

GLOSARIO DE TÉRMINOS SOBRE LAS COOKIES

A continuación, se proporciona información detallada y elaborada por la Agencia Española de Protección de Datos sobre los conceptos necesarios para la elaboración de la política de cookies.

Cookie:

La LSSI es aplicable a cualquier tipo de archivo o dispositivo que se descarga en el equipo terminal de un usuario con la finalidad de almacenar datos que podrán ser actualizados y recuperados por la entidad responsable de su instalación.

La cookie es uno de esos dispositivos de uso generalizado por lo que, en adelante, denominaremos genéricamente estos dispositivos como cookies.

Estos archivos permiten el almacenamiento en el terminal del usuario de cantidades de datos que van de unos pocos kilobytes a varios Megabytes.

A continuación, se realiza una clasificación de las *cookies* en función de una serie de categorías. No obstante es necesario tener en cuenta que una misma *cookie* puede estar incluida en más de una categoría.

Tipos de cookies según la entidad que las gestione:

Según quien sea la entidad que gestione el equipo o dominio desde donde se envían las *cookies* y trate los datos que se obtengan, podemos distinguir:

- *Cookies* propias: Son aquéllas 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 tercero: Son aquéllas que se envían al equipo terminal del usuario desde un equipo o dominio que no es gestionado por el editor, sino por otra entidad que trata los datos obtenidos través de las cookies.

En el caso de que las cookies sean instaladas desde un equipo o dominio gestionado por el propio editor pero la información que se recoja mediante éstas sea gestionada por un tercero, no pueden ser consideradas como cookies propias.

Tipos de *cookies* según el plazo de tiempo que permanecen activadas:

Según el plazo de tiempo que permanecen activadas en el equipo terminal podemos distinguir:

- *Cookies* de sesión: Son un tipo de *cookies 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 (p.e. una lista de productos adquiridos).

- *Cookies* persistentes: Son un tipo de *cookies* en el que los datos siguen almacenados en el terminal y pueden ser accedidos y tratados durante un periodo definido por el responsable de la cookie, y que puede ir de unos minutos a varios años.

Tipos de *cookies* según su finalidad:

Según la finalidad para la que se traten los datos obtenidos a través de las cookies, podemos distinguir entre:

- *Cookies* técnicas: Son aquéllas que permiten al usuario la navegación a través de una página web, plataforma o aplicación y la utilización de las diferentes 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 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 serían 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: Son aquéllas que permiten al responsable de las mismas, 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.

Respecto al tratamiento de datos recabados a través de las cookies de análisis, el grupo de trabajo del artículo 29 ha manifestado que, a pesar de que no están exentas del deber

de obtener un consentimiento informado para su uso, es poco probable que representen un riesgo para la privacidad de los usuarios siempre que se trate de cookies de primera parte, que traten datos agregados con una finalidad estrictamente estadística, que se facilite información sobre sus uso y se incluya la posibilidad de que los usuarios manifiesten su negativa sobre su utilización.

- *Cookies* publicitarias: Son aquéllas que permiten la gestión, de la forma más eficaz posible, de los espacios publicitarios que, en su caso, el editor haya incluido en una página web, aplicación o plataforma desde la que presta el servicio solicitado en base a criterios como el contenido editado o la frecuencia en la que se muestran los anuncios.

- *Cookies de* publicidad comportamental: Son aquéllas que permiten la gestión, de la forma más eficaz posible, de los espacios publicitarios que, en su caso, el editor haya incluido en una página web, aplicación o plataforma desde la que presta el servicio solicitado. Estas cookies 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.

Dato:

Es la información que se almacena y/o se recupera del equipo terminal del usuario a través de la utilización de las *cookies*.

Equipo terminal:

Es el dispositivo en que se descarga la *cookie* y desde el cual el usuario accede al servicio, el cual puede ser un ordenador personal, un teléfono móvil, un *tablet*, etc.

Servicio de la sociedad de la información:

Es todo servicio prestado a petición individual de un usuario a título oneroso o no, a distancia, por vía electrónica siempre que, a efectos de esta Guía, constituya una actividad económica para el editor cuya prestación origina la utilización de las *cookies*. Por ejemplo la prestación de un servicio de acceso a la información a través de una página web o de una aplicación móvil creada por una revista o periódico, de un servicio financiero, de un servicio de entretenimiento, de un servicio de comercio electrónico de una tienda *on-line*, etc.

Página Web:

Los servicios de la Sociedad de la información pueden ser prestados por el editor a través una plataforma, aplicación informática o un sitio web al cual accede el usuario desde su equipo terminal.

Las cookies o dispositivos de almacenamiento han estado tradicionalmente asociados a las páginas web. Sin embargo, éstos son actualmente utilizados tanto en páginas web como en otro tipo de plataformas y aplicaciones (e.g. las aplicaciones para teléfonos inteligentes y tabletas). A lo largo de este texto se utilizará el término página web para englobar todos estos posibles medios.

Espacio publicitario:

Es un lugar en el que el editor prevé, cuando programa la página web, que aparezca la publicidad de los productos, imagen o servicios de los anunciantes. Existe una gran variedad de espacios o formatos publicitarios; desde los que se integran en la propia aplicación como los banners¹, rascacielos², roba páginas³, botones y los enlaces de texto, hasta los denominados flotantes como los *pop ups*⁴, *layers*⁵, cortinillas o *interstitials* de tránsito⁶, etc.

Inventario publicitario:

Es la suma de todos los espacios publicitarios en los que el editor prevé que aparezca la publicidad de los productos, imagen o servicios de los anunciantes. Es el conjunto de la oferta de espacios publicitarios de un editor.

Partes intervinientes

Usuario:

Es el destinatario, persona física, que accede al servicio prestado por un editor, pudiendo diferenciarse entre usuario registrado y no registrado. No obstante utilizarse, en la normativa legal, el término destinatario del servicio, en la presente guía se emplea el término usuario, por ser éste de uso más común.

Editor:

Es cualquier entidad prestadora de servicios de la sociedad de la información titular de una página web a los que puede acceder un usuario y para cuya prestación se utilizan *cookies*.

Por ejemplo, éste sería el caso del titular de una carpintería o de una pescadería que disponga de una página web a través de la cual ofrezca simplemente información relacionada con los servicios que presta o disponga de una tienda online a través de la cual se puedan efectuar transacciones comerciales o haya creado una aplicación para móviles para cuyo funcionamiento puede ser necesario la utilización de *cookies*.

Algunos editores, además de prestar un servicio a los usuarios ofertan, actuando como soportes, por sí mismos o con la ayuda de uno o varios terceros, espacios publicitarios a los anunciantes para cuya gestión es necesaria la utilización de *cookies*.

Éste sería, por ejemplo, el caso de una revista o de un medio de comunicación que presta a los usuarios un servicio de información a través de una página o una aplicación móvil y, a su vez, ofrece junto a esta información publicidad sobre los servicios, productos o imagen de uno o varios anunciantes.

A la luz de esta definición se puede observar el doble papel o función que puede desarrollar un editor. Actúa como prestador de un servicio al usuario, para cuya prestación puede ser necesaria la utilización de *cookies*. Cuando actúa como soporte puede además ofertar a los anunciantes espacios publicitarios que estarán gestionados bien por el mismo editor o bien por una o más entidades simultáneamente, mediante el uso tecnologías que pueden requerir el uso de cookies para su funcionamiento.

Anunciante:

Es la entidad cuyos productos, servicios o imagen se publicitan a través de los espacios publicitarios de los que disponen, en su caso, los editores en sus páginas u otras aplicaciones desde las que prestan los servicios a los usuarios. En este sentido, actúa como demandante de espacios publicitarios.

Frecuentemente, el editor también suele actuar como anunciante. En estos casos, el editor actúa como anunciante desde el momento en que para realizar publicidad del servicio que presta a los usuarios se sirve de los espacios publicitarios que ponen a su disposición otros editores.

Éste sería el caso, por ejemplo, en el que el titular de una carpintería o de una pescadería, cuando además de actuar como editor de su propia página web desde la que presta el servicio, actúa como anunciante al contratar la difusión publicitaria de sus productos o servicios directamente con otro editor, editores o, indirectamente, con una red publicitaria.

Agencias de publicidad y agencias de medios:

Son entidades que se encargan del diseño y ejecución de publicidad, así como de la creación, preparación o programación de las campañas publicitarias de los anunciantes, actuando en nombre y por cuenta de estos en la contratación de espacios publicitarios. En este sentido, también se les puede considerar como demandantes de espacios publicitarios para los anunciantes.

Redes publicitarias:

Son un conjunto de entidades que, actuando en nombre y representación directa o indirectamente de uno o varios editores, ofrecen, también directamente a los anunciantes o, indirectamente a través otros demandantes, como las Agencias de publicidad, la posibilidad de obtener espacios publicitarios o algún tipo de resultado concreto como clicks, ventas o registros, a través de la gestión y tratamiento de los datos obtenidos de la utilización de las cookies descargadas o almacenadas en los equipos terminales de los usuarios, cuando éstos acceden a los servicios prestados por el editor.

La finalidad de la labor de estas entidades es llevar a cabo, de la mejor manera posible, la gestión del inventario de espacios publicitarios, cuya titularidad, corresponde a los editores, de forma que converja con la demanda de los anunciantes.

Es el editor quien decide si la totalidad o parte del inventario, del que dispone, es gestionado por una entidad en exclusiva o por varias entidades simultáneamente en función de los criterios que establezca.

Este tipo de entidades suelen realizar una agregación de la oferta de los espacios publicitarios y de los inventarios de varios editores.

Algunas de estas entidades recaban, mediante las cookies que gestionan, información de los hábitos de navegación de los usuarios que acceden a los servicios o páginas ofrecidos por cualquiera de los editores a quienes representan. Los datos son recabados con la finalidad de que la difusión de las piezas publicitarias de los anunciantes sea lo más eficiente posible. Para ello analizan los hábitos de los usuarios en Internet con el fin de ofrecerles la publicidad más adecuada a los intereses asociados a su perfil de navegación. Este tipo de entidades actúan en el lado de la oferta, como ofertantes de espacios, en nombre y representación, directa o indirectamente de uno o varios editores.

A pesar de que este tipo de entidades muestran a sus clientes de manera agregada los datos obtenidos como resultado de la utilización de las *cookies*, será necesario informar y obtener el consentimiento de los usuarios para la recogida de dichos datos y su agregación y tratamiento posterior con la finalidad de gestionar la oferta de los espacios de los editores. Generalmente se realizará desde la página web de los editores que usen este tipo de cookies propias o de terceros.

Para llevar a cabo la gestión de estos espacios publicitarios de la forma más eficaz posible se emplean diferentes tipos de equipos, tecnologías, programas o aplicaciones de gestión, como adServers⁷, adExchanges⁸, etc. que tratan en tiempo real los datos obtenidos, de forma que las piezas publicitarias de los anunciantes se incluyen en los espacios publicitarios de los editores de forma automática en función de los criterios que se establezcan en cada caso.

Finalmente también es necesario señalar que es frecuente que esta labor de gestión sea subcontratada de forma total o parcial a otras empresas especializadas en el desarrollo de las actuaciones necesarias para la gestión de los espacios publicitarios.

Empresas de análisis y medición:

Son entidades que miden y/o analizan el comportamiento de la navegación de los usuarios en la página web de un editor, actuando en su nombre y representación, a través del análisis de los datos obtenidos con la utilización de las *cookies* con la finalidad de mejorar el servicio que presta el editor.

Generalmente para la prestación de este tipo de servicios se utilizan lo que se denominan “*cookies* de terceros”, es decir, *cookies* que son enviadas al equipo terminal del usuario no desde un equipo o dominio gestionado y controlado por el editor sino desde un equipo o dominio gestionado por la propia entidad que realiza el análisis de los datos.

Dada la multiplicidad de entidades intervinientes corresponderá a cada una analizar la labor que desarrolla para posicionarse en uno u otro papel de cara a la determinación de la responsabilidad en la que incurren y al cumplimiento de las obligaciones establecidas en la normativa y desarrolladas en la presente guía.

1 Banner: Anuncio con forma de rectángulo horizontal ubicado en la parte superior de las páginas web y que puede usar tecnología gif, animado, flash o jpeg.

2 Rascacielos: Anuncio con forma de rectángulo vertical ubicado en los laterales de las páginas web y que puede usar tecnología gif, flash o jpeg.

3 Robapáginas: Anuncio con forma cuadrada generalmente integrado en una ubicación fija de una página.

4 Pop up: Formato que aparece como una ventana emergente sobre una ventana del navegador abierta.

5 Layers: Formato flotante que se superpone al contenido de la página y que se mueve por la pantalla.

6 Cortinillas o interstitials de tránsito: Anuncios que aparecen entre dos páginas dentro de una web. También conocidos como “páginas de bienvenida” y “anuncios de transición”.

7 adServer (Servidor de anuncios): Los adserver son programas o plataformas de gestión utilizados para administrar el inventario de anuncios de un editor. Para ello se

suelen emplear cookies de terceros, de forma que estas cookies son enviadas al equipo terminal del usuario no desde un dominio gestionado y controlado por el propio editor, sino desde uno gestionado por el adserver.

8 adExchange (Intercambiador de anuncios): Sistema informático que permite la subasta automatizada de espacios publicitarios de editores por los que pujan los anunciantes y otros agentes autorizados para ello. La subasta se realiza en tiempo real utilizando los criterios establecidos por ambas partes por lo que las entidades participantes no saben, hasta que se muestra, cuál será la publicidad que se mostrará en un espacio subastado mediante esta infraestructura. Los adexchanges pueden o no utilizar cookies en función de la configuración establecida por el editor.