

Checklist del Modo de Consentimiento de Google



Based on 50+ reviews

Esta checklist recoge los requisitos que Google ha establecido para cumplir la normativa europea sobre privacidad de datos y la aplicación de su [Política de consentimiento del usuario de la UE](#). Además, describe cómo pueden cumplir estos requisitos las empresas. Los requisitos de Google se aplican a las empresas de terceros que utilizan los servicios online de Google con fines publicitarios y se prevé que entren en vigor en marzo de 2024.

Siga leyendo para obtener más información acerca de:

- Los requisitos para que el consentimiento sea legalmente válido.
- Cómo funciona el Consent Mode de Google.
- A qué servicios de Google se aplican los requisitos.
- Cómo configurar una CMP con el Modo de Consentimiento para cumplir los requisitos de Google.
- ¡Y mucho más!

1

¿Cuál es la fecha límite de Google?

- Google no ha publicado una fecha concreta, pero ha anunciado en repetidas ocasiones que comenzará a aplicar los requisitos en marzo de 2024.

2

¿A qué regiones afectan los requisitos?

- A los usuarios a los que las empresas dirigen publicidad en la Unión Europea, el Espacio Económico Europeo y el Reino Unido por medios digitales.

3

¿Cuáles son los requisitos para el consentimiento verificable en virtud de la Política de consentimiento del usuario de la UE de Google?

- La política se basa en los requisitos establecidos por normativas como el Reglamento General de Protección de Datos.

Los principales requisitos para terceros que utilizan los servicios de Google son los siguientes:

- Se debe obtener el consentimiento legalmente válido de los usuarios finales para:
 - el uso de cookies u otro tipo de almacenamiento local cuando así lo exija la ley; y
 - la recopilación, el intercambio y el uso de datos personales para la personalización de anuncios.
- Al solicitar el consentimiento del usuario final, las partes deben:
 - conservar de forma segura el consentimiento de los usuarios; y
 - permitir que los usuarios finales revoken su consentimiento en cualquier momento y proporcionar instrucciones claras sobre cómo hacerlo.

4

¿A qué servicios de Google afectan los requisitos?

- Los requisitos se aplican a las empresas que utilizan plataformas o servicios publicitarios de Google, como Google Ads, Google Analytics o Google Marketing Platform.

Más concretamente, si las empresas utilizan las funciones de personalización de dichos servicios, deben poder demostrar que han obtenido el consentimiento previo de los usuarios.

5

¿Cómo pueden las empresas obtener el consentimiento de los usuarios y cumplir así los requisitos de Google?

- Google exigirá a las empresas que utilicen publicidad personalizada que implanten una plataforma de gestión del consentimiento certificada (CMP, por sus siglas en inglés) para obtener el consentimiento previo de los usuarios para la recopilación de sus datos personales con fines publicitarios.

¿Sabía que...?

[Usercentrics CMP fue una de las primeras plataformas en recibir la certificación](#) de Google para estos nuevos requisitos.

6

¿Cómo pueden las empresas notificarle a Google que han obtenido el consentimiento de los usuarios?

- La CMP que se implemente debe poder integrarse con la versión más actualizada del Modo de Consentimiento de Google (la versión 2.0 es la primera que cuenta con la función de notificación).

Usercentrics CMP tiene el Google Consent Mode integrado y activado de forma predeterminada cuando se instala.

7

¿Por qué tienen las empresas que utilizar la versión más actualizada del Modo de Consentimiento de Google?

- La primera versión del Modo de Consentimiento (lanzada en 2020) permitía realizar un seguimiento de los datos y obtener información, incluso si los usuarios no daban su consentimiento.

La versión 2.0, se lanzó en noviembre de 2023 e incluye dos nuevos parámetros:

- ad_user_data
- ad_personalization

Estos parámetros regulan el uso de datos personales y la personalización de anuncios en función del consentimiento otorgado por el usuario, y permiten notificar a los servicios de Google cuando se haya obtenido el consentimiento pertinente a través de una CMP.

8

¿Con qué servicios de Google funciona el Modo de Consentimiento?

■ Actualmente, el Consent Mode es compatible con los siguientes servicios de Google:

- Google Analytics
- Google Ads (seguimiento y remarketing de conversiones de Google Ads)
- Floodlight
- Vinculación de conversiones

9

¿Cómo obtienen las empresas un consentimiento válido a través de Usercentrics CMP?

■ Puede empezar utilizando una de las plantillas preestablecidas de Usercentrics CMP o personalizar completamente el diseño y el contenido de su banner. Asegúrese de conocer la normativa aplicable a su empresa y configure la CMP en consecuencia.

Por ejemplo, compruebe que dispone de información detallada y que ofrece opciones a los usuarios para que otorguen su consentimiento en relación con todos los servicios de tratamiento de datos que utiliza (cookies y otras tecnologías de seguimiento), o solicite el consentimiento previo de los usuarios de la UE y de otros países en los que la legislación así lo exija.

El banner de consentimiento de Usercentrics CMP permite a los usuarios de sitios web y aplicaciones expresar sus preferencias de consentimiento con respecto al uso de sus datos personales con solo pulsar un botón. Asimismo, pueden revocar su consentimiento o actualizar sus preferencias en cualquier momento. La información relativa al consentimiento se envía a Google y se almacena de forma segura de cara a posibles auditorías o solicitudes de acceso por parte de los interesados.

Importante:

El análisis automatizado de Usercentrics CMP permite detectar todos los servicios de procesamiento de datos que está utilizando, lo que ahorra tiempo y recursos a la hora de clasificarlos y garantiza que los usuarios reciban las notificaciones pertinentes y puedan tomar decisiones informadas.

¿Cómo se configura Usercentrics CMP con el Modo de Consentimiento de Google?

■ 1. Configure Usercentrics CMP en sitios web o aplicaciones

Analice todos los servicios de tratamiento de datos y SDK en uso en su sitio web o aplicación. Configure rápidamente Usercentrics CMP y personalícela por completo para cumplir los requisitos legales pertinentes a través de nuestra intuitiva interfaz de usuario.

■ 2. Implemente la CMP en su sitio web o sus aplicaciones

Añada la etiqueta de script de la CMP directamente en su sitio web o a través de Google Tag Manager. Ajuste los scripts de los servicios de tratamiento de datos encontrados a través del análisis. Para las aplicaciones, [el SDK de Usercentrics CMP para apps](#) ofrece una implementación sencilla. La versión 2.0 del Modo de Consentimiento de Google está activada de forma predeterminada, por lo que podrá recopilar y notificar el consentimiento válido de los usuarios.

■ 3. Disfrute de las ventajas de la versión 2.0 del Modo de Consentimiento

Notifique a Google la obtención del consentimiento de los usuarios y configure automáticamente las etiquetas de Google y el comportamiento del SDK para garantizar que se respetan las preferencias de los usuarios. Recopile información adicional sobre los usuarios con el modelo de conversión y el Modo de Consentimiento avanzado, incluso si los usuarios no dan su consentimiento.

¿Qué diferencia al Modo de Consentimiento básico del avanzado?

■ Modo de Consentimiento básico

El Consent Mode básico impide que aparezcan las etiquetas de Google hasta que el usuario interactúe con un banner de consentimiento.

El usuario tendrá que otorgar su consentimiento a través del banner de consentimiento que muestra Usercentrics CMP. A continuación, la integración del Modo de Consentimiento de Google con la CMP notificará a Google la obtención del consentimiento para controlar las etiquetas.

De este modo, no se transmite ningún dato a Google hasta que el usuario interactúe con el banner de consentimiento.

■ Modo de Consentimiento avanzado

En el Consent Mode avanzado, las etiquetas de Google envían pings sin cookies cuando los usuarios no otorgan su consentimiento.

De esta forma, Google proporciona datos modelados a Google Analytics 4, lo que ayuda a conservar información necesaria para la optimización.

La combinación del Modo de Consentimiento avanzado con el panel de control de análisis de Usercentrics CMP y la función de pruebas A/B permite obtener aún más información a fin de optimizar el proceso de obtención del consentimiento del usuario para la recopilación de datos.

Importante:

El uso de datos obtenidos con el consentimiento de los usuarios y el modelo de conversión pueden afectar al rendimiento indicado en Google Ads. Sin embargo, estos modelos buscan evitar que se realicen predicciones excesivas, garantizando que el coste de la publicidad se optimice basándose en los datos más precisos disponibles.

[Obtenga toda la información que necesita en el Centro de recursos de Usercentrics sobre el Modo de Consentimiento de Google.](#)

Obtenga más información sobre cómo podemos ayudarle a cumplir con el RGPD y satisfacer los requisitos de Google para anunciantes con nuestra plataforma de gestión de consentimiento y el Google Consent Mode.

[CONTACTE CON USERCENTRICS](#)