do patrocinador.





### 3) Plaquinhas para fotos:



- Foram confeccionados kits com três plaquinhas para fotos para as sessões CineMaterna em todo o Brasil.
- O material é utilizado na entrada da sala, juntamente com o banner de fundo de foto (backdrop). A adesão do público está sendo ótima!
- Este material não fazia parte do escopo de ativos CineMaterna negociado na ocasião do patrocínio. No entanto, como havia um saldo da verba de ativação disponível, entendemos que poderia agregar valor à marca Nestlé Materna e optamos pela bonificação.

### 4) Camisetas das voluntárias



- Foram confeccionadas camisetas nos tamanhos P, M, G, GG, EG e EXG para as colaboradoras CineMaterna em todo o Brasil.
- Aproveitamos a oportunidade da substituição do material para atendermos a uma demanda antiga: camisetas com modelagem adequada aos corpos de mulheres reais, com design mais feminino (cintura levemente marcada, inspirada no modelo “baby look”, com barra arredondada e gola com corte um pouco mais cavado). As Pinks amaram os novos uniformes!

### 5) Saia para trocadores



- Foram confeccionadas saias para trocadores para as sessões CineMaterna em todo o Brasil.
- O tecido escolhido para a confecção foi o tadel, pois não amassa com facilidade. O logotipo do patrocinador foi aplicado em silk branco, na parte frontal da peça, que possui elástico e velcro na barra superior, facilitando o ajuste ao equipamento.
- As equipes foram orientadas a guardar os malotes que utilizamos para armazenar os equipamentos embaixo do trocador, assim a nossa “baguncinha” fica escondida, deixando a sala mais organizada para receber o público.

## Mídias online | Exposição da marca patrocinadora nos canais digitais

### 1) Site:



Header com titulação “apresenta”, no topo da página



Banner publicitário, no meio da página, abaixo do banner principal



Footer da página inicial e Página de parceiros



## 2) Visibilidade na newsletter semanal de programação:



Header com titulação “apresenta”, no topo do e-mail



Banner publicitário, no meio da comunicação, com redirecionamento de página (CTA)



Footer

## 3) Conteúdo exclusivo do patrocinador:



Newsletter



Facebook



Instagram

- Espaço para comunicações da marca, com frequência mensal.
- A marca tem utilizado o espaço para aproximar-se do público-alvo, com temáticas voltadas para a discussão sobre a maternidade real.

## 4) Menções orgânicas nas redes sociais:



Nas séries autorais publicadas nas redes sociais da entidade, há a menção figurativa da marca patrocinadora (feed e stories):  
#CineMaternaEuFui  
#CineMaternaÀspas  
#CineMaternaProgramação  
#CineMaternaEnquetes  
#CineMaternaInstitucional  
#CineMaternaDiscute



Com os recursos oriundos deste patrocínio, pudemos reorganizar o nosso planejamento, solucionando dores que há tempos acompanhavam a entidade, motivadas pela limitação orçamentária:

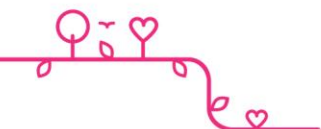
- **Restabelecimento do fee da matriz:** que havia sido reduzido em 50% em 2020 e suspenso em 2021, por causa da pandemia. Com o retorno das sessões em 2022, os valores reduzidos foram mantidos e, em 2023, os valores foram novamente integrados ao fee mensal da equipe;
- **Reajuste na ajuda de custo das voluntárias:** aumentamos em R\$20,00 a ajuda de custo das voluntárias, que estava sem reajuste desde 2013, pois entendemos que a economia inflacionou e o valor da ajuda de custo não era mais suficiente para cobrir as despesas da equipe para a realização das sessões da entidade;
- **T.I.:** contratação de um prestador de serviços para atender às demandas reprimidas da entidade, haja vista que algumas ferramentas precisavam de manutenção e outras careciam de desenvolvimento;
- **Crítico de cinema:** retorno do Edu Fernandes, crítico de cinema, na prestação de serviços para a entidade, garantindo que os títulos exibidos nas sessões estejam de acordo com as premissas da organização (excluímos títulos de terror, versões em 3D e filmes com temáticas sensíveis às mães que estão vivenciando o puerpério);
- **Contratação de ferramentas:** visando melhorar nossa metodologia de trabalho, contratamos a versão paga do [Canva](#) (com mais recursos para criação de artes), a [MLabs](#) (para agendamento dos conteúdos nas redes sociais), a [Comunique-se](#) (para relacionamento com a imprensa) e a [AdOpt](#) (para adequação do site à LGPD).

A marca Nestlé Materna ficou muito feliz com os resultados entregues no primeiro ano de patrocínio (34% acima do previsto) e sinalizou no final de 2023 o interesse em continuar o relacionamento com o CineMaterna em 2024!

### Ações promocionais realizadas em 2023

Fechamos três ações promocionais em colaboração com a Flix Media, parceira estratégica de longa data da entidade. Esta receita extra foi utilizada para repor as reservas financeiras utilizadas pela entidade no primeiro semestre do ano.

- **Nestlé Materna:** além do patrocínio, a marca optou pela contratação de mídia em tela avulsa nas sessões CineMaterna, exibindo um filme institucional da marca nos trailers, durante os meses de agosto, setembro e outubro, com veiculação nacional;
- **Nebacetin Baby:** mídia em tela avulsa nas sessões CineMaterna, exibindo um filme institucional da marca nos trailers durante os meses de outubro, novembro e dezembro, com veiculação nacional + distribuição de sampling nas cidades de Fortaleza – CE, Rio de Janeiro – RJ e São Paulo – SP (amostras de pomada nas versões “prevenção” e “regeneração”);
- **Pfizer:** mídia em tela avulsa nas sessões CineMaterna, exibindo durante os trailers um filme de conscientização sobre a importância das vacinas, desenvolvido em parceria com a “Sociedade Brasileira de Pediatria” e “Mundo Bitá” para a campanha idealizada pela farmacêutica,





intitulada “Mais que um Palpite”, durante os meses de novembro e dezembro de 2023 (1º slot) e repetição da campanha durante os meses de fevereiro e março de 2024 (2º slot), com veiculação nacional + divulgação em formato colab nas redes sociais do CineMaterna (Reels e Stories).



Da foto superior esquerda, em sentido horário:

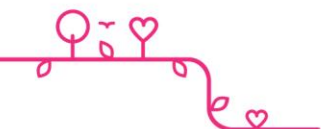
- ♥ Evidência mídia em tela Pfizer;
- ♥ Evidência mídia em tela Nestlé Materna;
- ♥ Evidência mídia em tela Nebacetin Baby;
- ♥ Amostras sampling Nebacetin Baby.

### Mudanças na comunicação, visando maior alcance e adesão do público nas sessões:

A Aline Adami, que esteve à frente do relacionamento com os shoppings apoiadores entre 06/2019 e 11/2020, retornou à matriz do CineMaterna em janeiro de 2023, trazendo na bagagem a expertise adquirida durante o tempo que atuou como gestora em empresas do segundo setor. O objetivo desta contratação era melhorar a nossa comunicação com o público em um cenário com recursos limitados para investimentos, de forma que esta nova comunicação aumentasse gradativamente a adesão do público nas sessões organizadas pela entidade.

### Redes sociais | Principais desafios:

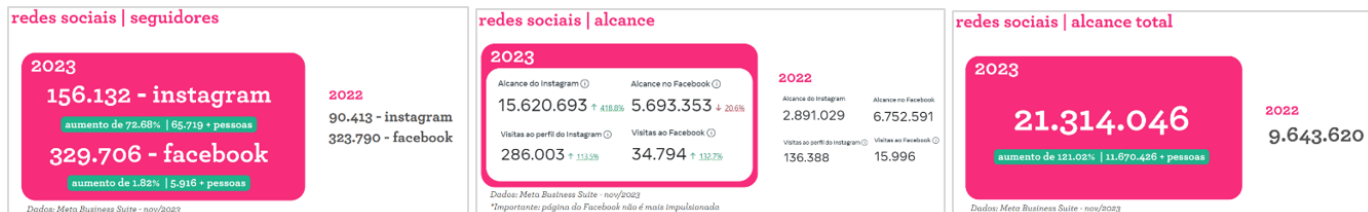
- ♥ **Atualização da comunicação:** linguagem e formatos mais atuais.
- ♥ **Posicionamento:** Afirmação do papel social da organização, melhorando o posicionamento do CineMaterna como uma ONG sem fins lucrativos e, conseqüentemente, despertando no público o desejo de colaboração;
- ♥ **Conteúdos próprios:** mais conteúdos autorais do CineMaterna;
- ♥ **Seguidores e Alcance:** aumentar seguidores e alcance das publicações;
- ♥ **Divulgação da programação:** produzir mais conteúdos sobre os filmes da programação, estimulando a participação do público nas sessões da entidade;
- ♥ **Comunicação em novos canais:** em 2023 passamos a compartilhar conteúdo do CineMaterna no YouTube, TikTok e LinkedIn.







## Redes sociais | Resultados:



## Site | Principais desafios:

- ♥ Tráfego: número de acessos e conversão em novos cadastros;
- ♥ Atualização: conteúdo do site e experiência do cliente;
- ♥ LGPD: aviso de consentimento e tratamento de dados (contratação e integração da AdOpt).

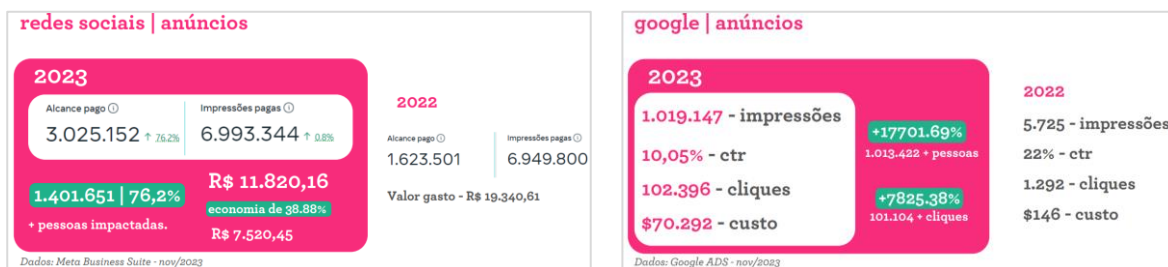
## Site | Resultados:



## Anúncios e Relatórios | Principais desafios:

- ♥ Google ADS: utilização da verba de U\$10.000,00 bonificada pela plataforma para a ONG de maneira mais assertiva;
- ♥ Meta ADS: melhorar anúncios garantindo o melhor ROAS (retorno sobre anúncios);
- ♥ Relatórios, BI e GA4: visão geral dos dados mais importantes para tomada de decisões estratégicas.

## Anúncios e Relatórios | Resultados:





## Imprensa

- **Divulgação:** em maio de 2023, contratamos a ferramenta “Comunique-se” para a retomada do relacionamento com a imprensa, através do envio de releases semanais com a programação CineMaterna.

The image shows two monitoring dashboards. The left one, titled 'Redes Sociais', shows metrics for 'CineMaterna' on platforms like Instagram (100%), X (0%), YouTube (0%), and Facebook (0%). The right one, titled 'Notícias', shows metrics for 'Associação Cinematerna' with 1631 total news items, and filters for vehicle type (89% for 'CineMaterna', 11% for 'Cine materna') and excluded vehicles (Diário Oficial dos Municípios).

Mídia	Notícias	Equivalência publicitária
Online	1.458	R\$ 11.854.826
Impressa	173	R\$ 2.963.706
<b>Total</b>	<b>1.631</b>	<b>R\$ 14.818.533</b>

Destaque da matéria na **Folha de SP**, publicada no dia 12/12/2023 nos meios digitais do veículo:  
[https://bit.ly/materia\\_folha\\_sp](https://bit.ly/materia_folha_sp)



The screenshot shows a Facebook post from 'todasnafolha e folhadespaulo' dated December 12, 2023. The post text reads: 'todasnafolha O CineMaterna foi criado em 2008 por um grupo de mães com a missão de ajudar outras a retomar a vida cultural e trocar experiências sobre a maternidade. A iniciativa, sem fins lucrativos, oferece uma estrutura dentro de uma sala convencional de cinema para famílias com bebês de até 18 meses. As sessões acontecem em 51 cidades do Brasil. Leia mais em folha.com/todas.' It has 14 likes and 4,987 shares.

## Parceiros

- **Relatórios de resultados:** passaram a ser enviados mensalmente para shoppings apoiadores;
- **Atualização de layout:** nas artes mensais e semanais para a divulgação das sessões.



Cartaz A3



Story



Story (com filme)



Feed



Relatório mensal (shoppings)



## Demais ações realizadas em 2023

- Realizamos duas reuniões presenciais da matriz, sendo uma em março e outra em outubro. O objetivo era o planejamento de ações para melhoria dos processos internos e a elaboração de projetos que auxiliassem nas duas principais dores da entidade: captação de recursos e estratégias de divulgação das sessões, visando o aumento do público;
- Incorporamos na rotina de atividades das Pinks a vistoria das salas de cinema onde as sessões CineMaterna são realizadas, com o objetivo de garantir a segurança de todos os presentes. Desta forma, são verificados: iluminação de segurança nas escadas, presença de extintores de incêndio e validade, sinalização, desobstrução e destravamento das saídas de emergência, possíveis avarias elétricas e estruturais (visíveis). Caso seja detectado algum vício, solicitamos a alteração da sala de cinema e bloqueamos a utilização da referida sala em sessões futuras, até que o problema seja sanado;
- Organizamos 19 sessões **CinePaterna**, que foram realizadas no dia 12/08/2023 e levaram 780 adultos e 321 bebês às salas de cinema;
- Iniciamos a revisão dos textos e informações disponíveis no site [www.cinematerna.org.br](http://www.cinematerna.org.br);
- Revisamos as etapas para cadastramento em nosso site, redefinindo as informações indispensáveis para a conclusão do cadastramento, atualizamos os “termos e condições”, bem como o e-mail e “boas-vindas” após o término do registro;
- Desenvolvemos um “Brand Guidelines” como material complementar para sanar as principais dúvidas sobre a utilização da marca CineMaterna, destinado aos shoppings apoiadores;
- Planejamos e implementamos uma nova estratégia de reativação, reduzindo o investimento e facilitando o retorno dos shoppings que um dia apoiaram o CineMaterna;
- Nas renovações com os shoppings apoiadores, enviamos um novo modelo de minuta com “prazo indeterminado”, visando agilizar os processos de renovação nos anos subsequentes;
- Renegociamos com as redes Kinoplex e Cinemark para que as sessões CineMaterna possam acontecer nos meses de janeiro e julho, fato que até então não era aceito pelas redes, por causa das férias escolares e do consequente aumento do público regular no período. Nossa solicitação foi atendida e, em 2024, implantaremos e avaliaremos esta estratégia em todos os complexos da Kinoplex e alguns complexos da Cinemark;
- Criamos um vídeo institucional personalizado com as datas das próximas sessões, para a divulgação da iniciativa nas redes sociais de cada shopping apoiador – estratégia super bem recebida, com grande adesão dos shoppings na utilização do material;
- Fechamos o ano com a conclusão do planejamento estratégico e financeiro para 2024, além da organização do nosso ambiente de trabalho virtual.

## Planos para 2024

Os objetivos do ano são:

- Conseguir aprovação da Nestlé Materna para a implantação de dois projetos complementares ao patrocínio, sendo o primeiro com foco na capilaridade da ONG e o segundo com foco na produção de conteúdo autoral, sobre saúde mental e bem-estar materno no puerpério.





- ♥ Implantar o projeto da matriz intitulado “Institucional”, que consiste na organização de uma sessão exclusiva e gratuita, para a captação de fotos e vídeos atualizados, com autorização de uso de imagem à título gratuito, cedida pelo público presente no evento, para utilização na divulgação do trabalho realizado pelo CineMaterna;
- ♥ Implantar o projeto da matriz intitulado “Bate-Papo”, que consiste na colocação de displays em acrílico tamanho A5 nos trocadores, convidando as mães para o encontro após a sessão, além de estabelecermos parceria com lojistas do segmento alimentício nos shoppings apoiadores, visando o aumento na adesão do público aos bate-papos.
- ♥ Implantar o projeto da matriz intitulado “Censo 2024”, que consiste na realização de uma pesquisa quantitativa e virtual, visando traçar um perfil atualizado do público que acompanha o trabalho da entidade, bem como os principais desafios, dores e delícias da parentalidade.
- ♥ Implantar o projeto da matriz intitulado “Divulgação”, que consiste na solicitação de espaços de mídia mall aos shoppings, juntamente com o envio dos materiais ajustados para divulgação e(ou) impressão sob responsabilidade dos apoiadores. Além disso, folhetos institucionais tamanho A5 serão disponibilizados nos Fraldários e Espaços Família dos shoppings que autorizarem esta divulgação (impressão e reposição do material sob responsabilidade do CineMaterna).
- ♥ Fechar com um novo patrocinador e conquistar ações promocionais que viabilizem novos investimentos e possibilitem aportes nas reservas financeiras da entidade.
- ♥ Contratar uma pessoa para captação de recursos e outra para a gestão de mídias sociais, para integrarem a equipe da matriz.
- ♥ Remontar a equipe de fotógrafos, viabilizar ajuda de custo para os profissionais voluntários, fornecendo a capacitação e treinamento necessário.
- ♥ Completar o quadro de profissionais que prestam serviço à matriz.

Redação: Mirian Rodrigues  
São Paulo, março de 2024

