

Versión 2 del Modo de
Consentido de Google

Novedades y cómo te afectan

Cómo pueden **afectar** a tus **ingresos**
las últimas normas de privacidad de
Google y **qué hacer al respecto.**



¿Utilizas los servicios de Google para fines de personalización o medición? ¿Quieres conservar estas funciones fundamentales para tu negocio? **Todo** lo que necesitas saber está en **esta guía**.

En noviembre de 2023, Google introdujo la **versión 2 del Modo de Consentimiento de Google**.

A partir de marzo de 2024, para seguir utilizando las funciones de los servicios de Google, como la segmentación y el seguimiento de conversiones para los usuarios de la Unión Europea, deberás añadir el Modo de Consentimiento en tu sitio web o aplicación. Además, tienes que utilizar un banner de consentimiento que cumpla la **política de consentimiento de usuarios de la Unión Europea** de Google.



Para gestionar todo esto, Google recomienda trabajar con la plataforma de gestión del consentimiento (CMP, por sus siglas en inglés) incluida en su programa CMP Partner Program, es decir, con un **partner de CMP de Google**.



Afortunadamente, **iubenda es una empresa certificada como partner de CMP de Google** que ya respaldaba el Modo de Consentimiento de Google mucho antes de que se introdujeran estos nuevos requisitos.

Sabemos lo que hacemos y podemos guiarte para que des los pasos necesarios rápidamente de modo que puedas conservar las funciones de Google esenciales para tu estrategia de marketing.



iubenda



¡Haz clic aquí para poner en marcha nuestra plataforma de gestión del consentimiento certificada por Google!



O sigue leyendo para **saber más**

En esta guía...

- 01 De un vistazo: novedades de la versión 2 del Modo de Consentimiento de Google**
- 04 Comprender el Modo de Consentimiento de Google**
 - 04** ¿Qué es el Modo de Consentimiento de Google?
 - 05** ¿Por qué debo utilizar el Modo de Consentimiento de Google?
 - 06** ¿Para quién es útil el Modo de Consentimiento de Google?
 - 06** ¿Para qué sirve el Modo de Consentimiento de Google?
- 09 Versión 2 del Modo de Consentimiento de Google al detalle**
 - 09** ¿Por qué esta nueva versión?
 - 09** Dos nuevas etiquetas adicionales
 - 10** Configuración básica y configuración avanzada
 - 11** ¿Qué ocurre si no cumpla los últimos requisitos de Google?
- 12 Cómo configurar el Modo de Consentimiento de Google con iubenda**
 - 12** Elige el método de integración adecuado para ti
 - 13** ¿Está activado el Modo de Consentimiento de Google en tu sitio web?
 - 14** Por qué puedes confiar en la plataforma de gestión del consentimiento de iubenda
- 16 Cumplimiento fácil: soluciones de software todo en uno para tu sitio web**
- 18 Activa el Modo de Consentimiento de Google con nuestra plataforma de gestión del consentimiento certificada por Google → ¡Instálalo a un precio exclusivo!**

Entremos en detalles

De un vistazo: novedades de la versión 2 del Modo de Consentimiento de Google



¿Cuáles son las novedades?

Para seguir aprovechando al máximo los servicios de medición y personalización de Google en Europa, debes cumplir los dos nuevos requisitos siguientes en tu sitio web/aplicación:



01 Activar el Modo de Consentimiento de Google



02 Crear un banner de cumplimiento conforme a la política de consentimiento de usuarios de la Unión Europea para recopilar el consentimiento del usuario.

¿Por qué? En pocas palabras, el banner de consentimiento informa al usuario sobre sus opciones de consentimiento con respecto al Modo de Consentimiento de Google, en función de las que se modifica el comportamiento de los productos de Google para respetar las preferencias de privacidad de los usuarios. Por medio de una tecnología llamada modelización de conversiones, el Modo de Consentimiento de Google ayuda a recuperar datos modelados muy valiosos de los usuarios que no han prestado su consentimiento, todo ello respetando su privacidad.



¿Cuáles son las ventajas del Modo de Consentimiento de Google?

Dada la naturaleza básica de los banners de consentimiento (ya exigidos para cumplir los requisitos legales en Europa), se pierden datos de interés de los usuarios que no prestan su consentimiento para el seguimiento con fines publicitarios o analíticos, lo que se traduce en **menos información sobre tus campañas actuales y para la puja y la optimización de tus campañas futuras**. Tu negocio puede verse afectado negativamente si no tienes en cuenta esta pérdida de datos.

El Modo de Consentimiento de Google resuelve este problema de forma respetuosa con la privacidad y **recupera los datos de marketing agregados de los usuarios que rechazan el consentimiento, para lo que utiliza una modelización de conversiones basada en inteligencia artificial**. De esta manera obtienes una **visión más precisa del rendimiento de tu campaña**. A su vez, puedes aprovechar estos datos modelados para optimizar la toma de decisiones, las medidas de marketing y los ingresos, todo ello sin dejar de respetar las opciones de privacidad de los usuarios.

Campaña A **sin** el Modo de Consentimiento de Google:



Campaña A **con** el Modo de Consentimiento de Google:



14% de tasa de conversión declarada con el Modo de Consentimiento (10/70)

El **7%** del Modo de Consentimiento modelará los datos de los usuarios que no han prestado su consentimiento utilizando como información la tasa de conversión mencionada (2/30)



¿Lo anterior me resulta de aplicación?

Los nuevos requisitos se aplican si se cumplen ambas condiciones:



Utilizas cualquiera de las funciones de audiencia de Google, como la medición de audiencia en Google Analytics, el remarketing de Google Ads o Floodlight en Search Ads 360.



Operas en el Espacio Económico Europeo (EEE).



¿Cómo puedo comprobar si el Modo de Consentimiento de Google está activado en mi sitio web?

Descúbrelo ahora mismo siguiendo [este enlace](#).

Solo tienes que introducir la URL de tu sitio web y la dirección de correo electrónico. A continuación, recibirás los resultados en tu bandeja de entrada.



¿Cuándo entrará en vigor?

A lo largo de 2024, Google presentará varias actualizaciones para facilitar la transmisión de señales de consentimiento del usuario dentro de los productos de Google. Añadir estas actualizaciones a tu sitio web o aplicación será necesario si quieres seguir utilizando las funciones de los anuncios, como el seguimiento de conversiones y la segmentación.

! A partir de marzo de 2024, Google impondrá gradualmente el uso de la versión 2 del Modo de Consentimiento para acceder a las funciones de personalización y medición de la audiencia en sus servicios cuando los sitios web estén dirigidos a usuarios europeos.



¿Qué debo hacer?

Para garantizar el cumplimiento de sus nuevos requisitos, Google recomienda utilizar una solución de software denominada plataforma de gestión del consentimiento. Recomendamos específicamente utilizar un **partner de CMP de Google que figure en la lista**. De este modo, puedes tener la confianza de que tus procesos de recogida de consentimiento y la de activación del Modo de Consentimiento de Google se realizarán conforme a sus normas y sin complicaciones.

Cumple ya los nuevos requisitos de Google y mantén tus funciones de audiencia



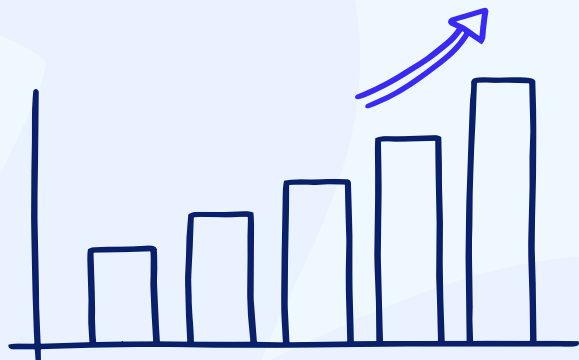
Plataforma de gestión del consentimiento de iubenda certificada por Google



Comprender el Modo de Consentimiento de Google

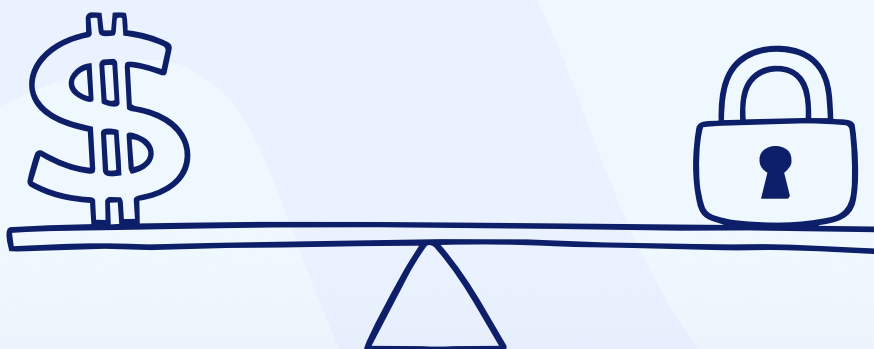
¿Qué es el Modo de Consentimiento de Google?

El Modo de Consentimiento de Google es una solución para ayudar a los anunciantes a cumplir la normativa de protección de datos en materia de consentimiento (como **el RGPD** de la Unión Europea, **la Directiva ePrivacy** o **la Ley de Mercados Digitales**) sacando el máximo partido a servicios de Google como Google Ads o Google Analytics y manteniendo las funciones de medición y personalización para aplicaciones y sitios web mediante modelado estadístico.



En otras palabras, es una forma de cumplir los **requisitos de consentimiento establecidos por las leyes de privacidad de datos y, al mismo tiempo, poder obtener una visión representativa del rendimiento para comprender cómo se convierten los usuarios en un sitio web mediante el uso de modelos de inteligencia artificial para las conversiones perdidas**. Ayuda a los anunciantes a medir más eficazmente las conversiones, respetando las opciones de consentimiento del usuario con respecto a los anuncios y los rastreadores analíticos.

 El Modo de Consentimiento de Google ofrece un buen **equilibrio** entre la **privacidad del usuario** y las necesidades de los propietarios de sitios web de obtener información sobre **datos y monetización**.



El Modo de Consentimiento original de Google se introdujo en 2020 por varias razones:



La protección de la privacidad en línea es una preocupación primordial para los usuarios, que repercute en las actividades de recogida de datos de todo el ecosistema digital;



El aumento de las expectativas de los usuarios en el sector demanda mecanismos de consentimiento más transparentes y fáciles de utilizar;



Los anunciantes que colocaron banners de consentimiento experimentaron un descenso significativo en sus conversiones atribuidas/informadas, lo que afectaba a los informes y a la toma de decisiones informadas, como las pujas inteligentes, de forma que disminuía la rentabilidad del gasto publicitario.

¿Por qué debo utilizar el Modo de Consentimiento de Google?

MAYOR PRIVACIDAD DEL USUARIO Y CUMPLIMIENTO



Para dar a los usuarios más control y **reflejar con precisión sus opciones de privacidad** para las cookies de anuncios/analíticas.



Para garantizar que las etiquetas de Google funcionan **teniendo en cuenta el consentimiento del usuario**, de conformidad con normativas como el RGPD.



Para cumplir las directrices en regiones con normativas estrictas sobre el consentimiento de cookies (por ejemplo, el EEE y el Reino Unido).



Para garantizar que tus anuncios solo se muestren a los usuarios que hayan dado su consentimiento con finalidades publicitarias.

El **71%** de las personas afirmaron que preferían comprar a marcas que sean sinceras sobre los datos que recogen y los motivos para hacerlo.*

Cuando las personas confían en una marca, hay el **doblo de posibilidades** de que compartan información personal.**

MEDICIONES Y DATOS DE GRAN VALOR



Para respetar el consentimiento del usuario Y seguir recibiendo **conversiones** por tus campañas.



Para remediar las deficiencias de información mediante la modelización de conversiones, incluso con datos limitados, y para obtener información agregada.



Para atribuir las conversiones a la **campana correcta** y obtener una imagen más precisa de los resultados de tu publicidad.



Para optimizar mejor las pujas de **campana y reasignar eficazmente el presupuesto** a tus campañas de mejor rendimiento.



Para dirigirte a **determinados públicos y ofrecer anuncios más relevantes** con funciones de personalización continuada.



Para obtener más información sobre tu gasto publicitario que las empresas que no utilizan el Modo de Consentimiento.



Para aumentar tus ingresos publicitarios y los resultados de tu negocio.

*BCG / Google, "Consumers Want Privacy. Marketers Can Deliver." January 21, 2022

**Google/Ipsos, France, Germany, Netherlands, Sweden, U.K., Privacy by design: the benefits of putting people in control, n=10,001, online participants aged 18-70, July 2022

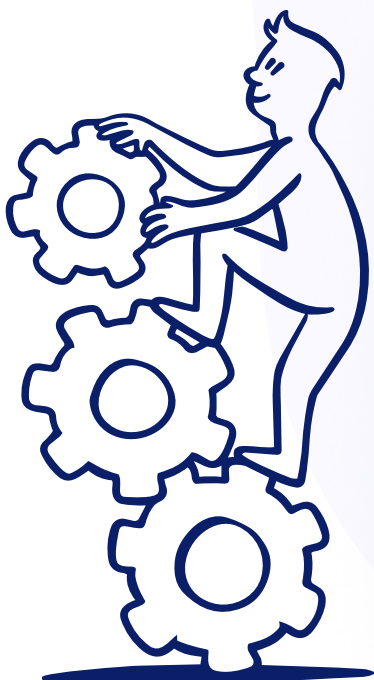
¿Para quién es útil el Modo de Consentimiento de Google?

Los anunciantes, editores, desarrolladores y propietarios de sitios web con algún tipo de presencia en Europa (o en una región con normativa de consentimiento de inclusión voluntaria) tendrán que utilizar el Modo de Consentimiento de Google si publican anuncios personalizados o recopilan datos de medición de usuarios de la Unión Europea.

¿Para qué sirve el Modo de Consentimiento de Google?

El Modo de Consentimiento es compatible con otros servicios de Google como **Google Ads**, **Google Analytics**, **Google AdSense**, **AdManager** y **AdMob**. También puede funcionar con **Floodlight** y **Conversion Linker**.

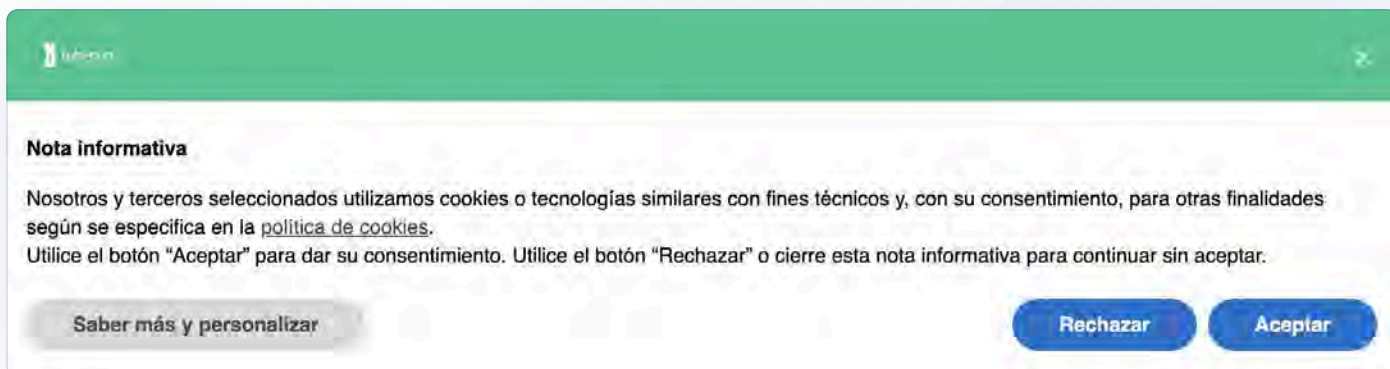
La forma más sencilla de utilizar el Modo de Consentimiento de Google en un sitio web es a través de una plataforma de gestión del consentimiento certificada por Google ([iubenda es un partner de CMP de Google](#)).



¿Qué es una plataforma de gestión del consentimiento?

En normativas como el RGPD y la Directiva ePrivacy se exige que se bloquee la ejecución de scripts de cookies hasta que los usuarios den su consentimiento.

Una **Plataforma de Gestión del Consentimiento** te ayuda a cumplir esos requisitos. Es una solución de software diseñada para **gestionar el consentimiento del usuario en un sitio web o aplicación con un banner de consentimiento**. Ayuda a recopilar, almacenar y gestionar las preferencias de consentimiento del usuario para actividades específicas de recogida de datos, como análisis, publicidad y remarketing.



Veamos el proceso detallado para [comprender cómo funciona](#) el Modo de Consentimiento de Google.

Proceso paso a paso

- 01** Un usuario visita tu sitio web y realiza una elección de consentimiento en el banner de consentimiento de tu plataforma de gestión del consentimiento (es decir, acepta o rechaza los rastreadores).
- 02** El Modo de Consentimiento de Google interactúa con el banner de consentimiento de tu plataforma de gestión del consentimiento, recibiendo señales de consentimiento para determinar si se ha dado o no permiso para que tu sitio web utilice rastreadores para un usuario específico. Tu plataforma de gestión del consentimiento comunica esa elección a una etiqueta de Google a través del Modo de Consentimiento. Funciona con dos etiquetas llamadas `ad_storage` y `analytics_storage` para cookies de anuncios y cookies de análisis, respectivamente. **NEW** En la versión 2 se han añadido dos nuevas etiquetas adicionales llamadas `ad_user_data` y `ad_personalization`.
- 03** El Modo de Consentimiento ajusta el comportamiento de las etiquetas de Google en función del estado de consentimiento del usuario y también modela las deficiencias en los datos de conversión.
 - ▶ Cuando un usuario presta su consentimiento, todos los rastreadores se instalan con normalidad.
 - ▶ Si no hay consentimiento, Google aplica en su lugar la modelización de conversiones para recuperar las conversiones perdidas.
- 04** Las conversiones modeladas a través del Modo de Consentimiento se integran directamente en tus informes de campaña, con el mismo detalle que con las conversiones observadas.
- 05** En Google Ads, por ejemplo, estos datos se incorporan a las herramientas de puja de Google para que puedas optimizar tus campañas teniendo en cuenta una visión completa de tus resultados.

De media, el Modo de Consentimiento recupera en torno al 65% de los recorridos "de clic en anuncio a conversión" perdidos debido a las elecciones de consentimiento de los usuarios con respecto a las cookies.

Datos internos de Google, 2023



¿Pero cómo puede Google recuperar los datos de conversión si el usuario no ha dado su consentimiento?

En resumen, la modelización de conversiones utiliza **la inteligencia artificial de Google para analizar datos observables y tendencias históricas** con aprendizaje automático, incluyendo señales como el tipo de dispositivo, el tipo de conversión, el país, la hora del día y el tipo de navegador.

A partir de recorridos de usuario observables en los que los usuarios han dado su consentimiento a los rastreadores, los **modelos de Google juzgan las rutas de atribución** de los recorridos de usuario en los que falta el consentimiento. De esta forma se cuantifica la relación entre los usuarios que han prestado su consentimiento y los que no y se consigue medir los efectos de las medidas de marketing de una forma más completa y precisa.



La modelización de conversiones no utiliza información identificativa, por lo que respeta la privacidad. Utiliza la probabilidad para modelar la conexión entre las interacciones publicitarias y los eventos de conversión, como las ventas.

Sabemos que todo esto te puede sonar demasiado técnico.
No te preocupes, te lo explicamos mejor.

Para qué sirve el Modo de Consentimiento de Google: Ejemplo

01



El usuario visita tu sitio web (o aplicación)



El usuario **rechaza** las cookies publicitarias

02



El usuario elige en el banner de consentimiento de tu sitio web



El usuario **acepta** las cookies analíticas

03



El estado de consentimiento se envía desde tu plataforma de gestión del consentimiento al modo de consentimiento a través de las etiquetas de google



La etiqueta ad_storage **no está cargada**



La etiqueta analytics_storage **está cargada**

04



Las etiquetas de google modifican su comportamiento en función del estado



No se utilizarán cookies publicitarias



Las cookies analíticas **se cargan con normalidad**

05



Conversiones de usuario



Los datos de conversión se comunican mediante **modelización de conversiones**



Los datos de medición se comunican **con normalidad**

Versión 2 del Modo de Consentimiento de Google **al detalle**

¿Por qué esta nueva versión?

El Modo de Consentimiento de Google se introdujo inicialmente en 2020 para ayudar a los anunciantes a cumplir mejor la normativa sobre privacidad.

La versión 2 era necesaria para adaptarse al ritmo de un sector en constante cambio, **en un momento crucial tanto para la publicidad como para la tecnología**. Los usuarios siguen queriendo más transparencia y la inteligencia artificial está abriendo nuevas posibilidades. Esto, a su vez, afecta al modo en que se pueden alcanzar los objetivos de marketing y de crecimiento, sin dejar de respetar la privacidad del usuario.

Marzo de 2024 también se fijó como fecha de cumplimiento de las obligaciones establecidas en la **Ley de Mercados Digitales** que introdujo la Unión Europea para fomentar un panorama **digital más equitativo**. En la Ley de Mercados Digitales se definen criterios objetivos para identificar a los "**guardianes de acceso**", es decir, las grandes plataformas digitales que tienen una influencia online significativa, como los motores de búsqueda online, las tiendas de aplicaciones y los servicios de mensajería. Los guardianes de acceso, entre los que se incluye Alphabet, la empresa matriz de Google, están ahora obligados a cumplir un nuevo conjunto de normas relacionadas con la publicidad, el consentimiento y los datos en general.



Con la versión 2 del Modo de Consentimiento, Google tiene el propósito de cumplir normas más estrictas para el consentimiento de los usuarios a lo largo de 2024.

Dos nuevas etiquetas adicionales

Como ya se ha mencionado, la versión anterior del Modo de Consentimiento funcionaba con dos etiquetas principales: `analytics_storage` (cookies instaladas con fines analíticos) y `ad_storage` (cookies instaladas con fines publicitarios).

En la versión 2 se introdujeron los siguientes parámetros nuevos (lo que hace un total de cuatro etiquetas relevantes), cada uno con dos valores, "concedido" o "denegado". Las nuevas etiquetas son:



`ad_user_data`, que define si los datos del usuario se pueden enviar a Google con fines publicitarios;



`ad_personalization`, que define si se puede activar la publicidad personalizada, es decir, el remarketing.

En resumen, podemos decir que `analytics_storage` y `ad_storage` se refieren a la recogida de datos, mientras que `ad_user_data` y `ad_personalization` se refieren a cómo se utilizan o comparten los datos.



A partir de marzo de 2024, Google ha empezado a exigir gradualmente que estas cuatro señales se transmitan a través del Modo de Consentimiento para que la publicidad personalizada dentro de los productos de Google funcione para los usuarios del EEE.

Configuración básica y configuración avanzada

Gracias a las nuevas oportunidades tecnológicas con herramientas de inteligencia artificial, Google sigue utilizando métodos similares de modelización de conversiones para informar de las conversiones agregadas y proporcionar una imagen más precisa del rendimiento.

Sin embargo, el proceso técnico con el consentimiento y las etiquetas se ha revisado en la versión 2, y ahora se divide en **dos configuraciones**, "básica" y "avanzada". Si se deniega el consentimiento para uno o más parámetros, las etiquetas correspondientes ajustan su comportamiento (configuración avanzada) o permanecen totalmente bloqueadas (configuración básica).

	analytics_storage	ad_storage	ad_user_data	ad_personalization
			NEW	NEW
 Consentimiento Concedido	La etiqueta escribirá/leerá cookies con fines estadístico con normalidad	La etiqueta escribirá/leerá cookies con fines publicitarios con normalidad	La etiqueta permite que los datos del usuario se envíen a Google con fines publicitarios	La etiqueta permitirá la publicidad personalizada
 Consentimiento Denegado	La etiqueta no escribirá/leerá cookies con fines estadísticos, se envían pings sin cookies	La etiqueta no escribirá/leerá cookies con fines publicitarios, se envían pings sin cookies	La etiqueta no enviará datos del usuario a Google con fines publicitarios	La etiqueta desactivará la publicidad personalizada
Advanced				
Basic	La etiqueta está bloqueada: no se recoge información con fines estadísticos	La etiqueta está bloqueada: no se recoge información con fines publicitarios		

💡 En general, podrás sacar el máximo partido de la configuración avanzada de la versión 2 del Modo de Consentimiento de Google, ya que ofrece una mejor visión del rendimiento de tu campaña, incluso cuando se ha denegado el consentimiento. De hecho, **con la configuración básica, no se informará del total de conversiones no consentidas ni del impacto del sesgo de consentimiento en la tasa de conversión.**



Beneficios adicionales para Google Analytics en 2024

! Asegúrate de migrar a Google Analytics 4

Después de colocar un banner de consentimiento en tu sitio web o aplicación, Google Analytics no podrá ejecutarse para los usuarios que rechacen el consentimiento, lo que dará lugar a la deficiencias de datos que podrían ser muy valiosas para tu negocio.

Activar el Modo de Consentimiento de Google te ayudará a recuperar estos datos con la modelización de comportamientos y la modelización de conversiones.

¿Qué ocurre si no cumplo los últimos requisitos de Google?

En 2024, los anunciantes que no utilicen el Modo de Consentimiento de Google perderán la capacidad de captar nuevos usuarios europeos (del EEE) en listas de audiencia dentro de productos de Google como Google Analytics 4, remarketing en Google Ads o Floodlight. En otras palabras, no podrás utilizar las funciones de audiencia (medición y personalización) para los usuarios de esta región.

Perderás datos de gran valor que podrían obtenerse con la modelización de conversiones para todos los usuarios que rechazan el consentimiento en el banner de tu sitio web. Estos datos son fundamentales para el marketing y, en última instancia, para el éxito de tu negocio. **El Modo de Consentimiento recupera en torno al 65% de los recorridos "de clic en anuncio a conversión" perdidos debido a las elecciones de consentimiento de los usuarios con respecto a las cookies.**

Si operas en Europa sin un banner de consentimiento o una plataforma de gestión del consentimiento, puedes estar incumpliendo la **política de consentimiento de usuarios de la Unión Europea** de Google y otras normativas sobre privacidad.



Cómo configurar el Modo de Consentimiento de Google con iubenda

Elige el método de integración adecuado para ti

Consigue fácilmente todas las ventajas del Modo de Consentimiento de Google con la plataforma de gestión del consentimiento de iubenda. Tienes dos opciones para activar el Modo de Consentimiento de Google con iubenda. Lo hemos hecho lo más fácil posible, pero también ofrecemos flexibilidad añadida para los usuarios más avanzados. Te lo contamos.

01 Bloqueo Automático **RECOMENDADO**

Cuando empieces a utilizar la plataforma de gestión del consentimiento de iubenda (nosotros la llamamos Privacy Controls and Cookie Solution), se **activará por defecto** una función llamada "autobloqueo".

Esta función **activa y gestiona automáticamente la versión 2 del Modo de Consentimiento de Google** en cualquier script relacionado con los servicios de Google, **sin que sea necesaria ninguna acción adicional por tu parte**. Sí, ¡así de fácil!



02 Plantilla De Google Tag Manager

Como partner de CMP de Google, utilizar iubenda es la forma más sencilla de activar el Modo de Consentimiento de Google. Nuestra **plantilla de Google Tag Manager** es solo una herramienta más para activarlo con facilidad. Puedes encontrarla en Featured Community CMP Templates.

La plantilla es una forma sencilla de configurar el Modo de Consentimiento de Google en tu sitio web y requiere menos conocimientos técnicos que la implementación manual (más abajo). Solo tienes que añadir la plantilla a tu instalación de Google Tag Manager, configurar las etiquetas e integrarla.

💡 Para obtener más información sobre la integración del Modo de Consentimiento de Google con la plantilla Google Tag Manager de iubenda, consulta nuestra **guía aquí**.

🔍 Para obtener más información más sobre cada método de integración, consulta nuestra **guía completa**.

¿Está activado el Modo de Consentimiento de Google en tu sitio web?

¿Te preguntas si el **Modo de Consentimiento de Google** ya está **activado** en tu sitio web?

¿Acabas de instalarlo y quieres comprobar si está activado?

Tienes dos opciones para comprobar el estado del Modo de Consentimiento de Google.

Escanea Tu Sitio Web Con Iubenda **RECOMENDADO**

Con Iubenda, es muy fácil hacerlo. Solo tienes que seguir los pasos que se indican a continuación.

01



Visita [esta página](#)

02



Introduce La URL De Tu Sitio Web Para Que Podamos Escanearlo

03



Añade Tu Dirección De Correo Electrónico Para Que Podamos Enviarte Los Resultados

04



Comprueba En Tu Bandeja De Entrada Si El Modo De Consentimiento De Google Está Activado En Tu Sitio Web

Comprobación Manual

Sigue los pasos que se indican a continuación para comprobar manualmente el estado de tu Modo de Consentimiento de Google.

01



Abre Tu Sitio Web Con La Caché Vacía O En Modo Incógnito O Navegación Privada

02



En Tu Consola De Desarrollador, Escribe DataLayer Y Abre El Objeto Relativo

03



Busca El Primer Consent Event, Analytics_storage Debe Tener Un Valor Igual A Denegado

04



En Tu Banner De Cookies, Acepta Todas Las Cookies (O Al Menos La Categoría De Cookies Relacionadas Con El Servicio De Google)

05



Busca El Consent Event Actualizado En La Ventana DataLayer; Analytics_storage Debe Tener Un Valor Igual A Concedido.

06



¡El Modo De Consentimiento De Google Está Activado En Tu Sitio Web!

Por qué puedes confiar en la plataforma de gestión del consentimiento de iubenda

iubenda ha recibido el distintivo partner de CMP de Google porque nuestra plataforma de gestión del consentimiento está totalmente integrada con el Modo de Consentimiento y Google Tag Manager. Eso significa que ofrecemos una configuración guiada sencilla y sabemos cómo ayudarte a *resolver cualquier problema técnico que puedas tener*.



La Privacy Controls and Cookie Solution de iubenda es tu partner de CMP de Google de confianza para configurar el Modo de Consentimiento de Google de la forma correcta, sin complicaciones por tu parte.

Google **recomienda** utilizar un partner de CMP de Google como iubenda para implementar la versión 2 del Modo de Consentimiento



Ten la seguridad de que la puesta en marcha del Modo de Consentimiento será **rápida, sencilla y fiable**.



Configura fácilmente un banner de consentimiento personalizado en tu sitio web con la versión 2 del Modo de Consentimiento incorporada



En caso de que surjan nuevos requisitos en el futuro, **nuestro equipo de expertos jurídicos** actualizarán la plataforma de gestión del consentimiento



Los documentos de ayuda y la atención al cliente están siempre disponibles



¡Déjanos el trabajo duro a nosotros!

"Recomendamos trabajar con uno de nuestros **partners de CMP de Google** para implementar el banner de consentimiento"

Google

- ✓ **Somos partner de CMP de Google incluido en la lista**
- ✓ **Cumplimos la política de consentimiento de usuarios de la Unión Europea de Google**
- ✓ **Cumplimos las principales normativas sobre consentimiento (RGPD, Directiva ePrivacy, etc.)**
- ✓ **Actualizamos la plataforma de gestión del consentimiento cuando cambian los requisitos legales para que sigas cumpliendo la normativa.**
- ✓ **Contamos con la validación de IAB + somos un colaborador clave de la versión 2.2 del Marco de Transparencia y Consentimiento (TCF) para las últimas normas del sector**



- ★ **Compatibilidad total con la versión 2 del Modo de Consentimiento de Google y con Google Tag Manager**
- ★ **Registro y gestión de las preferencias de consentimiento de cookies de los usuarios tal y como exige la ley**
- ★ **Optimización para móviles, rápida y fiable para no perder visitas ni ingresos**
- ★ **Posibilidad de configurar el banner para que se ajuste a la identidad de tu marca y satisfaga tus necesidades específicas**
- ★ **Análisis detallados del consentimiento para ayudarte a optimizar las tasas de consentimiento**
- ★ **Plugins disponibles para los principales CMS, para que no tengas que preocuparte por la compatibilidad**

Cumplimiento **fácil**: soluciones de software 360° para tu sitio web

iubenda ofrece posibilidades que van más allá del bloqueo cookies y la configuración del Modo de Consentimiento de Google. Podemos ayudarte a gestionar todo lo que necesites para cumplir los requisitos legales de privacidad.

Un conjunto completo de soluciones de privacidad fáciles de usar para que tu sitio web cumpla las principales leyes de privacidad mundiales.



Generador de Políticas de Privacidad y Cookies

Muestra tu banner de consentimiento personalizado y gestiona las preferencias de privacidad de los usuarios con nuestra plataforma de gestión del consentimiento certificada por Google



Privacy Controls and Cookie Solution

Muestra tu banner de consentimiento personalizado y gestiona las preferencias de privacidad de los usuarios con nuestra plataforma de gestión del consentimiento certificada por Google



Generador de Términos y Condiciones

Redacta, actualiza y mantén tus términos y condiciones



Consent Database

Guarda y gestiona los registros de consentimiento exigidos por ley para usuarios individuales



Registro de las actividades de tratamiento

Registra y mantente al tanto de las actividades de acceso y tratamiento de datos dentro de tu organización



Whistleblowing Management Tool

Proporciona un canal interno de denuncias para recibir y gestionar las denuncias escritas



Rapidez



Optimización para publicidad, SEO, rendimiento UX



Escáner de sitios web



Documentos elaborados por expertos jurídicos



Actualización constante



Dashboard único



Mejores resultados en tasa de consentimiento



Traducción profesional con un solo clic



Configuración guiada totalmente fácil



RGPD + Ley De Cookies En Europa



RGPD En El Reino Unido



FADP En Suiza



LGPD En Brasil



Leyes Estatales De Estados Unidos (CPRA, VCDPA Y Más)

¿No tienes claro qué leyes de privacidad te resultan de aplicación?



Descúbrelo con este cuestionario gratuito de un minuto



Con la confianza de **100.000** clientes en más de **100** países



Visita nuestro sitio web



Activa la **versión 2 del Modo de Consentimiento de Google** con la plataforma de gestión del consentimiento de iubenda certificada por Google



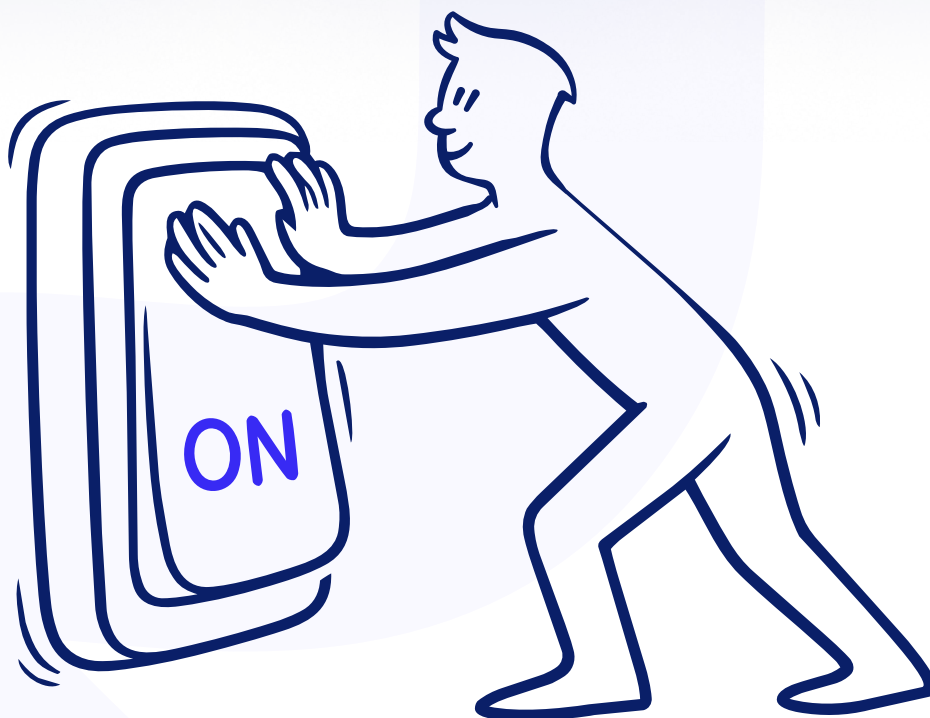
Disfruta de la configuración **más rápida y sencilla** posible



Mantén las funciones de audiencia y los datos modelados, fundamentales para tus actividades de marketing



Cumple los últimos requisitos de Google y las normas de privacidad para **no perder funciones**



Haz clic para empezar ahora

