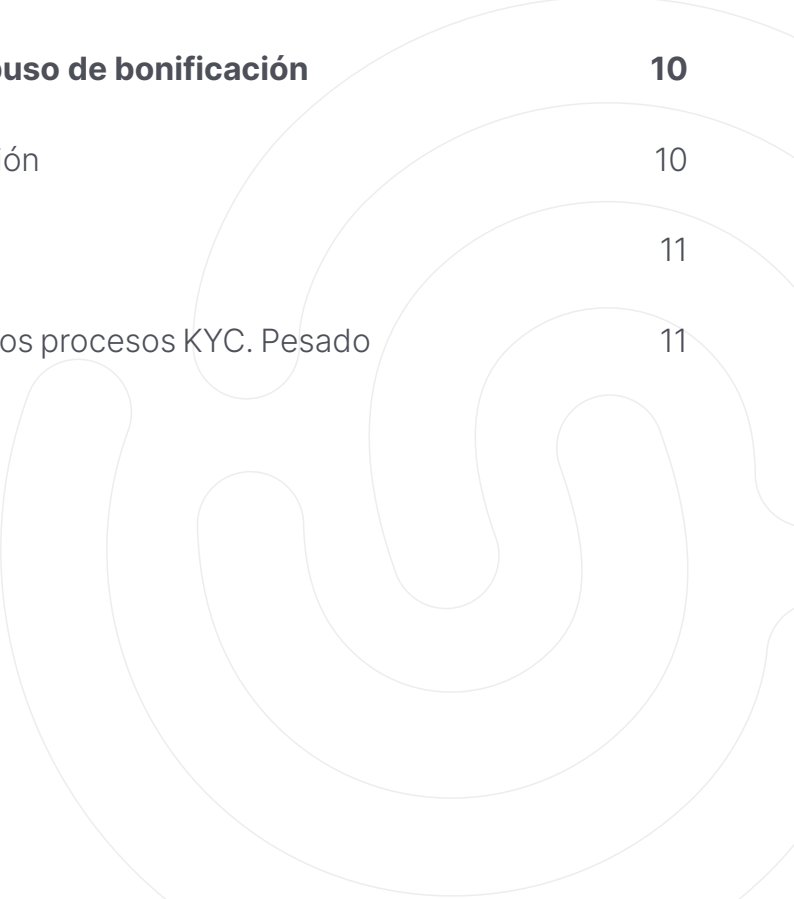




Guía del abuso de bonificación en el iGaming: cómo detectarlo y prevenirlo

Tabla de Contenidos

¿Qué es el abuso de bonificación?	2
¿Cómo funciona el fraude de abuso de bonificación en el iGaming?	2
Parte 1: ¿Por qué las compañías de iGaming otorgan bonificaciones?	3
¿Cuál es el valor de mercado de las bonificaciones de iGaming?	3
Siete de los tipos de bonificaciones más populares	4
Más bonificaciones = Más revisiones manuales	6
Parte 2: Cómo y por qué funciona el abuso de bonificación	7
Anatomía del abuso de bonificación	7
¿Por qué los defraudadores se enfocan en los operadores de apuestas?	8
Fraude de afiliados - Cuando el marketing es contraproducente	9
Parte 3: Pasos para detectar y prevenir el abuso de bonificación	10
Dos formas de detectar el abuso de bonificación	10
Señales del abuso de bonificación	11
Prevención del abuso de bonificación: mejorar los procesos KYC. Pesado vs Ligero	11



¿Qué es el abuso de bonificación?

El abuso de bonificación es el proceso de inscribirse a un servicio múltiples veces utilizando ofertas de marketing dirigidas normalmente solo a los usuarios nuevos. Se le conoce por varios nombres como abuso de promociones, cacería de bonificación, prostitución de bonificación, prostitución de casino y abuso de bonificación.

En términos de fraude, este proceso se conoce como cuentas múltiples, y a menudo se enfoca en las bonificaciones sin depósito tales como los giros gratis o dinero gratis.

Usualmente es una plaga en los sitios de apuestas deportivas, de casinos y de póker, pero cualquier compañía que ofrezca bonificaciones de inscripción como parte de su marketing puede ser vulnerable a este abuso.

El problema es que los defraudadores intentan crear tantas cuentas como sea posible, utilizando identificaciones robadas, lo que da lugar al fraude de identidad sintética, y detalles de tarjetas de crédito prepagadas para eludir las verificaciones Know Your Customer (KYC).

Los criminales más sofisticados también pueden tener los recursos para usar emuladores, máquinas virtuales e incluso IPs similares a las residenciales tales como los proxies Socks5 o redes móviles para aprovecharse de direcciones IP recientes.

¿Cómo funciona el fraude de abuso de bonificación en el iGaming?

De forma predeterminada, la mayoría de los sistemas son débiles al detectar si una persona tiene o no múltiples cuentas. Como resultado, los abusadores de bonificaciones pueden registrarse fácilmente para recibir el mismo bono de registro al registrarse con múltiples identidades. Siempre y cuando eviten ser detectados, pueden continuar recibiendo el beneficio y repitiendo el proceso.

Esto no es únicamente popular, sino que también es tan lucrativo que muchos defraudadores invierten recursos significativos para escalar sus operaciones de abuso de bonificación: algunos llegan al punto de obtener identidades a través de anuncios de trabajos falsos o formularios KYC.

Sin embargo, la supervivencia de una compañía de iGaming depende de sus bonificaciones.

Ya sean bonificaciones de registro, de bienvenida, de recarga, o sin necesidad de depósito, estas ofertas de marketing son a menudo la forma más confiable de conformar y hacer crecer una base de jugadores leales.

Es precisamente por esto por lo que el abuso de bonificación es tan perjudicial. Si los defraudadores son capaces de aprovecharse de las ofertas, no solamente corres riesgo de daños a corto plazo; estás poniendo a tu compañía seriamente en riesgo para el largo plazo.

En esta guía, repasamos los fundamentos del abuso de bonificación y te daremos todos los consejos y trucos que necesitas para reducirlo en tu compañía de iGaming. Mira a continuación un repaso básico de cómo captura SEON el abuso de bonificación en la vida real.

Parte 1: ¿Por qué las compañías de iGaming otorgan bonificaciones?

Bajo estrictas regulaciones por parte de los gobiernos y los organismos de apuestas, las compañías de iGaming tienen que elegir dónde invertir su presupuesto de marketing adecuadamente, y a menudo las bonificaciones juegan parte importante de su estrategia.

¿Cuál es el valor de mercado de las bonificaciones de iGaming?

Según [Statista](#), el mercado del iGaming tendrá un valor de hasta 92.9 mil millones de dólares para el 2023.

Los operadores más rentables, o de Tier 1, gastan hasta el 18% de su ingreso bruto en bonificaciones con el objetivo de atraer a nuevos clientes. Sin embargo, los Tier 2, u operadores de nivel bajo que no tienen el mismo presupuesto o las licencias locales necesarias para publicitarse, son casi completamente dependientes de las bonificaciones y los esquemas de afiliados.



Para estos operadores Tier 2, el marketing de afiliados puede representar el 25% de su inversión de ingresos brutos, con las bonificaciones significando un gasto adicional del 25 al 45%.

Las tendencias de marketing a menudo cambian con base en las regulaciones, por ejemplo aquellas de la Comisión de Juego del Reino Unido y los cambios en la posibilidad de anunciarse en las tiendas de aplicaciones. Sin embargo, está claro lo importantes que son los bonos para lanzar, hacer crecer y mantener una compañía de iGaming en el panorama online de hoy.

Siete de los tipos de bonificaciones más populares

Aunque las tasas de conversión varían mucho de un operador al otro, los tipos de bonificaciones más comunes tienden a ser los mismos a lo largo de la industria. Estos incluyen:

Bono de registro

Es el bono más común que se otorga cuando el cliente hace su primer depósito o completa la incorporación. Usualmente se basa en un porcentaje del depósito.

Las reglas tienden a incluir una cantidad máxima de bonificación, y tiene un requisito de apuesta. Esto asegura que el jugador apuesta la cantidad un cierto número de veces antes de poder retirar la oferta.

En algunos casos, los operadores ofrecen un bono de registro “sin necesidad de depósito”, lo que permite que los jugadores empiecen a apostar simplemente incorporándose. Estos son los favoritos de los defraudadores.

Bono de recarga

Los requisitos para las bonificaciones de recarga son usualmente similares a aquellos de los bonos de registro. Sin embargo, tal como implica el nombre, solo se activan cuando los jugadores regresan al sitio, usualmente después de un período de tiempo establecido.

Los bonos de recarga son a menudo más pequeños que los de registro y no se ofrecen a los clientes que ya retiraron sus ganancias.

Apuesta gratis (Matchplay)

A los proveedores de apuestas en línea les gusta ofrecer bonificaciones de apuesta gratuita para ingresar a juegos de apuestas bajas. Estos también están reglamentados por los requisitos de apuesta y las restricciones específicas del sitio.

Comisión reducida (reduced juice)

Estas tienden a ser apuestas con comisiones más bajas, utilizadas para atraer a clientes que ya son leales o redirigirlos a eventos específicos.

Devolución porcentual en pérdidas

Esta es una buena manera de recobrar la lealtad de clientes que se encuentran en una racha de pérdidas. Los operadores pueden ofrecer la devolución de un porcentaje de sus pérdidas netas al final de un período de tiempo específico.

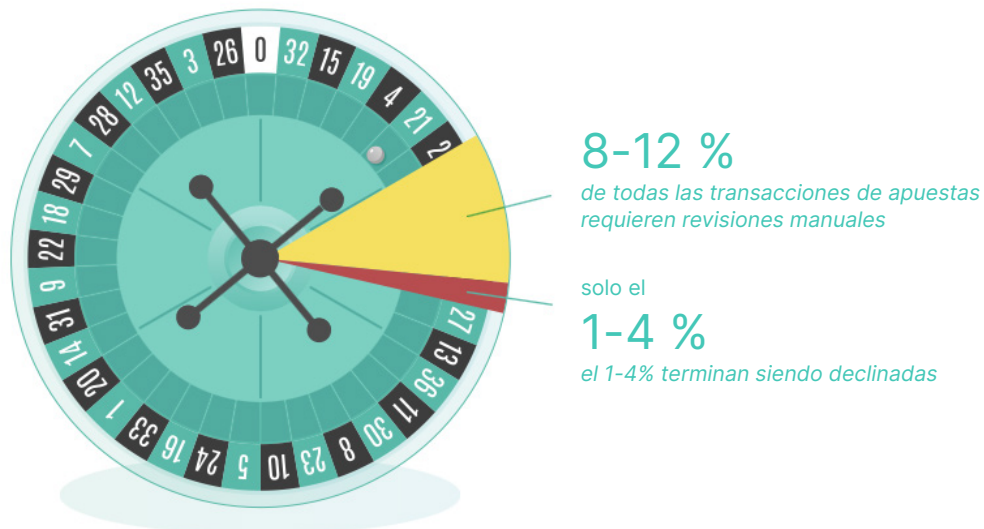
Programa de recompensas

Un gran método para construir lealtad con clientes de largo plazo, con el objetivo de incentivar ventas concurrentes. Los jugadores pueden recibir una variedad de bonificaciones de casino que incluyen giros gratis, apuestas gratis y otras ofertas de depósito que dependen del volumen de su gasto en el sitio.

Bono de referidos

El marketing de referidos y afiliados están creciendo en popularidad en el mundo del iGaming. A medida que la industria de apuestas en línea se vuelve más competitiva, el boca a boca y los incentivos monetarios son algunas de las formas confiables de darse a conocer.

Más bonificaciones = Más revisiones manuales



Una impactante estadística de nuestros propios datos: mientras que el **8 a 12%** de todas las transacciones de apuestas requieren revisión manual, únicamente el **1 a 4%** terminan siendo declinadas.

Esto significa que muchos de los recursos de los negocios se gastan en verificar usuarios cuando deberían haberlos aceptado automáticamente, todo esto mientras se degrada la experiencia del cliente.

Desafortunadamente, estas revisiones manuales pesadas y tardadas siguen siendo importantes para las compañías. Esto es, claro, dado el problema creciente del abuso de bonificación.

Parte 2: Cómo y por qué funciona el abuso de bonificación

El abuso de bonificación funciona cuando los defraudadores se registran en una promoción en múltiples ocasiones y retiran los fondos antes de ser sorprendidos. Siempre y cuando la gente se pueda salir con la suya, este abuso persistirá.

Por lo tanto, este problema de cuentas múltiples es a menudo uno de los problemas más grandes que las compañías de iGaming tienen que enfrentar.

Esto alienta a los defraudadores a crear tantas cuentas nuevas como sean posibles al usar identificaciones robadas, identidades sintéticas y detalles de tarjetas de crédito prepagadas para sortear las verificaciones KYC. Lo que, en cambio, obviamente causa problemas regulatorios y de cumplimiento.

A menudo, el abuso de bonificación se lleva a cabo por grandes y sofisticados círculos criminales con abundantes recursos más que por operaciones pequeñas. Entre más recursos tengan los defraudadores para crear cuentas más rentable se vuelve el abuso de bonificación para ellos.

Anatomía del abuso de bonificación

Estos son cuatro tipos populares de abuso de bonificación que usan los defraudadores:

Recolectar bonos de registro: para cobrar sus ofertas promocionales sin pagar realmente.

Juego coludido: los defraudadores pueden controlar a varios jugadores para defraudar a usuarios legítimos que no sospechan nada.

Pérdida de fichas: similar a lo anterior, es cuando un jugador de póker intencionalmente “pierde” sus fichas frente a otro jugador para afectar el resultado de una mano.

Arbitraje: colocar apuestas simultáneamente para aumentar las posibilidades de ganar en plataformas de apuestas. Se conoce usualmente como “arb” realizado por “arbers”.

Todo el proceso comienza en el registro. Una persona (o grupo de defraudadores) crean tantas cuentas como sea posible, lo que se conoce como “gnoming”.

Utilizan nombres falsos, correos electrónicos desechables y a veces detalles de tarjetas de crédito robadas o falsas. Una vez que están en el sistema con múltiples cuentas, pueden iniciar sus ataques.

Estos son solo algunos de los ejemplos conocidos. Con base en todos los tipos de bonificaciones enlistados anteriormente, y a pesar de los mejores intentos de los operadores de iGaming por impedirlos, no escasean las opciones para los defraudadores habilidosos.

¿Por qué los defraudadores se enfocan en los operadores de apuestas?

Históricamente, el abuso de promociones era un objetivo fácil para el fraude de apuesta debido a que los operadores de apuesta ofrecían grandes bonificaciones con requisitos de apuesta bajos. Esto, sin lugar a dudas, le abrió la puerta a los defraudadores.

Por suerte, los operadores se dieron cuenta rápidamente y rectificaron. Se han reducido los bonos, los requisitos son más altos y se han establecido restricciones adicionales.

Sin embargo, los defraudadores han incrementado la sofisticación de su cacería de bonificaciones. Son mejores para calcular matemáticamente sus posibilidades de arbitraje, y serán menos obvios en los métodos que utilizan.

Este constante juego del gato y el ratón puede crear un desafío real para los operadores de apuestas, incluso para aquellos cuyas promociones y bonos están diseñados para estar exentos de las trampas.

Fraude de afiliados – Cuando el marketing es contraproducente

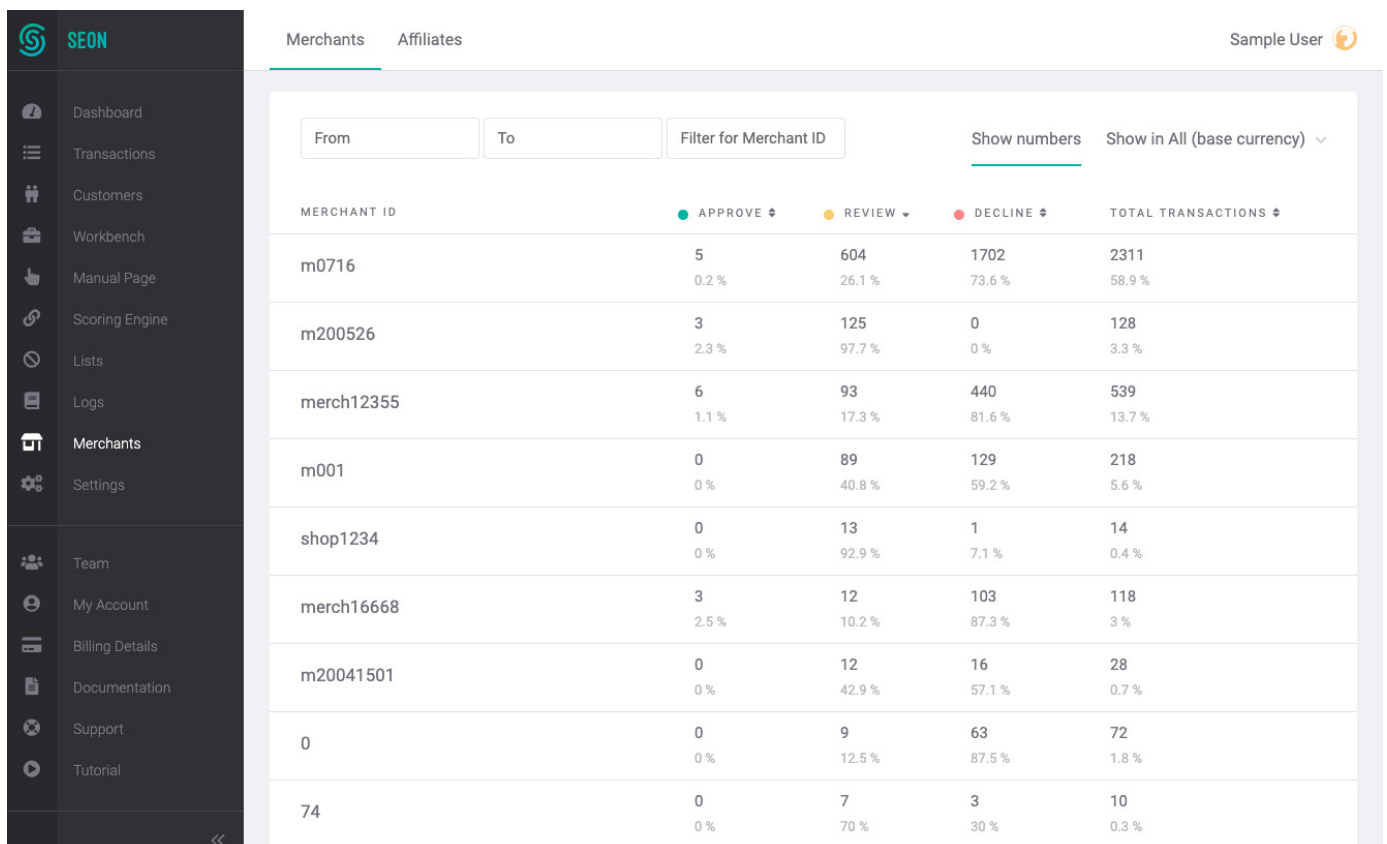
Otro problema con los incentivos de bonificaciones es que vuelven más fácil para los defraudadores dirigir o controlar el tráfico para el [fraude de afiliados](#). Los criminales pueden registrarse en los programas de afiliados de casinos y operadores de iGaming, y:

enviar prospectos que solo están interesados en bonos de registro, lo que los hace elegibles para una comisión de costo por prospecto (CPL);

generar tráfico falso para ganar comisiones de costo por clic (CPC);

redirigir tráfico hacia sitios web que califican para comisiones de costo por millar (CPM).

Todo esto añade una capa de complejidad en filtrar nuevos usuarios de usuarios maliciosos o falsos.



The screenshot shows the SEON Sense interface with a sidebar menu on the left and a main content area. The main content area displays a table of merchant transactions under the 'Merchants' tab. The table has columns for Merchant ID, Approve, Review, Decline, and Total Transactions. The data is as follows:

MERCHANT ID	APPROVE	REVIEW	DECLINE	TOTAL TRANSACTIONS
m0716	5 0.2 %	604 26.1 %	1702 73.6 %	2311 58.9 %
m200526	3 2.3 %	125 97.7 %	0 0 %	128 3.3 %
merch12355	6 1.1 %	93 17.3 %	440 81.6 %	539 13.7 %
m001	0 0 %	89 40.8 %	129 59.2 %	218 5.6 %
shop1234	0 0 %	13 92.9 %	1 7.1 %	14 0.4 %
merch16668	3 2.5 %	12 10.2 %	103 87.3 %	118 3 %
m20041501	0 0 %	12 42.9 %	16 57.1 %	28 0.7 %
0	0 0 %	9 12.5 %	63 87.5 %	72 1.8 %
74	0 0 %	7 70 %	3 30 %	10 0.3 %

SEON Sense te permite filtrar los afiliados (vendedores) buenos de los malos en transacciones aprobadas o declinadas.

Parte 3: Pasos para detectar y prevenir el abuso de bonificación

Los pasos inmediatos que pueden tomar los operadores para reducir el abuso de bonificación incluyen:

crear reglas de bonificación más complejas: por ejemplo, tener requisitos estrictos de retiro o apuesta donde los usuarios deben jugar la cantidad del bono varias veces antes de poder recibirlo;

reducir los pagos de bonos: una solución rápida para hacer que el negocio deje de perder dinero rápidamente;

bloquear locaciones riesgosas: la mayoría de los operadores, por ejemplo, no ofrecen bonos a usuarios rusos o de Europa del este, ya que históricamente estos territorios son propensos a la cacería de bonificaciones.

Sin embargo, estos pasos son apenas una gota en el océano. La clave es entender, investigar, y en algunos casos, incluso utilizar el abuso de bonificación a tu favor.

Dos formas de detectar el abuso de bonificación

Los nuevos visitantes de un sitio web tienen un historial digital que proporciona una huella digital para ayudar con el combate al fraude. Esto es una ventaja para los operadores de iGaming, asumiendo que tengan las herramientas de análisis de datos adecuadas. El tipo de señales que tienes que tener en cuenta tan pronto como sea posible son:

Direcciones IP sospechosas: ¿el usuario utiliza una VPN? ¿Se conectan con un navegador TOR? ¿Qué hay acerca de las proxies residenciales que aparecen en listas negras?

Dispositivos sospechosos: ¿la configuración de hardware y software es única o se parece a una que ya ha aparecido en tu sitio con una configuración sospechosa similar?

La huella digital del dispositivo es particularmente efectiva para resaltar los intentos de cuentas múltiples, ya que es mucho más difícil de lo que puedes pensar tener una huella digital completamente única.

[Según un análisis reciente en la plataforma de riesgo de SEON, 87% de los usuarios de cuentas múltiples utilizan la misma contraseña para todas sus cuentas distintas.](#) (inglés)

Señales del abuso de bonificación

Analizar los patrones de comportamiento es algo que solo las plataformas de prevención de fraude más sofisticadas pueden ofrecer.

Tu herramienta de prevención de fraude debe ser capaz de leer el comportamiento humano como:

El tiempo de registro: los defraudadores pueden completar el proceso de registro más rápido de lo que lo han hecho antes.

Comportamiento de apuesta respecto al índice de retiros: una métrica compleja que podría indicar abusos potenciales. Existe un lapso menor entre el registro y el retiro o el abandono de fichas cuando la cuenta es falsa. Es muy sospechoso, por ejemplo, si una bonificación recientemente asignada se pierde instantáneamente en una mesa de póker frente a un tercero.

Juegos preferidos: ciertos juegos atraen a más defraudadores que otros, especialmente los juegos de bajas posibilidades que minimizan el riesgo.

Y por supuesto, los procesos de verificación de identidad y Know Your Customer (KYC) son más importantes que nunca.

Prevención del abuso de bonificación: mejorar los procesos KYC. Pesado vs Ligero

Todo operador sabe que simplificar el proceso de incorporación es la mejor forma de incrementar la base de usuarios. Pero cuando los procesos KYC están involucrados por razones regulatorias o de seguridad, hay una decisión de por medio:

COMPARACIÓN	KYC PESADO	KYC LIGERO
Tiempo para autenticar	1-5 minutos	1 segundo
Fricción/rotación	● ● ● ● ●	●
Carga de integración	● ● ●	●
Costos	● ● ● ●	●
Seguridad	● ● ● ● ●	● ● ●

KYC pesado: más exhaustivo y seguro. Puede tardar en promedio entre 1 y 5 minutos, lo que es demasiado para los usuarios y por lo tanto incrementa la rotación de clientes. Un ejemplo de esto sería solicitar una verificación de identificación o una selfie en la fase de registro.

KYC ligero: ofrece una experiencia de usuario más fluida. Toma alrededor de un segundo por verificación, pero también es más riesgosa, ya que permite que los defraudadores se cuelen por la red. Se realiza a menudo observando la huella digital del usuario y enriqueciendo los datos disponibles.

Hay muchos factores en juego, lo que hace que se vuelva cada vez más difícil reaccionar pasivamente al problema de abuso de bonificación. En cambio, se debe tomar un enfoque proactivo y, cuando aplique, se debe usar una herramienta de prevención de fraude externa para ayudar a enriquecer los datos del cliente.





Para ver cómo SEON puede ayudar a su empresa a prepararse para el futuro, visite seon.io

Visite nuestro sitio web

O programe ahora una llamada de presentación de productos personalizada.

Programe una llamada