

EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA METRO DE QUITO**RESOLUCIÓN Nro. RE-GG-EPMMQ-2026-021**

Eco. Juan Carlos Parra Fonseca
GERENTE GENERAL

CONSIDERANDO:

- Que,** el numeral 7, letra l) del artículo 76 de la Constitución de la República del Ecuador (en adelante “Constitución”), dispone: “(...) *Las resoluciones de los poderes públicos deberán ser motivadas. No habrá motivación si en la resolución no se enuncian las normas o principios jurídicos en que se funda y no se explica la pertinencia de su aplicación a los antecedentes de hecho. Los actos administrativos, resoluciones o fallos que no se encuentren debidamente motivados se considerarán nulos. Las servidoras o servidores responsables serán sancionados (...)*”;
- Que,** el artículo 82 de la Constitución de la República, establece: “*El derecho a la seguridad jurídica se fundamenta en el respeto a la Constitución y en la existencia de normas jurídicas previas, claras, públicas y aplicadas por las autoridades competentes*”;
- Que,** el numeral 4 del artículo 225 de la Constitución, indica que el sector público comprende: “*4. Las personas jurídicas creadas por acto normativo de los gobiernos autónomos descentralizados para la prestación de servicios públicos*”;
- Que,** el artículo 226 de la ibidem, prevé: “(...) *Las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, las servidoras o servidores públicos y las personas que actúen en virtud de una potestad estatal ejercerán solamente las competencias y facultades que les sean atribuidas en la Constitución y la ley. Tendrán el deber de coordinar acciones para el cumplimiento de sus fines y hacer efectivo el goce y ejercicio de los derechos reconocidos en la Constitución (...)*”;
- Que,** el artículo 227 de la Constitución, establece: “(...) *La administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación (...)*”;
- Que,** el artículo 233 de la Constitución, determina: “*Ninguna servidora ni servidor público estará exento de responsabilidades por los actos realizados en el ejercicio de sus funciones o por omisiones, y serán responsable administrativa, civil y penalmente por el manejo y administración de fondos, bienes o recursos públicos (...)*”;
- Que,** el inciso segundo del artículo 315 ibidem, señala: “*El Estado constituirá empresas públicas para la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y el desarrollo de otras actividades económicas*”;
- Que,** el artículo 7 del Código Orgánico Administrativo (en adelante “COA”), dispone: “(...) *La función administrativa se desarrolla bajo el criterio de distribución objetiva de funciones, privilegia la delegación de la repartición de funciones entre los órganos de una misma administración pública, para descongestionar y acercar las administraciones a las personas (...)*”;
- Que,** el artículo 47 del COA, establece: “*La máxima autoridad administrativa de la correspondiente entidad pública ejerce su representación para intervenir en todos los actos, contratos y relaciones jurídicas sujetas a su competencia. Esta autoridad no requiere delegación o autorización alguna de un órgano o entidad superior, salvo en los casos expresamente previstos en la ley*”;
- Que,** el artículo 130 del COA, determina: “(...) *Las máximas autoridades administrativas tienen competencia normativa de carácter administrativo únicamente para regular los asuntos internos del órgano a su cargo (...)*”;
- Que,** el artículo 4 de la Ley Orgánica de Empresas Públicas (en adelante “LOEP”), define a las empresas públicas como “(...) *entidades que pertenecen al Estado en los términos que establece la Constitución de la República, personas jurídicas de derecho público, con patrimonio propio, dotadas de autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa y de gestión. Estarán destinadas a la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y en general al desarrollo de actividades económicas que corresponden al Estado (...)*”;
- Que,** el artículo 10 de la LOEP, determina que el Gerente General de la empresa pública ejercerá la representación legal, judicial y extrajudicial de la empresa y será responsable de la gestión empresarial, administrativa, económica, financiera, comercial, técnica y operativa;

- Que,** el artículo 11 de la LOEP, indica como atribución y responsabilidad del Gerente General entre otras: "(...) 8. *Aprobar y modificar los reglamentos internos que requiera la empresa*";
- Que,** el artículo 123 del Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito contenido en la Ordenanza Metropolitana No. 124-2026 de 26 de mayo de 2025 (en adelante "Código Municipal"), define a las empresas públicas metropolitanas como *"personas jurídicas de derecho público, con patrimonio propio, dotadas de autonomía presupuestaria, financiera, económica, administrativa, de gestión y con potestad coactiva, cuya constitución, organización, funcionamiento, fusión, escisión y liquidación se regula por la ley de la materia, las ordenanzas (...)"*;
- Que,** el artículo 142 del Código Municipal establece como deberes del Gerente General de una empresa pública metropolitana "(...) a) *Cumplir y hacer cumplir las normas que rigen las actividades de la empresa pública metropolitana*; (...) b) *Dirigir y supervisar las actividades de la empresa pública metropolitana, coordinar y controlar el funcionamiento de las dependencias de esta y de los distintos sistemas empresariales y adoptar las medidas más adecuadas para garantizar una administración eficiente, transparente y de calidad (...)*";
- Que,** el artículo 207 del Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito, establece "**Creación.-** *Créase la empresa pública denominada "Empresa Pública Metropolitana Metro de Quito"*";
- Que,** el Código Municipal en el artículo 208 prevé: "*El objeto principal de la "Empresa Pública Metropolitana Metro de Quito" será el de desarrollar, implementar y administrar el subsistema "Metro de Quito" en el marco de las políticas y normas expedidas por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (...)*";
- Que,** el artículo 209 del Código Municipal determina respecto a las potestades y competencias de la Empresa Pública Metropolitana Metro de Quito: "(...) a. *Planificar y realizar los estudios que se requieran para la construcción, equipamiento y explotación del Subsistema de Transporte Público Metro de Quito (...)*; b. *Administrar, operar, mantener y, en general, explotar la infraestructura, el material móvil y el equipamiento e instalaciones del Subsistema de Transporte Público Metro de Quito*; c. *Prestar servicios atinentes al objeto previsto en el literal anterior, a través de la infraestructura a su cargo, directamente o por cualquier medio permitido por el ordenamiento jurídico*";
- Que,** mediante Resolución Nro. DEPMQ-011-2024 de 11 de junio de 2024, el Directorio de la Empresa Pública Metropolitana Metro de Quito, nombró al Econ. Juan Carlos Parra Fonseca, como Gerente General de la Empresa Pública Metropolitana Metro de Quito – EPMMQ; y, con Acción de Personal No. 2024-AP1-0084, se formalizó su posesión, con vigencia a partir del 11 de junio del 2024;
- Que,** mediante Resolución Nro. DEPMQ-016-2025 de 10 de abril de 2025 el Directorio de la EPMMQ. resolvió: "(...) **Artículo 1. -** *Conocer y aprobar el Plan General de Negocios, Expansión e Inversión - 2025 de la Empresa Pública Metropolitana Metro de Quito, documento que se anexa y es parte íntegra de esta resolución y, que fue presentado por la Gerencia General de la EPMMQ mediante oficio No. EPMMQGG-2025-0333-O de 09 de abril de 2025. / Esta aprobación se la realiza conforme el "Plan General de Negocios, Expansión e Inversión 2025 de la EPMMQ", el "INFORME TÉCNICO DE FORMULACIÓN DEL PLAN GENERAL DE NEGOCIOS, EXPANSIÓN E INVERSIÓN 2025" remitido mediante Memorando No. EPMMQ-GN-2025-0227-M de 08 de abril de 2025, Gerencia de Negocios de la EPMMQ, y el informe jurídico contenido en el Memorando No. EPMMQ-GJ-2025-0315-M de 08 de abril de 2025, acogidos valorados, aprobados y remitidos por el Gerente General de la EPMMQ, mediante Oficio No. EPMMQ-GG-2025-0333-O de 09 de abril de 2025, de conformidad con el inciso final del artículo 134 del Código Municipal del Distrito Metropolitano de Quito (...)*";
- Que,** la Resolución Nro. DEPMQ-EXT-DIR-2026-001 de 20 de mayo de 2026, el Directorio de la Empresa Pública Metropolitana Metro de Quito, aprobó el Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos de la EPMMQ. En dicho instrumento, el numeral 2.5. establece como misión de la Gerencia Social y de Servicio al Cliente, *"Gestionar la implementación de planes de relacionamiento social y formación cultural en los usuarios y ciudadanía en general y el modelo integral de asistencia y atención a los usuarios del STPMQ"*;
- Que,** la Gerencia de Negocios y Comercialización de la EPMMQ, mediante memorando Nro. EPMMQ-GNC-2026-0176-M de 25 de agosto de 2026, solicita al Gerente General, luego del análisis correspondiente, lo siguiente: "(...) *a usted se sirva autorizar y disponer a quien corresponda las gestiones necesarias para reformar el artículo 12 de la Resolución No. RE-GG-EPMMQ-2026-014, en función del texto propuesto en el documento anexo a este memorando, a fin de que las disposiciones relativas a las modalidades de pago se articulen de mejor manera con los procesos de facturación, notificación y cumplimiento de las obligaciones de las partes*"; documento que es parte integrante de la presente resolución;

Que, mediante sumilla de 25 de agosto de 2026, inserta en el recorrido en el Sistema Sitra del memorando Nro. EPMMQ-GNC-2026-0176-M, el Gerente General dispuso a la Gerencia Jurídica: *"Favor revisar, analizar y de ser pertinente efectuar el cambio requerido"*;

Que, la máxima autoridad institucional cuenta con la facultad para aprobar dirigir y supervisar las actividades de la empresa para garantizar una administración eficiente, transparente y de calidad;

EN EJERCICIO de las atribuciones conferidas en el numeral 8 del artículo 11 de la Ley Orgánica de Empresas Públicas; artículo 130 del Código Orgánico Administrativo; y, acogiendo la recomendación constante en memorando Nro. EPMMQ-GNC-2026-0176-M de 25 de agosto de 2026 de la Gerencia de Negocios y Comercialización,

RESUELVE:

EXPEDIR LA ACTUALIZACIÓN DEL CATÁLOGO DE PRODUCTOS DE LA EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA METRO DE QUITO

CAPÍTULO I
GENERALIDADES

Artículo 1.- Objeto. – Implementar el Catálogo de Productos de la Empresa Pública Metropolitana Metro de Quito (EPMMQ).

Artículo 2.- Ámbito. - Las disposiciones contenidas en esta resolución son de cumplimiento obligatorio para las y los servidores públicos y trabajadores de la EPMMQ.

CAPÍTULO II
CATÁLOGO DE PRODUCTOS DE LA EPMMQ

Artículo 3.- Branding Posterior.- El branding posterior en monitores de los trenes es un espacio asignado para ejecutar estrategias de difusión para visibilidad y reconocimiento de una marca, productos, servicios o promociones que necesitan llegar al consumidor final.

1. Características:

- a) 180 espacios en posterior de monitores del total de la flota de trenes (material rodante).
- b) Tamaño: 0,48 mt. x 0,31 mt.
- c) Tarifas No incluyen IVA.

2. Tarifas:

Tarifas para personas naturales y jurídicas del sector privado					
PRODUCTO	MESES				
	1	3	6	9	12
BRANDING POSTERIOR MONITORES	\$ 4.000	\$ 10.200	\$ 19.200	\$ 27.000	\$ 31.200

Tarifas para Instituciones del sector público					
PRODUCTO	MESES				
	1	3	6	9	12
BRANDING POSTERIOR MONITORES	\$ 3.600	\$ 9.180	\$ 17.280	\$ 24.300	\$ 28.080

Artículo 4.- Monitores Digitales en Trenes/Material Rodante (Canal del Metro). - La publicidad en pantallas digitales del material del Metro de Quito es una forma efectiva de llegar a una gran audiencia en entornos urbanos. Estas pantallas ubicadas en los trenes de transporte público ofrecen una alta visibilidad, y contacto frecuente con los pasajeros.

1. Características:

- a) 540 monitores en flota de 15 trenes (material rodante).
- b) 17:30 Horas diarias.
- c) Spot de 18 segundos en un reel de 6 minutos.
- d) Tamaño: 1920 x 1080 pixeles.
- e) 1 diseño gráfico (imagen inanimada sin audio).
- f) 1 leyenda.
- g) Tarifas No incluyen IVA.

2. Tarifas:

Tarifas para personas naturales y jurídicas del sector privado					
PRODUCTO	MESES				
	1	3	6	9	12
MONITORES DIGITALES TRENES	\$ 6.762	\$ 17.244	\$ 32.460	\$ 45.647	\$ 52.747

Tarifas para Instituciones del sector público					
PRODUCTO	MESES				
	1	3	6	9	12
MONITORES DIGITALES TRENES	\$ 6.086	\$ 15.520	\$ 29.214	\$ 41.082	\$ 47.472

Artículo 5.- Producciones Especiales / Exhibiciones.- El Subsistema de Transporte Público Metro de Quito, cuenta con 15 estaciones, en las cuales existen espacios amplios, iluminados, señalizados, limpios y seguros, idóneos para clientes que necesiten realizar exhibiciones de arte, performances y eventos en vivo, eventos culturales, lanzamiento de productos, exposiciones educativas, o campañas de concientización social sobre la seguridad, la inclusión, el respeto al medio ambiente, o la equidad, sensibilizando a los usuarios mientras esperan o viajan, en estricta observancia a las Normas para Regular el Uso del Subsistema de Transporte Público Metro de Quito, contenidas en la Ordenanza No. 095-2025. (Artículos 2923.1 y siguientes del Código Municipal).

1. Características:

- Ubicaciones en entrada y salidas de andenes o vestíbulos.
- Medidas según disponibilidad de espacios.
- Precios por estación.
- Activaciones de marca en un espacio físico de 6 m².
- Arcos publicitarios en varios accesos.
- Branding en columnas (1 espacio de 6 m²).
- Branding en gradas eléctricas (2 vidrios laterales).
- Branding en pasillos de validaciones (talanqueras por estación).
- Branding en paredes (2 espacios de 6m² c/u).
- Proyección en paredes (1 espacio de 12 m²/ 48 clientes anuales).
- Branding en cristales (2 espacios de 6m² c/u).
- Rótulos aéreos (3 espacios de 4 x 0,50 m por estación).
- Floor Graphic - vinil para pisos (36 espacios en andén – 18 por lado- medidas 0,40 m x 0,40 m / 10 espacios- medidas 0,80 m x 0,80 m).
- Agarraderas / colgantes (208 unidades por tren o material rodante)
- Tarifas No incluyen IVA.

2. Tarifas:

Tarifas para personas naturales y jurídicas del sector privado					
PRODUCTO	MESES				
	1	3	6	9	12
PRODUCCIONES ESP. / EXHIBICIONES	\$ 2.500	\$ 6.375	\$ 12.000	\$ 16.875	\$ 19.500

Tarifas para Instituciones del sector público					
PRODUCTO	MESES				
	1	3	6	9	12
PRODUCCIONES ESP. / EXHIBICIONES	\$ 2.250	\$ 5.738	\$ 10.800	\$ 15.188	\$ 17.550

Artículo 6.- Activaciones BTL.- Las activaciones BTL (Below The Line) son estrategias de marketing no convencionales que buscan conectar de manera directa con el público objetivo a través de experiencias e interacciones más personalizadas y creativas, en lugar de usar medios masivos tradicionales como la televisión o la radio.

1. Características:

- 1 stand.
- Medidas: 3,00 mt. x 2,00 mt.
- 2 personas.
- Ubicación en entradas y salidas.
- Precio por estación.
- Tarifas No incluyen IVA.

2. Tarifas:

Tarifas para personas naturales y jurídicas del sector privado		
PRODUCTO	DIAS	
	1	FIN DE SEMANA (V-S-D)
ACTIVACIONES BTL X ESTACION	\$ 350	\$ 893

Tarifas para Instituciones del sector público		
PRODUCTO	DIAS	
	1	FIN DE SEMANA (V-S-D)
ACTIVACIONES BTL X ESTACION	\$ 315	\$ 803

Artículo 7.- Producción Audiovisual.- Las producciones audiovisuales en estaciones del metro pueden ser una forma poderosa de utilizar el espacio público para generar contenido impactante y creativo, mientras se aprovecha el flujo constante de personas. Estas producciones pueden abarcar desde cortometrajes, anuncios publicitarios, desfiles, hasta piezas artísticas y culturales, y pueden tomar diversas formas dependiendo del objetivo y el público al que se desea llegar.

1. Características:

- Únicamente en horarios valle.
- Máximo 10 personas.
- Tarifas No incluyen IVA.

2. Tarifas:

Tarifas para personas naturales y jurídicas del sector privado		
PRODUCTO	HORAS	
	1	
PRODUCCION AUDIOVISUAL	\$	250

Tarifas para Instituciones del sector público		
PRODUCTO	HORAS	
	1	
PRODUCCION AUDIOVISUAL	\$	225

Artículo 8.- Branding Interior de Vagones. - Este producto permitirá usar estratégicamente los espacios visibles dentro de un vagón o tren (cenefas superiores, armarios) para comunicar mensajes de marcas específicas que transmitan un mensaje visual impactante hacia el usuario durante el trayecto del viaje.

1. Características:

- Espacios determinados: Cenefas superiores y armarios, 6 vagones que conforman un tren.
- 48 espacios en cenefas de 1,84 mt. x 0,21 mt.
- 6 espacios en armarios de 2,08 mt. x 1,93 mt.
- Material: Adhesivo publicitario en vinilo removible o reposicionable.
- Tarifas No incluyen IVA.

2. Tarifas:

TARIFAS PARA PERSONAS NATURALES Y JURÍDICAS DEL SECTOR PRIVADO						
PRODUCTO	MESES					
	1	3	6	9	12	
BRANDING INTERIOR DE VAGONES	\$ 3.500	\$ 8.925	\$ 16.800	\$ 23.625	\$ 27.300	
Número de pagos (cuotas)	1	2	3	6	9	
TARIFAS PARA INSTITUCIONES DEL SECTOR PÚBLICO						
PRODUCTO	MESES					
	1	3	6	9	12	
BRANDING INTERIOR DE VAGONES	\$ 3.150	\$ 8.033	\$ 15.120	\$ 21.263	\$ 24.570	
Número de pagos (cuotas)	1	2	3	6	9	

La Dirección de Promoción Comercialización de Servicios determinará el número de trenes (material rodante) en los cuales podrá aplicarse el producto comercial de Branding Interior de Vagones.

Artículo 9.- Branding Exterior de Vagones (Parcial).- Este producto permitirá usar estratégicamente los espacios visibles fuera de un vagón o tren (laterales, cristales) para comunicar mensajes de marcas específicas que transmitan un mensaje visual impactante hacia el usuario.

1. Características:

- a) Espacios determinados: Laterales ventanas y vidrios inferiores de puertas, 6 vagones que conforman un tren.
- b) Branding Restringido: Para contratos con espacios publicitarios medidos, señalando que se interviene una parte específica y singular.
- c) Material: Adhesivo publicitario en vinilo removible o reposicionable.
- d) Tarifas No incluyen IVA.

2. Tarifas:

TARIFAS PARA PERSONAS NATURALES Y JURÍDICAS DEL SECTOR PRIVADO					
PRODUCTO	MESES				
	1	3	6	9	12
BRANDING EXTERIOR DE VAGONES	\$ 8.500	\$ 21.675	\$ 40.800	\$ 57.375	\$ 66.300
Número de pagos (cuotas)	1	2	3	6	9

TARIFAS PARA INSTITUCIONES DEL SECTOR PÚBLICO					
PRODUCTO	MESES				
	1	3	6	9	12
BRANDING EXTERIOR DE VAGONES	\$ 7.650	\$ 19.507	\$ 36.720	\$ 51.637	\$ 59.670
Número de pagos (cuotas)	1	2	3	6	9

La Dirección de Promoción Comercialización de Servicios determinará el número de trenes (material rodante) en los cuales podrá aplicarse el producto comercial de Branding Exterior de Vagones (Parcial).

Artículo 10.- Fachadas Principales.- Este producto permitirá usar estratégicamente los espacios disponibles en fachadas de las estaciones para comunicar mensajes de marcas específicas que transmitan un mensaje visual impactante hacia el usuario.

1. Características:

- a) Espacios en entradas principales.
- b) Espacios superiores a 12 mt2.
- c) Tarifas detalladas por mt2.
- d) Material adhesivo publicitario en vinilo y/o vinilo imantado.
- e) No incluye producción e implementación.
- f) Precios sin IVA.

2. Tarifas:

TARIFAS PARA PERSONAS NATURALES Y JURÍDICAS DEL SECTOR PRIVADO					
PRODUCTO	MESES				
	1	3	6	9	12
FACHADA PRINCIPAL	\$ 104	\$ 266	\$ 500	\$ 703	\$ 813
Número de pagos (cuotas)	1	2	3	6	9

TARIFAS PARA INSTITUCIONES DEL SECTOR PÚBLICO					
PRODUCTO	MESES				
	1	3	6	9	12
FACHADA PRINCIPAL	\$ 94	\$ 239	\$ 450	\$ 633	\$ 731
Número de pagos (cuotas)	1	2	3	6	9

La Dirección de Promoción Comercialización de Servicios determinará el número de estaciones en las cuales podrá aplicarse el producto comercial de Fachadas Principales.

Artículo 11.- Consolidado de Tarifas del Catálogo de Productos.- De los productos detallados los artículos que anteceden se desprenden el consolidado de tarifas sin IVA para el sector privado y público:

TARIFAS PARA PERSONAS NATURALES Y JURÍDICAS DEL SECTOR PRIVADO									
PRODUCTO	MESES					DIAS		HORAS	
	1	3	6	9	12	1	FIN DE SEMANA (V-S-D)	1	
BRANDING INTERIOR DE VAGONES	\$ 3.500	\$ 8.925	\$ 16.800	\$ 23.625	\$ 27.300				
BRANDING EXTERIOR DE VAGONES	\$ 8.500	\$ 21.675	\$ 40.800	\$ 57.375	\$ 66.300				
BRANDING POSTERIOR MONITORES	\$ 4.000	\$ 10.200	\$ 19.200	\$ 27.000	\$ 31.200				
MONITORES DIGITALES TRENE	\$ 6.762	\$ 17.244	\$ 32.460	\$ 45.647	\$ 52.747				
PRODUCCIONES ESP. / EXHIBICIONES	\$ 2.500	\$ 6.375	\$ 12.000	\$ 16.875	\$ 19.500				
FACHADA PRINCIPAL	\$ 104	\$ 266	\$ 500	\$ 703	\$ 813				
ACTIVACIONES BTL X ESTACION						\$ 350		893	
PRODUCCION AUDIOVISUAL									\$ 250
Número de pagos (cuotas)	1	2	3	6	9	1	1	1	

TARIFAS PARA INSTITUCIONES DEL SECTOR PÚBLICO									
PRODUCTO	MESES					DIAS		HORAS	
	1	3	6	9	12	1	FIN DE SEMANA (V-S-D)	1	
BRANDING INTERIOR DE VAGONES	\$ 3.150	\$ 8.033	\$ 15.120	\$ 21.263	\$ 24.570				
BRANDING EXTERIOR DE VAGONES	\$ 7.650	\$ 19.507	\$ 36.720	\$ 51.637	\$ 59.670				
BRANDING POSTERIOR MONITORES	\$ 3.600	\$ 9.180	\$ 17.280	\$ 24.300	\$ 28.080				
MONITORES DIGITALES TRENE	\$ 6.086	\$ 15.520	\$ 29.214	\$ 41.082	\$ 47.472				
PRODUCCIONES ESP. / EXHIBICIONES	\$ 2.250	\$ 5.738	\$ 10.800	\$ 15.188	\$ 17.550				
FACHADA PRINCIPAL	\$ 94	\$ 239	\$ 450	\$ 633	\$ 731				
ACTIVACIONES BTL X ESTACION						\$ 315		803	
PRODUCCION AUDIOVISUAL									\$ 225
Número de pagos (cuotas)	1	2	3	6	9				

Nota: Los valores económicos expuesto en el Consolidado de Tarifas del Catálogo de Productos no incluyen el IVA.

CAPÍTULO III MODALIDADES DE PAGO, GARANTÍAS, RESTRICCIONES Y CONVENIOS

Artículo 12.- Modalidades de pago. - Con el objetivo de establecer un marco de negociación efectivo y atraer clientes interesados en el Catálogo de Productos de la EPMMQ, se definen los siguientes lineamientos relacionados con las modalidades de pago. Estas formas de pago buscan ofrecer opciones atractivas para los interesados para los clientes y, al mismo tiempo, garantizar un ingreso sostenido para la EPMMQ a mediano y largo plazo.

En este sentido, los pagos podrán realizarse de la siguiente manera:

- 1) Tarifa de 3 meses: 2 pagos mensuales consecutivos.
- 2) Tarifa de 6 meses: 3 pagos mensuales consecutivos.
- 3) Tarifa de 9 meses: 6 pagos mensuales consecutivos.
- 4) Tarifa de 12 meses: 9 pagos mensuales consecutivos.

Cuando se apliquen modalidades de pago, la primera cuota deberá ser cancelada a la EPMMQ dentro del término de cinco (5) días, contados a partir de la notificación de la respectiva factura. Las cuotas posteriores, mensuales y consecutivas, deberán acreditarse a la EPMMQ dentro del mismo término, contado desde la notificación de cada factura correspondiente. En caso de no aplicarse modalidades de pago, el valor total deberá acreditarse a la EPMMQ dentro del término de cinco (5) días, contados a partir de la notificación de la respectiva factura.

La Dirección de Promoción Comercialización de Servicios, deberá especificar en la ficha técnica la o las fechas de pagos, los cuales no podrán exceder ni el número de cuotas ni los periodos establecidos en las modalidades de pago previstas en el presente artículo; Asimismo, será responsable de gestionar ante la Dirección Financiera la emisión de la factura correspondiente y su posterior notificación al cliente, dentro de los plazos establecidos y conforme corresponda.

De darse una terminación anticipada por parte del cliente bajo una modalidad de pago, este deberá cancelar los valores económicos que correspondan, conforme a los meses y tarifas establecidos en el Consolidado de Tarifas del Catálogo de Productos previsto en el artículo 11 del presente instrumento, hasta la fecha efectiva de terminación del contrato. De no efectuarse el pago señalado, la EPMMQ procederá con el retiro del material publicitario, cuyos costos deberán ser asumidos por el cliente en caso de generarse erogaciones económicas por dicho concepto, sin perjuicio de las acciones legales y administrativas a las que hubiere lugar; adicionalmente, el cliente no podrá contratar servicios contemplados en el Catálogo de Productos de la EPMMQ hasta que se encuentren cancelados los valores pendientes.

La Dirección de Promoción Comercialización de Servicios, por ninguna circunstancia, podrá brindar ni activar el servicio publicitario mientras no se haya suscrito el contrato correspondiente. Asimismo, no podrá activar o mantener la prestación del servicio cuando el cliente no haya cancelado a la EPMMQ los valores económicos que le correspondan, de conformidad con las condiciones y modalidades de pago establecidas en el presente artículo. No obstante, cuando, de conformidad con la modalidad de pago aplicable, el cliente no pueda efectuar el pago dentro del término establecido, podrá concedérsele, previa aprobación de la Dirección de

Promoción Comercialización de Servicios, una prórroga de hasta cinco (5) días término adicionales para el cumplimiento de dicha obligación.

De darse una terminación anticipada por parte del cliente bajo una modalidad de pago, este deberá cancelar los valores económicos que correspondan, conforme a los meses y tarifas establecidas en el Consolidado de Tarifas del Catálogo de Productos previsto en el artículo 11 del presente instrumento, hasta la fecha efectiva de terminación del contrato. De no efectuarse el pago señalado, la Dirección de Promoción Comercialización de Servicios procederá con el retiro del material publicitario, cuyos costos deberán ser asumidos por el cliente en caso de generarse erogaciones económicas por dicho concepto, sin perjuicio de las acciones legales y administrativas a las que hubiere lugar; adicionalmente, el cliente no podrá contratar servicios contemplados en el Catálogo de Productos de la EPMMQ hasta que se encuentren cancelados los valores pendientes.

Artículo 13.- Garantías. - La Dirección de Promoción Comercialización de Servicios, podrá requerir las garantías necesarias que considere conforme el tipo de producto a contratar.

Artículo 14.- Restricciones. – La EPMMQ, a través de la Dirección de Promoción Comercialización de Servicios, supervisará que el contenido publicitario que se efectúe a través de cualquiera de los productos que contempla el catálogo, no verse sobre los siguientes tópicos:

- 1) Cuando el contenido promueva la violencia, el sexismo, el racismo, la discriminación, el proselitismo político o incluya material de carácter sexual.
- 2) Cuando muestre imágenes de niñas, niños o adolescentes que hayan sido víctimas de maltrato o abuso sexual.
- 3) Cuando se fomente el uso o consumo de sustancias estupefacientes, psicotrópicas o bebidas alcohólicas.
- 4) Cuando la publicidad sea engañosa, abusiva o induzca a error.
- 5) Cuando se vulneren los derechos de los consumidores.
- 6) En cualquier otro caso que contravenga lo establecido por la normativa vigente o por disposiciones de la autoridad competente.

Artículo 15.- Asignación de espacios para el Municipio Metropolitano de Quito y la Empresa Pública Metropolitana Metro de Quito.- En atención a la misión¹ de la Secretaría de Comunicación, establecida en el Estatuto Orgánico del Gobierno Autónomo Descentralizado del Distrito Metropolitano de Quito, el Municipio podrá utilizar los espacios del subsistema para la difusión de su información o publicidad, conforme a lo establecido en el Catálogo de Productos de la EPMMQ, siempre y cuando estos espacios se encuentren disponibles.

De igual manera, la Empresa Pública Metropolitana Metro de Quito podrá hacer uso de cualquier espacio dentro de la infraestructura del subsistema, con fines informativos o publicitarios, siempre que exista disponibilidad de dichos espacios.

Artículo 16.- Convenio de cooperación interinstitucional.- La Empresa Pública Metropolitana Metro de Quito podrá suscribir convenios de cooperación con instituciones del sector público, para lo cual aplicará el procedimiento “Gestión de Instrumentos de Cooperación” (Código: ASE-DRE-PRO-001) adjunto a la Resolución No. RE-DPCG-EPMMQ-2024-003 de 15 de febrero de 2024, o la normativa que sustituya dicho instrumento.

Este mecanismo permite intercambiar espacios publicitarios o comunicacionales sin transacción monetaria directa, generando beneficios mutuos en los ámbitos institucional, social y económico.

Quedan excluidos de este mecanismo de cooperación aquellos instrumentos que, por su naturaleza, estén regulados por normas específicas o de jerarquía superior, como los contratos administrativos regulados por la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, su Reglamento General y las resoluciones del Servicio Nacional de Contratación Pública.

DISPOSICIONES GENERALES

PRIMERA.- Encárguese a la Dirección Administrativa de la Empresa Publica Metropolitana Metro de Quito, la socialización de la presente Resolución a todo el personal de la institución.

SEGUNDA.- Encárguese a la Gerencia Jurídica de la Empresa Publica Metropolitana Metro de Quito, el reporte de la presente resolución, en el marco de lo que establece la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso de la Información.

TERCERA.- Encárguese a la Dirección de Comunicación Social y Relaciones Públicas, la publicación de la presente resolución en la página web de la Empresa Publica Metropolitana Metro de Quito.

¹ La Resolución No. ADMQ-007-2024 de 5 de febrero de 2024, que contiene el Estatuto Orgánico del Gobierno Autónomo Descentralizado del Distrito Metropolitano de Quito, establece en el numeral 1.4.1.6 que la misión de la Secretaría de Comunicación es: “Ejercer la rectoría, regulación, planificación y control de la comunicación municipal, mediante la definición de planes, proyectos y programas para difundir y promocionar la gestión institucional del GAD del Distrito Metropolitano de Quito.”

CUARTA. – La Dirección de Promoción Comercialización de Servicios podrá actualizar la Ficha Técnica para lo cual deberá contar con la aprobación de la Gerencia de Negocios y Comercialización.

QUINTA. – En caso de que la Dirección de Promoción Comercialización de Servicios, requiera modificaciones al formato de contrato, deberá solicitarlas a la Gerencia Jurídica, la cual emitirá el documento correspondiente y lo pondrá en conocimiento de la Dirección de Promoción Comercialización de Servicios, para su implementación, sin perjuicio de los ajustes que deban incorporarse en atención a las particularidades de cada proceso, bajo responsabilidad de la Dirección de Promoción Comercialización de Servicios.

SEXTA. – En caso de ausencia del titular de la Dirección de Promoción Comercialización de Servicios, las actividades detalladas deberán ser ejecutadas por el titular de la Gerencia de Negocios y Comercialización.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

ÚNICA. - Deróguese todo instrumento que se oponga a las disposiciones contenidas en la presente resolución y de manera particular la Resolución No. RE-GG-EPMMQ-2026-014 de 17 de julio de 2026.

DISPOSICIÓN FINAL

ÚNICA. - La presente resolución entrará en vigor a partir de la fecha de su suscripción.

Dada, en la ciudad Quito, Distrito Metropolitano, a los veinte y ocho (28) días del mes de agosto del año dos mil veinte y seis.

Eco. Juan Carlos Parra Fonseca

GERENTE GENERAL

EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA METRO DE QUITO

ROL	NOMBRE	CARGO/PUESTO	SUMILLA/FIRMA
Elaborado por:	Oscar André Romero Cárdenas	Coordinador de Procesos 2 de la Gerencia Jurídica	
Revisado por:	David Oswaldo Salgado Alban	Gerente de Negocios y Comercialización	
Revisado por:	Marcelo Vinicio Torres Paz	Director de Asesoría Jurídica	
Revisado por:	Shajayra Josefina Muñoz Fernández	Gerente Jurídico	