

Streaming inicia programa de benefícios para assinantes, mirando experiência para diferentes tipos de públicos

Por **Pedro Sobreiro**

Quando se fala em “Disney”, muita gente pensa nas crianças. Não apenas pelos parques temáticos espalhados ao redor do mundo, mas pelo sucesso dos filmes animados, que transformaram a empresa em sinônimo de infância no Brasil. Porém, o cenário atual da marca é muito maior que as produções voltadas ao pequenos. Dona de um verdadeiro império do entretenimento, a empresa costuma finalizar os anos sendo responsável por cerca de 40% das bilheteiras mundiais, dentre lançamentos para diferentes faixas etárias. Em 2026, por exemplo, foi o primeiro estúdio a superar a marca de 2 bilhões de dólares em bilheteria, segundo levantamento da Cinema Occupy, e deve recuperar a liderança do ranking no final do ano, com o lançamento de “Vingadores: Doutor Destino”.

E a roda de lucro não para nas telonas, porque após saírem de cartaz, os sucessos da casa vão direto para o Disney+, streaming da empresa que busca mostrar ao mercado que é mais do que capaz de atender a um público “mais experiente”, por assim dizer. Para isso, eles ampliaram neste ano o Disney+ Benefícios, o programa de benefícios que acabou de anunciar parcerias com grandes marcas, como Mercado Livre, Renner e McDonald’s. Além disso, o serviço já contava com parceiros de peso, como Spotify, 99 e Cinemark.

A convite da Disney, o Correio da Manhã conversou com a vice-presidente de Direct-to-Consumer da The Walt Disney Company Brasil, Juliana Oliveira, para entender um pouco mais sobre a visão da empresa sobre o mercado brasileiro.

DIVERSIFICAÇÃO DE PÚBLICO

“O principal objetivo do programa [de benefícios] é diferenciar ainda mais a marca Disney+ entre os nossos assinantes. A gente tem famílias com filhos pequenos, famílias com filhos adolescentes, a gente tem assinantes que não são casados, que não têm filhos. Então, nosso público é bastante eclético, e

Juliana Oliveira, vice-presidente de Direct-to-Consumer da The Walt Disney Company Brasil, contou ao Correio da Manhã sobre a nova fase do streaming no país



Uma nova era para o Disney+ chega ao Brasil

acho que isso se traduz muito também na nossa estratégia por trás do programa. Somos a primeira plataforma de streaming a ter um programa de benefícios. A gente faz muita pesquisa de mercado para entender que tipo de benefício que os nossos assinantes Disney+ querem ter. E aí, baseado nessas pesquisas, a gente define o tipo de parceiros que queremos e buscamos os maiores players, que estão em todos os lugares do Brasil, assim como Disney+. Todos os nossos benefícios são baseados na necessidade do nosso consumidor”, explicou.

SISTEMA INTUITIVO É A CHAVE

No entanto, buscar um público mais velho requer algumas atenções especiais. Como a inclusão digital é algo relativamente recente no Brasil, ainda há uma grande parcela dos consumidores que não se entendem muito bem com aplicativos.

PARA ISSO, O DISNEY+ DEDICOU UMA ATENÇÃO ESPECIAL.

“O público mais jovem utiliza muito aplicativo, seja para pedir comida, aplicativo de mobilidade... É um público que já está acostumado. Às vezes, um

público mais adulto é mais difícil de se adaptar a esse formato. O que a gente busca é fazer as coisas do jeito mais simples possível para o consumidor que decidir utilizar o benefício. Você entra na página principal do programa e vê que tem Spotify, por exemplo. Com um clique você vai direto para página do Spotify, sem precisar preencher milhões de dados, etc. É um processo com poucos passos, muito direto. Isso é importantíssimo para ajudar realmente na utilização do programa, porque se você tem muitos passos, precisando lembrar da senha e

tudo mais, a gente vê que perde muito o consumidor nesse processo”, afirmou Juliana.

NOVOS BENEFÍCIOS

Os benefícios iniciais para os assinantes já previam, por exemplo, pagamento de meia-entrada em ingressos nos cinemas Cinemark, além de 20% de desconto na compra de combos de pipocas da rede; Três meses de assinatura grátis no Spotify para novos assinantes. Usuários antigos podem resgatar dois meses grátis; 50% de desconto em viagens do aplicativo de corridas 99 e 50% off no app de entrega de alimentos, 99 Food.

Dentre os novos benefícios estão 10% de desconto em compras acima de R\$ 179 no site ou app da Renner; um código de desconto mensal de 30% no app do McDonald’s, em pedidos acima de R\$15 com limite de R\$30 de desconto via Peça e Retire e McDelivery; 20% de desconto em produtos selecionados de Toy Story 5 no Mercado Livre, e 10% de desconto nos ingressos de Disney Celebra: Um Natal Inesquecível 2026, que será realizado de 1 a 23 de dezembro, em Curitiba.

O resgate dos cupons está disponível no site **disneyplus.com/benefícios**, onde o assinante deve fazer o login utilizando o mesmo e-mail associado à assinatura do Disney+ e seguir as instruções de resgate de cada parceiro.

“Temos algumas parcerias, alguns benefícios, que são casados aos grandes lançamentos de conteúdo, como é nossa parceria atual com o Mercado Livre envolvendo os produtos de Toy Story, e também temos outros que são independentes. Nossa estratégia é estar sempre trazendo mais benefícios para o nosso assinante sem precisar necessariamente estar atrelado a um grande lançamento do cinema ou do streaming. A gente percebeu que, para o consumidor, não basta só oferecer o Disney+ de forma direta. Talvez ele queira assinar junto com o Mercado Livre, talvez ele queira assinar junto com a conta da Claro. Então, a gente tem uma diversidade de distribuição da nossa estratégia para conseguir essa capilaridade e chegar no assinante de diversas formas. Quando a gente lançou [a plataforma], só tinha um plano, né? Agora temos alguns. O Premium custa R\$ 69,90 com toda a proposta de ter os canais de esporte, mas você tem também o plano de padrão com anúncios, que é a nossa proposta com um preço mais atrativo. Então, a gente quer dar para o nosso consumidor escolhas. Você escolhe como quer pagar, através de quem você quer assinar, que tipo de conteúdo você quer ver”, concluiu.



Desconto para assinantes nos ingressos do espetáculo “Disney Celebra: Um Natal Inesquecível” promove uma experiência para além das telas