Las cookies de terceros no desaparecerán en Chrome. Un nuevo camino para el Privacy Sandbox de Google.

Consideraciones en torno al Privacy Sandbox de Google y su nueva actualización del 22 de julio de 2024.

Nota Informativa, de 24 de julio de 2024

Introducción

Las cookies de terceros no desaparecerán por completo en Google Chrome, el navegador más importante del mundo. La reciente publicación de Google en su blog, realizada el 22 de julio de 2024 en relación con el Privacy Sandbox, ha dado un giro de guion inesperado al uso de cookies de tercera parte.

A lo largo de los últimos años, Google ha estado desarrollando el Privacy Sandbox para, según ha venido argumentando, "*encontrar soluciones innovadoras que mejoren la privacidad en línea mientras se mantiene un internet con publicidad que beneficie a editores, empresas y usuarios*". Igualmente, **durante este tiempo ha ido avisando al mercado de la desaparición de las cookies de tercera parte**, esto es, cookies que se instalan en el navegador del usuario desde un dominio diferente a la web visitada.

Durante los últimos dos años, Google ha ido ampliando la fecha para la desaparición de estas cookies de tercera parte, siendo la última fecha la primera mitad del 2025 (de hecho, ya habían desaparecido un 1% de las cookies de tercera parte en este 2024).

Durante este periodo de prueba, la iniciativa ha recibido reacciones de diversos *stakeholders*, incluidos reguladores como la Autoridad de Mercados y Competencia (CMA) y la Oficina del Comisionado de Información (ICO), ambas del Reino Unido, así como editores, desarrolladores web, la sociedad civil y la industria publicitaria.

Pero *¿Por qué es tan relevante esta actualización del Privacy Sandbox?*

En un primer momento, el Privacy Sandbox surgió como una tecnología que **tenía como meta principal reemplazar las cookies de terceros.**

En este sentido, la Autoridad de Competencia Inglesa (CMA), consideró que limitar las cookies de terceros mediante un **primitivo Privacy Sandbox,** podía impactar en la competitividad del mercado de la publicidad online, siendo Google el único en poder acceder (y vender) este tipo de datos tan valiosos para las empresas, mientras que otras entidades verían limitada su capacidad de introducir sus propias cookies en sitios web ajenos. Así las cosas, durante los últimos dos años el Privacy Sandbox ha sido revisado de manera intensiva por la CMA del Reino Unido.

Ahora, con esta última actualización, Google propone un nuevo enfoque que prioriza la elección del usuario. **En lugar de eliminar las cookies de terceros, Chrome introducirá una nueva funcionalidad que permitiría a los usuarios tomar decisiones informadas sobre su privacidad en la navegación web, modificando su consentimiento en cualquier momento**.

Conclusión:

La reciente actualización del Privacy Sandbox de Google, anunciada el 22 de julio de 2024, ha generado un gran revuelo en el sector de la publicidad online, que prevé cambios importantes al poder seguir utilizando cookies de terceros en Google Chrome.

Esta **nueva actualización propone un nuevo enfoque que prioriza la elección del usuario**, **permitiéndoles tomar decisiones informadas sobre su privacidad y modificar su consentimiento en cualquier momento**, **recuperando al mismo tiempo la posibilidad de instalar Cookies de terceros en Chrome**.

No obstante, los detalles de la implementación son aún vagos y el cronograma incierto, por lo que se mantiene la incertidumbre en el mercado de la publicidad online.

Por su lado, se debe permanecer a la espera de las potenciales resoluciones de las diferentes Autoridades europeas e inglesas en materia de publicidad y protección de datos, ya que estas decisiones podrían alterar el rumbo que ha tomado Google al permitir nuevamente las cookies de terceros en el navegador más importante a nivel mundial.

Igualmente, los departamentos jurídicos deben de tener en cuenta este **cambio de paradigma**, puesto que **las soluciones a evaluar que puedan implantarse a partir de esta fecha variarán de las que han sido determinadas en los últimos meses por la diversificación de las tecnologías a utilizar (al permitirse cookies de terceros)**.