
FTD apostas: como auditar quanto do CPA pago era incremental

iGBRASIL

Notícias · Utilidades · Recursos para operadores de iGaming

Marketing & Mídia · Estratégico

FTD apostas: como auditar quanto do CPA pago era incremental

Com a mídia parada, existe uma janela rara para separar depositante comprado de depositante incremental — e ela fecha quando o PAM for desligado.

Por Redação iGBRASIL, Redação

Publicado em 26/10/2026 às 14h05

· 11 min de leitura

Por que importa

Sem a base do PAM exportada em formato próprio, o histórico que sustenta o CAC auditado desaparece junto com o contrato de plataforma.

Deduplicar atribuição por CPF e levar bônus para dentro do CAC costuma mudar a leitura de quais canais compravam receita e quais compravam volume.

Em venda de operação, pleito contra a União ou pedido de orçamento de reabertura, CAC por coorte auditado vale mais do que número de cadastros.

FTD apostas: como auditar quanto do CPA pago era incremental

Quanto do FTD que a sua operação pagou entre 2025 e 2026 era realmente incremental? A pergunta é para quem assinou verba de mídia e contrato de afiliado — diretor de marketing, CFO e sócio — e ela só tem resposta limpa agora, com a operação parada. Sem investimento novo entrando, a curva de depósito das coortes antigas funciona como grupo de controle natural: o que continuou acontecendo era base própria; o que sumiu junto com a mídia era tráfego comprado.

Este texto não trata de encerrar contrato de afiliado nem de redesenhar teto de CPA para um cenário só-esporte — isso está em FTD apostas: refazer a conta do CPA se voltar só o esporte. Aqui o assunto é o *post-mortem* de mídia: reconstruir o custo por depositante ativo pagante, por coorte e por canal, e deixar o dossiê pronto para defender orçamento, sustentar valuation ou operar o mesmo stack em outro mercado.

Resumo executivo

FTD é unidade de contagem, não de receita: a métrica que separa volume de receita é o segundo depósito com dinheiro próprio (D2).

A janela de medição é curta — a auditoria depende de dados que morrem com o desligamento da plataforma.

Bônus, custo de pagamento e custo de KYC pertencem ao CAC; fora dele, o CPA de performance aparece menor do que é.

Deduplicação por CPF e janela de atribuição única costumam revelar que parte do volume reportado foi paga mais de uma vez.

Entregáveis: dossiê de CAC auditado por canal e coorte, e plano de reabertura com gate de verificação de autorização no fluxo de compra de mídia.

O gasto auditado é grande, concentrado e nunca foi medido por incrementalidade

Segundo levantamento da Tunad divulgado em 22 de outubro de 2026, as empresas de apostas investiram R\$ 2,12 bilhões em TV aberta e paga entre janeiro de 2025 e junho de 2026. Entre as dez maiores anunciantes, 93,1% da verba de televisão foi para a TV aberta; as dez maiores responderam por 94,2% do investimento do setor em TV e as duas principais concentraram 40% da verba. Só em TV aberta, de janeiro a agosto de 2026, o setor colocou R\$ 542,4 milhões.

Fora da TV, Kantar Ibope Media/Monitor Evolution apontou, em agosto de 2026, R\$ 422 milhões em mídia exterior apenas na cidade de São Paulo entre janeiro de 2025 e junho de 2026 —

FTD apostas: como auditar quanto do CPA pago era incremental

sexta posição entre 184 categorias. E a Tunad registrou R\$ 1,82 bilhão em compra de mídia somente no primeiro semestre de 2026.

Dois cuidados antes de usar esses números internamente. Primeiro: são dados de monitoramento, calculados por tabela, e não refletem desconto negociado — o desembolso efetivo é menor e varia por contrato. Segundo: a queda começou antes da proibição. Em janelas comparáveis de 39 dias após a Copa do Mundo, a verba publicitária caiu 34,5%, de R\$ 234,2 milhões para R\$ 153,5 milhões. Parte disso é retração de mercado, não ganho de eficiência — confundir as duas coisas é o erro de leitura mais comum em relatório de fechamento.

Por que FTD é a métrica errada para julgar canal

FTD conta cabeças. A maior parte da diferença entre o CPA pago e a receita realizada aparece no intervalo entre o primeiro depósito e o segundo depósito feito com dinheiro próprio, sem bônus. É nesse intervalo que o tráfego incentivado se revela: converte, saca e some.

A métrica substituta é o CPDA — custo por depositante ativo pagante: custo total de aquisição dividido pelo número de depositantes que fizeram o segundo depósito próprio. Não existe benchmark público e auditado de CPA ou CPDA por canal no Brasil; o que circula vem de fornecedores e de conversa de mercado, sem metodologia aberta. Por isso o número que interessa é o seu, reconstruído da sua base — e não um "CPA médio brasileiro".

Os três vazamentos que deixam o CPA artificialmente bonito

1. Atribuição duplicada entre canais

O mesmo jogador entra por busca de marca, é creditado ao afiliado pelo last-click e ainda aparece na modelagem de mix da campanha de TV. Sem janela de atribuição única e sem tabela de deduplicação por CPF, a casa paga duas ou três vezes pelo mesmo depositante — e o CPA médio do relatório fica baixo porque o denominador foi inflado. Meça a taxa de duplicidade de atribuição: quanto do volume reportado desaparece depois da deduplicação.

2. Brand search contabilizado como aquisição

Tráfego pago sobre o próprio nome da marca converte muito bem e quase nunca é incremental. Na reconstrução, ele deve ser reclassificado como canal de retenção. É também a primeira

FTD apostas: como auditar quanto do CPA pago era incremental

linha a ser testada por holdout geográfico quando a mídia voltar.

3. Bônus fora do CAC

Enquanto o bônus creditado for tratado como despesa de marketing separada, o CPA de afiliado parece bem menor do que é. O custo por depositante precisa somar comissão, bônus creditado, custo de pagamento e custo de KYC/antifraude do lote. A ficha que comprova cada oferta — e que o fisco já olhou — está detalhada em bônus de aposta e GGR: a ficha que prova cada oferta.

O custo do abuso não é marginal. Dados da Sumsud citados pela EveryMatrix em julho de 2026 apontam o abuso de bônus como 63,8% dos casos de fraude detectados em iGaming; a SEON estima custo de até 15% da receita bruta, e a combinação de account takeover, abuso de bônus e fraude de fidelidade soma 68% das perdas por fraude. São números globais, de fornecedores, sem recorte brasileiro verificável — servem de ordem de grandeza, não de parâmetro.

Oito passos para reconstruir o custo real por depositante

Congelar a base antes do desligamento. Extrair da plataforma: cadastro, data de FTD, canal e afiliado de origem, série completa de depósitos e saques, bônus creditado e liberado, GGR/NGR por jogador e status de KYC. O escopo e o formato de pedido estão em exportação de dados do PAM: o que pedir antes de desligar.

Reconstruir o investimento real por canal. Mídia bruta mais fee de agência e produção, comissões de afiliado pagas e provisionadas, bônus, custo de pagamento e custo de antifraude. Nada de linha agregada de "verba de marketing".

Deduplicar por CPF e fixar janela de atribuição única. Um depositante, um dono. Brand search sai da aquisição.

Montar coortes mensais de FTD e calcular NGR acumulado em D30, D90 e D180 por coorte e por canal, líquido de bônus e de tributo.

Calcular o payback real: mês em que o NGR acumulado da coorte cobre o custo total de aquisição daquela coorte.

Testar incrementalidade retroativa. Comparar praças com e sem TV ou OOH, semanas de veiculação pesada contra semanas escuras, elevação de busca orgânica e de cadastro direto em janelas de 24 a 72 horas. O que não se separa do baseline não era incremental.

Ranquear afiliados por qualidade: taxa de D2, razão saque/bônus, share de jogadores com LTV

FTD apostas: como auditar quanto do CPA pago era incremental

zero, concentração de IP e de dispositivo.

Produzir dois entregáveis: o dossiê de mídia com CAC auditado por canal e coorte, e o plano de reabertura com teto de CPA por canal e gate de verificação de autorização embutido na compra de mídia.

O painel mínimo: oito métricas que separam volume de receita

Métrica Como calcular O que a leitura indica

CPDA $\text{Custo total de aquisição} \div \text{depositantes com 2º depósito próprio}$ Custo verdadeiro do cliente que paga; substitui o CPA sobre FTD bruto

Conversão FTD->D2D2 $\text{próprios} \div \text{FTD do canal na coorte}$ Queda acentuada indica tráfego incentivado ou público mal qualificado

NGR líquido D90 / CAC $\text{NGR acumulado em 90 dias} \div \text{CAC do canal}$ Abaixo de 1,0 em D90, canal de performance não se paga no horizonte curto

Payback em meses $\text{Mês em que o NGR acumulado cobre o CAC da coorte}$ Acima de 9 a 12 meses, com regra instável, é canal de prejuízo na prática

Bônus liberado / depósito próprio $\text{Razão no primeiro ciclo do jogador}$ Proxy direto de dependência de incentivo no canal

Share de LTV zero em D30 $\text{Jogadores sem receita} \div \text{FTD do afiliado}$ Condena ou absolve o afiliado melhor que o volume entregue

Lift incremental $\text{Praça teste vs. praça de controle}$ Única leitura honesta de TV, OOH e patrocínio

Duplicidade de atribuição $\text{Volume reportado} - \text{volume após dedup por CPF}$ Mede quanto foi pago mais de uma vez pelo mesmo depositante

Métricas da auditoria de aquisição, por canal e por coorte

A velocidade de saque desde a origem merece acompanhamento próprio: canais com alta conversão de bônus em saque, LTV posterior nulo e agrupamento de IP têm assinatura reconhecível. Essa é a evidência que sustenta uma decisão sobre afiliado — e, quando houver disputa contratual, é ela que aparece no processo. A divisão de responsabilidade pelo conteúdo e pela qualidade do tráfego está em CPA e RevShare: quem responde pelo conteúdo do afiliado.

FTD apostas: como auditar quanto do CPA pago era incremental

Os erros que invalidam a auditoria

Medir CPA sobre FTD bruto, incluindo depositantes que nunca voltaram.

Manter bônus fora do CAC para preservar um número bonito no relatório de marketing.

Last-click puro: o afiliado leva o crédito do depositante que a TV gerou — e a TV, sem medição de lift, é cortada primeiro por "não ter ROI".

Pagar CPA antes da janela de qualificação completa: depósito mínimo, atividade mínima e KYC concluído.

Tratar retração de mercado como otimização de verba.

Desligar a plataforma e descobrir depois que o dado que o comprador ou o auditor pede não existe mais.

O que a norma brasileira já amarra — e o que ainda está em aberto

A MP 1.394/2026, publicada em 25 de setembro de 2026, proíbe exploração, oferta, intermediação e publicidade de apostas de quota fixa no país, extingue as autorizações, veda publicidade e patrocínio e cria mecanismos de bloqueio. Está em vigor, mas depende de análise do Congresso em 120 dias para virar lei, e há discussão pendente no STF. Qualquer cenário de reabertura — inclusive a hipótese de um retorno restrito ao esporte — é hipótese, não premissa de planejamento.

A Portaria SPA/MF nº 3.005, de 2 de outubro de 2026, estabelece procedimentos, fluxos e prazos finais para as obrigações regulatórias, pecuniárias, contábeis, cadastrais e informacionais dos operadores cujas autorizações foram extintas. É o dispositivo que amarra o que precisa ser preservado e reportado — e é a base documental que a auditoria de mídia também consome. Não está definido se a SPA exigirá retenção de dados de marketing e atribuição além dos registros expressamente listados ali; na dúvida, guardar é mais barato que reconstruir. O mapa do que segue valendo está em obrigações SPA/MF: o que continua valendo após o encerramento.

Para o plano de reabertura, duas normas de 2026 definem o desenho do criativo e o fluxo de compra. A Portaria SPA/MF nº 1.964, de 3 de julho de 2026, exige que toda propaganda traga uma das advertências — "Apostar pode causar dependência", "Apostar faz você perder dinheiro" ou "Aposta não é investimento" —, na horizontal, claras, legíveis, proporcionais e ocupando no mínimo 10% do comprimento ou tamanho do anúncio. E a Portaria Interministerial MF/SECOM/MJSP nº 73, de 10 de julho de 2026, determina que, antes da veiculação ou do

FTD apostas: como auditar quanto do CPA pago era incremental

impulsioneamento, os responsáveis, inclusive provedores de aplicação e fornecedores de conteúdo publicitário, confirmem como condição da contratação se o anunciante consta da relação oficial de operadores autorizados da SPA.

A consequência prática da Portaria 73 é operacional, não jurídica: num eventual retorno, o status de autorização vira gate técnico de compra de mídia. O dossiê do anunciante deixa de ser papelada e passa a ser pré-requisito de veiculação — e precisa estar previsto no fluxo de aprovação de campanha desde o primeiro dia.

Por que o dossiê tem valor patrimonial

Em negociação de venda de operação, em pleito contra a União ou em qualquer conversa com conselho, "CAC por coorte auditado" pesa mais do que "número de cadastros acumulados". Um comprador desconta agressivamente a receita cuja origem não é explicável; uma base com payback demonstrado por canal reduz esse desconto. A relação entre qualidade de base e preço está desenvolvida em múltiplo EBITDA de operadora de apostas: como estruturar o preço.

Sem investimento novo entrando, a base parada é o experimento mais limpo que a operação terá. Depois do desligamento da plataforma, ela vira estimativa.

A janela é curta por uma razão técnica simples: a auditoria depende de dado granular que vive na plataforma, e o contrato de plataforma tem data para acabar. Quem sair dessa fase com coorte, canal, bônus e payback amarrados em planilha própria terá um argumento quando o orçamento voltar a ser discutido. Quem sair com um relatório de FTD agregado terá apenas um número grande sem dono.

Antes de desligar a plataforma

Monte a lista de campos a extrair do PAM esta semana e receba as próximas análises de aquisição e dados do iGBRASIL. Para receber a análise do que muda para operadores, assine a newsletter do iGBRASIL.

Assuntos:

Afiliações · Dados · Marketing · MP 1.394/2026 · Publicidade · SPA/MF

Fonte original:

FTD apostas: como auditar quanto do CPA pago era incremental

<https://igbrasil.com/noticias/marketing-midia/ftd-apostas-como-auditar-quanto-do-cpa-pago-er-a-incremental>

Documento gerado em 28/10/2026 às 22h28.

Reprodução permitida mediante citação da fonte e link para o endereço acima.

© 2026 iGBRASIL. Conteúdo destinado a maiores de 18 anos.

iGBRASIL