RevShare vs CPA: qual modelo recontratar na retomada

iGBRASIL

Notícias · Utilidades · Recursos para operadores de iGaming

Marketing & Mídia · Estratégico

RevShare vs CPA: qual modelo recontratar na retomada

Credenciamento de afiliados e influenciadores pelo CONAR e advertências obrigatórias da SPA mudam o custo real de cada modelo de remuneração — e o desenho do contrato novo.

Por Redação iGBRASIL, Redação

Publicado em 27/10/2026 às 14h05

· 9 min de leitura

Por que importa

O modelo de remuneração define quem mantém alavanca contratual sobre o criativo depois que a peça já está no ar: em CPA puro o pagamento acaba antes da janela de risco.

O programa de credenciamento de influenciadores e afiliados aprovado pelo CONAR em 27/08/2026 troca a escala por quantidade de cadastros por escala limitada à capacidade de monitorar e arquivar.

Quem reativar o contrato antigo sem cláusula de advertência, takedown e retenção de pagamento assume obrigação publicitária nova sem instrumento para repassá-la ao parceiro.

RevShare vs CPA: qual modelo recontratar na retomada

Se o seu programa de afiliados está desligado e você já está desenhando o contrato da retomada, a pergunta não é mais qual modelo converte melhor. É esta: quando o operador responde pelo que o parceiro publica, qual estrutura de pagamento ainda dá controle sobre o criativo depois que o cadastro entrou? Este texto responde para quem decide orçamento de aquisição — diretor de marketing, head de afiliados e quem assina o contrato junto com o jurídico.

Resumo executivo

CPA paga evento e encerra a relação financeira; RevShare mantém pagamento futuro e, com ele, a única alavanca prática para exigir remoção de peça.

O credenciamento de afiliados e influenciadores aprovado pelo CONAR em 27/08/2026 cria custo fixo por parceiro (onboarding, registro de canais, varredura) — abaixo de certo volume, o afiliado fica negativo mesmo com CPA barato.

A escolha deve ser feita por grupo de parceiro, não por programa: mídia própria rastreável, tráfego pago e perfis sociais têm risco e controle diferentes.

Reativar o contrato antigo é o erro mais caro: ele foi escrito antes das advertências obrigatórias de julho/2026 e antes do credenciamento.

O que se mede: % da base credenciada com canais declarados, tempo médio de takedown, CPA efetivo pós-clawback e custo de monitoramento por afiliado ativo.

O que mudou entre desligar e religar o programa

Dois movimentos alteraram a base de cálculo. Em julho de 2026, o Ministério da Fazenda ampliou as exigências de publicidade de apostas, com frases de advertência obrigatórias sobre riscos. Essas frases precisam aparecer também na peça do parceiro — e é o agente operador quem responde pela falha, dentro do regime de comunicação comercial que a Portaria SPA/MF nº 1.231/2024 atribui a ele a partir da Lei 14.790/2023.

Em 27 de agosto de 2026, o CONAR aprovou alterações no Anexo "X" do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e um novo Quadro de Autorregulação da Publicidade de Apostas, com criação de um programa de credenciamento de influenciadores e afiliados habilitados a divulgar o segmento, acompanhado de monitoramento das postagens. A íntegra foi divulgada em 28/08/2026 e as disposições passaram a valer 30 dias depois. O primeiro Anexo "X" já estava em vigor desde janeiro de 2024; a revisão incorpora decisões do Conselho de Ética acumuladas desde então.

RevShare vs CPA: qual modelo recontratar na retomada

Vale o registro para o material interno: CONAR é autorregulação, não norma estatal. Mas o efeito prático é concreto. Em 26 de junho de 2026, o órgão concedeu liminar de sustação de anúncios de três marcas veiculados na CazéTV durante a Copa, a partir de três representações abertas no dia anterior por queixas sobre merchandising vocalizado por apresentadores. Mesmo com as ofertas já expiradas, a liminar foi mantida como baliza. Ignorar o CONAR por "não ser lei" custa peça no ar e exposição reputacional; tratá-lo como lei no contrato gera cláusula mal fundamentada.

RevShare vs CPA: o que cada modelo compra e o que cada um entrega de risco

A diferença operacional entre os dois modelos não está na matemática da comissão. Está em quem o incentivo faz otimizar o quê.

No CPA, o parceiro é pago por evento — tipicamente o primeiro depósito qualificado. Ele otimiza volume de cadastro, não permanência de jogador. Isso empurra o criativo para o território que mais gera representação: promessa ou sugestão de ganho, indução a erro sobre probabilidade, comparação de ofertas. A vantagem é real e não deve ser descartada: custo previsível por aquisição e orçamento fácil de fechar.

iGBRASIL

No RevShare, o parceiro recebe percentual da receita líquida do jogador ao longo do tempo. Ele só ganha se o jogador permanecer e a conta não for estornada nem autoexcluída — o incentivo encosta em qualidade e em jogo responsável. O preço disso é um passivo de prazo longo que atravessa suspensão de operação, mudança de alíquota e mudança de escopo de produto. Se o produto encolher, como discutem as emendas que retiram escanteios e cartões do sportsbook, a base de cálculo do RevShare muda sem que o contrato preveja.

O ponto que quase ninguém coloca na planilha: o custo escondido do CPA é a janela de responsabilidade. O conteúdo que gerou o FTD continua no ar depois do pagamento. Em CPA puro, o operador já pagou e perdeu alavanca. Em RevShare ou híbrido, existe pagamento futuro — e, portanto, instrumento de enforcement: retenção da comissão até a remoção comprovada da peça. É a diferença entre pedir e exigir.

CritérioCPARevShareHíbrido (CPA reduzido + RevShare)

O que o parceiro otimizaVolume de cadastroPermanência e valor do jogadorEntrada qualificada com cauda

Alavanca após a peça no arNenhuma, salvo cláusula de clawbackRetenção de pagamento

RevShare vs CPA: qual modelo recontratar na retomada

recorrenteRetenção parcial, a partir do 1º ciclo

Previsibilidade de caixaAlta no curto prazoBaixa; depende de GGR e escopoMédia

Exposição a mudança de produto/alíquotaBaixaAltaMédia

Onde usarConteúdo controlado pelo operador e arquivávelConteúdo de propriedade do parceiroBase pequena e curada, padrão na retomada

Onde não usarPerfil social sem credenciamento nem takedownParceiro de arbitragem de tráfego de curta vidaQuando não há capacidade de conciliar dois fluxos

Critérios de decisão por modelo de remuneração

O credenciamento muda a unidade de escala do programa

Quando passa a existir uma lista de parceiros habilitados e acompanhamento de postagens, o programa deixa de escalar por quantidade de cadastros e passa a escalar por capacidade de monitorar. Cada afiliado novo carrega custo fixo de onboarding — verificação de identidade e CNPJ, aceite do kit de marca e de advertências, registro de todos os canais, prova de credenciamento — e custo recorrente de varredura de peças.

Isso quebra a lógica de aceitar todo mundo e pagar por resultado. Abaixo de um certo volume mensal de FTD, o afiliado é negativo mesmo com CPA baixo, porque o custo de monitorá-lo não depende do quanto ele entrega. Calcule o ponto de corte antes de reabrir cadastro: custo mensal de monitoramento por parceiro dividido pela margem de contribuição média do jogador adquirido por ele.

Programa de afiliado deixou de ser canal de mídia e virou cadeia de fornecedores: credenciar, auditar peça e ter direito de retirada por contrato.

Passo a passo para recontratar a base

Congelar a base atual. Exportar afiliados ativos, canais declarados, modelo de remuneração, saldo em aberto e data do último pagamento. Sem isso não há como recontratar nem provar quem publicou o quê.

Separar em três grupos. (a) mídia própria com conteúdo rastreável; (b) tráfego pago e arbitragem; (c) influenciadores e perfis sociais. Risco e controle são diferentes em cada um.

RevShare vs CPA: qual modelo recontratar na retomada

Checar credenciabilidade. Cada parceiro contra o programa de credenciamento do CONAR e contra o kit de advertências exigido desde julho/2026. Quem não aceita ser credenciado e monitorado sai da base — é decisão comercial, não só de compliance.

Escolher o modelo por grupo, não por programa. CPA apenas onde o criativo é controlado e arquivável; RevShare ou híbrido onde o conteúdo pertence ao parceiro; nenhum CPA em perfil social sem credenciamento e sem direito contratual de takedown.

Escrever as cláusulas que faltavam: inserção obrigatória da advertência na peça; vedação de promessa de ganho e de comparação de bônus; prazo definido para remoção; retenção de pagamento vinculada à remoção; proibição de uso da marca em domínios e perfis não declarados; declaração de todos os canais; responsabilidade por subafiliados.

Definir clawback e janela de qualificação do CPA: estorno por chargeback, conta duplicada, autoexclusão e FTD não incremental.

Montar o arquivo probatório: captura datada de cada criativo aprovado, log de aprovação e histórico de notificações de retirada.

Definir o gatilho de retomada: cláusula suspensiva que amarra a vigência a um marco objetivo, para não pagar comissão sobre tráfego gerado em período sem autorização.

Rodar varredura do legado: peças antigas que seguem no ar citando a marca. Pedir remoção antes de religar qualquer pagamento.

iGBRASIL

O passo 6 depende de uma conta que a maioria dos programas nunca fez. Antes de fixar o valor do CPA novo, vale refazer a auditoria descrita em quanto do CPA pago era realmente incremental: sem isso, você recontrata pagando de novo por cadastro que viria sozinho. E o passo 5 conversa diretamente com a divisão de responsabilidade tratada em quem responde pelo conteúdo do afiliado.

Os erros que aparecem em toda recontratação

Reativar o contrato antigo como estava. Ele foi escrito antes das advertências de julho/2026 e antes do credenciamento. O operador assume obrigação nova sem cláusula para repassá-la.

Pagar CPA sem direito de takedown. Paga-se à vista e perde-se a alavanca sobre o criativo que continua rendendo risco.

Tratar influenciador como afiliado comum. A liminar de junho/2026 mostrou que merchandising vocalizado ao vivo é o formato de maior exposição e menor controle prévio.

Não exigir declaração de subafiliados. A peça problemática aparece em um canal que o

operador nem sabia que existia.

Deixar a varredura com o time de aquisição. Quem é remunerado por volume não deve aprovar criativo.

Não arquivar nada. Sem captura datada, a defesa em representação vira palavra contra palavra.

O que medir depois de religar

% da base credenciada e com canais declarados — meta de 100% antes de liberar o primeiro pagamento.

Tempo médio entre a notificação de retirada e a remoção efetiva da peça, por grupo de parceiro.

Nº de peças não conformes detectadas sobre o total varrido.

CPA efetivo pós-clawback contra o CPA nominal.

Custo de monitoramento por afiliado ativo e o volume em que o parceiro passa a ser negativo.

Sobrevivência do jogador em 90 e 180 dias por afiliado em RevShare — é a prova de que o alinhamento de incentivo funciona.

Nº de representações e notificações recebidas por origem: canal próprio, agência, afiliado, influenciador.

Recontratar é preparação condicional, não aposta no calendário

Nada disso depende de saber quando a operação volta. A retomada ainda está condicionada à decisão do STF e à tramitação da MP 1.394, com 92 emendas e prazo final em 23 de novembro, enquanto a publicidade segue sob o regime que obrigou as peças a sair do ar em 5 de outubro. O que está sob controle do operador é o desenho contratual — e ele é escrito agora, com cláusula suspensiva, ou é escrito às pressas no dia do religamento, que é quando sai errado.

A resposta curta à pergunta de abertura: CPA onde o conteúdo é seu, RevShare onde o conteúdo é dele, híbrido quando a base é pequena e precisa ser auditável. O percentual importa menos do que a cláusula que permite reter o pagamento até a peça sair do ar.

RevShare vs CPA: qual modelo recontratar na retomada

Antes de reabrir o cadastro de afiliados

Receba as atualizações sobre publicidade, credenciamento e contratos de afiliado que afetam o desenho do seu programa na retomada. Para receber a análise do que muda para operadores, assine a newsletter do iGBRASIL.

Assuntos:

Afiliados · CONAR · Marketing · MP 1.394/2026 · Publicidade · SPA/MF

Fonte original:

https://igbrasil.com/noticias/marketing-midia/revshare-vs-cpa-qual-modelo-recontratar-na-retomada

Documento gerado em 28/10/2026 às 22h16.

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

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