



# COOKIES PA' QUE OS QUIERO

Orts<sup>®</sup>  
Consultores

2023



## TABLA DE CONTENIDO

<b>1.</b>	<b>¿QUÉ SON LAS COOKIES?.....</b>	<b>3</b>
<b>2.</b>	<b>¿CUÁLES SON LOS TIPOS DE COOKIES?.....</b>	<b>3</b>
<b>3.</b>	<b>¿CUÁLES SON LOS NIVELES DE INTRUSIÓN QUE PRODUCEN? .....</b>	<b>4</b>
<b>4.</b>	<b>¿CUÁLES SON LAS OBLIGACIONES QUE SE TIENEN QUE CUMPLIR PARA EL USO DE LAS COOKIES?.....</b>	<b>6</b>
<b>4.1.</b>	<b>TRANSPARENCIA -----</b>	<b>6</b>
4.1.1.	POLÍTICA DE COOKIES. ¿QUÉ INFORMACIÓN DEBERÁ CONTENER?.....	6
4.1.2.	INFORMACIÓN POR CAPAS.....	7
<b>4.2.</b>	<b>CONSENTIMIENTO -----</b>	<b>8</b>
<b>4.2.1.</b>	<b>FORMAS DE OBTENCIÓN DEL CONSENTIMIENTO -----</b>	<b>11</b>
<b>4.2.2.</b>	<b>RESPECTO AL CONSENTIMIENTO DE MENORES DE 14 AÑOS -----</b>	<b>11</b>
<b>4.2.3.</b>	<b>¿CUÁNDO SE PODRÁN UTILIZAR E INSTALAR LAS COOKIES?-----</b>	<b>11</b>
<b>4.2.4.</b>	<b>CAMBIOS EN EL USO DE LAS COOKIES-----</b>	<b>11</b>
<b>4.2.5.</b>	<b>ACTUALIZACIÓN DEL CONSENTIMIENTO -----</b>	<b>12</b>
<b>4.2.6.</b>	<b>RETIRADA DEL CONSENTIMIENTO-----</b>	<b>12</b>
<b>4.2.7.</b>	<b>¿SE PUEDE DENEGAR EL ACCESO AL SERVICIO EN LOS CASOS EN LOS QUE EL USUARIO NO ACEPTA LAS COOKIES? -----</b>	<b>12</b>
<b>4.2.8.</b>	<b>PLATAFORMAS DE GESTIÓN DEL CONSENTIMIENTO DE COOKIES O CMP. ¿PARA QUÉ SON ÚTILES Y CUÁLES SON SUS VENTAJAS?-----</b>	<b>12</b>
<b>5.</b>	<b>NORMAS SOBRE COOKIES .....</b>	<b>14</b>
<b>6.</b>	<b>FUTURO DE LAS COOKIES .....</b>	<b>15</b>
6.1.	¿CÓMO SERÁ EL IMPACTO DEL FUTURO SIN COOKIES? -----	16
6.2.	¿CÓMO PODEMOS PREPARARNOS PARA UN FUTURO SIN COOKIES?-----	17
<b>7.</b>	<b>INTERACTIVE ADVERTISING BUREAU (IAB) EUROPE .....</b>	<b>18</b>
<b>8.</b>	<b>ARTÍCULOS DE INTERÉS .....</b>	<b>20</b>
<b>9.</b>	<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>21</b>
	LEGISLACIÓN ESTATAL -----	21
	LEGISLACIÓN COMUNITARIA-----	21
	DICTÁMENES, DIRECTRICES Y RESOLUCIONES-----	21
	GUÍA DE LA AEPD-----	22
	ARTÍCULOS CONSULTADOS-----	22

## 1. ¿QUÉ SON LAS COOKIES?

Las cookies son el conjunto de caracteres que se almacenan en el disco duro o en la memoria temporal del ordenador de un usuario cuando accede a las páginas de determinados sitios web.

## 2. ¿CUÁLES SON LOS TIPOS DE COOKIES?

Existen diferentes tipos de cookies que se clasifican dependiendo de las siguientes condiciones:

Según la entidad que las gestione:

- Cookies propias: son aquellas que se envían al equipo terminal del usuario desde un equipo o dominio gestionado por el propio editor y desde el que se presta el servicio solicitado por el usuario.
- Cookies de terceros: son las que se envían al equipo terminal del usuario, pero desde un equipo o dominio que no es gestionado por el editor, sino por otra entidad que trata los datos obtenidos a través de las cookies.

Según la finalidad para la que se traten los datos obtenidos:

- Cookies técnicas: son las que permiten al usuario navegar a través de una página web, plataforma o aplicación y utilizar las opciones o servicios que en ella existan como, por ejemplo, controlar el tráfico y la comunicación de datos, identificar la sesión, acceder a partes de acceso restringido, recordar los elementos que integran un pedido, realizar el proceso de compra de un pedido, realizar la solicitud de inscripción o participación en un evento, utilizar elementos de seguridad durante la navegación, almacenar contenidos para la difusión de videos o sonido o compartir contenidos a través de redes sociales.
- Cookies de preferencias o personalización: Son aquéllas que permiten al usuario acceder al servicio con algunas características de carácter general predefinidas en función de una serie de criterios en el terminal del usuario como por ejemplo el idioma, el tipo de navegador a través del cual accede al servicio, la configuración regional desde donde accede al servicio, etc.

- Cookies de análisis o medición: permiten al responsable el seguimiento y análisis del comportamiento de los usuarios de los sitios web a los que están vinculadas. La información recogida mediante este tipo de cookies se utiliza en la medición de la actividad de los sitios web, aplicación o plataforma y para la elaboración de perfiles de navegación de los usuarios de dichos sitios, aplicaciones y plataformas, con el fin de introducir mejoras en función del análisis de los datos de uso que hacen los usuarios del servicio.
- Cookies de publicidad comportamental: Son las que almacenan información del comportamiento de los usuarios obtenida a través de la observación continuada de sus hábitos de navegación, lo que permite desarrollar un perfil específico para mostrar publicidad en función del mismo.

Estas tipologías son orientativas pues son las más habituales. Los editores y los terceros podrán realizar las clasificaciones que consideren que mejor se ajustan a las finalidades de las cookies que utilizan, de forma que se respete el principio de transparencia frente a los usuarios.

Según el plazo de tiempo que permanecen activadas:

- Cookies de sesión: están diseñadas para recabar y almacenar datos mientras el usuario accede a una página web. Se suelen emplear para almacenar información que solo interesa conservar para la prestación del servicio solicitado por el usuario en una sola ocasión (por ejemplo, una lista de productos adquiridos) y desaparecen al terminar la sesión.
- Cookies persistentes: son aquellas en las que los datos siguen almacenados en el terminal y pueden ser accedidos y tratados durante un período definido por el responsable de la cookie, y que puede ir desde minutos hasta años.

### 3. ¿CUÁLES SON LOS NIVELES DE INTRUSIÓN QUE PRODUCEN?

El nivel de intrusión varía de acuerdo con el tipo de cookie utilizada y el tipo de dato que se recoge. Se pueden establecer tres niveles de intrusión:

- Nivel 1 o cookies no intrusivas: son cookies de inicio de sesión en sitios donde existen usuarios registrados, carritos de la compra, preferencias de visualización. Son inherentes al sistema y su bloqueo provocaría no poder usar los servicios solicitados. (Técnicas, de personalización).
- Nivel 2 o mínimamente intrusivas: son cookies de uso propio vinculadas a servicios de terceros, como, por ejemplo, las analíticas y estadísticas. Un ejemplo pueden ser las cookies usadas por Google Analytics o Yahoo Web Analytics. (De análisis).
- Nivel 3 o moderadamente intrusivas: proporcionadas, administradas y de uso de terceros con el fin de obtener datos para emplazamientos publicitarios (banners) o el uso de contenido de carácter social (plugin de redes sociales) y que deben estar autorizadas expresamente por el usuario. En el caso de las cookies de carácter social, el consentimiento se hace en los propios sitios de las redes sociales. (Publicitarias, de publicidad comportamental).



## 4. ¿CUÁLES SON LAS OBLIGACIONES QUE SE TIENEN QUE CUMPLIR PARA EL USO DE LAS COOKIES?

Son dos las obligaciones que recoge la norma: transparencia y obtención del consentimiento del usuario.

### 4.1. Transparencia

La información sobre las cookies deberá ser suficientemente completa para que el usuario pueda entender tanto el uso como las finalidades de estas a la hora de otorgar su consentimiento.

#### 4.1.1. Política de cookies. ¿Qué información deberá contener?

- Definición y función genérica de las cookies.
- Información relacionada con el tipo de cookies que se utiliza y cuál será la finalidad.

Para los casos en los que el editor no pueda ofrecer la explicación de las cookies utilizadas por terceros se deberá facilitar el enlace a la página web de este. Para esto pueden ser una solución las plataformas de gestión del consentimiento (consent management platform o CMP).

- La identificación de quién utiliza las cookies, si son tratadas por el editor y/o también por terceros con los que el editor haya contratado la prestación del servicio.
- Información sobre la forma de aceptar, denegar o revocar el consentimiento para el uso de cookies.
- Información respecto a las transferencias de datos a terceros países realizadas por el editor.

Cuando se elaboren perfiles utilizando decisiones automatizadas y estos tengan efectos jurídicos para el usuario se deberá informar sobre la lógica utilizada, la importancia y consecuencias de dicho tratamiento de acuerdo con lo que establece el artículo 13.2 f) del RGPD.

- Período de conservación de los datos según los diferentes fines de acuerdo con los términos establecidos en el artículo 13.2 a) del RGPD.

El resto de la información exigida por el artículo 13 del Reglamento que no se refiera específicamente a las cookies del editor podrá indicarse en la política de privacidad.

La información se deberá mostrar de manera concisa, transparente e inteligible de manera tal que pueda ser entendida por el usuario medio. Para ello el lenguaje deberá ser claro y sencillo, evitando el uso de frases que puedan provocar confusión o que desvirtúen la claridad del mensaje.

Deberá ser fácil para los usuarios acceder a la información tanto antes como luego de otorgar el consentimiento, a través, por ejemplo, de enlaces directos que estén claramente visibles y que lleven a la información necesaria bajo el nombre común de “política de cookies” o “cookies”.

#### 4.1.2. Información por capas

En las Directrices del Grupo de Trabajo del artículo 29 se aconseja el uso de declaraciones o avisos de privacidad por niveles, proporcionando información por capas, permitiendo que la información se encuentre siempre disponible, pudiendo el usuario acceder a la que le sea de mayor interés cuando lo requiera, evitando la fatiga informativa.

### **Resolución PS-00030-2022**

La Agencia Española de Protección de datos sancionó en su Resolución PS-00030-2022 a una entidad por incumplimiento del artículo 22.2 de la LSSI por la inexistencia de un banner de información sobre cookies en la página principal de la web que permitiera gestionar el uso de las cookies, siendo por tanto imposible rechazarlas.

Al respecto expresa:

El banner sobre cookies de la primera capa deberá incluir información referente a la identificación del editor responsable del sitio web, en el caso de que sus datos identificativos no figuren en otras secciones de la página o que su identidad no pueda desprenderse de forma evidente del propio sitio. Deberá incluir también una identificación genérica de las finalidades de las cookies que se utilizarán y si estas son propias o también de terceros, sin que sea necesario identificarlos en esta primera capa. Además, deberá incluir información

genérica sobre el tipo de datos que se van a recopilar y utilizar en caso de que se elaboren perfiles de los usuarios y deberá incluir información y el modo en que el usuario puede aceptar, configurar y rechazar la utilización de cookies, con la advertencia, en su caso, de que, si realiza una determinada acción, se entenderá que el usuario acepta el uso de las cookies.

A parte de la información genérica sobre cookie, en este banner deberá existir un enlace claramente visible dirigido a una segunda capa informativa sobre el uso de las cookies. Este mismo enlace podrá utilizarse para conducir al usuario al panel de configuración de cookies, siempre que el acceso al panel de configuración sea directo, esto es, que el usuario no tenga que navegar dentro de la segunda capa para localizarlo.

Así mismo en la **Resolución A-00014-2019** la Agencia requirió a una entidad a cumplir con lo establecido en el artículo 22.2 de la LSSI, debiendo adecuar la información ofrecida en la web a la normativa, incluyendo cada uno de los niveles del sistema de información por capas, prohibiendo la instalación de cookies de terceros antes de que el usuario hubiese brindado su consentimiento.

#### 4.2. Consentimiento

Será en todo caso necesario la obtención del consentimiento del usuario para la utilización de las cookies no exceptuadas. Podrá obtenerse de manera expresa a través de un clic en “Acepto” o a través de una acción realizada por el usuario infiriéndose de forma inequívoca, siempre y cuando se le haya facilitado la información sobre las cookies de forma clara y accesible.

Para que el consentimiento sea válido deberá haber sido otorgado de manera libre y con la suficiente información. Según el CEPD solo seguir navegando no será medio válido para ello.

Este deberá ser otorgado por los destinatarios de los servicios de acuerdo con lo que establece la LSSICE, la cual define al destinatario de la sociedad de la información como “la persona física o jurídica que utiliza sea o no por motivos profesionales, un servicio de la sociedad de la información” coincidiendo el término destinatario con el de usuario.

Respecto a la obligación de obtención del consentimiento vemos que la Agencia Española de Protección de datos en su **Resolución PS-00030-2022**, sancionó a una entidad por incumplimiento del artículo 22.2 de la LSSI al haber, entre otras cosas, utilizado cookies que no eran técnicas o necesarias sin el consentimiento del usuario.

Al respecto expresó:

Para la utilización de cookies no exceptuadas, será necesario el consentimiento del usuario de forma expresa. Dicho consentimiento se puede obtener haciendo clic en “aceptar” o infiriéndolo de una inequívoca acción realizada por el usuario que denote que el consentimiento se ha producido inequívocamente. Por tanto, la mera inactividad del usuario, hacer scroll o navegar por el sitio web, no se considerará a estos efectos, una clara acción afirmativa en ninguna circunstancia y no implicará la prestación del consentimiento por sí misma. Del mismo modo, el acceso a la segunda capa si la información se presenta por capas, así como la navegación necesaria para que el usuario gestione sus preferencias en relación con las cookies en el panel de control, tampoco es considerada una conducta activa de la que pueda derivarse la aceptación de las cookies.

Si la opción es dirigirse a una segunda capa o panel de control de cookies, el enlace debe llevar al usuario directamente a dicho panel de configuración. Para facilitar la selección, en el panel podrá implementarse, además de un sistema de gestión granular de cookies, dos botones más, uno para aceptar todas las cookies y otro para rechazarlas todas. Si el usuario guarda su elección sin haber seleccionado ninguna cookie, se entenderá que ha rechazado todas las cookies. En relación con esta segunda posibilidad, en ningún caso son admisibles las casillas premarcadas a favor de aceptar las cookies.

Si para la configuración de las cookies, la web remite a la configuración del navegador instalado en el equipo terminal, esta opción podría ser considerada complementaria para obtener el consentimiento, pero no como único mecanismo. Por ello, si el editor se decanta por esta opción, debe ofrecer además y en todo caso, un mecanismo que permita rechazar el uso de las cookies y/o hacerlo de forma granular, en su propia página web.

Por otra parte, la retirada del consentimiento prestado previamente por el usuario deberá poder ser realizado en cualquier momento. A tal fin, el editor deberá ofrecer un mecanismo que posibilite retirar el consentimiento de forma fácil en cualquier momento. Se considerará que esa facilidad existe, por ejemplo, cuando el usuario tenga acceso sencillo y permanente al sistema de gestión o configuración de las cookies.

Si el sistema de gestión o configuración de las cookies del editor no permite evitar la utilización de las cookies de terceros una vez aceptadas por el usuario, se facilitará información sobre las herramientas proporcionadas por el navegador y los terceros, debiendo advertir que, si el usuario acepta cookies de

terceros y posteriormente desea eliminarlas, deberá hacerlo desde su propio navegador o el sistema habilitado por los terceros para ello.

Así mismo en la **Resolución PS-00132-2022** la Agencia acordó sancionar a otra entidad porque el banner de la primera capa posibilitaba aceptar todas las cookies o gestionarlas en el panel de control, pero si se accedía y se optaba por “rechazar todas las cookies”, en la opción existente se podía comprobar como la web seguía utilizando cookies de terceros que no son técnicas o necesarias.

En la **Resolución A-00012-2019** la Agencia requirió a una entidad a cumplir con lo previsto en el artículo 22.2 de la LSSI, evitando instalar dispositivos de almacenamiento y recuperación de datos en los terminales de los usuarios sin haberles facilitado, previamente, la información necesaria y adecuada para obtener el consentimiento informado de los mismos.

Al respecto expresó:

El aviso no informa sobre los siguientes aspectos:

- Si son cookies propias y/o de terceros, tipos de cookies utilizados, como, por ejemplo, entre otras detectadas, cookies analíticas, publicitarias, preferencias o personalización, de compartición de redes sociales, de publicidad comportamental.
- No se describen las finalidades a las que responde su uso, puesto que se utiliza una fórmula genérica, como “Gracias a las cookies podemos optimizar y personalizar al máximo tu experiencia por nuestra web.”, de la que no se desprende una información sucinta y específica sobre las finalidades para la que se usan dichas cookies.
- Modo en que el usuario puede configurar preferencias o rechazar la utilización de cookies.

De lo expuesto se evidencia que no se estaría ante un consentimiento libremente otorgado, ya que la navegación en el sitio web se condiciona a la aceptación obligatoria de las cookies no exentas del deber de información que se instalan. Lo que ocurre a pesar de que no se trata de cookies técnicas ni su instalación resulta estrictamente necesaria para la prestación de un servicio de la sociedad de la información expresamente solicitado por el usuario.

#### 4.2.1. Formas de obtención del consentimiento

El método empleado dependerá de tipo de cookies que se utilizará, de la finalidad o de si son propias o de terceros. Se deberá indicar si el consentimiento se presta para la web en la que se está solicitando o si se está facilitando para otras páginas webs del mismo editor o incluso para terceros asociados.

Las formas de obtención son:

- Al solicitar el alta en un servicio.
- Durante el proceso de configuración del funcionamiento de la página web o aplicación.
- A través de plataformas de gestión del consentimiento (consent management platform o CMP).
- Antes del momento en que se vaya a descargar un servicio o aplicación ofrecido, por ejemplo, en la página web.
- A través del formato de información por capas.
- A través de la configuración del navegador.

#### 4.2.2. Respecto al consentimiento de menores de 14 años

En los sitios web que están destinados a menores será necesario que el lenguaje sea aún más claro y sencillo. El responsable deberá verificar que el consentimiento para el tratamiento de los datos haya sido otorgado por el titular de la patria potestad o tutela. Deberá tenerse en cuenta el nivel de riesgo asociado a la utilización de cookies atendiéndose al principio de minimización de los datos.

#### 4.2.3. ¿Cuándo se podrán utilizar e instalar las cookies?

De acuerdo con el artículo 22 de la LSSI la utilización de las cookies deberá llevarse a cabo luego de que el usuario disponga de la información necesaria sobre las cookies y la forma de obtención del consentimiento, y este sea prestado de acuerdo con lo que ha sido indicado con anterioridad.

#### 4.2.4. Cambios en el uso de las cookies

Si el uso o la finalidad de las cookies cambian luego de que el usuario hubiese prestado su consentimiento se deberá actualizar la política de cookies y brindar a los usuarios la opción de volver a otorgar o no su consentimiento.

#### 4.2.5. Actualización del consentimiento

El CEPD ha recomendado que se realice la renovación del consentimiento en un período no superior a 24 meses, debiéndose conservar durante este tiempo las preferencias del usuario.

#### 4.2.6. Retirada del consentimiento

Los usuarios tienen el derecho a retirar su consentimiento en cualquier momento, de forma sencilla, teniendo para ello acceso fácil y permanente al sistema de gestión de las cookies. La información sobre cómo lo puede hacer deberá aparecer en la política de cookies.

#### 4.2.7. ¿Se puede denegar el acceso al servicio en los casos en los que el usuario no acepte las cookies?

No, la existencia de los “Muros de Cookies” (ventanas emergentes que bloquean el contenido de la web y que impiden que el usuario pueda acceder a la web si no acepta las cookies) no están permitidos.

De acuerdo con las directrices 5/ 2020 del CEPD el consentimiento debe darse de forma libre. Para esto el acceso a los servicios o a las funcionalidades de la web no deben estar supeditadas a la aceptación o no del usuario a las cookies.

En los casos en los que la no aceptación impida el acceso a la web o la utilización del servicio se deberá informar y ofrecer una alternativa de acceso al servicio al usuario.

Tal es así que la Agencia Española de Protección de Datos, en su **Resolución PS-00030-2022** sancionó a una entidad por el incumplimiento del artículo 22.2 de la LSSI, entre otras cosas, por haber impedido al usuario el uso de la web luego de haber rechazado las cookies que no eran técnicas o necesarias.

#### 4.2.8. Plataformas de gestión del consentimiento de cookies o CMP. ¿Para qué son útiles y cuáles son sus ventajas?

Hemos mencionado con anterioridad las plataformas de gestión del consentimiento de cookies, pero cómo pueden resultar de utilidad para los sitios web.

Estas plataformas son herramientas tecnológicas que permiten la gestión del consentimiento de los usuarios respecto al tratamiento de sus datos personales en el sitio web, cumpliendo así con la obligación de transparencia y de obtención del consentimiento que exige la normativa, brindando la opción de aceptar o rechazar las cookies.

Ventajas:

Podrás disponer de una plataforma para la gestión de las cookies en la web, almacenando información de forma segura, contribuyendo esto a la seguridad de la misma. La información no se almacenará hasta que el usuario no brinde su consentimiento, por lo que solo se recogerán sus datos personales una vez acepte la política de cookies. Permite a los usuarios no solo brindar su consentimiento sino también retirarlo fácilmente en el momento en el que lo deseen. Y por último, los editores tendrán la posibilidad de ajustar el formulario, el aviso y la barra de cookies al diseño de la web.



## 5. NORMAS SOBRE COOKIES

El artículo 22 de la LSSICE regula el uso de las cookies y tecnologías similares utilizadas para almacenar y recuperar datos de un equipo terminal de una persona física o jurídica que utiliza, por motivos profesionales o no, un servicio de la sociedad de la información. Este artículo también resulta de aplicación a las técnicas de fingerprinting.

Además, en su apartado 2 establece que el consentimiento tendrá que ser informado y nos remite a la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal, en lo que respecta a los requisitos del consentimiento.

En la actualidad esta remisión se debe interpretar hecha al RGPD, aplicable desde el 25 de mayo de 2018 y a la LOPDGDD aplicable desde el 7 de diciembre de 2018.

Por su parte el RGPD en su considerando 30 menciona estas tecnologías y su impacto en la protección de datos, por lo que cuando la utilización de las cookies lleve al tratamiento de datos personales el responsable del mismo deberá asegurarse del cumplimiento de las exigencias adicionales establecidas por la normativa sobre protección de datos personales.

Se exceptúan del cumplimiento del artículo 22.2 de la LSSI las cookies que son necesarias para la intercomunicación de los terminales y la red y aquellas que prestan un servicio expresamente solicitado por el usuario, por lo que no se necesitaría en este caso el consentimiento sobre su uso.

El Grupo de Trabajo del artículo 29 en su interpretación realizada en el Dictamen 4/201210, determinó que entre las cookies exceptuadas estarían las Cookies de entrada del usuario” (aquellas utilizadas para rellenar formularios, o como gestión de una cesta de la compra); cookies de autenticación o identificación de usuario (de sesión); cookies de seguridad del usuario (aquellas utilizadas para detectar intentos erróneos y reiterados de conexión a un sitio web); cookies de sesión de reproductor multimedia; cookies de sesión para equilibrar la carga; cookies de personalización de la interfaz de usuario y algunas de complemento (plug-in) para intercambiar contenidos sociales.

Son muy útiles también, las aclaraciones realizadas por el CEPD en las Directrices 05/2020 sobre la condicionalidad del consentimiento y el consentimiento inequívoco, con respecto al RGPD adoptadas el 4 de mayo de 2020 que revisan y actualizan las aprobadas por el GT20 el 10 de abril de 2018.

Encontramos además la Guía sobre el uso de cookies y las Resoluciones de la Agencia Española de Protección de Datos.

## 6. FUTURO DE LAS COOKIES

La vulneración de la privacidad del usuario es la mayor preocupación respecto a las cookies de terceros y la razón por la que se está planteando un futuro sin cookies.

Si bien es cierto que las normas sobre protección de datos exigen que el usuario otorgue su consentimiento para el tratamiento de sus datos personales, muchos de estos “aceptan” los avisos de cookies y la política de privacidad por costumbre o por comodidad, pero sin leer toda la información.

Y es que las cookies constituyen un riesgo para los usuarios pues a través de estas los terceros pueden rastrear su ubicación, lanzar anuncios y construir perfiles detallados. Pero es que además traen consigo otros problemas de seguridad que afectan tanto a los usuarios como a los propietarios de los sitios web. Estos problemas pueden ser según Holcomb (2022):

- Cross-Site Request Forgery (CSRF o XSRF): son ataques que se pueden lanzar a través de las cookies de terceros introduciendo cookies dañinas en los navegadores con el objetivo de que ejecuten ordenes maliciosas.
- Cross-Site Scripting (XSS): a través de estos ataques se colocan códigos JavaScript o HTML dañinos en sitios web, accediendo a datos a través de las cookies.
- Session Fixation: estos ataques tienen como objetivo el secuestro de las credenciales de acceso de los usuarios a determinado sitio web.
- Cookies Tossing: los sitios web eligen cookies al azar, es por ello que los piratas informáticos lanzan cookies dañinas y si estas son recogidas por un sitio web desprevenido este quedará a merced de esta cookie y del pirata que se encuentre detrás pudiendo entregar cualquier información solicitada por este.
- Captura de cookies: No siempre las páginas web envían las cookies a través de canales seguros SSL o TSL, por lo que podrían ser leídas por los piratas informáticos capturando así cualquier información valiosa de los usuarios.
- Fraudes publicitarios: se han utilizado cookies para crear compras fraudulentas a través de programa de afiliados. Esto se suele realizar en forma cookie stuffing, colocando cookies dañinas en un sitio web el cual al ser visitado recibe las cookies, se comunica con la web del afiliado y realiza la venta, pero de forma fraudulenta.

Según el portal Marketing 4Ecommerce, Google ha anunciado que espera lanzar las API de Privacy Sandbox para que estén disponibles en Chrome para el tercer trimestre de

2023, logrando la desaparición gradual de las cookies de terceros aproximadamente durante el segundo semestre de 2024.<sup>1</sup>

Esto es un cambio importante para la forma en la que se lleva a cabo la publicidad en internet. Es por esto que se están creando nuevas soluciones para continuar con el desarrollo de las campañas de publicidad online, garantizando la privacidad de los datos de los usuarios.

*“La propuesta de Google para un futuro sin cookies será proporcionar alternativas de seguimiento, medición y personalización de las campañas publicitarias del mercado, sin descuidar la protección de los datos de los consumidores. Los estándares de Privacy Sandbox están basados en APIs de navegación, que almacenan y procesan toda la información desde el navegador del usuario para mantener la privacidad del mismo. De esta manera los anunciantes nunca tendrán acceso de forma directa a los datos de los usuarios.”<sup>2</sup>*

Por su parte, empresas como Privacy Cloud, están investigando sistemas de Zero Party Data, es decir, *“un sistema donde el cliente comparte sus datos con una marca de forma intencionada y proactiva, pudiendo incluir preferencias, intención de compra, contexto personal y la forma en la que la persona desea ser reconocida por dicha marca.”<sup>3</sup>*

*La idea de Google se centraba en poner fin de las cookies de terceros a través de tecnología de aprendizaje federado de cohortes, FLoC, por sus siglas en inglés. Sin embargo, esta tecnología no era compatible con las políticas de privacidad vigentes en Europa. (Galeano, S. 2022).*

Es por esto que Google lanzó una nueva propuesta, llamada Topics. De esta forma será el navegador quien defina las temáticas de los intereses de los usuarios de acuerdo con el historial de navegación. Estos temas se conservarán durante 3 semanas eliminándose los antiguos. *Todo el proceso se realizará en el dispositivo del usuario, no interviniendo en ningún momento servidor externo, ni siquiera los de Google. (Galeano, S. 2022)*

## 6.1. ¿Cómo será el impacto del futuro sin cookies?

---

<sup>1</sup> Los cronogramas e hitos actualizados se pueden encontrar en la web de Privacy Sandbox.

<sup>2</sup> ¿Cómo será internet sin cookies? (2021, febrero 16) Recuperado de <https://www.bbva.com/es/como-sera-internet-sin-cookies/>

<sup>3</sup> Ídem

Para los usuarios será muy beneficioso un futuro sin cookies pues, como hemos visto con anterioridad, podrán navegar con mayor seguridad ya que sus datos no serán utilizados de forma dañina. No se podrá rastrear su actividad ni crear perfiles que puedan ser invasivos para su privacidad.

Por su parte, el futuro sin cookies también podrá ser beneficioso para los propietarios de los sitios web pues no tendrán que preocuparse por los problemas de seguridad que traen consigo, pero a su vez será desafiante ya que tendrán que encontrar nuevas formas para interactuar con los usuarios garantizando además una buena experiencia para estos.

En el caso de los anunciantes el futuro sin cookies afectará fundamentalmente al marketing digital, pues estas se utilizan para ofrecer anuncios dirigidos. Es por ello que deberán adoptar nuevas estrategias para poder crear sus propios datos, mantener los anuncios, establecer mejores relaciones con los anunciantes y educar a sus organizaciones sobre las prácticas sin cookies (Holcombe, 2022).

## 6.2. ¿Cómo podemos prepararnos para un futuro sin cookies?

Una vez que desaparezcan las cookies, se eliminarán los problemas de seguridad asociados a ellas, pero surgirán otros nuevos. Es por esto que las empresas deberán ser conscientes de las nuevas tendencias en materia de seguridad y privacidad.

Los identificadores alternativos y las señales de seguimiento serán las nuevas formas para rastrear e identificar a los usuarios. Según Holcombe (2022) estos son algunos de los que ya se están utilizando:

- Orientación contextual: se trata de la colocación de los anuncios en las páginas web relacionadas.
- Identificaciones universales: estas se suelen ofrecer a través de las plataformas de seguridad por medios interoperables y seguros para el seguimiento de los usuarios en la web.
- Cohortes: permiten agrupar a los usuarios en función de sus intereses. De esta forma las plataformas pueden ofrecer anuncios relacionados con las características o aficiones de un grupo de personas.
- Soluciones en los dispositivos: Están estrechamente relacionadas con los cohortes pues permiten revelar la información necesaria para los terceros para clasificar a los usuarios en un cohorte determinado. Así se mantiene el anonimato de los usuarios y los vendedores pueden continuar ofreciendo sus experiencias basadas solo en la actividad del usuario.

Por su parte Google ha determinado cuáles son las áreas que considera prioritarias y que deberán ser abordadas por los anunciantes para adaptarse al futuro sin cookies. En primer lugar, será imprescindible la adopción de una estrategia basada en los “first party data” o datos propios, creando así relaciones con los clientes de forma directa. Esto implica un mayor compromiso por parte de las marcas de priorizar la protección y el uso de forma ética los datos de los usuarios.

Como mencionábamos con anterioridad la política de privacidad juega un papel muy importante, es por ello que debe mantenerse actualizada y ser comprensible de manera tal que el usuario medio pueda conocer de forma clara y sencilla cuáles son sus derechos y cómo ejercerlos.

Será necesario que las empresas inviertan en privacidad a largo plazo, mejorando la eficiencia operativa evitando la compra de conjuntos de datos o el uso de herramientas publicitarias basadas en la identidad del usuario.

En el caso de los anunciantes que utilizan las herramientas publicitarias de Google será una buena opción utilizar la etiqueta global de sitio web, *que permite la gestión de los cambios que se puedan producir en el ecosistema de medición ofreciendo una idea más completa de las acciones de los clientes, mejorando la precisión de las mediciones de conversión online de las acciones de los clientes.*<sup>4</sup>

## 7. INTERACTIVE ADVERTISING BUREAU (IAB) EUROPE

Según su propia web, la IAB Europa es la asociación a nivel europeo para el ecosistema de publicidad y marketing digital. Su misión es liderar la representación política y promover la colaboración de la industria para ofrecer marcos, estándares y programas que permitan que las empresas prosperen en el mercado europeo.

Los miembros de la IAB están a la vanguardia de la toma de decisiones sobre la industria interactiva. La membresía corporativa brinda la oportunidad de participar en las actividades, influir en la dirección de la organización, así como expresar los puntos de vista sobre los principales temas del día y obtener derechos de consulta adicionales sobre el establecimiento de estándares.

A través de la IAB podrá:

---

<sup>4</sup> Los cuatro pasos necesarios para adaptarse a un futuro sin cookies, según Google (2021, febrero 24) ReasonWhy. <https://www.reasonwhy.es/actualidad/como-prepararse-para-futuro-sin-cookies-segun-google>

Posicionar a su empresa como líder digital en la audiencia paneuropea a través de conferencias, seminarios web, informes educativos, libros blancos, bibliotecas de mejores prácticas, publicaciones de investigación, comunicaciones digitales y programas de divulgación de medios e iniciativas de socios. Oportunidades promocionales gratuitas para justificar y valorar el ROI de la membresía.

Además, podrá colaborar con otros expertos de la industria en los comités y grupos de trabajo para dar forma a los marcos de la industria, la orientación y los estándares comerciales armonizados, desarrollar programas de educación e investigación de creación de mercado. Podrá además consultar a través de la ventanilla única regulatoria para obtener información sobre los últimos desarrollos legislativos. Tendrá acceso a guías e investigaciones definitivas sobre el gasto en publicidad digital, programática, móvil, efectividad de anuncios, medición, visibilidad, video, multidispositivo y formato de anuncios. Podrá establecer contactos y conectarse con profesionales de toda Europa a través de nuestras reuniones y eventos para miembros, como Interact, Virtual Programmatic Day, IAB Europe Research Awards y MIXX Awards Europe.<sup>5</sup>



---

<sup>5</sup> Fuente: <https://iabeuropa.eu/>

## 8. ARTÍCULOS DE INTERÉS

- Adaptando las estrategias de marketing a un futuro sin cookies  
<https://www.ittrends.es/negocios/2022/05/adaptando-las-estrategias-de-marketing-a-un-futuro-sin-cookies>
- Cómo conocer al cliente en un futuro sin cookies  
<https://contactcenterhub.es/como-conocer-cliente-futuro-sin-cookies-2022-06-37213/>
- Futuro sin cookies Google: la apuesta a un nuevo pacto en la privacidad de los datos personales  
<https://www.america-retail.com/shopper-experience/futuro-sin-cookies-de-google-la-apuesta-a-un-nuevo-pacto-en-la-privacidad-de-datos-personales/>
- Google plantea un mundo sin cookies en publicidad online  
[https://www.linkedin.com/pulse/google-planea-un-futuro-sin-cookies-en-publicidad-pgr/?trk=pulse-article\\_more-articles\\_related-content-card&originalSubdomain=es](https://www.linkedin.com/pulse/google-planea-un-futuro-sin-cookies-en-publicidad-pgr/?trk=pulse-article_more-articles_related-content-card&originalSubdomain=es)

## 9. BIBLIOGRAFIA

### Legislación estatal

- Ley Orgánica de protección de datos de carácter personal y garantías de derechos digitales (LOPDGDD). Ley 02 del 2018. 5 de diciembre de 2018.
- Ley de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (LSSICE). Ley 34 del 2002. 11 de julio de 2002.

### Legislación comunitaria

- Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos) *Diario oficial de la Unión Europea*. L 119/1, de plena aplicación desde el 25 de mayo de 2018.

### Dictámenes, Directrices y Resoluciones

- Dictamen 15 de 2011 del Grupo de Trabajo del artículo 29, 15/2011 sobre la definición del consentimiento. (WP187)
- Dictamen 4/201210 del Grupo de Trabajo del artículo 29 sobre las cookies exceptuadas.
- Directrices 5/2020 del Comité Europeo de Protección de Datos sobre el consentimiento en el sentido del Reglamento (UE) 2016/679.
- Directrices del Grupo de Trabajo del artículo 29 sobre decisiones individuales automatizadas y elaboración de perfiles a los efectos del Reglamento 2016/679. (WP251 rev.01).
- Directrices del Grupo de Trabajo del artículo 29 sobre el consentimiento en el sentido del Reglamento 2016/679 (WP259, rev. 01).
- Directrices del Grupo de Trabajo del artículo 29 sobre la transparencia en virtud de Reglamento (UE) 2016/679 (WP260 rev.01).
- Resolución PS 00030 de 2022 (Agencia Española de Protección de Datos) Procedimiento sancionador por la vulneración de protección de datos.
- Resolución PS 00132 de 2022 (Agencia Española de Protección de Datos) Procedimiento sancionador por la vulneración de protección de datos.
- Resolución A 00014 de 2019 (Agencia Española de Protección de Datos) Procedimiento sancionador por la vulneración de protección de datos.

## Guía de la AEPD

- Agencia Española de Protección de datos. (2022, junio). Guía sobre el uso de las cookies.

## Artículos Consultados

- *¿Cómo será internet sin cookies?* (2021, febrero 16). BBVA, Innovación. Recuperado de <https://www.bbva.com/es/como-sera-internet-sin-cookies/>
- Galeano, S. (2022, julio 28). *Google aplaza el fin de las cookies de terceros*. Recuperado de <https://marketing4ecommerce.net/google-aplaza-el-fin-de-las-cookies-de-terceros/>
- Holcombe, J. (2022, septiembre 1). *Un futuro sin Cookies: Preparándose para el Fin de las Cookies de Terceros*. Recuperado de <https://kinsta.com/es/blog/futuro-sin-cookies/#cmo-prepararse-para-un-futuro-sin-cookies>
- Interactive Advertising Bureau. Recuperado de <https://iabeurope.eu/>
- Los cuatro pasos necesarios para adaptarse a un futuro sin cookies, según Google. (2021, febrero 24) ReasonWhy. Recuperado de <https://www.reasonwhy.es/actualidad/como-prepararse-para-futuro-sin-cookies-segun-google>
- Santiago, I. (2021, mayo). 10 plataformas de gestión de cookies (o CMP). Recuperado de <https://ignaciosantiago.com/cmp-cookies/#:~:text=Las%20plataformas%20de%20gesti%C3%B3n%20del,de%20datos%20de%20los%20usuarios.>

Todos los derechos reservados Orts Consultores.

Elaborado por: Carmen Sotolongo Iglesias | Derecho de Empresa | [Linkedin](#)

Año 2023