

Bets também disputam bolso do investidor

Disputa recorrente pelo bolso do consumidor tem impactos relevantes em diferentes setores, como varejo e financeiro

Por **Adriana Cotias** — De São Paulo

23/04/2026 05h02 · Atualizado há 2 horas



Andreas Bethains: "Serviços financeiros poderiam beber dessa fonte para atrair consumidor para previdência e seguros" — Foto: Rogério Vieira/Valor

O mercado de bets já se consolidou como um fenômeno econômico de grande escala no Brasil, com receita bruta estimada em R\$ 37 bilhões. Mais de 25 milhões de pessoas realizaram apostas on-line em 2025 em pelo menos uma das 79 empresas autorizadas pelo governo federal, segundo o estudo "Análise do Mercado de Bets no Brasil", feito pela Tendências Consultoria em parceria com a Peers Consulting+Technology.

Regulamentado em 2023 no Brasil, o país já é o quinto maior do mundo em apostas on-line, movimentando de R\$ 20 bilhões a R\$ 30 bilhões por mês, e as projeções são de que à margem do sistema formal haja um mercado que representa 85% da receita bruta total do setor.

A disputa pelo bolso do consumidor tem impactos relevantes em diferentes setores, como o varejo, com 23% dos apostadores deixando de comprar itens de vestuário e 19% reduzindo gastos em supermercados, aponta o levantamento. Há indicações também de impactos na educação superior retardando o ingresso de jovens e causando saída precoce pelos atrasos nas mensalidades.

Em contraponto, estudo encomendado pelo Instituto Brasileiro do Jogo Responsável (IBJR) diz que as apostas respondem por apenas 0,46% do consumo das famílias.

Segundo dados da Tendências, o setor de bets gerou mais de 10 mil empregos diretos e 5,5 mil indiretos, evidenciando sua crescente relevância econômica.

No setor financeiro, não é de hoje que se percebe a competição das bets com instrumentos como poupança e investimentos, diz Andreas Bethains, líder a área de pesquisa e insights da Peers.

"A gente viu esse mercado crescendo de forma exponencial e é útil entender como as diversas indústrias conseguem mitigar riscos com esse perfil que está surgindo e também aprender com o design do modelo de negociação que foi assertivo ao habilitar para a população brasileira um acesso a transações com valores muito baixos", diz Bethains.

Ele defende que os serviços financeiros poderiam beber dessa fonte para atrair o consumidor para um fundo de previdência, um seguro de vida, atingir a população com um custo de aquisição de clientes baixo, a exemplo de apostas realizadas a R\$ 1, via Pix.

As bets potencializam tanto a inadimplência, em especial nos segmentos de baixa renda, que lidam com orçamento mais apertado, quanto drenam recursos que poderiam ser direcionado para produtos financeiros, reforça Alessandra Ribeiro, economista da Tendências. "A pessoa coloca dinheiro lá, em vez de ir para o Tesouro Direto ou comprar um seguro. Com R\$ 200, que pode ser uma média de gasto mensal, poderia ter um seguro de vida, de desemprego."

Na última edição do Raio-X do investidor feito pela Anbima em conjunto com o Datafolha, a pesquisa mostrou que 17% dos brasileiros fizeram apostas on-line em 2025, ante 15% na pesquisa anterior. É justamente nas faixas etárias mais jovens que a prevalência do uso é maior, com a geração Z (nascida entre 1995 e 2010) representando 27%; os millenials (entre 1981 e 1996), 22%. Já as faixas etárias mais maduras, como a geração X (nascidos entre 1965 e 1980) respondem por 10%, e os "baby boomers" (1945 e 1964) por 4%.

Para Bethains, o mercado preditivo pode amealhar parte desse quinhão. "Vai ser pulverizado entre a população brasileira que gosta desse tipo de aposta binária, em que responde 'sim' ou 'não', e se não vencer, perde o principal. A diferença é que nas apostas tem uma casa ganhando ou perdendo no jogo; no preditivo, um lado ganha e o outro perde na forma 'P2P' [a negociação entre duas partes].

"As bets utilizam os estudos de psicologia social, econômica e financeira sobre o funcionamento mental em marketing para explorar as vulnerabilidades que todos temos", diz Vera Rita de Mello Ferreira, doutora em psicologia social que foi presidente da Associação Internacional para Pesquisa em Psicologia Econômica (Iarep). Ela cita que o ser humano, desde os tempos das cavernas, vem com a mente desenhada para sobreviver e que o "viés do presente" só se intensificou com as ilusões que são disseminadas na velocidade das redes sociais.

No campo financeiro, esse viés se traduz na dificuldade de se planejar, porque significa renunciar a prazeres imediatos. "Poucas pessoas vêm com esse chip, são organizadas e gostam de poupar, sentem prazer com isso", afirma Ferreira. "A maioria prefere gastar, inclusive quando não tem, buscando soluções instantâneas."

Nas bets e cassinos on-line, "o reforço intermitente", em que há gratificações com ganhos esporádicos, é um tanto mais difícil mudar o comportamento. E um outro motivador para seguir apostando, diz ela, é a aversão à perda, "que é tão intensa que faz com que as pessoas até se exponham a riscos que normalmente não se exporiam em nome de tentar não perder", diz a pesquisadora. "O ser humano não presta, não dá para confiar no controle", brinca a pesquisadora. "É assim que vem, falível e limitado."

Ela vê as negociações de "day trade", de compra e venda de ativos no mesmo dia, e o nascente mercado preditivo como fenômenos de natureza parecida, que vão testar a capacidade humana de contornar estímulos. Neste último caso, ela ainda alerta que as previsões podem acabar influenciando a realidade.

Para Fernando Carvalho, fundador e CEO da VoxFi, que no fim de março lançou uma plataforma de previsões no Brasil enquadrada como jogo de habilidade, diz que a associação do segmento às apostas fixas não é justa, por causa da forma como funciona essa infraestrutura.

O consumidor pode sair no meio do contrato, parar a perda ou realizar o ganho antes da ocorrência do evento, diz. "Se associa mais à lógica do mercado financeiro, está onde tem uma certa formação de preços dos ativos."