

AgenciaSeo: El 25 de mayo de 2018 fue la fecha límite para adaptar todos los sitios web a la nueva Ley RGPD

El nuevo Reglamento General de Protección de Datos afecta a todas las empresas y canales de comunicación, incluidas las páginas web

Mucho se está hablando últimamente del nuevo Reglamento General de Protección de Datos, o RGPD, una normativa más estricta en la materia que requiere que cualquier sitio web se adapte a los cambios. El objetivo de estas normas es conseguir los mismos estándares de protección de datos personales en todos los países de la Unión Europea, de modo que dicho reglamento afecta por igual a todos los países miembros.

Entre todos los canales que deben adaptarse a esta nueva situación, destacan las páginas web por ser mucho más susceptibles a contener datos sensibles de las personas. El cambio más relevante tendrá que ver con la información que se aporte acerca del tratamiento de dichos datos, de un modo que los usuarios sean capaces de comprender, sencillo y directo.

El camino puede parecer muy complicado de seguir, pero desde AgenciaSeo.online, una web especializada en marketing online, ofrecen las claves sobre este nuevo reglamento y sobre todos aquellos datos que hay que modificar antes de que pase la fecha límite.

¿Cómo se adapta una web a la nueva Ley RGPD?

Ante el desconocimiento de este proceso, puede parecer muy complejo y difícil de llevar a cabo, pero lo cierto es que solo hay que seguir una serie de pasos y actuaciones en los términos que propone la nueva Ley RGPD.

Para empezar, es necesario modificar los formularios de contacto o los espacios de comentarios de la web. Antes bastaba con incluir un pequeño texto de aviso sobre el destino de los datos personales del usuario, que estos aceptaban con el propio hecho de enviar el formulario. A partir de ahora, esta norma cambia, y el usuario debe aceptar el envío de datos personales y el uso que la web hará de ellos, marcando una casilla específica antes de poder enviar el formulario. Además, dentro del texto explicativo de la casilla deberá incluirse un enlace a la Política de Privacidad de la web.

Por otro lado, también habrá que retocar el Aviso Legal, un texto donde se recoge toda la información del propietario de la web, como su NIF, dirección, correo electrónico y otros datos de relevancia legal en caso de que se trate de un negocio o que se ofrezca algún tipo de servicio. En este texto también se incluye la propiedad sobre los contenidos de la web y se ofrecen diferentes alternativas de contacto para los usuarios. Este es el documento que menos cambios sufre con respecto a la antigua Ley de Protección de Datos junto a la Política de Privacidad, que solo requiere una ampliación en base a la información del formulario.

Los puntos que más modificaciones requieren dentro de la web son la Lista de Suscripción, o Newsletter, y el Aviso y Política de Cookies. En el primer caso, la suscripción habrá de hacerse de forma específica y con consentimiento explícito, al igual que ocurre en el caso de los formularios. Además, los suscriptores antiguos tendrán que renovar su consentimiento sobre el envío de promociones y correos, porque de no hacerlo, el envío será ilegal. En el segundo caso, las cookies de la web deberán estar bloqueadas hasta que el usuario acepte la recogida de datos por su parte. También deberá mantenerse el aviso sobre lo que son estas cookies, cuál es su función, y cómo pueden desactivarse.

Es también importante tener en cuenta que, de no llevar a cabo todos estos cambios, las sanciones pueden llegar incluso a los 20 millones de Euros dependiendo de la gravedad de la infracción cometida. Por eso es aconsejable adaptar cuanto antes todos los puntos al nuevo Reglamento General de Protección de Datos y tenerlo todo en orden según la legalidad.

Datos de contacto:

Eduardo Laserna

676 12 17 77

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Derecho Marketing Madrid E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>