

Como ficou o mercado *de apostas pós-Copa?*

Investimento em mídia na TV Linear e interesse de busca durante a Copa de 2026 vs. os 39 dias seguintes.

Período total de análise · 11/06/2026 a 27/08/2026

COPA

39 dias

11 / 06 → 19 / 07
de 2026

19/jul | 20/jul

PÓS-COPA

39 dias

20 / 07 → 27 / 08
de 2026

Como a comparação *foi construída.*

Dois períodos simétricos de 39 dias foram colocados frente a frente. A análise compara **investimento em mídia na TV Linear** e **interesse de busca** entre Copa e Pós-Copa.

PERÍODO 1

Copa

Início

11 / 06 / 2026

Fim

19 / 07 / 2026

DURAÇÃO

39 dias

PERÍODO 2

Pós-Copa

Início

20 / 07 / 2026

Fim

27 / 08 / 2026

DURAÇÃO

39 dias

JANELA TOTAL

78 dias — mesmo número de dias em cada lado.

INVESTIMENTO EM MÍDIA • TV LINEAR

- Total da categoria em cada período
- Top 10 anunciantes por período
- Evolução ao longo dos 78 dias

COMPORTAMENTO DE BUSCA

- Cinco marcas com dados disponíveis: Betano, bet365, Superbet, Betnacional, Sportingbet

Soma das cinco marcas: 144.217.339 (Copa) e 128.046.582 (Pós-Copa).

NOTA METODOLÓGICA

Totais consolidados oficiais de investimento em TV Linear: R\$ 234.190.284 e R\$ 153.480.819.

Diferença entre soma da série diária e valor oficial é de R\$ 1 e R\$ 2.

No pós-Copa, o interesse de buscas caiu junto com o investimento.

INVESTIMENTO EM MÍDIA • TV LINEAR

Categoria de apostas esportivas • Brasil



VARIAÇÃO

-34,46%

Redução de aproximadamente um terço do investimento após a Copa.

MÉDIA DIÁRIA



BUSCAS NO GOOGLE

Soma das cinco marcas analisadas

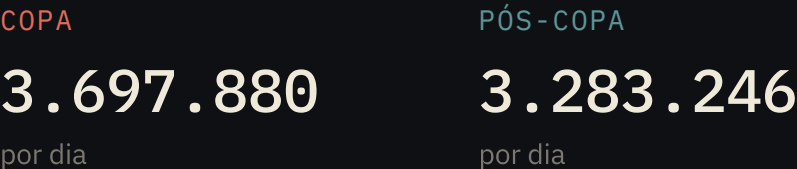


VARIAÇÃO

-11,21%

Queda substancialmente menor do que a do investimento.

MÉDIA DIÁRIA



Com o fim da Copa, a pressão publicitária da categoria caiu cerca de um terço. O interesse de busca também recuou, mas em intensidade significativamente menor.

O ranking muda depois da Copa.

Top 10 anunciantes em cada período por investimento em mídia na TV Linear, do maior para o menor.

COPA

Top 10 anunciantes

SOMA TOP 10

R\$ 222.639.301

95,1% da categoria

01	Esportes da Sorte	R\$ 44,1 mi
02	Betano	R\$ 42,6 mi
03	BetMGM	R\$ 35,3 mi
04	Superbet	R\$ 31,1 mi
05	Bet do Milhão	R\$ 26,1 mi
06	Bet365	R\$ 19,5 mi
07	Sportingbet	R\$ 6,8 mi
08	BETesporte	R\$ 6,2 mi
09	Betnacional	R\$ 6,0 mi
10	Rei do Pitaco	R\$ 4,9 mi

PÓS-COPA

Top 10 anunciantes

SOMA TOP 10

R\$ 145.001.088

94,5% da categoria

01	Bet do Milhão	R\$ 39,1 mi
02	Betano	R\$ 24,7 mi
03	Betnacional	R\$ 22,2 mi
04	BetMGM	R\$ 16,0 mi
05	Superbet	R\$ 14,1 mi
06	Bet365	R\$ 12,8 mi
07	BETesporte	R\$ 5,5 mi
08	Sportingbet	R\$ 4,8 mi
09	BandBet	R\$ 3,1 mi
10	Novibet	R\$ 2,8 mi

MAIOR ALTA

Betnacional

9º → 3º **+267,4%**

ASSUME A LIDERANÇA

Bet do Milhão

5º → 1º **+49,7%**

OUTRAS REDUÇÕES RELEVANTES

Betano	-42,0%	Bet365	-34,5%
BetMGM	-54,8%	Sportingbet	-29,9%
Superbet	-54,7%	BETesporte	-10,5%

SAÍRAM DO TOP 10

Esportes da Sorte · Rei do Pitaco

ENTRARAM NO TOP 10

BandBet · Novibet

A redução do mercado não significou retração uniforme. Várias líderes diminuíram investimento, enquanto Bet do Milhão e Betnacional ampliaram presença e subiram no ranking.

A pressão de mídia despenca no pós-Copa — *e depois começa a se recompor.*

■ COPA · 11/06 → 19/07
■ PÓS-COPA · 20/07 → 27/08

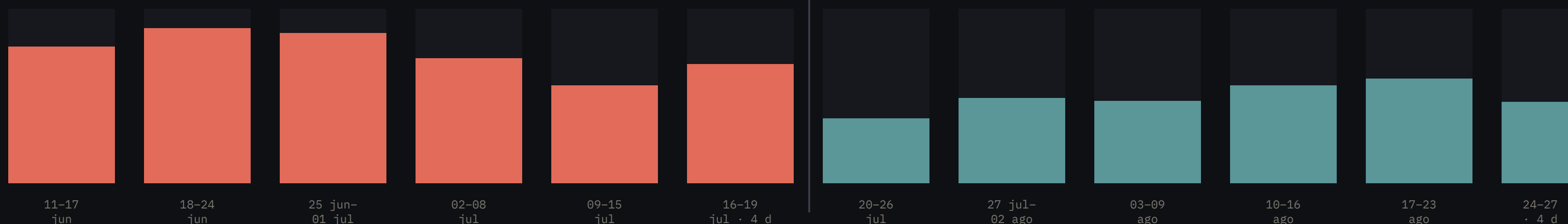
Médias diárias em janelas de 7 dias — com exceção da última janela de cada período, que cobre 4 dias. A média diária torna os blocos comparáveis entre si.

INVESTIMENTO EM MÍDIA · TV LINEAR

Média diária em R\$ milhões da Copa

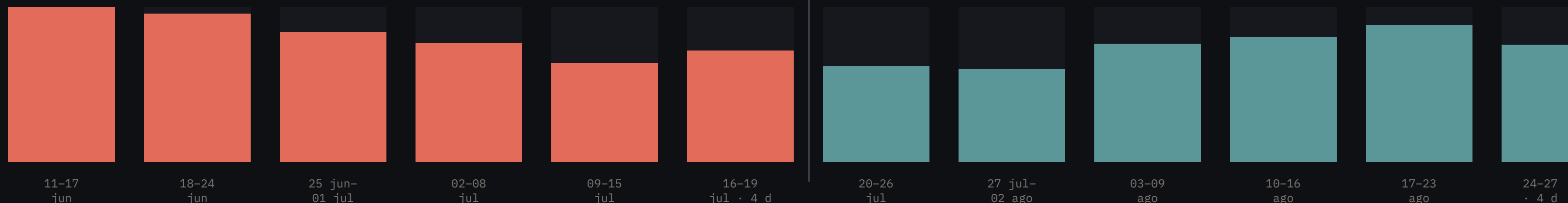
COPA

PÓS-COPA



BUSCAS POR DIA

Média diária das cinco marcas analisadas



O pós-Copa começa com forte retração de mídia, mas investimento e buscas mostram recuperação parcial ao longo de agosto.

PONTOS-CHAVE DA SÉRIE

Pico de mídia

Vale imediato pós-Copa

Diferença vs. pico

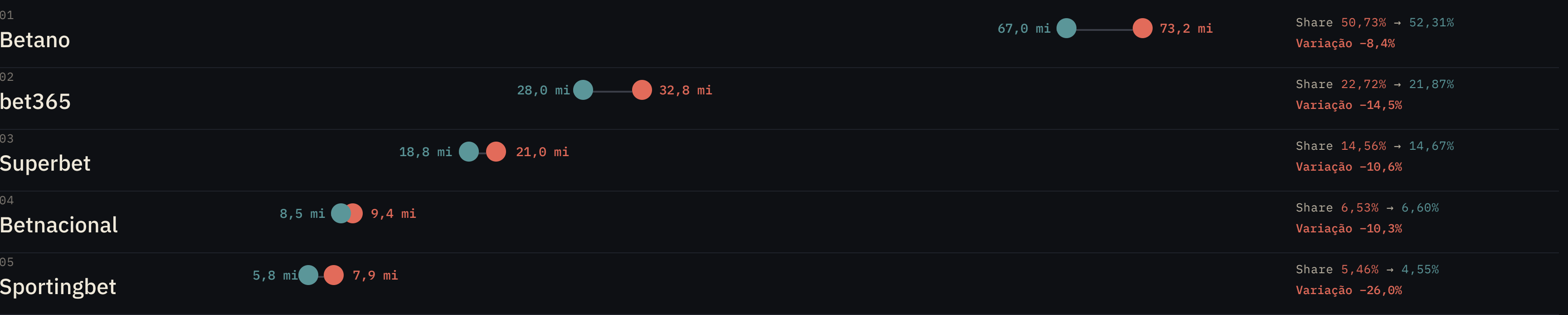
18-24 jun · R\$ 7,07 mi/dia

20-26 jul · R\$ 2,95 mi/dia

aproximadamente -58%

Betano preserva a liderança em Search *mesmo com menos mídia.*

Cinco marcas com dados disponíveis, ordenadas pelas buscas durante a Copa. Soma das cinco marcas caiu 11,2% no Pós-Copa — de 144.217.339 para 128.046.582.



INVESTIMENTO EM TV LINEAR × BUSCA

Variações no investimento em mídia na TV Linear e nas buscas das mesmas marcas

MARCA	VARIAÇÃO INVESTIMENTO	VARIAÇÃO SEARCH
Betano	-42,0%	-8,4%
Betnacional	+267,4%	-10,3%
Superbet	-54,7%	-10,6%
bet365	-34,5%	-14,5%
Sportingbet	-29,9%	-26,0%

A redução de mídia não se traduz de forma proporcional em Search. Os dados não permitem afirmar causalidade direta.

Betano -42,0% inv · -8,4% busca	Share de Search dentro das cinco marcas 50,73% → 52,31%
Betnacional +267,4% inv · -10,3% busca	Cresceu muito em mídia; busca ficou abaixo do Copa 6,53% → 6,60%
Sportingbet -29,9% inv · -26,0% busca	Maior queda de Search entre as cinco marcas

O que muda quando a Copa *sai de cena*.

01

O mercado reduz fortemente a pressão publicitária

R\$ 234,2 mi → R\$ 153,5 mi

-34,5%

02

O interesse de busca é mais resiliente

144,2 mi → 128,0 mi

-11,2%

03

O pós-Copa redistribui posições competitivas

Bet do Milhão

5° → 1° em investimento

Betnacional

9° → 3°

04

Betano mantém enorme vantagem em Search

Investimento

-42,0%

Buscas

-8,4%

05

Pós-Copa não significa desaparecimento da demanda

27 jul-02 ago

2,69 mi/dia

03-09 ago

3,39 mi/dia

10-16 ago

3,59 mi/dia

17-23 ago

3,94 mi/dia

CONCLUSÃO

Em uma frase

A Copa amplia a disputa por atenção, mas o interesse pelo mercado **não desaparece com o fim do torneio**. O pós-Copa apresenta menos mídia, uma nova distribuição competitiva e um volume de busca relativamente mais resiliente.