ISSN: 2806-5697
Vol. 7 – Núm. E2 / 2026

Reducción temporal del IVA y ventas del sector turístico en la provincia de Pichincha

Temporary VAT reduction and tourism sector sales in the province of Pichincha

Redução temporária do IVA e vendas do setor turístico na província de Pichincha

Medina-Álvarez, Joel Andrés
Universidad Técnica de Cotopaxi
joel.medina3214@utc.edu.ec
https://orcid.org/0009-0009-0482-5417

Espín-Balseca, Lorena del Rocío
Universidad Técnica de Cotopaxi
Lorena.espin2958@utc.edu.ec
https://orcid.org/0000-0003-4544-7562

DOI / URL: https://doi.org/10.55813/gaea/ccri/v7/nE2/1661

Como citar:

Medina-Álvarez, J. A., & Espín-Balseca, L. del R. (2026). Reducción temporal del IVA y ventas del sector turístico en la provincia de Pichincha. *Código Científico Revista De Investigación*, *7*(E2), 258–277.

Recibido: 14/07/2026 **Aceptado**: 11/08/2026 **Publicado**: 30/09/2026

Resumen
La política fiscal ecuatoriana emplea reducciones temporales del impuesto al valor agregado como mecanismo de reactivación del sector turístico tras la crisis sanitaria, aunque persiste la incertidumbre sobre si ese beneficio dinamiza de forma homogénea a las empresas del sector. El propósito del estudio fue analizar el efecto de la reducción temporal de dicho impuesto sobre las ventas totales del sector turístico en la provincia de Pichincha. Se aplicó un enfoque cuantitativo, longitudinal y comparativo/factorial, con un panel balanceado del periodo cerrado 2023-2025 (52 entidades cantón-actividad económica x 36 meses, n = 1.872); el tratamiento se definió a partir del calendario oficial de los decretos ejecutivos que rebajaron el IVA turístico, y su efecto se contrastó comparando las ventas totales entre periodos con y sin tarifa reducida vigente, mediante un análisis de varianza multifactorial sobre la variable transformada logarítmicamente, comparaciones de Tukey y errores estándar agrupados por entidad, con el tratamiento, el año, la actividad económica y el cantón como factores. Los resultados mostraron que las ventas totales no variaron significativamente entre periodos con y sin tarifa reducida, pero sí por año, actividad económica y cantón, con los mayores niveles de venta en la capital provincial y en restaurantes. La discusión evidencia asimetrías territoriales y sectoriales estructurales. Se concluye que, bajo la especificación analizada, no se encontró evidencia estadísticamente significativa de un efecto de la reducción del IVA sobre el volumen total de ventas del sector.

Palabras clave: política fiscal; impuesto al valor agregado; sector turístico; ventas; datos de panel.

Abstract
Ecuadorian fiscal policy uses temporary reductions of the value added tax as a mechanism to reactivate the tourism sector after the health crisis, although uncertainty remains about whether this benefit stimulates firms homogeneously. The purpose was to analyze the effect of the temporary tax reduction on total tourism sector sales in the province of Pichincha. A quantitative, longitudinal, comparative/factorial approach was applied, using a balanced panel for the closed 2023-2025 period (52 canton-economic activity entities x 36 months, n = 1,872), built from the public tax administration database; treatment was defined from the official calendar of executive decrees that reduced the tourism VAT, and its effect was tested by comparing total sales between periods with and without the reduced tariff in force, through a multifactorial analysis of variance on the log-transformed variable, Tukey multiple comparisons, and entity-clustered standard errors, with treatment, year, economic activity and canton as factors. Results showed that total sales did not vary significantly between periods with and without the reduced tariff, but they did by year, economic activity and canton, with the highest sales levels in the provincial capital and in restaurant services. The discussion reveals structural territorial and sectoral asymmetries. It is concluded that, under the analyzed specification, no statistically significant evidence was found of an effect of the VAT reduction on the sector's total sales volume.
Keywords: fiscal policy; value added tax; tourism sector; sales; panel data.

Resumo
A política fiscal equatoriana utiliza reduções temporárias do Imposto sobre o Valor Agregado (IVA) como mecanismo para reativar o setor turístico após a crise sanitária, embora ainda exista incerteza quanto à capacidade desse benefício de estimular as empresas de forma homogênea. O objetivo foi analisar o efeito da redução temporária do imposto sobre as vendas

totais do setor turístico na província de Pichincha. Foi adotada uma abordagem quantitativa, longitudinal e comparativa/fatorial, utilizando um painel balanceado para o período fechado de 2023-2025 (52 entidades cantão-atividade econômica × 36 meses, n = 1.872), construído a partir da base de dados pública da administração tributária. O tratamento foi definido com base no calendário oficial dos decretos executivos que reduziram o IVA para o setor turístico, e seu efeito foi testado comparando-se as vendas totais entre períodos com e sem vigência da alíquota reduzida, por meio de uma análise de variância multifatorial aplicada à variável transformada logaritmicamente, comparações múltiplas de Tukey e erros-padrão agrupados por entidade, considerando como fatores o tratamento, o ano, a atividade econômica e o cantão. Os resultados mostraram que as vendas totais não variaram significativamente entre os períodos com e sem alíquota reduzida, mas apresentaram diferenças segundo o ano, a atividade econômica e o cantão, com os maiores níveis de vendas registrados na capital provincial e nos serviços de restaurantes. A discussão evidencia assimetrias estruturais territoriais e setoriais. Conclui-se que, sob a especificação analisada, não foram encontradas evidências estatisticamente significativas de um efeito da redução do IVA sobre o volume total de vendas do setor.
Palavras-chave: política fiscal; imposto sobre o valor agregado; setor turístico; vendas; dados em painel.

Introducción

La dinámica macroeconómica del Ecuador posiciona al Impuesto al Valor Agregado (IVA) como un instrumento central de la política fiscal orientada a la reactivación, especialmente tras la contracción provocada por la pandemia de COVID-19. El IVA es un tributo indirecto que grava el consumo de bienes y servicios y constituye la principal fuente de ingresos tributarios de la administración pública; por ello, sus modulaciones temporales se diseñan para inyectar liquidez y estimular la demanda en sectores estratégicos como el turismo, que durante 2020 registró un decrecimiento sostenido y una caída cercana al 49 % en las ventas nacionales respecto de 2019 (Ministerio de Turismo del Ecuador, s. f.).

El marco normativo ecuatoriano ha dotado al Estado de mecanismos flexibles para gestionar esta herramienta. La Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia COVID-19 (2021) otorgó al Ejecutivo la facultad de modificar la tarifa del IVA mediante decreto, transformando el tributo en un instrumento de regulación económica. Sobre esa base, el Decreto Ejecutivo 339 (2022) sistematizó la reducción de la tarifa al 8 % para los servicios turísticos durante feriados nacionales, y el Decreto Ejecutivo

196 (2025) focalizó una rebaja del 15 % al 8 % en el feriado de noviembre para territorios afectados por paralizaciones.

Quispe-Fernández y Ayaviri-Nina (2021) muestran que la carga y presión tributaria inciden directamente en la liquidez, la rentabilidad y la capacidad de inversión de los contribuyentes ecuatorianos, lo que subraya la relevancia de estudiar el efecto de aliviar esa carga en sectores específicos. En una línea afín, Chimba-Jimenez et al. (2025) documentan que la efectividad de la política fiscal orientada al ámbito social en Ecuador depende críticamente de una adecuada asignación y ejecución de recursos, más que del diseño nominal de la medida. Estas medidas configuran el escenario en el que operan las empresas turísticas de la provincia de Pichincha.

El turismo ocupa un lugar estratégico dentro de la economía nacional y, en su interior, la provincia de Pichincha concentra una porción sustancial de la oferta de servicios de alojamiento, alimentación e intermediación turística, con el Distrito Metropolitano de Quito como su principal polo de actividad. Esta concentración territorial introduce un interrogante central para la política fiscal: si un incentivo uniforme homogeneiza los efectos en todo el territorio o si, por el contrario, refuerza las asimetrías preexistentes entre la capital y los cantones periféricos. Núñez (2023) aborda precisamente la reactivación económica del sector turístico de Pichincha mediante la tarifa reducida del impuesto durante 2022, lo que evidencia el interés académico por comprender el alcance real de la medida en este territorio.

Desde la teoría de la incidencia fiscal, el interés no reside en la rebaja nominal, sino en verificar si el ahorro se traslada al consumidor final (reduciendo el precio de equilibrio) o si es absorbido por la oferta para mejorar sus márgenes. La evidencia internacional respalda que este traslado es parcial: Fuest et al. (2020) hallaron que alrededor del 70 % de una rebaja temporal del IVA en Alemania se transfirió a los precios finales. Complementariamente, la elasticidad-precio de la demanda de los servicios turísticos y gastronómicos sugiere que una reducción del

impuesto puede estimular la cantidad demandada, como ilustró la experiencia irlandesa de la Jobs Initiative, con un incremento notable de la actividad del sector servicios (BDO Ireland, 2017).

En el caso ecuatoriano, la evidencia sobre las variaciones de la tarifa del impuesto es aún incipiente: se ha estudiado su efecto sobre el gasto de los hogares (Parra-Gavilanes et al., 2022) y sobre la recaudación agregada (Vargas et al., 2024; Villón-Ramírez y Estefano-Almeida, 2025), pero persisten vacíos sobre su impacto diferenciado en el desempeño de las empresas turísticas a escala cantonal, en particular respecto de las diferencias entre actividades económicas específicas.

En el ámbito nacional, un cuerpo creciente de investigaciones ha examinado los efectos de estas rebajas temporales en distintos sectores y territorios. Sánchez (2023) analiza la disminución de la tarifa del impuesto en el sector turístico y su relación con el comportamiento económico, aportando evidencia sobre el vínculo entre el incentivo y la recaudación. Carchi y Llivichuzca (2025) documentan, en hoteles y restaurantes del cantón Cuenca, que la rebaja del IVA durante feriados incrementó la ocupación y la demanda, aunque el beneficio se concentró en los establecimientos de mayor capacidad y reconocimiento.

En la misma línea, Molina-Noblecilla y Montero-Cobo (2024) advierten que el cumplimiento tributario del IVA reducido en el sector turístico de Cuenca es heterogéneo entre establecimientos. En el plano provincial, Núñez (2023) estudia la reactivación del sector turístico de Pichincha durante 2022, mientras que Oña y Herrera (2025) documentan que una proporción mayoritaria de los restaurantes de primera categoría del Distrito Metropolitano de Quito percibió una mejora competitiva atribuible a la medida, lo que sugiere que el efecto del incentivo se concentra en actividades de consumo masivo e inmediato.

No obstante, la literatura también matiza el alcance de la política: Bonilla (2025) observa, en el sector de la construcción, que la rebaja puede aliviar costos operativos sin

traducirse en mejoras sostenidas de rentabilidad, y Villalta-Santana y Monroy-Baquerizo (2025) advierten que las reformas fiscales recientes han incrementado la presión tributaria sobre las pequeñas y medianas empresas. En conjunto, estos antecedentes revelan un vacío relevante: la mayoría se concentra en actividades o cantones específicos y no compara de forma sistemática el desempeño entre los distintos cantones de una misma provincia, brecha que el presente estudio busca cubrir.

Pese a esta evidencia, subsiste la duda de si una medida temporal y selectiva genera efectos homogéneos entre territorios y actividades, o si su impacto es heterogéneo y transitorio. En consecuencia, este estudio analiza la relación entre la reducción de la tarifa del IVA y las ventas turísticas en los cantones de la provincia de Pichincha, entre febrero de 2022 y febrero de 2026, contrastando tres hipótesis: H1, la rebaja incrementa significativamente las ventas en los periodos de tarifa reducida; H2, existe una respuesta diferencial de la demanda entre actividades, evaluada indirectamente mediante las diferencias por código CIIU; y H3, el beneficio fiscal no se traduce automáticamente en mayores ventas para todas las empresas.

Metodología

La investigación adoptó un enfoque cuantitativo, de nivel comparativo/factorial y diseño longitudinal con datos de panel, que permitió observar el comportamiento de las ventas del sector turístico antes, durante y después de los periodos de tarifa reducida. La información provino de una única fuente secundaria de acceso público: la base de datos del Servicio de Rentas Internas (2025), consultada mediante la aplicación Saiku. Para trabajar con un periodo cerrado y evitar el sesgo de años parciales, el análisis se restringió a tres años fiscales completos, de 2023 a 2025 (36 meses), una vez excluido el código CIIU I551002 (servicios de alojamiento prestados por moteles), que no forma parte de las actividades turísticas del estudio. De las 64 combinaciones posibles de cantón y código CIIU en la provincia, 52 registraron

actividad económica en algún mes de la ventana de estudio; las 12 combinaciones restantes se excluyeron por no representar datos faltantes, sino actividades inexistentes en ese cantón. Con esas 52 entidades se construyó un panel balanceado de 36 periodos mensuales cada una (n = 1.872), completando con ventas de cero los meses sin declaración registrada, bajo el criterio de que la ausencia de una declaración agregada por cantón-CIIU indica la inexistencia de contribuyentes con ventas reportables ese mes.

La variable dependiente fue el monto de las ventas totales (suma de las ventas locales gravadas, las ventas locales con tarifa variable y las ventas con crédito tributario del 0 %) de los establecimientos turísticos, en lugar de únicamente la línea de "ventas locales con tarifa variable", dado que esta última solo registra valores distintos de cero durante los periodos en que el decreto de tarifa reducida está vigente y no constituye, por tanto, una línea de base válida para contrastar el efecto de la medida.

Se definieron cuatro factores de análisis: el tratamiento, el año fiscal, la actividad económica según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU, revisión 4.0) y el cantón. El tratamiento se construyó a partir del calendario oficial de los decretos ejecutivos que autorizaron la tarifa reducida en el periodo 2022-2025 (Decretos 339, 644, 482, 542, 594, 179 y 196), verificando para cada uno la fecha exacta de vigencia y su alcance geográfico. La mayoría de los decretos rige a nivel nacional, pero el Decreto 196 (2025) aplicó únicamente a los cantones de Cayambe y Pedro Moncayo, por lo que el tratamiento se definió a nivel cantón-mes y no solo mes. Para cada entidad-mes se calculó la intensidad de tratamiento (proporción de días del mes bajo decreto vigente para ese cantón) y su versión binaria complementaria (al menos un día bajo decreto ese mes), evitando así definir el tratamiento a partir de las propias ventas declaradas. Se incluyeron ocho actividades CIIU vinculadas a los servicios turísticos —alojamiento, alimentos y bebidas, y agencias y operadores turísticos—, cuyo detalle se presenta en la Tabla 1.

Tabla 1

Actividades CIIU (revisión 4.0) incluidas en el estudio

Código CIIU	Descripción de la actividad
I551001	Servicios de alojamiento prestados por hoteles, hoteles de suites, apart-hoteles, complejos turísticos y hosterías.
I551009	Otros servicios de alojamiento por corto tiempo: casas de huéspedes, cabañas, chalets, hostales juveniles y refugios de montaña.
I561001	Restaurantes, cevicherías, picanterías, cafeterías, etcétera, incluido el servicio de comida para llevar.
I561002	Restaurantes de comida rápida, puestos de refrigerio y establecimientos de comida para llevar; heladerías y fuentes de soda.
I561003	Preparación y suministro de comidas para consumo inmediato de manera ambulante y preparación de comida en puestos de mercados.
I561004	Servicios de restaurantes y bares en conexión con el transporte, prestados por unidades independientes (bares de aeropuertos y terminales terrestres).
N791100	Actividades de agencias de viajes.
N791200	Actividades de operadores turísticos.

Nota: Descripciones tomadas del Clasificador Nacional de Actividades Económicas (CIIU revisión 4.0). Las secciones corresponden a: I55, alojamiento; I56, servicio de alimentos y bebidas; N79, agencias de viajes y operadores turísticos (Autores, 2026).

El procesamiento se realizó en Python (statsmodels 0.14). Se aplicó un análisis de varianza (ANOVA) multifactorial con suma de cuadrados de tipo III sobre la variable dependiente transformada logarítmicamente, ln(ventas totales + 1). A diferencia de la línea de tarifa variable, las ventas totales no presentan una inflación de ceros artificial, lo que se reflejó en una mejora sustancial de los supuestos del modelo (asimetría de residuos de -0,69 y curtosis de 0,29, cercanas a una distribución normal). Para identificar los grupos con diferencias estadísticamente significativas se utilizó la prueba de comparaciones múltiples de Tukey con un nivel de confianza del 95 % ($\alpha = 0,05$). Como especificación complementaria, el desempeño puede modelarse mediante una regresión de datos de panel con efectos fijos, expresada como:

$$Yit = \beta 0 + \beta 1\ IVA_reducidot + \gamma\ Xit + \alpha i + \delta t + \varepsilon it$$

donde el coeficiente $\beta 1$ mide el impacto promedio de la reducción del IVA sobre las ventas, α i recoge los efectos fijos de cada unidad y δ t los efectos temporales que controlan la

estacionalidad propia de la actividad turística. Dado que la información utilizada corresponde a registros administrativos públicos y agregados, el estudio no involucró datos personales ni requirió consentimiento informado, respetando los principios éticos de uso de fuentes de acceso abierto.

Resultados

Para el análisis se empleó el ANOVA multifactorial sobre el logaritmo de las ventas totales, considerando como factores el tratamiento (con o sin tarifa reducida vigente, según el calendario oficial de decretos), el año fiscal, el código CIIU y el cantón, y contrastando las diferencias con la prueba de Tukey al 95 %. Como se muestra en la Tabla 2, no se encontró evidencia estadísticamente significativa de un efecto del tratamiento ($F = 0,76$; $p = 0,3825$): las ventas totales durante los periodos con tarifa reducida vigente no difirieron de manera significativa de los periodos sin ella bajo esta especificación. El año fiscal ($F = 27,83$; $p < 0,0001$), el código CIIU ($F = 230,32$; $p < 0,0001$) y el cantón ($F = 383,28$; $p < 0,0001$) sí resultaron altamente significativos. Estos resultados se mantuvieron al recalcular los errores estándar agrupados por entidad cantón-CIIU para corregir la dependencia temporal de las observaciones repetidas (tratamiento: $\chi^2 = 1,94$, $p = 0,164$; año fiscal: $\chi^2 = 12,63$, $p = 0,0018$; CIIU: $\chi^2 = 243,70$, $p < 0,0001$; cantón: $\chi^2 = 145,76$, $p < 0,0001$).

Tabla 2

Análisis de varianza multifactorial del logaritmo de las ventas totales

Factor	Suma de cuadrados	Gl	Cuadrado medio	Razón-F	Valor-P
Tratamiento	6,28	1	6,28	0,76	0,3825
Año fiscal	457,93	2	228,96	27,83	0,0000
Código CIIU	13262,88	7	1894,70	230,32	0,0000
Cantón	22070,97	7	3153,00	383,28	0,0000
Residuos	15251,57	1854	8,23		
Total	**51049,63**	**1871**			

Nota: La tabla resume el ANOVA de ln (ventas totales + 1) por cada factor en la provincia de Pichincha, para el periodo cerrado de 2023 a 2025, sobre un panel balanceado de 52 entidades cantón-CIIU x 36 meses (n = 1.872),

construidas a partir de la base pública del Servicio de Rentas Internas (aplicación Saiku). El tratamiento se definió según el calendario oficial de decretos de tarifa reducida (Autores, 2026).

El análisis descriptivo es consistente con la ausencia de un efecto detectable del tratamiento. Como se observa en la Tabla 3, la media geométrica de ventas totales fue de USD 3.622,65 en los periodos con tarifa reducida vigente y de USD 4.366,01 en los periodos sin ella —ambos en el mismo grupo estadístico (a)—, es decir, sin diferencia significativa entre tratamiento y control. Por año fiscal sí se observó una diferencia significativa: 2023 se ubicó en un grupo propio (a, USD 2.138,12), mientras que 2024 (USD 4.972,08) y 2025 (USD 6.883,13) conformaron un segundo grupo (b) sin diferencia significativa entre sí, consistente con un crecimiento general del sector concentrado sobre todo entre 2023 y 2024, independiente de la vigencia de la tarifa reducida.

Como especificación complementaria a la especificada en Métodos, se estimó la ecuación de panel con efectos fijos, empleando como entidad la combinación cantón-código CIIU (52 entidades) y como periodo cada mes-año del periodo cerrado (36 periodos). A diferencia de la especificación basada en el umbral empírico, el tratamiento definido por el calendario oficial de decretos no es una función exclusiva del tiempo: el Decreto 196 (2025) trató de forma diferenciada a Cayambe y Pedro Moncayo frente al resto de cantones dentro de un mismo mes (noviembre de 2025), lo que rompe la colinealidad perfecta entre el tratamiento y los efectos temporales y permite identificar, por primera vez, un modelo con efectos fijos dobles (entidad y tiempo).

Al estimar el modelo con efectos fijos de entidad únicamente ($Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{tratamiento}_{it} + \alpha_i + \varepsilon_{it}$), el coeficiente fue $\beta_1 = -0{,}088$ (error estándar agrupado por entidad = 0,128; $p = 0{,}4932$), un resultado no significativo que apunta a una asociación nula entre la vigencia de la tarifa reducida y las ventas totales. Al incluir además efectos fijos de tiempo ($Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{tratamiento}_{it} + \alpha_i + \delta_t + \varepsilon_{it}$), especificación ahora identificable, el coeficiente fue $\beta_1 = 0{,}359$ (error estándar agrupado por entidad = 0,710; $p = 0{,}6132$), igualmente no

significativo. Ambas especificaciones son consistentes entre sí y con el resultado no significativo del ANOVA: no se encontró evidencia de una asociación sistemática entre la tarifa reducida y las ventas totales.

Para contrastar directamente H2 —que plantea una respuesta diferencial de las ventas al tratamiento según la actividad económica— se incorporó al modelo el término de interacción tratamiento×CIIU, y adicionalmente tratamiento×cantón por su relevancia territorial. Bajo la especificación estándar (ANOVA tipo III), ninguna de las dos interacciones resultó estadísticamente significativa (tratamiento×CIIU: $F = 0,53$, $p = 0,8145$; tratamiento×cantón: $F = 0,80$, $p = 0,5850$), y ningún código CIIU mostró individualmente un coeficiente de tratamiento significativo (p entre 0,21 y 0,98). Un modelo con errores estándar agrupados por entidad arrojó resultados inestables para estas interacciones —posiblemente por la alta razón de parámetros a clústeres—, por lo que se reporta como resultado principal la especificación estándar, más conservadora. En conjunto, no se encontró evidencia de que la respuesta de las ventas a la tarifa reducida difiera sistemáticamente entre actividades económicas ni entre cantones.

Tabla 3

Estadística descriptiva de las ventas locales por factores temporales (media ± error estándar)

Nivel	N	Media (log)	Error estándar (log)	Media geométrica (USD)	Grupo Tukey
Media global	1.872	8,339	0,116	4.182,79	
Tratamiento					
Con tarifa reducida	430	8,195	0,246	3.622,65	a
Sin tarifa reducida	1.442	8,382	0,132	4.366,01	a
Año fiscal					
2023	624	7,668	0,219	2.138,12	a
2024	624	8,512	0,192	4.972,08	b
2025	624	8,837	0,189	6.883,13	b

Nota: La media geométrica se calcula como exp(media del logaritmo) − 1 y es la retro transformación adecuada de una media obtenida en escala logarítmica; se reporta junto con la media y el error estándar en escala log, que

son la base del contraste estadístico. El tratamiento se determinó a nivel cantón-mes según el calendario oficial de los decretos ejecutivos de tarifa reducida vigentes en cada caso (Autores, 2026).

Diferencias por actividad económica

El contraste por actividad económica reveló diferencias sustanciales entre los ocho códigos CIIU, con cuatro grupos diferenciados: los restaurantes (I561001) conformaron el grupo de mayor venta media (d), seguidos por el alojamiento en hoteles (I551001, grupo c); un grupo intermedio (b) agrupó a la preparación de comidas ambulante, las agencias de viajes y el resto de servicios de alimentos y alojamiento de corto tiempo; y los operadores turísticos (N791200) conformaron el grupo de menor venta media (a), con los restaurantes vinculados al transporte (I561004) en una posición intermedia entre ambos grupos (ab), dado su tamaño muestral reducido (n = 36, presente únicamente en Quito). En la Tabla 4 y la Figura 1 se observa la magnitud de estas diferencias, que abarcan varios órdenes de magnitud entre el código de mayor y menor venta.

Tabla 4

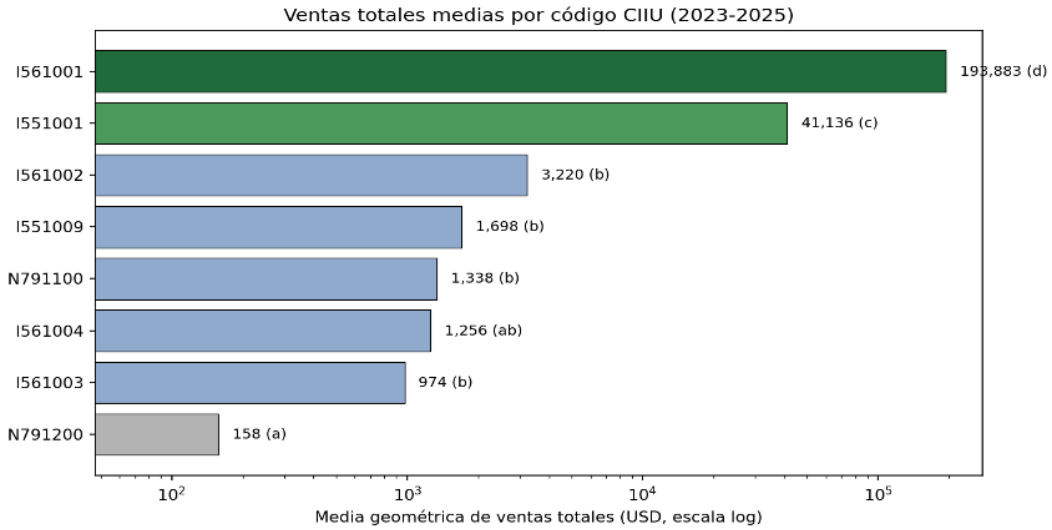
Medias por código CIIU (promedio ± error estándar) y grupos de Tukey

Código CIIU	N	Media geométrica (USD)	Error estándar (log)	Grupo
I551001	288	41.136,46	0,176	c
I551009	288	1.698,47	0,258	b
I561001	288	193.883,08	0,165	d
I561002	288	3.219,73	0,288	b
I561003	216	974,04	0,330	b
I561004	36	1.255,61	0,564	ab
N791100	216	1.338,50	0,401	b
N791200	252	157,81	0,349	a

Nota: Grupos con letras distintas presentan diferencias estadísticamente significativas (Tukey, $p < 0,05$) sobre ln(ventas totales + 1), periodo 2023-2025. I551 corresponde a alojamiento; I561, a alimentos y bebidas; N791, a agencias y operadores turísticos. Media geométrica reportada en USD, escala logarítmica en la figura (Autores, 2026).

Figura 1

Ventas locales medias por código CIIU



Nota: Las barras verdes (grupos c y d) corresponden a los códigos con mayor venta media (I551001 e I561001); la barra gris (grupo a) corresponde a N791200; I561004 aparece en azul, como grupo mixto (ab), por su reducido tamaño muestral (n = 36, presente únicamente en Quito) (Autores, 2026).

Diferencias por cantón

El análisis territorial también mostró diferencias marcadas entre los ocho cantones. Como se aprecia en la Tabla 5 y la Figura 2, Pedro Moncayo, Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito integraron el grupo de menor venta media (a); Cayambe, Mejía y San Miguel de los Bancos conformaron un grupo intermedio (b); Rumiñahui se ubicó en un grupo superior diferenciado (c); y el cantón Quito se mantuvo aislado en el grupo de mayor venta media (d), varios órdenes de magnitud por encima del resto de la provincia.

Tabla 5

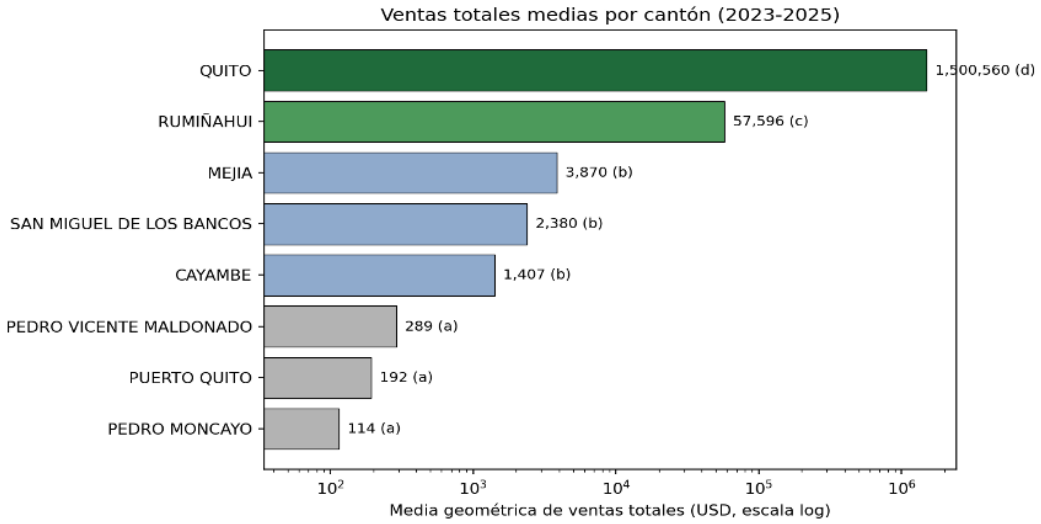
Medias por cantón (promedio ± error estándar) y grupos de Tukey

Cantón	N	Media geométrica (USD)	Error estándar (log)	Grupo
Cayambe	252	1.406,55	0,284	b
Mejía	252	3.870,37	0,235	b
Pedro Moncayo	252	114,20	0,301	a
Pedro V. Maldonado	180	289,39	0,285	a
Puerto Quito	180	192,12	0,325	a
Quito	288	1.500.560,05	0,213	d
Rumiñahui	252	57.596,18	0,123	c
San Miguel de los Bancos	216	2.379,67	0,292	b

Nota: Grupos con letras distintas presentan diferencias estadísticamente significativas (Tukey, $p < 0,05$) sobre ln(ventas totales + 1), periodo 2023-2025. Quito difiere significativamente de todos los demás cantones, seguido de Rumiñahui como segundo grupo diferenciado (Autores, 2026).

Figura 2

Ventas locales medias por cantón



Nota: El cantón Quito (grupo d, verde oscuro) concentra los mayores niveles de venta, seguido de Rumiñahui (grupo c); Cayambe, Mejía y San Miguel de los Bancos integran el grupo intermedio (b, azul); Pedro Moncayo, Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito conforman el grupo de menor venta (a, gris) (Autores, 2026).

Concentración de la variabilidad

El examen de la dispersión reveló una asimetría geográfica y sectorial marcada, ahora medida sobre las ventas totales. El cantón Quito concentró no solo el mayor volumen, sino también la mayor variabilidad, mientras que los cantones periféricos —Pedro Moncayo, Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito— presentaron valores varios órdenes de magnitud menores. La combinación específica de Quito y el código I561001 (restaurantes, n = 36 observaciones, panel balanceado) alcanzó una venta total máxima de USD 140.483.745,30, con una media de USD 86.927.873,70 y una desviación estándar de USD 17.452.175,68. La variabilidad no fue, por tanto, aleatoria ni uniforme, sino altamente focalizada en un cantón y una actividad específicos, independientemente de la tarifa reducida.

Discusión

Los resultados evidencian que el desempeño económico del sector turístico en la provincia no es un fenómeno uniforme, sino que depende fuertemente de la localización geográfica y de la naturaleza de la actividad, y no de la vigencia de la tarifa reducida del IVA. La alta significancia del factor territorial coincide con Sánchez (2023), quien sostiene que existe una relación directa entre la capacidad productiva de cada territorio y la eficiencia recaudatoria.

Esta lectura es consistente con Arias-Guarderas y Vega-Dávila (2025), quienes encuentran que la competitividad y la productividad empresarial en el cantón Rumiñahui —uno de los cantones intermedios de este estudio— dependen más de factores estructurales de cada sector que de incentivos fiscales puntuales. En Pichincha, esta disparidad es clara: el Distrito Metropolitano de Quito concentra la mayor parte de las ventas turísticas, alcanzando cifras cercanas a los USD 2.428,7 millones en 2022 según el Ministerio de Turismo del Ecuador (s. f.), mientras que los cantones con menor infraestructura muestran volúmenes de ventas sustancialmente menores, independientemente del periodo fiscal analizado.

Respecto al tipo de actividad, la literatura respalda que la sensibilidad a la rebaja del IVA varía según el sector. Núñez (2023) identifica que las actividades de alimentación y bebidas representan alrededor del 45 % de la participación económica del sector en la provincia y son las que más responden a los incentivos fiscales por su consumo masivo e inmediato; ello es consistente con la magnitud observada en el código de restaurantes (I561001). Esta lectura se complementa con Oña y Herrera (2025), quienes reportan, a partir de una encuesta de percepción aplicada a 41 restaurantes de primera categoría del Distrito Metropolitano de Quito, que el 56,1 % de los encuestados percibió una mejora en su posición competitiva a partir de la medida.

Estos resultados dialogan con la evidencia internacional y nacional sobre la incidencia del impuesto. El traslado parcial documentado por Fuest et al. (2020) en el comercio alemán ayuda a comprender por qué el beneficio no se refleja de manera uniforme en las ventas: si una fracción del ahorro es retenida por la oferta, el estímulo sobre la demanda se atenúa, sobre todo en actividades con menor competencia, como ocurre en varios de los cantones periféricos de Pichincha.

En el plano nacional, la evidencia sobre el efecto de las variaciones tarifarias en el gasto de los hogares (Parra-Gavilanes et al., 2022) y en la recaudación agregada (Vargas et al., 2024) confirma que el impacto del impuesto no es lineal ni homogéneo, lo que resulta coherente con la fuerte dependencia territorial y sectorial hallada en Pichincha. Así, la concentración de los mayores niveles de venta en Quito y en los servicios de alimentación puede interpretarse como la expresión local de un fenómeno más amplio: la actividad económica turística tiende a concentrarse allí donde ya existe una mayor densidad de negocios y de competencia, con independencia de los incentivos fiscales puntuales, dado que ni la interacción tratamiento×CIIU ni tratamiento×cantón resultaron significativas en este estudio.

El hallazgo más relevante de este estudio es que, al comparar las ventas totales entre los periodos con y sin tarifa reducida vigente —en lugar de examinar únicamente la línea contable que registra esa tarifa—, no se encontró una diferencia estadísticamente significativa, resultado que se sostuvo bajo distintas especificaciones (ANOVA, errores agrupados por entidad, panel con efectos fijos simples y dobles). Esto sugiere que, bajo la especificación analizada, no hay evidencia de que el incentivo haya generado un incremento neto de las ventas turísticas; en el mejor de los casos, podría haber desplazado ventas desde la tarifa general hacia la tarifa reducida sin alterar el volumen total transado, aunque esta última posibilidad no pudo contrastarse directamente con los datos disponibles.

Este resultado es consistente con la evidencia de Fuest et al. (2020), quienes documentan que buena parte del ahorro fiscal de una rebaja temporal del IVA se traslada de forma parcial y heterogénea, sin traducirse necesariamente en un aumento proporcional de la demanda. También es coherente con Bonilla (2025), quien advierte que estas reformas pueden aliviar costos operativos sin garantizar un aumento sostenido de la actividad económica. El crecimiento significativo por año fiscal, en cambio, sugiere que el sector turístico de Pichincha creció de forma orgánica en el periodo 2023-2025, independientemente de la política de tarifa reducida.

Entre las limitaciones del estudio se encuentran el uso de datos agregados de fuentes secundarias, la ausencia de una variable de control por número de establecimientos activos por cantón, y la imposibilidad de aislar otros factores que pudieron coincidir con los periodos de tarifa reducida (como los feriados en sí mismos, que estimulan la demanda turística con independencia del tratamiento impositivo), lo que aconseja prudencia en la interpretación causal del efecto de la política.

Conclusión

Bajo la especificación analizada, no se encontró evidencia estadísticamente significativa de un efecto de la reducción de la tarifa del IVA sobre las ventas totales del sector turístico de Pichincha en 2023-2025: la localización geográfica y el tipo de negocio explican la varianza observada de forma mucho más determinante que la vigencia de la tarifa reducida. Este resultado se mantuvo consistente en el análisis de varianza multifactorial, en las pruebas con errores estándar agrupados por entidad, y en las especificaciones complementarias de panel con efectos fijos simples y dobles, lo que refuerza la solidez de la conclusión.

No se encontraron diferencias significativas en las ventas totales entre los periodos con y sin tarifa reducida vigente, lo que cuestiona la premisa de que esta medida dinamiza

directamente las ventas del sector. En cambio, el año fiscal sí mostró una tendencia de crecimiento significativa, y las asimetrías territoriales y sectoriales se mantuvieron como los verdaderos motores del desempeño económico. El Distrito Metropolitano de Quito concentró la mayor parte de las ventas frente al resto de cantones; Pedro Moncayo, Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito se ubicaron en el grupo de menor desempeño.

El rubro de restaurantes mostró la mayor magnitud de ventas, seguido del alojamiento en hoteles, mientras que las agencias y operadores turísticos se ubicaron en el extremo inferior. Estas diferencias reflejan el tamaño relativo de cada actividad y no una respuesta diferencial a la tarifa reducida, dado que la interacción tratamiento×CIIU no fue significativa. La evidencia no respalda que la disminución del IVA, por sí sola, incremente el volumen total de ventas del sector; en el mejor de los casos, su efecto podría limitarse a una recomposición de la forma en que se declaran las ventas, más que a un incremento neto de la actividad económica, aunque esta posibilidad no pudo contrastarse directamente con los datos disponibles.

Al contrastar las hipótesis sobre el periodo cerrado 2023-2025, usando las ventas totales como variable válida y el calendario oficial de decretos como definición del tratamiento, los resultados no respaldan la hipótesis central. H1, que anticipaba un incremento significativo de las ventas durante la tarifa reducida, no encuentra respaldo ($F = 0,76$; $p = 0,3825$). H2, contrastada directamente mediante los términos de interacción tratamiento×CIIU y tratamiento×cantón, tampoco encuentra respaldo: ninguna de las dos interacciones resultó significativa ($p = 0,8145$ y $p = 0,5850$, respectivamente), por lo que no hay evidencia de que la respuesta al tratamiento difiera entre actividades económicas o cantones; las diferencias observadas entre restaurantes y alojamiento frente al resto reflejan niveles de venta estructuralmente distintos, no una respuesta diferencial a la tarifa reducida. H3, que sostenía que el beneficio fiscal no se traduce automáticamente en mayores ventas, resulta la más

consistente con la evidencia: ni siquiera a nivel agregado ni desagregado por actividad o cantón se observa un efecto atribuible a la medida.

Desde una perspectiva de política pública, los hallazgos sugieren que la reducción temporal del IVA no dinamiza por sí sola las ventas turísticas de forma medible, manteniendo inalteradas las asimetrías territoriales. Aunque la medida puede aliviar la carga tributaria, no debe evaluarse como herramienta de reactivación de demanda sin evidencia adicional. Futuras reformas requieren mecanismos robustos de evaluación de impacto y medidas estructurales para cantones rezagados. Finalmente, el estudio aporta una lectura comparada del desempeño turístico provincial. Investigaciones futuras podrían ampliar el periodo, incorporar variables de control y extender el análisis a otras provincias.

Referencias bibliográficas

Arias-Guarderas, M. S., & Vega-Dávila, I. M. (2025). La competitividad, productividad y desarrollo económico del sector salud en el cantón Rumiñahui. *Revista Científica Ciencia Y Método, 3*(3), 133-151. https://doi.org/10.55813/gaea/rcym/v3/n3/69

BDO Ireland. (2017). Retaining the 9% tourism and hospitality VAT rate to maintain competitiveness and ensure growth and prosperity in Ireland's largest indigenous sector. Irish Tourism Industry Confederation.

Bonilla Pillajo, E. M. (2025). Análisis del efecto en la reducción del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en las empresas de la construcción en el norte del Distrito Metropolitano de Quito en el año 2024 [Trabajo de titulación de maestría, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio institucional UPS.

Carchi Villa, K. P., y Llivichuzca Inga, D. M. (2025). Análisis de la disminución del Impuesto al Valor Agregado (IVA) al 8 % en feriados nacionales y locales, y sus efectos contables y tributarios en los ingresos de hoteles y restaurantes en el cantón Cuenca durante el período 2022-2023 [Trabajo de titulación, Universidad de Cuenca]. Repositorio Institucional UCuenca.

Chimba-Jimenez, N. D., Benavides-Pinargote, R. L., Palate-Mayorga, M. A., Chimba-Padilla, J. C., & Zamora-Mayorga, D. J. (2025). El impacto de la política fiscal en los programas sociales del MIES de Quevedo. *Revista Científica Ciencia Y Método, 3(*3), 322-334. https://doi.org/10.55813/gaea/rcym/v3/n3/76

Decreto Ejecutivo 196. (2025). Presidencia de la República del Ecuador. Séptimo Suplemento del Registro Oficial N.º 154, 29 de octubre de 2025.

Decreto Ejecutivo 339. (2022). Presidencia de la República del Ecuador. Quinto Suplemento

del Registro Oficial N.º 629, 31 de enero de 2022.

Fuest, C., Neumeier, F., y Stöhlker, D. (2020). The pass-through of temporary VAT rate cuts in German supermarket retail (ifo Working Paper N.º 341). ifo Institute — Leibniz Institute for Economic Research.

Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia COVID-19. (2021). Asamblea Nacional del Ecuador. Registro Oficial Suplemento.

Ministerio de Turismo del Ecuador. (s. f.). Visualizador de ventas — Turismo en cifras.

Molina-Noblecilla, Y. K., y Montero-Cobo, M. A. (2024). Estrategias de cumplimiento tributario del IVA en el sector turístico en la ciudad de Cuenca. *Revista Multidisciplinaria Perspectivas Investigativas*, 4(Contabilidad y Auditoría II), 16-28.

Núñez Villacrés, T. L. (2023). Reactivación económica del sector turístico mediante la aplicación de la tarifa reducida del IVA en la provincia de Pichincha durante el periodo 2022 [Artículo profesional de maestría, Universidad Tecnológica Israel]. Repositorio institucional UISRAEL.

Oña Pallo, A. E., y Herrera Tapuy, S. L. (2025). Efectos de la disminución en la tarifa del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en los restaurantes de primera categoría en el Distrito Metropolitano de Quito, durante los años 2023-2024 [Trabajo de titulación de maestría, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio institucional UPS.

Parra-Gavilanes, D. A., Cerezo-Segovia, B. A., y Morales-Sornoza, J. M. (2022). Impacto de la variación tarifaria del Impuesto al Valor Agregado sobre el gasto en Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales y Económicas*, 6(1), 44-54.

Quispe-Fernández, G. M., y Ayaviri-Nina, D. (2021). Carga y presión tributaria. Un estudio del efecto en la liquidez, rentabilidad e inversión de los contribuyentes en Ecuador. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(22), 251-270.

Sánchez Pérez, S. M. (2023). Análisis de la disminución de la tarifa del IVA en el sector turístico y su efecto en el comportamiento económico [Proyecto de investigación, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio institucional UTA.

Servicio de Rentas Internas [SRI]. (2025). Estadísticas generales de recaudación.

Vargas, V. J. P., Meza, D. V. L., Pilataxi, J. W. E., Suárez, R. C. S., y Salazar, P. A. C. (2024). Las reformas en las tasas impositivas y su impacto en la recaudación tributaria del Ecuador: caso IVA 2016-2024. *Código Científico Revista de Investigación*, 5(1), 561-578.

Villalta-Santana, V. E., & Monroy-Baquerizo, C. A. (2025). Impacto de las reformas fiscales recientes en las pequeñas y medianas empresas. *Revista Científica Zambos, 4*(1), 273-292. https://doi.org/10.69484/rcz/v4/n1/90

Villón-Ramirez, A. B., & Estefano-Almeida, M. A. (2025). Evaluación de las reformas tributarias y su influencia en la recaudación del impuesto a la renta en Ecuador durante los periodos 2022-2024. *Revista Científica Zambos, 4*(1), 328-344. https://doi.org/10.69484/rcz/v4/n1/93