



Prêmio Marketing
Contemporâneo - ABMN 2025

TIMES
BRASIL

CNBC
EXCLUSIVE LICENSEE

Times Brasil | CNBC

Do global ao local, a estratégia
que lançou o maior canal de
negócios do Brasil

Categoria sugerida

Estratégia de Lançamento e/ou Tração

Case

Times Brasil | CNBC

Do global ao local, a estratégia que lançou o maior canal de negócios do Brasil

Categoria sugerida

Estratégia de Lançamento e/ou Tração.



Sobre a CNBC

A CNBC é a líder global em jornalismo de negócios, com sedes em Nova Jersey, Londres e Singapura. Produz notícias em tempo real consumidas por mais de meio bilhão de pessoas todos os meses, em mais de 150 países.

Reconhecida mundialmente por sua credibilidade, precisão e profundidade analítica, a rede cobre os principais mercados internacionais, oferece relatórios e entrevistas exclusivas e mantém um ecossistema multiplataforma que inclui TV, redes sociais, streaming, site, aplicativo e eventos ao vivo.

A CNBC é parte do grupo NBCUniversal News Group, uma das maiores operações jornalísticas do planeta.



CNBC GLOBAL HEADQUARTERS



Sobre o Times Brasil | CNBC

O Times Brasil | CNBC é o primeiro canal de jornalismo de negócios do país em parceria com uma marca internacional. Licenciado exclusivo da CNBC no Brasil, o grupo nasceu em 2024 com o propósito de democratizar o acesso ao jornalismo econômico de alta qualidade, traduzindo a complexidade do mercado global em uma narrativa local, moderna e inspiradora. Fundado e liderado pelo jornalista Douglas Tavolaro, o canal é resultado de um acordo inédito com a NBCUniversal, e combina o padrão global de excelência da CNBC com uma operação totalmente brasileira.

Com sede em São Paulo, correspondentes no Brasil e no exterior e uma equipe multidisciplinar, o Times Brasil produz 15 horas diárias de jornalismo ao vivo e 9h de entretenimento inspirado em negócios, com presença simultânea em TV, streaming, FAST Channels e plataformas digitais.



Síntese

Lançado oficialmente em novembro de 2024, o Times Brasil | CNBC nasceu com uma visão clara e ousada: criar um novo marco no jornalismo econômico brasileiro, unindo credibilidade internacional, linguagem acessível e distribuição multiplataforma.

O desafio era monumental: lançar uma nova marca de mídia em escala nacional em um mercado saturado, fragmentado e em transição digital, e fazê-la alcançar resultados expressivos em tempo recorde. A missão: aproximar o Brasil do debate econômico global, inspirando empresários, investidores, empreendedores e cidadãos comuns a entender e participar das transformações que movem o mundo dos negócios.

Para atingir essa meta, foi desenhada uma estratégia de lançamento e tração em múltiplas frentes, combinando:



Posicionamento de marca sólido, com propósito claro e diferencial editorial;



Modelo de operação multiplataforma integrado;



Plano de distribuição expansivo, incluindo TV aberta, Pay TV, Fast Channels, streaming e redes sociais;



Estrutura comercial robusta e parcerias estratégicas com grandes marcas;



Uma curadoria de conteúdo que alia relevância, inovação e proximidade com o público.



O reconhecimento do mercado publicitário na categoria “Jornalismo de Negócios Multiplataforma” do Prêmio Colunistas Rio.

O resultado foi um dos lançamentos mais bem-sucedidos da história recente marcado pelo grande evento de lançamento no Hyatt, localizado na cidade de São Paulo com mais de mil convidados do mercado publicitário, personalidades influentes e autoridades.





Em apenas nove meses, o Times Brasil | CNBC atingiu **236 milhões de visualizações e acessos**, com **crescimento de 309%** em audiência total e expansão constante de presença, parcerias e influência.

Mais do que um veículo de comunicação, o canal consolidou um novo modelo de mídia multiplataforma, em que a informação econômica é tratada como ferramenta de transformação, conhecimento e progresso.



Cenário

O cenário da mídia brasileira em 2024 exigia ousadia. Com a fragmentação das audiências e a multiplicação de plataformas digitais, a atenção tornou-se o ativo mais disputado, especialmente entre os públicos de maior poder de decisão e influência.

O jornalismo econômico tradicional, restrito a nichos e jargões, precisava ser reinventado para dialogar com novas gerações de profissionais, empreendedores e investidores.

Nesse contexto, o Brasil — uma das dez maiores economias do planeta — não dispunha de um canal de negócios com linguagem contemporânea e escala nacional.

Enquanto a economia se digitalizava e o empreendedorismo se expandia, faltava um veículo que unisse profundidade analítica, relevância local e padrão internacional de qualidade.

A chegada do Times Brasil | CNBC preencheu essa lacuna.

O projeto foi idealizado como uma plataforma de conteúdo de ponta, conectada ao ecossistema global da CNBC, com o propósito de trazer para o Brasil o *know-how* e a excelência da marca para fortalecer e ampliar o jornalismo de negócios, tornando-o inspirador, acessível e multiplataforma.



Soluções

O sucesso do Times Brasil | CNBC resultou de uma estratégiameticulosamente estruturada de lançamento e tração, sustentada por quatro pilares:

| 01

Operação integrada e inovação multiplataforma

Desde sua concepção, o Times Brasil foi desenhado como um ecossistema de mídia completo.

A redação opera de forma simultânea para TV, streaming, site e redes sociais, aplicando metodologias inspiradas em hubs internacionais da CNBC.

Com produção contínua de 15 horas diárias de jornalismo ao vivo, a integração entre TV e digital permite que uma mesma cobertura seja distribuída em múltiplos formatos, do breaking news à análise curta nas redes.

Essa arquitetura operacional garante consistência editorial, rapidez e presença omnicanal, pilares essenciais da tração conquistada.

| 02

Expansão de distribuição e capilaridade

A estratégia de distribuição foi decisiva para o crescimento.

Apenas um mês após a estreia na TV paga, o Times Brasil ampliou sua presença para a TV aberta via antena digital (banda Ku), alcançando 11 milhões de domicílios e mais de 50 milhões de brasileiros.

Em paralelo, expandiu para FAST Channels, plataformas de streaming e redes sociais — incluindo YouTube, TikTok, LinkedIn, Instagram e Dailymotion — com transmissões simultâneas e conteúdo nativo para cada ambiente. A parceria com a Soul TV, plataforma gratuita presente em 197 países e integrada às Smart TVs Samsung e LG, fortaleceu o alcance e a penetração digital.





| 03

Estratégia comercial e alianças de valor

A tração comercial foi planejada desde o início como um vetor de expansão.

Logo no primeiro mês no ar, o canal já contava com 40 marcas patrocinadoras e apoiadoras, entre elas Bradesco, Avenue, Itaú, Toyota, Nomad, B3, BRB, Vivo, Ambipar, BTG Pactual, GM, Senar, Uber, Nubank e SoftBank.

A liderança comercial foi reforçada com a chegada de Thomaz Naves (VP Comercial e de Marketing) e Mônica Monteiro (VP de Novos Negócios).

A abertura de operação comercial no Rio de Janeiro e em Brasília, em parceria com a Sociis e Due, que expandiram o relacionamento regional e o diálogo com agências e marcas locais. Entre as parcerias de destaque, o acordo de quatro anos com a Crypto.com posicionou o Times Brasil como protagonista no debate sobre criptoeconomia, replicando no Brasil um modelo de sucesso da CNBC norte-americana.

| 04

Conteúdo, relevância e propósito

O conteúdo foi o coração da estratégia. A proposta editorial do Times Brasil | CNBC é “Inspirar, Prosperar, Transformar”, trazendo um jornalismo de negócios próximo do cotidiano e das pessoas.

Grandes coberturas, como a crise do tarifaço entre Brasil e EUA, a guerra comercial global e os impactos das decisões do Federal Reserve, foram conduzidas com profundidade, mas também com linguagem acessível e foco no impacto real sobre o público.



Resultados

Os resultados confirmam a consistência e o impacto da estratégia.

Em apenas nove meses, o Times Brasil | CNBC alcançou 236 milhões de visualizações e acessos somando TV e plataformas digitais, consolidando-se como o maior canal de negócios do país. O crescimento total de audiência foi de 309%, com um salto de 12,3 milhões para 50,4 milhões de impactos mensais.

O desempenho nas plataformas digitais foi igualmente expressivo: 3.610% de aumento no YouTube, 806% no TikTok, 594% no LinkedIn e 268% no Instagram.

A estratégia comercial também apresentou resultados sólidos, com mais de 80 marcas patrocinadoras ativas desde o primeiro trimestre e uma rede crescente de parcerias editoriais e de distribuição. A presença nacional se consolidou e a expansão internacional ganhou força por meio de acordos de streaming e alianças estratégicas globais.

O impacto do canal se refletiu ainda na repercussão espontânea na imprensa especializada e no mercado publicitário, gerando reconhecimento crescente como referência editorial e comercial no segmento de negócios. Esses indicadores comprovam que o Times Brasil | CNBC não apenas conquistou escala, mas redefiniu o padrão de performance de um lançamento de mídia no Brasil.

O sucesso vai além dos números: está na construção de uma marca sólida, inspiradora e guiada por propósito. O canal tornou-se, em menos de um ano, um novo modelo de mídia e um exemplo de como estratégia, inovação e execução consistente podem se combinar para gerar resultados exponenciais.

O Times Brasil | CNBC é hoje mais do que uma emissora. É um ecossistema vivo de informação e inspiração. Em um ambiente de ruptura e excesso de ruído, a marca conseguiu unir credibilidade global, relevância local e inovação multiplataforma, consolidando um novo paradigma para o jornalismo econômico no Brasil.

