

MEMORANDO No. PAN-CLC-2019- 0163

DE: **CÉSAR LITARDO CAICEDO**
Presidente de la Asamblea Nacional

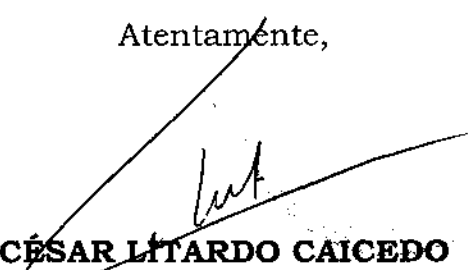
PARA: **JOHN DE MORA MONCAYO**
Prosecretario General Temporal

ASUNTO: Difundir Proyecto

FECHA: Quito D.M, 12 SEP 2019

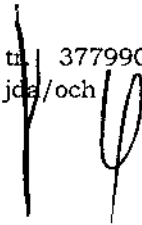
Según lo dispuesto en el Art. 55 de la Ley Orgánica de la Función Legislativa, envío el **"PROYECTO DE LEY QUE REGULA LAS VENTAS Y ATENCIÓN AL CLIENTE POR MEDIOS TELEFÓNICOS E INFORMÁTICOS (LISTA ROBINSON)"**, remitido por la Asambleísta Viviana Bonilla Salcedo, a través del memorando No. AN-VBS-2019-0115-M, ingresado a esta Legislatura el 5 de septiembre de 2019, con número de trámite 377990, a fin de que sea difundido a las/los asambleístas y a la ciudadanía a través del portal Web y se emita al Consejo de Administración Legislativa (CAL), para el trámite correspondiente.

Atentamente,



CÉSAR LITARDO CAICEDO
Presidente de la Asamblea Nacional

tr. 377990
jda/och



ASAMBLEA NACIONAL
REPÚBLICA DEL ECUADOR
2017-2021

SE


ASAMBLEA NACIONAL
REPÚBLICA DEL ECUADOR

(T39NUAPN)
Trámite **377990**
Codigo verificación **1T39NUAPNX**
Tipo de documento MEMORANDO INTERNO
Fecha recepción 05-sep-2019 14:26
Numeración AN-VBS-2019-0115 M
Fecha oficio 05-sep-2019
Remite a BONILLA SALCEDO VIVIANA PATRICIA
Función remitente ASAMBLEISTA
Para el estudio de su trámite en
<http://tramites.asambleanacional.gob.ec>
<http://asamblea@asamblea.gob.ec>

Memorando No. AN-VBS-2019-0115-M.
Quito, 05 de septiembre de 2019

Oficio: 1850
Anexo: 14F

Señor Ingeniero
César Litardo Caicedo
Presidente de la Asamblea Nacional
En su despacho

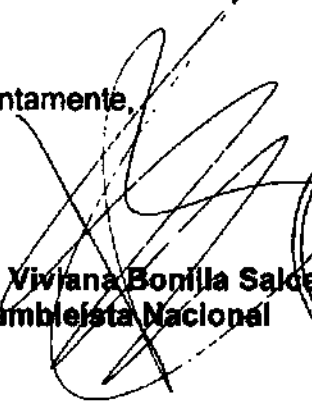
De mi consideración:

Por medio de la presente, de conformidad con el numeral 1 del Artículo 134 de la Constitución de la República y en concordancia con el numeral 1 del Artículo 54 de la Ley Orgánica de la Función Legislativa remito a usted el proyecto de Ley que regula las Ventas y Atención al Cliente por medios telefónicos e informáticos (Lista Robinson), a fin de que por su intermedio, se disponga dar el trámite correspondiente.

Para los fines pertinentes, adjunto las firmas de respaldo al proyecto de Ley.

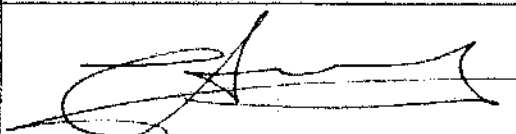
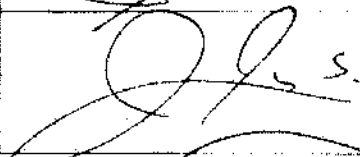
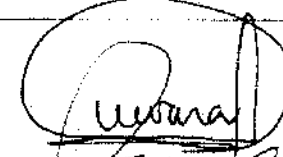
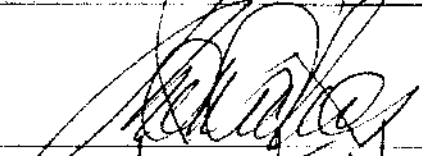
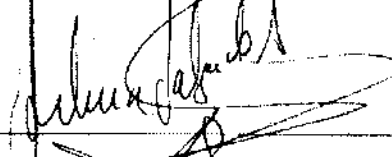
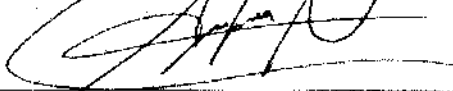
Sin otro particular, suscribo

Atentamente,

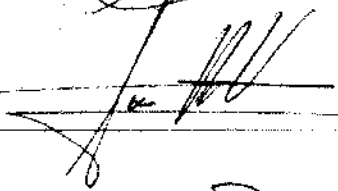
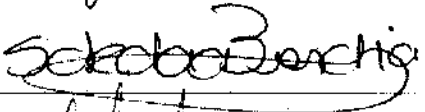
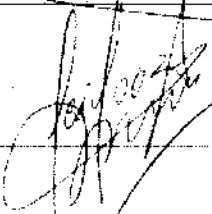
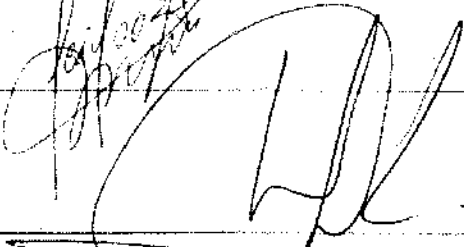
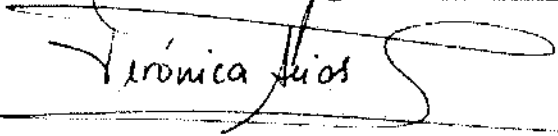

Ab. Viviana Bonilla Salcedo
Asambleísta Nacional



**Firmas de respaldo al Proyecto de
Ley que regula las Ventas y Atención al Cliente por medios
telefónicos e informáticos "Lista Robinson"**

Nombre	Firma
Esteban Albornoz	
Ronny Aleaga S.	
Verónica Guzmán	
Walter Córdova	
Silvia Salgado D.	
Rubén Zúñiga	
Marcelo Cevallos	
Andrea Yaguana Echeverría	

**Firmas de respaldo al Proyecto de
Ley que regula las Ventas y Atención al Cliente por medios
telefónicos e informáticos "Lista Robinson"**

Nombre	Firma
Nancy Quisamba Ortiz	
Juan Pablo Veliz	
SOLEDAD BUENDIA	
Lea Lopez J.	
Mariano Zambrano V	
VERONICA ARIAS F.	

Exposición de motivos

A partir de la denuncia pública realizada por los medios de comunicación, sobre cobros no autorizados realizados por bancos, a nombre de compañías de seguros o de servicios de asistencia, que comparten con los bancos un porcentaje de dichos cobros, se ha revelado un tráfico de bases de datos, o de información de los clientes de bancos, además de la venta telefónica con características que la doctrina ha denominado abusivas: como llamar a deshoras, explicar mal o incompleto el servicio o el costo que se pretende cobrar, o insistir muchas veces para presionar al potencial cliente hasta presionarlo a contratar un servicio que no se entiende bien por teléfono. Y no sólo los bancos incurren en estas prácticas.

Estas prácticas contrarían los derechos constitucionales de privacidad de datos, y de recibir información precisa y no engañosa sobre los bienes y servicios, para que el consumidor o usuario elija con libertad. De su lado, muchas veces las llamadas o mensajes para gestión de cobranza, son abusivos o tienen costos desproporcionados.

En otros países, la proliferación de llamadas, correos electrónicos o mensajes no deseados, se ha limitado con la implementación de la denominada "**Lista Robinson**", que es una base de datos de quienes no quieren recibir publicidad, y donde los agentes económicos deben verificar que no envíen información a quien no desea, bajo fuertes sanciones.

A esta iniciativa, se ha agregado reglas que eviten los comportamientos abusivos, tanto en llamadas para ventas como para cobranzas. La atención al cliente debe mejorar, para lo que se establecen reglas mínimas de atención. Dar buen servicio al cliente debiera ser reconocido, por lo que se establece incentivos, además de dos artículos de sanciones.

Considerandos

- Que, el numeral 1 del artículo 3 de la Constitución de la República establece como uno de los fines del Estado el garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en instrumentos internacionales;
- Que, los artículos 52 y 66, numeral 25, de la Constitución de la República reconoce el derecho de las personas a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características;
- Que, el artículo 54 de la Constitución de la República consagra la responsabilidad civil y penal de quienes presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, por la deficiente prestación del servicio, calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o descripción;
- Que, el artículo 66 de la Constitución de la República reconoce a toda persona los derechos: a una vida digna, a la integridad psíquica, a la prohibición de la tortura, al libre desarrollo de la personalidad, a guardar reserva sobre sus convicciones, a la objeción de conciencia, a la libertad de contratación, el derecho a la intimidad personal y familiar, la inviolabilidad de correspondencia, el derecho a dirigir quejas y peticiones y el derecho a participar en la vida cultura, entre otros;

- Que, particularmente, el mismo artículo 66 de la Constitución de la República, protege el derecho al honor y al buen nombre y a la protección de datos de carácter personal, que incluye el acceso y la decisión sobre información y datos de este carácter, así como su correspondiente protección. La recolección, archivo, procesamiento, distribución o difusión de estos datos o información requerirán la autorización del titular o el mandato de la ley;
- Que, entre los derechos de libertad que consagra el numeral 29 del artículo 66 de la Constitución de la República, se establece que ninguna persona pueda ser privada de su libertad por deudas, costas, multas, tributos, ni otras obligaciones, excepto el caso de pensiones alimenticias; y que ninguna persona pueda ser obligada a hacer algo prohibido o a dejar de hacer algo no prohibido por la ley;
- Que, la Declaración Universal de los Derechos Humanos establece que toda persona tiene derecho a que se le reconozca personalidad jurídica, que nadie será objeto de injerencias arbitrarias en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia, ni de ataques a su honra o a su reputación. Toda persona tiene derecho a la protección de la ley contra tales injerencias o ataques; así como el derecho a no ser molestado a causa de sus opiniones; y el derecho al descanso;
- Que, la Convención Americana de Derechos Humanos, reconoce el derecho de toda persona a que se respete su integridad psíquica y moral; así como al respecto de su honra y al reconocimiento de su dignidad y que nadie puede ser objeto de injerencias arbitrarias o abusivas en su vida privada, en la de su familia, en su domicilio o en su correspondencia, ni de ataques ilegales a su honra o reputación;

- Que, se requiere establecer normas para evitar y sancionar el tráfico de bases de datos, o de información personal de consumidores y usuarios;
- Que, las prácticas abusivas de venta telefónica han permitido a empresas como aseguradoras o prestadoras de servicios de asistencia, y otras, lograr contratos sin que el usuario tenga pleno conocimiento del alcance de los servicios, de sus costos o creer erradamente en su obligatoriedad.
- Que, en la literatura internacional, se consideran abusivos los comportamientos como: llamar a deshoras, explicar mal o incompleto el servicio o el costo que se pretende cobrar, o insistir muchas veces para presionar al potencial cliente hasta presionarlo a contratar un servicio. Ninguna persona puede ser molestada por su decisión de no comprar un bien o servicio, ni obligada a hacer algo que no desea;
- Que, las llamadas o mensajes para gestión de cobranza, no pueden vulnerar los derechos a la privacidad, a la honra y a la integridad psíquica;
- Que, debe establecerse reglas mínimas para la comunicación telefónica o informática, para respetar los derechos de consumidores y usuarios, así como infracciones y sanciones por su incumplimiento, e incentivos para mejorar la calidad de atención al cliente; y,
- En ejercicio de la facultad prevista en el numeral 6 del Artículo 120 de la Constitución de la República, la Asamblea Nacional expide la siguiente:

**Ley que regula las Ventas y Atención al Cliente por medios
telefónicos e informáticos “Lista Robinson”**

Capítulo I

Generalidades

- Art. 1.- Objeto.-** Esta ley tiene por objeto establecer las normas para facilitar el respeto a los derechos de los consumidores y usuarios, particularmente cuando la relación comercial o contractual tiene lugar mediante llamada telefónica, correo electrónico o cualquier otra forma de comunicación telefónica o informática.
- Art. 2.- Ámbito.-** Esta ley rige sobre toda relación comercial o contractual propuesta, decidida, gestionada o cobrada por vía telefónica o informática, sin importar si el consumidor o usuario es final. El ámbito de esta ley es el territorio ecuatoriano así como la atención a consumidores y usuarios que se encuentren en Ecuador, sin relación a donde se provea la atención telefónica o informática.
- Art. 3.- Principios.-** Esta ley debe interpretarse y aplicarse con sujeción a los siguientes principios:
- a. Confidencialidad:** Los datos personales de toda persona consumidora o usuaria deben gestionarse con respeto a la protección de datos reconocida en la Constitución. La recolección, archivo, procesamiento, distribución o difusión de estos datos o información requerirán la autorización del titular o el mandato de la ley.
 - b. In dubio pro usuario:** En caso de controversia o incertidumbre sobre la decisión de compra o sobre el alcance de la garantía o

responsabilidad sobre un bien o servicio adquirido, se estará a lo más beneficioso a la persona consumidora o usuaria.

- c. **No retroactividad:** El derecho a retractarse de la autorización de uso o difusión de datos personales, o a retractarse de la decisión de compra, rige para lo venidero.
- d. **Privacidad por defecto:** Se prohíbe mecanismos físicos o informáticos que hagan implícita o automática la autorización de uso o difusión de datos personales, sin que la persona consumidora o usuaria explícitamente manifieste su autorización.
- e. **Privacidad por diseño:** Se prohíbe el uso de herramientas informáticas que recolecten o usen datos personales sin previa autorización de su uso o difusión.
- f. **Responsabilidad:** Quienes manejen datos personales de personas consumidoras y usuarias son responsables hasta por culpa levisima sobre su difusión o filtración, deben tomar las medidas tecnológicas y de procedimientos que la costumbre mercantil de su actividad económica establezca y están obligados a informar al público en general, y a sus consumidores y usuarios en particular, sobre brechas de seguridad que se hubieren producido.
- g. **Simplicidad en la autorización:** El requerimiento de autorización de uso o difusión de datos personales no puede estar redactado de manera extensa o confusa. Se debe solicitar autorización de manera clara y sencilla.

Art. 4.- Derechos.- Son derechos de toda persona, en relación a proveedores o potenciales proveedores, en su relación comercial por vía telefónica o informática, los siguientes:

- a. Todos los derechos que la Constitución y la Ley reconocen a toda persona consumidora o usuaria.
- b. Derecho a la protección de datos personales.
- c. Derecho a la información sobre el acceso y uso que se da a sus datos personales.
- d. Derecho a la información cabal y completa sobre los bienes o servicios ofrecidos o adquiridos.
- e. Derecho a retractarse sobre la autorización de acceso y uso que se da a sus datos personales, sin efecto retroactivo.
- f. Derecho a cesar en la contratación de bienes o servicios de tracto sucesivo.
- g. Derecho a recibir una atención al cliente de calidad.
- h. Derecho a retractarse en la decisión de compra, conforme a las condiciones contractuales o legales aplicables.

Art. 5.- Definiciones.- Para la aplicación de esta ley, además de las definidas en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, se considerará las siguientes definiciones:

- a. **Atención al cliente:** Para efectos de esta ley, incluye todo el proceso de gestión de la satisfacción de un usuario o consumidor, incluyendo la recepción, procesamiento, gestión y evaluación de felicitaciones, sugerencias o quejas.
- b. **Base de datos:** Para efectos de esta ley, se entiende por compilaciones ordenadas de datos que contengan información personal.

- c. **Cobranza:** Para efectos de esta ley, incluye todo el proceso interno, administrativo, extrajudicial o judicial de gestión de pago por parte de un usuario o consumidor, de todo valor adeudado.
- d. **Empresas de telecomunicaciones:** Proveedoras de servicios de telecomunicaciones conforme la ley de la materia.
- e. **Instituciones financieras:** Proveedoras de servicios financieros conforme al Código Orgánico Monetario y Financiero, de cualquier sector.
- f. **Lista Robinson:** Registro de personas que no desean recibir publicidad, sea a una dirección de correo postal, a una dirección de correo electrónico o a un número de teléfono concreto.
- g. **Medios informáticos:** Toda forma de comunicación que use cualquier herramienta, protocolo o tecnología informática para trasladar datos de un lado a otro.
- h. **Promoción:** Condición comercial que en cualquier volumen o precio sea diferente de las condiciones comerciales comunes de bienes o servicios.
- i. **Usuario:** Consumidor de servicios.
- j. **Venta:** Acuerdo entre dos o más partes para trasladar el dominio de un bien o servicio a cambio de un precio o de otro bien o servicio. Para efectos de esta ley, la venta incluye la etapa de propuesta, explicación de características, negociación y decisión de compra.
- k. **Vía telefónica:** Toda forma de comunicación a través de tecnología telefónica, sea fija o móvil, digital o analógica, humana, mecánica o digital, o bien sea verbal o escrita.

Capítulo II

Gestión de la información

Art. 6.- Lista Robinson.- La Agencia de Regulación y Control de Telecomunicaciones, o la entidad que haga sus veces, administrará una base de datos de personas que voluntariamente se registren para no recibir publicidad ni promociones, sea por teléfono, dirección física, correo electrónico o cualquier otro medio informático. La solicitud de inclusión o exclusión en esta base de datos será realizado por la propia persona interesada, o por los padres o guardas, en caso de menores de edad.

Toda persona o establecimiento que ofrezca bienes o servicios, por medios telefónicos o informáticos, está obligada a excluir de su base de datos a quienes estén inscritos en la base de datos establecida en este artículo. La periodicidad de verificación de esta información será al menos mensual. El sistema informático que registre esta base de datos tendrá mecanismos para verificar la periodicidad de verificación.

Art. 7.- Manejo de base de datos.- Toda entidad, persona u organización que posea o maneje alguna base de datos que contengan datos personales, debe gestionarlos conforme a las mejores prácticas correspondientes a su correspondiente sector económico o herramienta que la contenga, así como implementar y cumplir los protocolos necesarios para evitar que se filtren por omisión, falta de suficiente cuidado en su conservación o por uso no autorizado por parte de personas, proveedores o terceros que tengan o puedan tener acceso a tales datos.

Toda filtración de datos deberá ser informada, a la brevedad posible, a clientes y usuarios, y al público en general, a través de cualquier medio informático disponible, así como instrucciones para atenuar los efectos negativos.

Art. 8.- Autorización de uso o difusión.- En cualquier momento, toda persona puede autorizar el uso o difusión de su información personal, o revocar tal autorización; que en ningún caso tendrá efecto retroactivo.

Las empresas de telecomunicaciones y las instituciones financieras deben informar en su facturación, a cada cliente, si ha conferido o no autorización, y el procedimiento si decide revocar.

Las instituciones financieras cuyas páginas web provean servicios personalizados que requieran ingreso del usuario financiero, mostrarán si ha conferido o no autorización y el procedimiento si decide revocar.

Art. 9.- Acceso a información.- En cualquier momento, toda persona puede solicitar, a su costo, que le sea entregada la información personal que cualquier proveedor tenga de sí misma, así como información sobre el uso que se le haya dado.

Art. 10.- Exclusión de bases de datos.- En cualquier momento, toda persona puede solicitar ser excluida de cualquier base de datos, incluso si no fuere consumidor o usuario de quien maneje tal base de datos. La exclusión será inmediata.

Capítulo III

Normas de atención al consumidor y usuario

Art. 11.- Ventas o promociones por vía telefónica.- Toda comunicación telefónica para ofrecer bienes, servicios o promociones, de cualquier naturaleza, se regirá por las siguientes reglas:

- a. No se puede llamar en fin de semana, feriados o después de las ocho de la noche.
- b. Quien llama debe informar donde obtuvo los datos de quien contesta.
- c. Quien llama no puede acosar, insistir o pedir explicaciones o motivos de la decisión de compra o no.
- d. Siempre debe informarse el precio final de cada bien o servicio ofrecido.
- e. Si el cliente acepta el bien o servicio, al terminar la llamada, el proveedor debe enviar por escrito, al mismo teléfono o a un correo electrónico, la versión escrita del contrato, el monto pactado y demás condiciones del servicio o bien adquirido.
- f. Si contesta una persona menor de edad, quien llama debe despedirse y colgar. No se puede vender ni contratar por teléfono con menores de edad.

Art. 12.- Ventas o promociones por medios informáticos.- Toda comunicación por correo electrónico u otros medios informáticos para ofrecer bienes, servicios o promociones, de cualquier naturaleza, se regirá por las siguientes reglas:

- a. El cuerpo del correo debe informar donde obtuvo los datos de la persona destinataria y un mecanismo sencillo para remover su nombre de la lista de destinatarios.

- b. Los correos electrónicos enviados a varias personas se enviarán con copia oculta, de modo que no se muestre el nombre de otros destinatarios.
- c. No se puede enviar más de un correo electrónico por día.

Art. 13.- Normas mínimas para cobranzas.- Toda comunicación para gestión de cobros, se regirá por las siguientes reglas:

- a. Para el caso de llamadas telefónicas, no se puede llamar en fin de semana, feriados o después de las ocho de la noche.
- b. Debe informarse el monto adeudado, la fecha de adeudo, el monto generado por gastos de cobranza, recargo o mora que fuere aplicable y las formas de pago.
- c. Debe informarse cómo reclamar en caso de discrepancia.
- d. Al terminar la llamada telefónica, quien realice la gestión de cobranza debe enviar por escrito, al mismo teléfono o a un correo electrónico, al menos la información exigida en los literales precedentes.
- e. En el caso de haber un juicio, se debe informar el número de causa.
- f. No se puede acosar al deudor ni amenazar con embargos, confiscaciones o medidas similares, salvo que hubiere un juicio o providencia preventiva ya iniciado.
- g. Si contesta una persona menor de edad, quien llama debe despedirse y colgar. No se puede gestionar cobranzas por teléfono con menores de edad.
- h. No se puede enviar más de una comunicación, sea telefónica o electrónica, por día.

Art. 14.- Atención al cliente.- Todo establecimiento comercial puede recibir reclamos, sugerencias o felicitaciones por teléfono, correo electrónico o por medios informáticos, canal que debe mostrarse en el establecimiento físico, la factura o en cualquier medio informático.

Todo consumidor y usuario tiene derecho a presentar reclamos y recibir respuesta oportuna y cabal.

En el caso de atención telefónica, al terminar la llamada, el proveedor debe enviar por escrito al mismo teléfono, o a un correo electrónico, un número de tiquet para seguimiento del consumidor o usuario.

Art. 15.- Información de servicios contratados a través de instituciones financieras.- Toda institución financiera debe informar, en medios informáticos o telefónicos, a cada usuario, qué servicios financieros y no financieros están inscritos para su cobro.

Toda institución financiera debe mostrar en sus agencias, oficinas, sucursales o instalaciones, un letrero en texto sencillo que informe a sus usuarios que ningún servicio está atado o condicionado a ser contratado con otro, salvo seguros de desgravamen para determinados créditos como establezca la ley aplicable.

Art. 16.- Oferta de servicios a través de mensajes de texto.- Ningún servicio de mensaje de texto denominado premium podrá entenderse automáticamente contratado ni exigir una respuesta negativa del usuario para que deje de estar contratado.

Capítulo IV

Régimen de incentivos y sanciones

Art. 17.- Registro de atenciones prestadas.- Las empresas prestadoras de servicios públicos domiciliarios y las empresas de telecomunicaciones deberán presentar anualmente a la Defensoría del Pueblo un registro de número de atenciones prestadas, tiempo promedio de atención y número de casos resueltos. Similar informe anual presentarán las instituciones financieras a la Superintendencia competente y las empresas de transporte a la Dirección General de Aviación Civil y a la Agencia Nacional de Tránsito, según la naturaleza de su actividad.

Art. 18.- Incentivos.- La Defensoría del Pueblo, la Superintendencia de Bancos, la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, la Dirección General de Aviación Civil y la Agencia Nacional de Tránsito publicarán, en sus respectivas páginas de internet, un ranking o escala sobre la calidad de atención al cliente, en sus respectivos ámbitos de competencia, con la información requerida en esta ley.

Art. 19.- Sanciones a cargo de ARCOTEL.- La Agencia de Regulación y Control, o la entidad que haga sus veces, impondrá sanciones, siguiendo el procedimiento administrativo común, por la comisión de las siguientes infracciones:

- a. Quien no excluya de su base de datos a quienes consten en la Lista Robinson establecida en el artículo 6 de esta ley.
- b. Omitir verificar al menos mensualmente la Lista Robinson.
- c. Omitir informar brechas de seguridad en manejo de bases de datos, conforme el artículo 7 de esta ley.
- d. No excluir de una base de datos individual a quien hubiere solicitado directamente, conforme el artículo 10 de esta ley.

- e. Incumplir una o más de las reglas de atención telefónica o informática establecidas en los artículos 11, 12, 13 y 14 de esta ley, salvo que el infractor sea institución financiera.
- f. Ofrecer servicios de mensajes de texto con costo, o permitir que terceros ofrezcan servicios de mensajes de texto con costo, denominado premium, a través de su infraestructura, de forma que incumplan el artículo 16 de esta ley.

Están sujetos a este régimen sancionatorio todas las personas, entidades que estén sujetas a los respectivos artículos.

Para todas estas infracciones, se impondrá una multa económica de uno a cinco salarios básicos del trabajador privado en general, por cada ocasión. La sanción será proporcional a la gravedad de la infracción. Cada reincidencia se sancionará con el doble de la multa anterior.

Art. 20.- Sanciones a cargo de Superintendencias.- Las Superintendencias de Bancos y de Economía Popular y Solidaria, en su respectiva área de competencia, impondrán sanciones contra instituciones financieras, siguiendo el procedimiento administrativo respectivo, por la comisión de las siguientes infracciones:

- a. Incumplir una o más de las reglas de atención telefónica o informática establecidas en los artículos 11, 12, 13 y 14 de esta ley.
- b. No proveer información a sus usuarios como prescribe el artículo 15 de esta ley.
- c. No presentar el informe anual de atención al cliente previsto en el artículo 17 de esta ley.

Para todas estas infracciones, se impondrá una multa económica de tres a diez salarios básicos del trabajador privado en general, por cada ocasión. La

sanción será proporcional a la gravedad de la infracción y al tamaño de la institución financiera infractora. Cada reincidencia se sancionará con el doble de la multa anterior.

Disposiciones Reformatorias

Primera.- En la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, publicada en el Registro Oficial Suplemento N° 557 de 17 de abril de 2002, sustitúyase en todos los artículos la frase *"Consejo Nacional de Telecomunicaciones"* por *"ente rector en materia de telecomunicaciones"*.

Segunda.- En el numeral 18 del artículo 255 del Libro I Código Orgánico Monetario y Financiero, publicado en el Registro Oficial Suplemento N° 332 de 12 de septiembre de 2014, después de la palabra *"Comercializar"*, agréguese la frase *"o compartir a cualquier título"*.

Disposiciones Transitorias

Primera.- La Agencia de Regulación y Control de Telecomunicaciones deberá habilitar la Lista Robinson en máximo noventa días desde la publicación de esta ley en el Registro Oficial.

Segunda.- Toda persona, entidad u organización sujeta a lo previsto en el artículo 7 de esta ley, deberá presentar un informe sobre brechas de seguridad ocurridas hasta un año antes de promulgada esta ley, en máximo noventa días desde la publicación de esta ley en el Registro Oficial.

Tercera.- Las instituciones financieras deben habilitar los mecanismos telefónicos o informáticos para informar a sus usuarios sobre los servicios financieros y no financieros, contratados o registrados para cobro, en máximo noventa días desde la publicación de esta ley en el Registro Oficial.

Disposición Final.- Esta ley entrará en vigor a partir de su publicación en el Registro Oficial.

Dado en Quito, a los ... días del mes de ... del año 2019.