Descripción

Para poder analizar la forma en la que las empresas pueden remitir comunicaciones publicitarias a personas físicas ya sean clientes potenciales, clientes o terceros, se debe estudiar la legislación de Protección de Datos, la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información (LSSI) respecto al envío de promociones publicitarias mediante medios electrónicos y la Ley General de Telecomunicaciones (LGT).