

Google quiere saber qué hacemos con todos los dispositivos

Por eso, el gigante tecnológico va a abandonar el seguimiento por cookies y va a centrar su rastreo al usuario mediante los sistemas de identificación hacia el login

Google empezará a usar el login en detrimento de las cookies para analizar los hábitos de los usuarios en un mundo multidispositivo.

Google esta preparándose ante el cambio de paradigma que supone el multidispositivo a la hora de seguir la pista de un usuario en términos de consumos de contenido, análisis de comportamiento y, por supuesto, estudio de los hábitos en la red para mostrar publicidad contextual en base al mismo. Lógicamente, en un mundo en el que el multidispositivo es algo que ya está más que estandarizado, este rastreo se hace más complicado cuando el usuario sale del control de tu ecosistema.

Para Google, seguir la pista de un usuario que utiliza su ecosistema es mucho más sencillo que otro que salta de Windows a iOS y utiliza Chromecast en la TV. No obstante, la compañía se ha dado cuenta que muchos de sus usuarios centran sus servicios en torno al login de Google, por lo que la compañía está poco a poco desplazando el rastreo del usuario desde la tradicional cookie y los sistemas de identificación del dispositivo hacia el login.

Esto es especialmente importante por la sencilla razón de que se necesita analizar todo el entorno que utiliza el usuario para tener una idea real de los hábitos de consumo, pues de otra manera se trata de islas independientes que no permiten hacerse una imagen completa de un usuario, y por lo tanto, los esfuerzos publicitarios no son efectivos al caer en este sesgo que provocan la islas independientes.

De hecho, Google está pensando en ampliar este reconocimiento de los hábitos del usuarios también hacia la TV, un movimiento similar al de Google Maps que utiliza las fotos y los datos de los locales para dar un servicio al usuario y, a la vez, utilizar los mapas como plataforma publicitaria para los negocios en términos de descubrimiento. Lo mismo con Fotos o YouTube.

Utilizar el identificador único de cada usuario (login) para rastrear sus movimiento por los diferentes dispositivos -en muchas ocasiones dependen de servicios de Google- es una forma mucho más efectiva que la Cookie, puesto que solventa el problema de la islas independientes. Lógicamente, Google no dejará de usar las cookies, por la sencilla razón de que este sistema es solo extensible a los usuarios de Google que utilizan los servicios de Google, por lo que se trata de un sistema similar al de Facebook.

Con esto, Google permite saltar las restricciones que suponen los dispositivos como islas independientes

Además, con este movimiento Google también e salta los bloqueadores de Cookies, puesto que al final la compañía utiliza el registro interno de cada usuario que, dentro de la cuenta de Google, se utiliza para conectar sus servicios entre sí, pero que es capaz de analizar los hábitos de consumo (compras y recibos en Gmail), la ubicación (Maps, Android) o los de navegación (Google Search) sin necesidad de salir del ecosistema de Google y, sobre todo, sin depender de que el usuario pueda bloquear o no las cookies.

En definitiva, Google tiene un nuevo plan para analizar cómo navegamos por internet que puede ser el primer clavo del ataúd de las ya clásicas cookies.

El contenido de este comunicado fue publicado primero en la web de Hipertextual

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Telecomunicaciones](#) [Marketing](#) [Innovación Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>