



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

**SEDE QUITO**

**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**EFFECTOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS DEL INCREMENTO DEL IVA 15% EN  
LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE VEHÍCULOS Y AUTOPARTES EN EL  
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERÍODO 2023-2024.**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del  
Título de licenciada en contabilidad y auditoría**

**AUTOR: Camila Nicole Carrasco Parra**

**TUTOR: MSC DALIA STALINA GORDON**

**QUITO- ECUADOR**

**2026**

## CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Camila Nicole Carrasco Parra con documento de identificación N.º 1750747519 manifiesto que:

Soy el autor y responsable del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Quito, 2 de marzo del año 2026

Atentamente,



---

CAMILA NICOLE CARRASCO PARRA

1750747519

## **CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, Camila Nicole Carrasco Parra con documento de identificación No. 1750747519, expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del artículo académico: EFECTOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS DEL INCREMENTO DEL IVA 15% EN LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE VEHÍCULOS Y AUTOPARTES EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERÍODO 2023-2024, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciada en Contabilidad y Auditoría, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 2 de marzo del año 2026

Atentamente,



---

CAMILA NICOLE CARRASCO PARRA

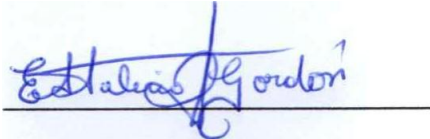
175074519

## CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Dalia Stalina Gordón con documento de identificación N° 1710756931, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: EFECTOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS DEL INCREMENTO DEL IVA 15% EN LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE VEHÍCULOS Y AUTOPARTES EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERÍODO 2023-2024, realizado por Camila Nicole Carrasco Parra con documento de identificación N° 1750747519 , obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción artículo académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 2 de marzo año 2026

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, reading "Dalia Stalina Gordón", is written over a horizontal line. The signature is cursive and includes a small superscript "1" above the final "n".

Dalia Stalina Gordón  
1710756931

## Resumen

Mediante la presente investigación se analiza la resolución NO. 0528-042-2025-11-24 se investigarán los efectos económicos y financieros derivados del incremento del Impuesto al Valor Agregado (IVA) del 12 % al 15 % en las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes del Distrito Metropolitano de Quito durante el período 2023–2024.

La investigación se realizó bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, transversal y de alcance descriptivo-correlacional. Como técnica de recolección de datos se utilizó la encuesta, aplicada mediante un cuestionario estructurado a una muestra de 28 empresas del sector, lo que permitió analizar variables relacionadas con costos operativos, rentabilidad, márgenes de ganancia, liquidez, capital de trabajo, fijación de precios, demanda, competitividad y estrategias empresariales adoptadas tras el incremento del IVA.

Los resultados evidencian que el aumento del IVA generó impactos principalmente leves y moderados en las empresas analizadas. En relación con los costos operativos, la mayoría de las empresas (alrededor del 60 %) indicó incrementos leves, mientras que un porcentaje menor reportó aumentos moderados. Asimismo, aproximadamente el 65 % de los encuestados señaló un incremento en los precios de proveedores y de importación, lo que incidió en la reducción de los márgenes de ganancia. No obstante, cerca del 70 % de las empresas optó por realizar ajustes mínimos en los precios de venta y absorber parcialmente el impacto del impuesto con el fin de no afectar significativamente la demanda y mantener su competitividad en el mercado.

En cuanto a la liquidez, el 40,6 % de las empresas manifestó que no presentó cambios, mientras que el 37,5 % indicó una disminución leve, lo que evidencia ajustes bajos sobre el capital de trabajo. De igual manera, más del 50 % de las empresas reportó una menor capacidad para aplicar descuentos y promociones, sin que ello represente cambios significativos en sus estrategias comerciales. En menor proporción, menos del 10 % señaló disminución de utilidades, retrasos en pagos o la necesidad de recurrir a financiamiento externo. En conclusión, el incremento del IVA al 15 % representó un desafío poco relevante para la estabilidad económica y financiera del sector automotriz.

**Palabras clave:** IVA, costos operativos, rentabilidad, liquidez, sector automotriz, Distrito Metropolitano de Quito.

## Abstract

This research analyzes Resolution No. 0528-042-2025-11-24 and examines the economic and financial effects derived from the increase in the Value Added Tax (VAT) from 12% to 15% on vehicle and auto parts trading companies in the Metropolitan District of Quito during the 2023–2024 period.

The study was conducted under a quantitative approach, with a non-experimental, cross-sectional, and descriptive-correlational design. Data were collected through a structured survey administered to a sample of 28 companies in the sector. This enabled the analysis of variables related to operating costs, profitability, profit margins, liquidity, working capital, pricing strategies, demand, competitiveness, and business strategies adopted after the VAT increase.

The results indicate that the VAT increase generated mainly slight to moderate impacts on the analyzed companies. Regarding operating costs, around 60% of the companies reported slight increases, while a smaller percentage indicated moderate increases. Approximately 65% reported higher supplier and import prices, which led to reduced profit margins. However, nearly 70% chose to make minimal adjustments to their selling prices and partially absorb the tax impact in order to avoid significantly affecting demand and to maintain market competitiveness.

In terms of liquidity, 40.6% of the companies reported no changes, while 37.5% indicated a slight decrease, reflecting moderate adjustments in working capital. Additionally, more than 50% reported a reduced capacity to offer discounts and promotions, although without substantial changes in their commercial strategies. Less than 10% reported decreased profits, payment delays, or the need to resort to external financing. In conclusion, the increase of VAT to 15% represented a low-impact challenge to the economic and financial stability of the automotive sector.

**Key words:** VAT, operating costs, profitability, liquidity, automotive sector, Metropolitan District of Quito.

Índice de Contenido.....	
1. Tema .....	11
2. Planteamiento del Problema.....	11
3. Formulación de Problemas.....	2
3.1. General .....	2
3.2. Específicos.....	2
4. Justificación.....	2
5. Objetivos .....	3
5.1. General .....	3
5.2. Específicos.....	3
6. Marco Teórico y Conceptual.....	3
6.1. Marco teórico .....	3
6.1.1. Impuesto al Valor Agregado - IVA .....	3
6.1.2. Política fiscal y recaudación tributaria.....	5
6.1.3. Estructura del sector automotriz ecuatoriano.....	6
6.1.4. Impacto del IVA en precios y demanda de vehículos .....	6
6.1.5. Teoría de la elasticidad .....	6
6.1.6. La elasticidad en los bienes de lujo .....	7
6.1.7. Tipos de elasticidad en la economía aplicados al sector de autos y autopartes.....	7
6.1.8. Rentabilidad financiera en empresas comercializadoras.....	9
6.1.9. Costos de operación y márgenes de utilidad .....	9
6.1.10. Competitividad y posicionamiento en el mercado automotriz.....	9
6.1.11. Análisis comparativo: antes y después del incremento del IVA.....	10
6.2. Marco conceptual .....	10
7. Marco Metodológico.....	11

<b>7.1</b>	<b>Diseño de Investigación</b> .....	<b>11</b>
<b>7.2</b>	<b>Tipos de Investigación</b> .....	<b>13</b>
<b>7.3</b>	<b>Métodos de Investigación</b> .....	<b>14</b>
<b>7.4</b>	<b>Determinación de la población y muestra</b> .....	<b>15</b>
<b>8.</b>	<b>Interpretación de Resultados</b> .....	<b>18</b>
<b>9.</b>	<b>Discusión de resultados</b> .....	<b>48</b>
<b>10.</b>	<b>Conclusiones</b> .....	<b>49</b>
<b>11.</b>	<b>Bibliografías</b> .....	<b>49</b>

## **Tablas**

<b>Tabla 1 Tarifas vigentes del IVA .....</b>	<b>5</b>
<b>Tabla 2 comercializadoras de autos y autopartes .....</b>	<b>17</b>
<b>Tabla 3 Reducción de utilidades.....</b>	<b>18</b>
<b>Tabla 4 Aumentó costos operativos.....</b>	<b>19</b>
<b>Tabla 5 Afectación de los costos de importación .....</b>	<b>20</b>
<b>Tabla 6 Proveedores subieron el precio .....</b>	<b>22</b>
<b>Tabla 7 Incrementó de precios a los clientes .....</b>	<b>23</b>
<b>Tabla 8 Variaciones en precios de inventario.....</b>	<b>25</b>
<b>Tabla 9 Reducción de costos.....</b>	<b>26</b>
<b>Tabla 10 Actualización de precios en productos o servicios.....</b>	<b>27</b>
<b>Tabla 11 Aplicación de descuentos o promociones a los clientes .....</b>	<b>29</b>
<b>Tabla 12 Demanda de vehículos y autopartes disminuyeron.....</b>	<b>30</b>
<b>Tabla 13 Preferencia por vehículos o repuestos usados.....</b>	<b>31</b>
<b>Tabla 14 Competitividad de la empresa .....</b>	<b>32</b>
<b>Tabla 15 Pérdida de participación en el mercado .....</b>	<b>34</b>
<b>Tabla 16 Estrategias comerciales.....</b>	<b>35</b>
<b>Tabla 17 precios competitivos frente a otras empresas del sector .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabla 18 La sostenibilidad de la empresa comprometida .....</b>	<b>38</b>
<b>Tabla 19 Variación de la oferta en los productos .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabla 20 Reducción de margen de ganancia.....</b>	<b>40</b>
<b>Tabla 21 Liquidez de la empresa .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabla 22 Acciones de financiamiento.....</b>	<b>43</b>
<b>Tabla 23 Retrasos en pagos.....</b>	<b>44</b>
<b>Tabla 24 Capital de trabajo fue afectado.....</b>	<b>46</b>
<b>Tabla 25 Ajuste de metas o presupuestos.....</b>	<b>47</b>

## **Tabla de Ilustraciones**

<b>Ilustración 1 Reducción de utilidades</b> .....	<b>18</b>
<b>Ilustración 2 Aumento de los costos operativos</b> .....	<b>20</b>
<b>Ilustración 3 Afectación de los costos de importación</b> .....	<b>21</b>
<b>Ilustración 4 Proveedores subieron el precio</b> .....	<b>22</b>
<b>Ilustración 5 Incrementó de precios a los clientes</b> .....	<b>24</b>
<b>Ilustración 6 Variaciones en los precios de inventario</b> .....	<b>25</b>
<b>Ilustración 7 Reducción de costos</b> .....	<b>26</b>
<b>Ilustración 8 Actualización de precios en productos o servicios</b> .....	<b>28</b>
<b>Ilustración 9 Aplicación de descuentos o promociones a los clientes</b> .....	<b>29</b>
<b>Ilustración 10 La demanda de vehículos y autopartes disminuyeron</b> .....	<b>30</b>
<b>Ilustración 11 Preferencia por vehículos o repuestos usados</b> .....	<b>32</b>
<b>Ilustración 12 Competitividad de la empresa</b> .....	<b>33</b>
<b>Ilustración 13 Pérdida de participación en el mercado</b> .....	<b>34</b>
<b>Ilustración 14 Estrategias comerciales</b> .....	<b>35</b>
<b>Ilustración 15 precios competitivos frente a otras empresas del sector</b> .....	<b>37</b>
<b>Ilustración 16 La sostenibilidad de la empresa comprometida</b> .....	<b>38</b>
<b>Ilustración 17 Variación de la oferta en los productos</b> .....	<b>39</b>
<b>Ilustración 18 Reducción de margen de ganancia</b> .....	<b>41</b>
<b>Ilustración 19 Liquidez de la empresa</b> .....	<b>42</b>
<b>Ilustración 20 Acciones de financiamiento</b> .....	<b>43</b>
<b>Ilustración 21 Retrasos en pagos</b> .....	<b>45</b>
<b>Ilustración 22 Capital de trabajo fue afectado</b> .....	<b>46</b>
<b>Ilustración 23 Ajuste de metas o presupuestos</b> .....	<b>47</b>

## **1. Tema**

Efectos económicos y financieros del incremento del IVA 15% en las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes en el Distrito Metropolitano de Quito, período 2023-2024.

## **2. Planteamiento del Problema**

El gobierno nacional del presidente Daniel Noboa Azin, mediante el Decreto Ejecutivo 198, modificó la tarifa general del Impuesto al Valor Agregado (IVA), del 12% al 15%, a partir del 1 de abril de 2024 (LEXIS, 2024)

Se hizo un énfasis en que, en abril de 2024, el Estado ecuatoriano incrementó la tarifa general del Impuesto al Valor Agregado (IVA) del 12% al 15% como medida fiscal para enfrentar la crisis carcelaria y para combatir a los carteles enraizados en el país, afectando directamente a muchos sectores sensibles, entre ellos el automotriz.

Este incremento generó una subida de precios finales de vehículos y autopartes, provocando una contracción en la demanda y una caída en las ventas (El Comercio, 2025).

El comercio automotriz luego del aumento del impuesto al valor agregado, al subir el precio final, generó una contracción en la demanda de autopartes y vehículos, reflejada en una caída de ventas.

Las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes enfrentan un aumento en sus costos operativos, por lo que a este impuesto se generó un aumento en los precios finales de vehículos y autopartes, provocando una contracción en la demanda y una caída en las ventas (El Comercio, 2025).

El precio de los vehículos nuevos se ha incrementado en promedio entre un 3% y 5%, lo que afecta la demanda de la competitividad del sector automotriz. (Motorplan, 2025)

En este estudio se busca analizar los efectos económicos y financieros que ha tenido esta medida fiscal para las empresas del sector, considerando variables como rentabilidad, costos, precios, competitividad y comportamiento del consumidor, ya que, a consecuencia de la medida tomada por el gobierno de turno, se generaron consecuencias negativas a nivel nacional, donde la concentración de concesionarios y talleres genera una alta sensibilidad al cambio tributario.

### **3. Formulación de Problemas**

#### **3.1. General**

¿Cuáles son los efectos económicos y financieros por el incremento del IVA al 15% en las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes en el Distrito Metropolitano de Quito durante el período 2023-2024?

#### **3.2. Específicos**

- ¿Cómo ha influido el incremento del IVA en los márgenes de rentabilidad y liquidez de las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes?
- ¿Cuál es el impacto que ha tenido el aumento del IVA en los costos de operación y precios finales de los productos comercializados?
- ¿En qué forma ha influido el incremento del IVA en la competitividad del sector frente a la demanda y oferta de vehículos en el mercado local?

### **4. Justificación**

El Gobierno ecuatoriano tomó la decisión de elevar el IVA (Impuesto al Valor Agregado), una acción que busca fortalecer la recaudación fiscal en medio de los retos en términos de seguridad nacional y de la crisis económica que azota a la nación.

Por lo tanto, a esta norma se han generado tensiones en los sectores más importantes como el automotriz, donde el incremento de los precios ha reducido la demanda y ha afectado a la dinámica comercial. Sin embargo, el presente estudio busca analizar si esta política tributaria está cumpliendo su propósito sin comprometer la sostenibilidad financiera de las empresas de tal sector. Igualmente se pretende identificar si existen efectos colaterales como la disminución de ventas, reducción de empleo y pérdida de competitividad.

En Quito, el sector automotriz se concentra en una alta densidad de concesionarios, importadoras, talleres y distribuidores que siempre dependerán de las decisiones del gobierno de turno. Por lo tanto, cualquier modificación en la parte tributaria, como el aumento del IVA, puede alterar de forma sustancial su desempeño financiero y su posicionamiento en el mercado (Quelal Garzón, 2024).

El incremento de los precios de los vehículos nuevos, usados y de las autopartes ha provocado una contracción en la demanda en el sector automotriz. Según la proforma de MotorPlan, el precio final de un vehículo puede incrementarse entre \$800 y \$2.000 de rentabilidad, modelo, lo que ha llevado a muchos consumidores como mejor opción el optar por vehículos de segunda mano o la otra opción muy común el postergar sus decisiones de compra

es decir existe una disminución en la demanda que afecta directamente los ingresos de las empresas, reduciendo su rentabilidad, liquidez y obligándolas a replantear sus estrategias comerciales (MotorPlan, 2024).

Analizar las políticas fiscales que afectaron directamente a los ciudadanos, tanto como consumidores y a los trabajadores. El incremento de los vehículos y autopartes no solo afecta la movilidad y el acceso a bienes duraderos, sino también a la estabilidad laboral de quienes dependen de este sector como el automotriz. Por ello, al analizar los efectos del IVA en este contexto permite tener en cuenta las conexiones entre la política tributaria, la economía empresarial y el bienestar social (Ecuavisa, 2024).

## **5. Objetivos**

### **5.1. General**

Analizar los efectos tanto económicos como financieros del incremento del IVA al 15% en las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes en el Distrito Metropolitano de Quito durante el periodo 2023-2024.

### **5.2. Específicos**

- I. Identificar el impacto del incremento del IVA en la rentabilidad y liquidez financiera de las empresas dentro del sector.
- II. Analizar cómo el aumento del IVA afecta los costos operativos y la fijación de precios en las empresas del sector automotriz
- III. Evaluar el impacto de la subida del IVA en la competitividad y sostenibilidad de las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes, considerando el efecto en la oferta y la demanda.

## **6. Marco Teórico y Conceptual**

### **6.1. Marco teórico**

#### ***6.1.1. Impuesto al Valor Agregado - IVA***

Es un tributo que grava el valor de las transferencias dentro del país o la importación de bienes muebles, en las fases de comercialización, a los derechos de autor, propiedad industrial y derechos relacionados, así como el valor de servicios prestados. (Ley de Régimen Tributario Interno, 2024)

El Impuesto al Valor Agregado-IVA es un tributo indirecto, en abril de 2024 el gobierno ecuatoriano incremento la tarifa general del IVA del 12% al 15% como parte de una estrategia fiscal para enfrentar a la crisis económica y social que atraviesa el país. Por lo tanto, este cambio

de norma ha impactado directamente en sectores como el automotriz, donde los márgenes de utilidad son sensibles a variaciones tributarias.

El Impuesto al Valor Agregado (IVA) es un impuesto indirecto que grava la transferencia de dominio de bienes muebles corporales, en todas sus etapas de comercialización, y la prestación de servicios dentro de Ecuador. Es un tributo fundamental para la recaudación fiscal del Estado, administrado por el Servicio de Rentas Internas (SRI). Su diseño busca evitar el efecto de cobro acumulado en diferentes fases de la producción. (Factura Hero, 2024)

La tarifa general del IVA en Ecuador es del 15%, aplicada a la mayoría de bienes y servicios. Sin embargo, el sistema contempla tarifas diferenciadas. Existe una tarifa del 0% para un amplio listado de bienes y servicios considerados esenciales, como la mayoría de los alimentos de la canasta básica, medicinas, servicios de educación y salud, entre otros. Adicionalmente, se han implementado tarifas especiales como el 8% para ciertas actividades turísticas en días festivos, y tarifas específicas para productos como helados, galletas o bebidas azucaradas, que pueden tener un porcentaje distinto a la tarifa general.

Los sujetos pasivos (vendedores o prestadores de servicios) tienen la obligación de recaudar este impuesto al incluirlo en el precio final y luego declararlo y pagarlo al SRI, generalmente de forma mensual. Un aspecto clave es el crédito tributario, que permite a los contribuyentes deducir el IVA que pagaron en sus compras relacionadas con su actividad económica, del IVA que deben pagar por sus ventas. (Factura Hero, 2024)

### **Tarifas del Impuesto al Valor Agregado vigentes en Ecuador**

La tarifa del Impuesto al Valor Agregado (IVA) vigentes es del 0% y del 15% y aplica tanto para bienes (menos lo de construcción) como para servicios para materiales de construcción es del 5%. (Ley de Régimen Tributario Interno, 2024)

Esta tabla se encuentra actualizada con las respectivas tarifas del IVA por sectores:

Tabla 1 Tarifas vigentes del IVA

Decreto o Norma	Tarifa IVA	Periodo	Sector
Decreto ejecutivo No 198	15%	Desde el 01 de abril de 2024.	General
Registro Oficial No. 516 de la Ley Orgánica para Enfrentar el Conflicto Armado Interno, la Crisis Social y Económica	5%	Desde el 01 de abril de 2024.	Construcción

**Fuente:** Servicios de Rentas Internas

**Nota.** En esta tabla se muestra la actualización del “Impuesto al Valor Agregado- tarifas” de Servicio de Rentas Internas,2024.

### 6.1.2. Política fiscal y recaudación tributaria

Según la política fiscal en Ecuador, ha estado históricamente orientada a equilibrar las finanzas públicas mediante la recaudación de impuestos indirectos como el IVA. De acuerdo con el Servicio de Rentas Internas (2024), el aumento del IVA al 15% busca incrementar la recaudación en aproximadamente USD 1.300 millones anuales. Sin embargo, esta medida también puede generar efectos adversos en el consumo interno, especialmente en bienes de alto valor como los vehículos. (Ley de Régimen Tributario Interno, 2024)

Sostiene que, si bien el incremento del IVA puede mejorar los ingresos fiscales en el corto plazo, también puede desacelerar la economía al reducir el poder adquisitivo de los consumidores (Garzón, 2024).

#### Según el decreto ejecutivo N-°198:

**Artículo 1.** Modificar la tarifa general del IVA del 12% al 15% para el año 2024, considerado la recomendación y dictamen favorable del Ministerio de Economía y Finanzas, en donde se exponen las condiciones de las finanzas públicas y de la balanza de pagos

**Artículo 2.** Aplicar la tarifa general del 15% del IVA desde el 01 de abril de 2024.

### **6.1.3. Estructura del sector automotriz ecuatoriano**

Dentro del sector automotriz en Ecuador se comprende la importación, comercialización y mantenimiento de vehículos, así como la venta de autopartes y accesorios.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos, este sector representa aproximadamente el 2.50% del Producto Interno Bruto (PIB) y genera más de 150.000 empleos directos e indirectos. (INEC,2024)

Rivera orientó su análisis hacia la ciudad de Quito de las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes debido a su posición estratégica como capital del país y centro logístico, lo que hace que estas empresas enfrenten una alta competencia, márgenes de utilidad ajustados y una fuerte dependencia de las importaciones, lo que las hace esencialmente vulnerables a cambios en la política tributaria (Rivera, 2024)

### **6.1.4. Impacto del IVA en precios y demanda de vehículos**

Lo que publicó MotorPlan es el incremento del Iva al 15% ha tenido un efecto directo en los precios de los vehículos nuevos y usados, los precios de los autos se incrementaron entre un 3% al 5% tras la entrada en vigor de la nueva tarifa lo que está generando una disminución en la demanda y especialmente en los segmentos de gama media y baja (MotorPlan,2024).

El Comercio comunicó que este fenómeno se explica por la elasticidad del precio de la demanda que en el caso de los vehículos es demasiado alta lo que se entiende que aumento en el precio se puede traducirse en una reducción significativa en las ventas y además lo que el aumento del IVA también está afectando la percepción de los consumidores quienes postergan sus decisiones de compra ante la expectativa de una posible reversión de la medida o de incentivos futuros (El comercio, 2024).

### **6.1.5. Teoría de la elasticidad**

La elasticidad precio de la demanda mide la sensibilidad de la cantidad demandada ante variaciones en el precio (Mankiw, 2021). Esta teoría resulta fundamental para analizar el comportamiento del consumidor en el sector automotriz, donde los vehículos y autopartes no esenciales presentan una demanda altamente elástica.

En el contexto del incremento del IVA, un aumento en el precio final de los vehículos puede generar una reducción proporcionalmente mayor en la cantidad demandada, afectando

directamente el nivel de ventas y la rentabilidad de las empresas comercializadoras. Por esta razón, las empresas del sector deben ajustar sus estrategias de precios y costos para mitigar el impacto del impuesto.

Con referencia del sector automotriz en Ecuador, esta teoría ayuda a entender que el incremento del IVA, al aumentar el precio de los vehículos, provoca una reducción significativa en la demanda. Por lo tanto en esta reducción no solo impacta en las ventas, sino que también influye en las decisiones de compra de los consumidores, quienes pueden postergar sus adquisiciones ante la expectativa de futuras modificaciones tributarias o incentivos. Finalmente es fundamental que las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes ajusten sus estrategias de precios y costos para mantener su competitividad y rentabilidad en un mercado con alta elasticidad de precio.

#### **6.1.6. *La elasticidad en los bienes de lujo***

Los bienes de lujo presentan un comportamiento particular frente a los cambios de precio, ya que su demanda está influida no solo por factores económicos, sino también por elementos simbólicos como el estatus y el prestigio (FasterCapital, 2025).

En el sector automotriz, los vehículos de gama alta pueden experimentar una disminución en la demanda tras un aumento de precios, pero sin perder completamente su atractivo, debido a la percepción de exclusividad. No obstante, el incremento del IVA reduce el acceso a estos bienes para ciertos segmentos de consumidores, generando una contracción moderada del mercado

En los bienes de lujo se observa que cuando el precio aumenta, las ventas bajan de forma marcada, pero aun así siguen teniendo demanda porque simbolizan exclusividad.

#### **6.1.7. *Tipos de elasticidad en la economía aplicados al sector de autos y autopartes***

##### **6.1.7.1 Elasticidad-precio de la demanda elástica**

La elasticidad-precio de la demanda es elástica cuando una variación en el precio provoca un cambio mayor en la cantidad demandada (Mankiw, 2021). En el sector automotriz, los vehículos nuevos presentan este tipo de elasticidad, ya que los consumidores pueden postergar la compra o buscar alternativas más económicas.

Esto explica por qué muchos compradores prefieren esperar o cambiar de opción cuando los precios de los autos nuevos se incrementan.

**Ejemplo:** Los vehículos nuevos, especialmente de gama media y alta, presentan una demanda elástica, ya que un aumento en su precio puede llevar al consumidor a postergar la compra o buscar alternativas más económicas (Parkin, 2022).

#### **6.1.7.2 Elasticidad-precio de la demanda inelástica**

La demanda de autopartes esenciales tiende a ser inelástica, debido a que estos productos son indispensables para el funcionamiento y la seguridad del vehículo (Samuelson & Nordhaus, 2021). Asimismo, la elasticidad-ingreso permite explicar cómo los cambios en el nivel de ingresos influyen en la preferencia por vehículos nuevos, usados o repuestos genéricos.

En este tipo de elasticidad el consumidor prioriza la necesidad y la seguridad antes que el precio.

**Ejemplo:** Autopartes esenciales como frenos, baterías o filtros mantienen su demanda incluso ante aumentos de precio, ya que son indispensables para la seguridad y el funcionamiento del vehículo (Mankiw, 2021).

#### **6.1.7.3 Elasticidad-precio de la demanda unitaria**

La elasticidad unitaria se presenta cuando el cambio porcentual en el precio es proporcional al cambio en la cantidad demandada (Parkin, 2022).

El comportamiento es común en mercados donde los consumidores comparan precios de forma constante.

**Ejemplo:** En el mercado de vehículos usados, una reducción moderada de precios suele generar un aumento proporcional en la demanda, manteniendo relativamente estables los ingresos (FasterCapital, 2025).

#### **6.1.7.4 Elasticidad-ingreso de la demanda**

La elasticidad-ingreso mide cómo responde la demanda ante variaciones en el nivel de ingreso del consumidor (Samuelson & Nordhaus, 2021).

Esta elasticidad refleja claramente cómo las personas ajustan sus decisiones de compra según su situación económica.

**Ejemplo:** Cuando el ingreso disminuye, aumenta la preferencia por autopartes usadas o genéricas, mientras que un mayor ingreso favorece la compra de repuestos originales o vehículos nuevos (Parkin, 2022).

#### **6.1.8. Rentabilidad financiera en empresas comercializadoras**

Por rentabilidad financiera podemos conocer que es un indicador clave para evaluar el desempeño económico de las empresas que en este caso de las comercializadoras de vehículos y autopartes el incremento del Iva ha reducido los márgenes de ganancia ya que muchas empresas no han podido trasladar completamente en el aumento del impuesto al precio final sin afectar su volumen de ventas (QuickBooks , 2022).

Añadiendo que el incremento del IVA ha generado un aumento en los costos financieros, debido a la necesidad de mantener mayores a los niveles de capital de trabajo para poder cubrir el impuesto en las etapas previas a la venta lo que se ha visto afectado especialmente a las pequeñas y medianas empresas que tienen menor capacidad de negociación con proveedores y acceso limitado a financiamiento (Rivera,2024).

#### **6.1.9. Costos de operación y márgenes de utilidad**

Dentro de los costos tenemos a los de operación en el sector automotriz incluyendo gastos en importación, almacenamiento, transporte, comercialización y servicios postventa, lo que el incremento del IVA ha impactado directamente en costos, especialmente en lo relacionado con la adquisición de autopartes importadas que representan una parte significativa del inventario de las empresas (Becchetti,2025).

Según datos de la Cámara de Comercio de Quito (2024), el costo promedio de importación de autopartes aumentó en un 4.2% tras la reforma tributaria, debido al efecto combinado del IVA y la devaluación del tipo de cambio por lo que se ha visto obligado a las empresas a ajustar sus estrategias de precios, reducir costos operativos y renegociar contratos con proveedores y distribuidores (El Comercio, 2024).

#### **6.1.10. Competitividad y posicionamiento en el mercado automotriz**

De acuerdo con Rivera, “La competitividad en el sector automotriz se refiere a la capacidad de las empresas para ofrecer productos y servicios de calidad a precios competitivos, manteniendo su participación en el mercado”. El incremento del IVA ha afectado esta competitividad, al aumentar los precios y reducir la demanda, lo que ha favorecido a empresas con mayor capacidad financiera y economías de escala” (Torres, 2022).

Además, la falta de incentivos para la producción nacional y como la dependencia de insumos importador han limitado la capacidad de adaptación de las empresas frente al cambio tributario se dice que el índice de confianza empresarial del sector automotriz la percepción

publicada por Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador de los empresarios sobre el entorno económico se deterioró en un 18% tras la reforma fiscal (AEADE,2024)

#### **6.1.11. Análisis comparativo: antes y después del incremento del IVA**

El análisis comparativo entre los periodos del 2023 y 2024 permite observar los efectos del incremento del IVA en el sector automotriz, en el 2023 la tarifa del IVA era del 12% y las ventas de vehículos nuevos alcanzaron las 130.000 unidades a nivel nacional, en cambio en 2024 con la tarifa del 15% las ventas cayeron a 112.000 unidades lo que representa una disminución del 13.8% (Primicias,2024).

En la recaudación del IVA en el sector automotriz no creció en la misma proporción que la tarifa debido a la contratación de las ventas, se sugiere que el aumento del impuesto no necesariamente se traduce en una mayor recaudación, especialmente cuando afecta negativamente el volumen de transacciones (Auditores y Consultores, 2024).

### **6.2. Marco conceptual**

**Competitividad:** “Empresarial se define como la capacidad de una organización para mantener o mejorar su posición en el mercado frente a sus competidores, ofreciendo productos o servicios de calidad a precios adecuados” (Lozano, 2022).

**Elasticidad:** “la medida que indica cuánto cambia una variable al variar otra”. En el caso de los bienes de lujo, se ejemplifica que si el precio sube, las ventas caen de manera significativa, confirmando su alta elasticidad precio (Economipedia, 2025).

**Empresas que comercializan vehículos y autopartes:** “Se dedican a importar, distribuir y vender automóviles nuevos y usados, así como repuestos, accesorios y componentes mecánicos, eléctricos y electrónicos. Pertenecen al sector automotriz y desempeñan un papel fundamental en la cadena de valor del transporte y la movilidad urbana” (Rivera, 2024).

**Impuesto al Valor Agregado (IVA):** “Es un tributo indirecto que grava el valor añadido en cada etapa de producción y comercialización de bienes y servicios. En Ecuador, este impuesto es administrado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) y constituye una de las principales fuentes de ingresos fiscales.” (SRI, 2024).

**(IVA) INDIRECTO:** “Los impuestos indirectos son aquellos impuestos que una persona debe pagar por el hecho de consumir o utilizar algo” (Economipedia)

**Recaudación tributaria:** “Es el proceso mediante el cual el Estado obtiene ingresos a través del cobro de impuestos, tasas y contribuciones. Estos recursos financian el gasto público

en áreas como salud, educación, seguridad e infraestructura” (Castillo, Cárdenas y Chango 2024).

**Rentabilidad financiera:** “Se refiere a la capacidad de una empresa para generar beneficios en relación con sus recursos propios o inversiones realizadas. Es un indicador clave para evaluar el desempeño económico de una organización, ya que permite medir la eficiencia con la que se utilizan los recursos disponibles” (QuickBooks, 2022).

## **7. Marco Metodológico**

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, transversal y descriptivo-correlacional. Este diseño permitió analizar los efectos económicos y financieros del incremento del IVA al 15 % en las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes del Distrito Metropolitano de Quito, sin manipular las variables, dado que el fenómeno estudiado ya había ocurrido en el entorno real del sector.

El diseño no experimental resultó adecuado, ya que permitió observar y analizar las variaciones en rentabilidad, costos operativos, liquidez y competitividad, derivadas del aumento del IVA, en condiciones reales de mercado (Hernández Sampieri, 2022).

Por su parte, el diseño transversal permitió recopilar la información en un solo momento del tiempo, obteniendo una visión general del impacto del impuesto durante el período 2023–2024. Asimismo, el enfoque descriptivo-correlacional facilitó identificar relaciones entre las variables económicas y financieras, sin pretender establecer una relación causal directa.

### **7.1 Diseño de Investigación**

El diseño cuantitativo consiste en recolectar y analizar datos numéricos para describir fenómenos, identificar patrones y generalizar hallazgos a una población mayor (Bhandari, 2023).

Al realizar el diseño fue útil para medir variables económicas y financieras, como el impacto del aumento del IVA en empresas, ya que respalda conclusiones con evidencia cuantificable, facilita generalizar hallazgos a una población mayor y mejorar la toma de decisiones basadas en cifras y análisis estadísticos

En el diseño no experimental no se manipulan las variables independientes; en su lugar, el investigador observa su comportamiento en contexto natural y analiza relaciones entre ellas sin intervención directa (Design UDL Virtual, 2024).

El diseño de estudio facilitó analizar cómo el incremento tributario afecta la oferta y demanda, la competitividad y la sostenibilidad del sector, sin intervenir directamente en el proceso, lo que resulta ideal para investigaciones económicas y financieras en entornos reales.

El diseño transversal recopila los datos en un solo momento del tiempo, proporcionando una 'fotografía' de cómo están las variables y sus relaciones en ese momento específico, sin seguimiento posterior (Google Sites, 2022).

El diseño permitió tener resultados más rápidos y menos costosos que un estudio longitudinal, aunque se sabe que no permite ver cambios con el tiempo.

Este diseño descriptivo-correlacional describe las características de uno o más fenómenos y al mismo tiempo analiza el grado de asociación entre dos o más variables, sin pretender comprobar causalidad (Paite, 2025).

Este tipo de estudio permitió identificar y establecer relaciones entre las variables analizadas, proporcionando una comprensión más amplia del impacto del alza del IVA en la competitividad y sostenibilidad de las empresas comercializadoras, sin buscar una relación de causa y efecto directa.

El método descriptivo analiza datos cuantificables que se pueden analizar con fines estadísticos es una población con objetivo (Blanca Espada, 2021)

En el diseño de estudio ayudó a describir las características y tendencias sin buscar ni manipular variables, lo que me permite obtener una visión objetiva y real de cómo el aumento del IVA al 15% ha impactado en su economía y finanzas.

El tipo de diseño de investigación que se va a utilizar es el cuantitativo no experimental, transversal y descriptivo-correlacional. Este método posibilitó el análisis de las consecuencias financieras y económicas que ha producido el aumento del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en la industria automotriz de Quito durante 2023-2024.

Según Hernández Sampieri el estudio del diseño cuantitativo, que es no experimental, descriptivo-correlacional y transversal. Esta técnica permitirá examinar las consecuencias económicas y financieras que el incremento del Impuesto al Valor Agregado (IVA) ha tenido en la industria automotriz de Quito a lo largo de 2023-2024 (Hernández Sampieri, 2022).

Además, se enmarca dentro de un diseño no experimental porque las variables independientes en esta ocasión, el aumento del IVA no se alterará intencionadamente, sino que

se examinarán los efectos que ya se han dado sobre las variables dependientes: la rentabilidad, los costos operativos, la liquidez y la competitividad del sector (Romero Carazas, 2024).

Esta investigación es pertinente cuando los fenómenos en estudio han sucedido y el investigado solo se dedica a describir y examinar sus efectos en la situación presente.

El enfoque metodológico también incluye el empleo de instrumentos estructurados, por ejemplo, encuestas y registros contables para recopilar información que sea confiable y verificable, lo que posibilita un análisis preciso de las transformaciones sucedidas antes y después de la reforma fiscal. Los datos adquiridos se examinarán a través de técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales, como la representación gráfica, las correlaciones, los porcentajes y el cálculo de promedios; estos métodos ayudarán a interpretar los resultados.

## **7.2 Tipos de Investigación**

Este estudio combina diferentes formas de investigación que se complementaron para evaluar de manera integral los impactos financieros y económicos del aumento del IVA al 15% en el sector automotriz de Quito.

Una investigación descriptiva es proporcionar una representación precisa y sistemática de la realidad observada. En esto se diferencia de la investigación exploratoria, que busca descubrir y generar ideas iniciales sobre un tema, y de la investigación analítica, destinada a comprobar o refutar hipótesis (Teresa Kiss, 2025).

Se pudo analizar objetivamente la variabilidad en ventas, costos y rentabilidad, sin alterar las condiciones naturales del contexto estudiado, garantizando así la validez y confiabilidad de los resultados obtenidos.

Como punto inicial, se lleva a cabo una investigación descriptiva que posibilita el análisis y la caracterización de los cambios en las ventas, costos operativos, rentabilidad y precios después de la reforma tributaria. Este método ayuda a determinar las principales transformaciones que ocurren en la estructura financiera de las compañías, sin modificar las condiciones de lo ocurrido (Arias González & Covinos Gallardo, 2021).

Se enfoca en estudiar la relación y grado de asociación entre dos o más variables sin manipularlas, permitiendo conocer si existe una dependencia entre ellas y la dirección de esta relación (Hernández Sampieri et al., 2021).

El método correlacional es el que mide el grado de relación con las variables de la población estudiada (el diseño de estudio se mide el grado de las empresas de automotriz).

Hernandez señala que este método consiste en descomponer un objeto de estudio en sus partes para analizarlas de manera individual, con el fin de identificar causas y relaciones, y luego integrar esos elementos para comprender el fenómeno completo (Hernández Sampieri et al, 2021)

El método analítico implicó examinar y descomponer las variables económicas y financieras, como ventas, costos y rentabilidad, para identificar relaciones y efectos concretos, también se utilizó un análisis correlacional y analítico, que estudio los motivos y las conexiones entre el aumento del impuesto y el rendimiento económico de las compañías que comercializan vehículos y autopartes.

En el análisis del mercado automotriz en Ecuador utiliza este enfoque para estudiar relaciones entre variables sin manipularlas, lo cual es útil para entender cómo el aumento del IVA afecta el desempeño económico de las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes (Wilmer Arias, 2025)

### **7.3 Métodos de Investigación**

El enfoque cuantitativo se basa en la recolección y análisis de datos numéricos para medir variables y comprobar hipótesis mediante métodos estadísticos (Bhandari, 2023).

El método que se utilizó fue cuantificar los efectos en ventas, costos y rentabilidad, otorgando una base sólida para tomar decisiones basadas en datos confiables en las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes.

El enfoque cualitativo busca comprender los fenómenos desde la perspectiva de las personas, explorando significados, experiencias y percepciones mediante métodos como entrevistas o grupos focales (Denzin & Lincoln, 2021).

El enfoque permitió captar las opiniones y experiencias de empresarios y empleados, proporcionando una visión completa del efecto que tiene el impuesto (IVA), más allá de las cifras.

La investigación actual se basó en un método mixto que combina enfoques cualitativos y cuantitativos para lograr una comprensión mejor sobre el estudio.

De acuerdo con Hernández Sampieri, el método mixto posibilita la recolección y el análisis de datos, tanto numéricos como descriptivos, para hacer una interpretación más exhaustiva de los resultados. En este escenario, el enfoque cuantitativo servirá para evaluar de manera objetiva el impacto económico del aumento del IVA en indicadores como los costos operativos, la rentabilidad y las ventas. Por otro lado, el enfoque cualitativo facilitará la interpretación de las

experiencias y percepciones de los empresarios ante la reforma tributaria (Hernández Sampieri,2022).

#### 7.4 Determinación de la población y muestra

La muestra se define como un subconjunto seleccionado de individuos, eventos o entidades extraídos de una población total con el propósito de llevar a cabo un estudio y poder hacer inferencias sobre dicha población (Arias y Covinos, 2021).

La muestra fue seleccionada para reflejar las características del sector en este caso sería de la automotriz, que se aseguró así la validez y confiabilidad del análisis y las conclusiones.

La población agrupa todos los casos que cumplen con determinadas características, mientras que la muestra se selecciona mediante técnicas específicas para garantizar que los resultados puedan generalizarse con un margen controlado de error (Saldarriaga,2021).

La población se basó en el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades del muestreo.

La población estuvo conformada por las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes ubicadas en el Distrito Metropolitano de Quito durante el período 2023–2024. A partir de una población estimada de 80 empresas, se determinó una muestra de 28 empresas, aplicando la fórmula de muestreo para poblaciones finitas, con un nivel de confianza del 90 % y un margen de error del 10 %.

Esta muestra permitió obtener información representativa del sector y analizar de manera confiable los efectos del incremento del IVA en el desempeño económico y financiero de las empresas estudiadas.

#### ***Fórmula del tamaño de la muestra para población finita***

<b>n</b>	<b>=</b>	<b><math>Z^2 * p * q * N</math></b>
		<b><math>(N * e^2) + (Z^2 * p * q)</math></b>

- **N = 80** empresas (tamaño de la población)

- **Z** = 1.65 (nivel de confianza del 90%)
- **p** = 0.80 (proporción estimada de la población con la característica específica)
- **q** = 0.20 (proporción estimada sin la característica específica)
- **e** = 0.10 (margen de error permitido)

**Calculo:**

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{(N * e^2) + (Z^2 * p * q)}$$

$$n = \frac{((1,65 * 1,65)) * (0,80) * (0,20) * (80)}{(80 * 0,10 * 0,10) + ((1,65 * 1,65) * (0,80 * 0,20))}$$

$$n = \frac{34,848}{1,2356}$$

$$n = 28$$

Nota: En total se seleccionaron 28 empresas del grupo objetivo, aplicando la fórmula de muestreo aleatorio simple para una población finita, con un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 10%.

Se presenta la tabla de las empresas donde se realizó las encuestas

**Tabla 2 comercializadoras de autos y autopartes**

<b>RUC</b>	<b>EMPRESA</b>
1791754115001	ASIAUTO S. A
1791806956001	AUTOEASTERN S.A
0990064490001	Quito Motors Holding Ecuador S.A.
1792993334001	EL AUTOMOVIL JAPONES AUTOJAPONES CIA.LTDA.
1792915031001	1001 TALLERES S.A
1793064884001	CONSORCIO AUTOMOTRIZ AUTOMOTORSCAPCAR S.A.
179311996001	AKPRO AUTO CAR CENTER S.A.S.
0591764390001	FULL-DIESEL
1790279901001	MARESA CENRAL
1790012128001	GIGANTE ROJO
1706301320001	J.G REPUESTOS
1792028795001	Repuestos Peugeot Jaime Páez RP. Importadores.
1791987349001	SURT V.V SUR REPUESUR
1790667286001	MANSUERA S.A
1724817869001	QUIMBITA CARS
1791744150001	Mega Repuestos Vega
1725576118001	FK- MOTORS
1792342066001	REPUESTOS UNIVERSAL
1103541726001	SILVA MOTORS
1790015424001	FORD QUITO MOTORS
1704728557001	CHEVY REPUESTOS
1790009459001	CASABACA
1793210200001	AUTO PARTES GF-MOTORS S.A.S.
1790545237001	REPUESTOS GUERRERO

1712022159001	CAR TIME
1791431006001	ECOREPUESTOS
1792496721001	ART AUTOREPUESTOS PICHINCHA
1760314706001	FORD IMPORTACIONES

## 8. Interpretación de Resultados

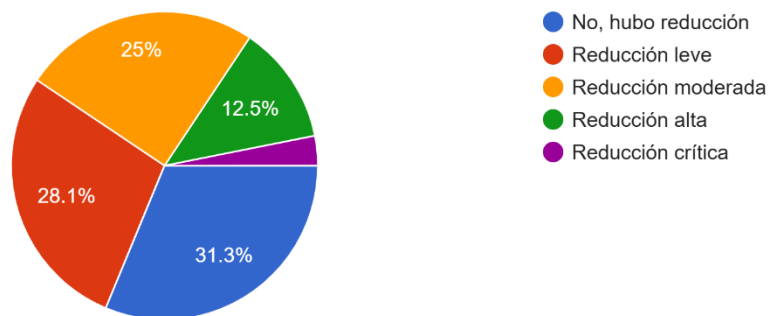
Pregunta 1: La empresa experimentó reducción de utilidades.

**Tabla 3 Reducción de utilidades**

Repuestas	Frecuencia	Porcentaje
No, hubo reducción	9	31.3%
Reducción leve	8	28.1%
Reducción moderada	7	25%
Reducción alta	3	12.5%
Reducción crítica	1	3.1%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100</b>

Nota: La tabla muestra la reducción de las utilidades de las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de Encuestas

**Ilustración 1 Reducción de utilidades**



**Nota:** El gráfico muestra la reducción de utilidades de las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

**Interpretación:** El gráfico refleja que el comportamiento de las utilidades ha sido diverso entre las empresas encuestadas. Un 31,3 % manifestó que no experimentó reducción en sus utilidades, lo que indica que cerca de un tercio de las empresas logró mantener su rentabilidad pese al incremento del IVA al 15 %. Sin embargo, el 28,1 % señaló haber tenido una reducción leve y el 25 % una reducción moderada, evidenciando que más de la mitad de las empresas sí vio afectadas sus utilidades, aunque en niveles manejables. Por otro lado, el 12,5 % de las empresas reportó una reducción alta y un 3,1 % una reducción crítica, lo que muestra que, si bien el impacto más severo no fue generalizado, existieron casos en los que el aumento del impuesto influyó de manera significativa en los resultados económicos.

**Análisis:** El hecho de que un 31,3 % no haya presentado reducción refleja que algunas empresas contaban con una estructura financiera más sólida o una mayor capacidad para trasladar el impuesto al precio final sin afectar su rentabilidad. No obstante, la presencia de reducciones altas (12,5 %) y críticas (3,1 %), aunque en menor proporción, evidencia que no todas las empresas del sector automotriz y de autopartes en el Distrito Metropolitano de Quito tuvieron la misma capacidad de adaptación frente al aumento del IVA, lo que pone de manifiesto diferencias en su nivel de liquidez, estructura de costos y dependencia del volumen de ventas. El predominio de reducciones leves y moderadas sugiere que muchas empresas optaron por absorber parcialmente el impacto del incremento del IVA, ajustando sus márgenes de ganancia o implementando medidas de control de costos para evitar una caída más pronunciada de sus utilidades.

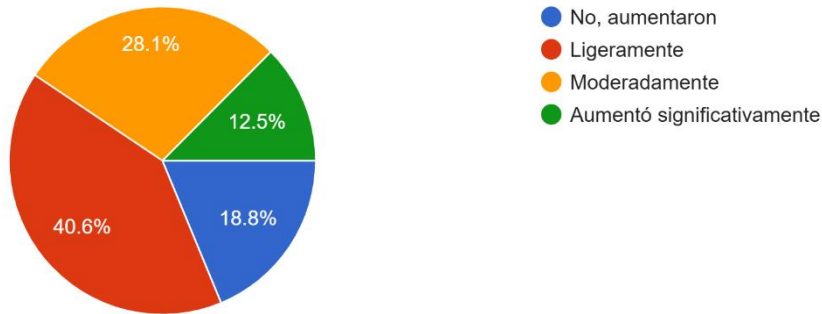
Pregunta 2: El IVA aumentó los costos operativos.

**Tabla 4 Aumentó costos operativos**

<b>Repuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentajes</b>
No, aumentaron	5	18.8%
Ligeramente	12	40.6%
Moderadamente	8	28.1%
Aumentó significativamente	3	12.5%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Nota:** La tabla muestra el aumento de los costos operativos de las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las Encuestas

## Ilustración 2 Aumento de los costos operativos



**Nota:** El gráfico muestra el aumento de los costos operativos de las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

**Interpretación:** Los resultados evidencian que el incremento del IVA tuvo un impacto en los costos operativos en un 69% entre ligeramente y moderadamente con referencia a los encuestados. Predominaron los aumentos ligeros (40.6%) y moderados (28.1%), lo que indica que el efecto fue perceptible pero manejable. En menor proporción, algunos reportaron aumentos significativos (12.5%), mientras que el 18.8% no observó cambios. En general, el impacto del IVA se manifestó principalmente de forma leve a moderada.

**Análisis:** La concentración de respuestas en los niveles ligero y moderado sugiere que las empresas experimentaron un aumento gradual de sus costos operativos, principalmente asociado al mayor valor del IVA aplicado a insumos, servicios y procesos vinculados a la comercialización de vehículos y autopartes. El hecho de que un 18,8 % no haya percibido incrementos puede estar relacionado con estrategias de optimización de gastos o una estructura de costos más eficiente. No obstante, el porcentaje de empresas que reportó un aumento significativo evidencia que el incremento del IVA no afectó de manera uniforme al sector, generando mayores presiones financieras en aquellas empresas con mayores costos fijos o menor capacidad para absorber el impacto tributario.

Pregunta 3: Los costos de importación se vieron afectados tras el incremento del IVA.

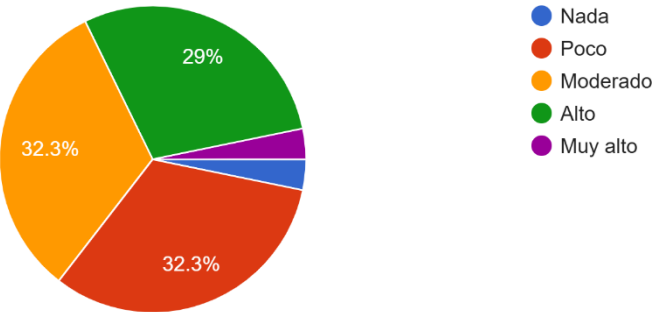
**Tabla 5 Afectación de los costos de importación**

Repuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nada	1	3.2%
Poco	9	32.3%

Moderado	9	32.3%
Alto	8	29%
Muy alto	1	3.2%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Nota:** La tabla muestra si los costos de importación fueron afectados por las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las Encuestas

*Ilustración 3 Afectación de los costos de importación*



**Nota:** El gráfico muestra la afectación de los costos de importación de las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

**Interpretación:** Los resultados muestran que el incremento del IVA al 15 % tuvo un impacto evidente en los costos de importación de la mayoría de las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes del Distrito Metropolitano de Quito. Aunque un 3,2 % indicó que el impacto fue nulo, el 32,3 % señaló que fue bajo y otro 32,3 % lo calificó como moderado, evidenciando que más de la mitad de las empresas percibió una afectación gradual en sus costos de importación. Asimismo, un 29 % manifestó que el impacto fue alto y un 3,2 % muy alto, lo que refleja que, para un grupo importante de empresas, el aumento del IVA incidió de manera significativa en los costos asociados a la importación.

**Análisis:** La distribución de las respuestas sugiere que el impacto del incremento del IVA sobre los costos de importación que reflejan un efecto de poco, moderado y alto lo que obligó a las empresas a asumir mayores desembolsos en la adquisición de vehículos y autopartes importadas. El predominio de respuestas en los niveles bajo y moderado indica que algunas empresas lograron amortiguar parcialmente el efecto del impuesto, posiblemente mediante una mejor planificación de compras o negociación con proveedores externos. Sin embargo, la presencia de impactos altos y muy altos que evidencian el 32,2% aquellas empresas con

mayores volúmenes de importación, costos fijos elevados o menor capacidad para absorber el impacto tributario enfrentaron mayores presiones financieras, afectando su estructura de costos y competitividad.

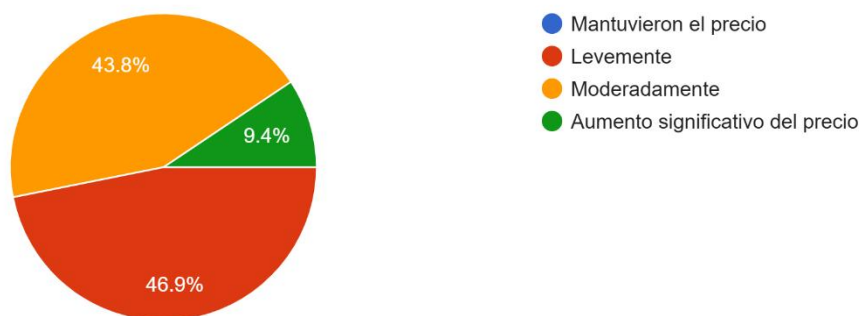
Pregunta 4: Los proveedores subieron precios tras el IVA.

**Tabla 6 Proveedores subieron el precio**

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Mantuvieron el precio	0	0.00%
Levemente	14	46.9%
Moderadamente	12	43.8%
Aumento significativo del precio	2	9.4%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Nota:** La tabla muestra si hubo subida de precios por los proveedores en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las Encuestas

**Ilustración 4 Proveedores subieron el precio**



**Nota:** El gráfico muestra la subida de precios por los proveedores de las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

**Interpretación:** Los resultados muestran que los proveedores sí incrementaron sus precios tras la aplicación del IVA. La mayoría de los encuestados percibió aumentos leves (46.9%) y moderados (43.8%), lo que indica un ajuste generalizado en los precios. Solo un 9.4% reportó un aumento significativo, mientras que ningún encuestado señaló que los precios se

mantuvieran. En conjunto, se evidencia que el IVA influyó directamente en el incremento de precios por parte de los proveedores, principalmente de manera leve a moderada.

**Análisis:** El predominio de aumentos leves y moderados sugiere que los proveedores optaron por trasladar el impacto del incremento del IVA de forma gradual, evitando incrementos abruptos que pudieran afectar la relación comercial con las empresas del sector. Sin embargo, el hecho de que el 100 % de las empresas haya percibido algún tipo de aumento confirma que el IVA generó un efecto en cadena dentro de la estructura de costos. Los casos de aumento significativo, aunque limitados, reflejan que algunas empresas enfrentaron mayores presiones financieras, especialmente aquellas con alta dependencia de proveedores específicos o con menor capacidad para absorber el impacto tributario sin afectar sus costos operativos.

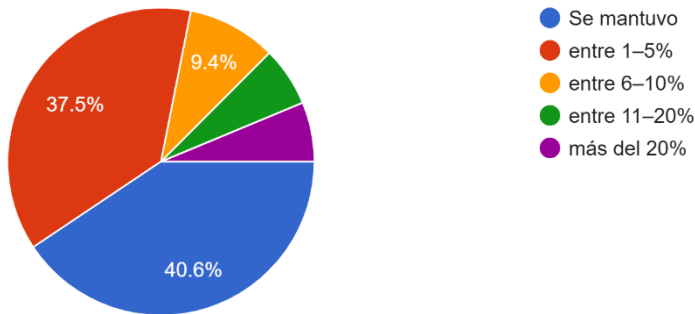
Pregunta 5: La empresa incrementó precios al cliente.

**Tabla 7 Incrementó de precios a los clientes**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentajes</b>
Se mantuvo	<b>11</b>	<b>40.6%</b>
entre 1–5%	<b>10</b>	<b>37.5%</b>
entre 6–10%	<b>3</b>	<b>9.4%</b>
entre 11–20%	<b>2</b>	<b>6.3%</b>
más del 20%	<b>2</b>	<b>6.3%</b>
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Nota:** La tabla muestra si se subió de precios a los clientes en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las Encuestas

### Ilustración 5 Incrementó de precios a los clientes



**Nota:** El gráfico muestra la subida de precios a los clientes de las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

**Interpretación:** Los resultados evidencian que el ajuste en los precios de venta aplicado por las empresas fue moderado frente al incremento del IVA al 15 %. Un 40,6 % de las empresas indicó que sus precios se mantuvieron sin variaciones, lo que refleja un esfuerzo por no trasladar directamente el impacto del impuesto al consumidor final. Sin embargo, el 37,5 % señaló incrementos entre el 1 % y el 5 %, mientras que un 9,4 % aplicó aumentos entre el 6 % y el 10 %, evidenciando que una parte importante de las empresas optó por ajustes graduales en sus precios. En menor proporción, el 6,3 % incrementó sus precios entre el 11 % y el 20 %, y otro 6,3 % reportó aumentos superiores al 20 %, lo que indica que solo un grupo reducido recurrió a incrementos elevados para compensar el efecto del IVA.

**Análisis:** La distribución de los porcentajes sugiere que las empresas del sector priorizaron mantener su competitividad en el mercado, evitando incrementos bruscos en los precios de venta pese al aumento del IVA. El hecho de que más del 40 % haya mantenido sus precios y que la mayoría de los incrementos se concentre en rangos bajos evidencia una estrategia orientada a conservar clientes y volumen de ventas. No obstante, los casos de aumentos superiores al 10 % reflejan que algunas empresas, con mayores costos operativos o menor capacidad para absorber el impacto tributario, se vieron obligadas a trasladar una parte significativa del impuesto al precio final.

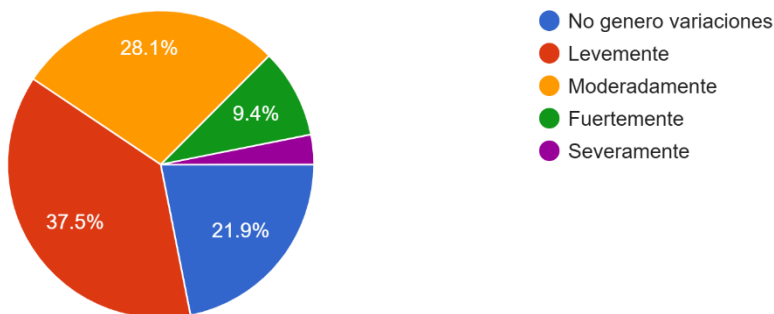
Pregunta 6: El aumento del IVA generó variaciones en los precios de inventario

**Tabla 8 Variaciones en precios de inventario**

Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
No genero variaciones	6	21.9%
Levemente	11	27.5%
Moderadamente	8	28.1%
Fuertemente	2	9.4%
Severamente	1	3.1%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Nota:** La tabla muestra variaciones en los precios de inventario en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las Encuestas

**Ilustración 6 Variaciones en los precios de inventario**



**Nota:** El gráfico muestra las variaciones en los precios de inventario de las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

**Interpretación:** Los resultados muestran que el aumento del IVA al 15 % generó variaciones en los precios de inventario en referencia de las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes del Distrito Metropolitano de Quito. El 21,9 % de las empresas indicó que no se generaron variaciones, el 27,5 % señaló que el impacto fue leve y el 28,1 % que fue moderado, evidenciando que más de la mitad de las empresas percibió cambios progresivos en el valor de sus inventarios. Asimismo, un 9,4 % manifestó que las variaciones fueron fuertes y un 3,1 % severas, lo que refleja que, en ciertos casos, el incremento del IVA tuvo un efecto más marcado sobre los precios de inventario.

**Análisis:** El predominio de variaciones leves y moderadas sugiere que las empresas enfrentaron ajustes graduales en los precios de inventario, posiblemente derivados del aumento en los costos de adquisición, importación y provisión de productos. El hecho de que un 21,9 % no haya registrado variaciones indica que algunas empresas contaban con inventarios previamente adquiridos o con estrategias de gestión que les permitieron amortiguar el impacto del IVA. Sin embargo, los casos de variaciones fuertes y severas, aunque minoritarios, evidencian que las empresas con mayor rotación de inventarios, altos costos fijos o menor capacidad para absorber el impacto tributario experimentaron mayores presiones financieras, afectando la valorización de sus existencias.

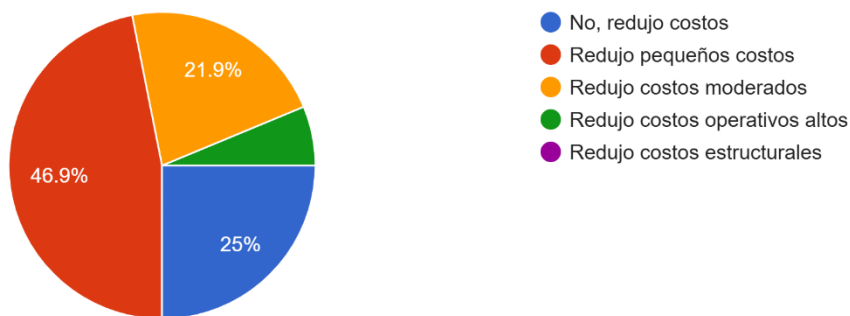
Pregunta 7: ¿En qué medida la empresa aplicó la reducción de costos?

**Tabla 9 Reducción de costos**

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
No, redujo costos	7	25%
Redujo pequeños costos	13	46.9%
Redujo costos moderados	6	21.9%
Redujo costos operativos altos	2	6.3%
Redujo costos estructurales	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Nota:** La tabla muestra aplicación en reducción de costos en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las Encuestas

**Ilustración 7 Reducción de costos**



**Nota:** El gráfico muestra la aplicación en la reducción de costos de las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

**Interpretación:** Los resultados muestran que la mayoría de las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes del Distrito Metropolitano de Quito aplicó algún tipo de reducción de costos como respuesta al incremento del IVA al 15 %. El 46,9 % indicó haber reducido pequeños costos, mientras que el 21,9 % señaló reducciones moderadas, lo que evidencia que más de la mitad de las empresas optó por ajustes graduales para enfrentar el impacto económico. Por otro lado, el 25 % manifestó no haber reducido costos, lo que sugiere que algunas empresas lograron mantener su estructura operativa sin cambios significativos. Cabe destacar que solo un 6,3 % aplicó reducciones altas en costos operativos y ninguna empresa reportó reducciones en costos estructurales.

**Análisis:** La predominancia de reducciones pequeñas y moderadas refleja que las empresas priorizaron medidas de ajuste menos drásticas, enfocadas principalmente en gastos operativos cotidianos, con el objetivo de sostener su funcionamiento y competitividad. El hecho de que no se registren reducciones en costos estructurales evidencia una intención clara de evitar decisiones que puedan comprometer la estabilidad organizacional, como recortes de personal o cierres de áreas clave. Sin embargo, la existencia de empresas que no aplicaron reducciones de costos o que realizaron ajustes más altos sugiere que la capacidad de respuesta frente al aumento del IVA varió según la situación financiera, el tamaño y la estructura de costos de cada empresa.

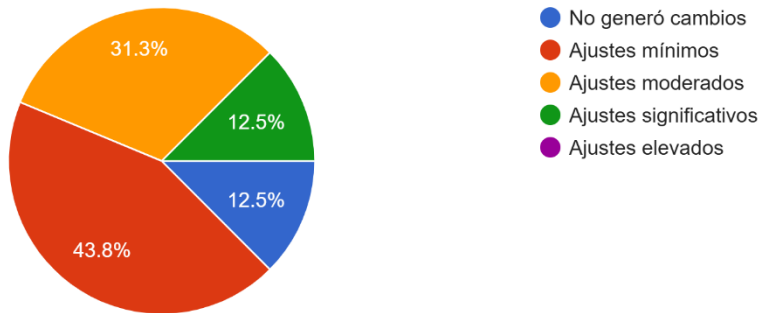
Pregunta 8: ¿Cómo ha influido el incremento del IVA en la actualización de los precios de los productos o servicios que ofrece su empresa?

**Tabla 10 Actualización de precios en productos o servicios**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
No generó cambios	3	12.5%
Ajustes mínimos	13	43.8%
Ajustes moderados	9	31.3%
Ajustes significativos	3	12.5%
Ajustes elevados	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Nota:** La tabla muestra la actualización de precios en productos o servicios en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las Encuestas

### Ilustración 8 Actualización de precios en productos o servicios



**Nota:** El gráfico muestra la actualización de precios en productos o servicios de las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

**Interpretación:** Los resultados muestran que el incremento del IVA al 15 % influyó de manera gradual en la actualización de los precios de los productos o servicios ofrecidos por las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes del Distrito Metropolitano de Quito. Aunque el 12,5 % de las empresas indicó que no se generaron cambios en sus precios, el 43,8 % realizó ajustes mínimos y el 31,3 % ajustes moderados, lo que evidencia que la mayoría optó por modificaciones controladas para enfrentar el impacto del impuesto. Por otro lado, un 12,5 % señaló haber aplicado ajustes significativos, mientras que ninguna empresa reportó ajustes elevados, lo que sugiere una estrategia generalizada de cautela al momento de actualizar precios.

**Análisis:** El predominio de ajustes mínimos y moderados refleja que las empresas buscaron equilibrar la necesidad de cubrir el aumento de costos generado por el IVA con el objetivo de no afectar la demanda ni su competitividad en el mercado. La ausencia de ajustes elevados indica que las empresas evitaron incrementos bruscos en los precios, posiblemente por la alta sensibilidad del consumidor en el sector de vehículos y autopartes. Sin embargo, los casos de ajustes significativos evidencian que algunas empresas, con mayores presiones en su estructura de costos o menor capacidad para absorber el impacto tributario, se vieron obligadas a trasladar una mayor parte del impuesto al precio final de sus productos o servicios.

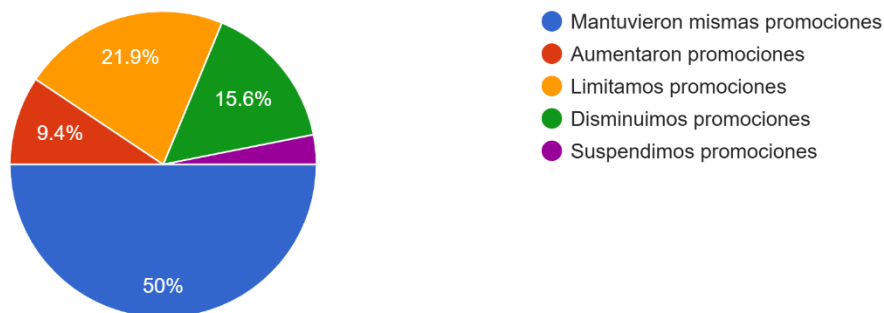
Pregunta 9: ¿En qué medida el incremento del IVA ha influido en la capacidad de su empresa para ofrecer descuentos o promociones a los clientes?

**Tabla 11** Aplicación de descuentos o promociones a los clientes

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Mantuvieron mismas promociones	15	50%
Aumentaron promociones	2	9.4%
Limitamos promociones	6	21.9%
Disminuimos promociones	4	15.6%
Suspendimos promociones	1	3.1%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Nota:** La tabla muestra si se aplicaron descuentos o promociones a los clientes en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las Encuestas

**Ilustración 9** Aplicación de descuentos o promociones a los clientes



**Nota:** El gráfico muestra la aplicación de descuentos o promociones a los clientes de las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

**Interpretación:** Los resultados evidencian que el incremento del IVA al 15 % influyó de manera importante en la capacidad de las empresas para aplicar descuentos o promociones a sus clientes. El 50 % de las empresas indicó que mantuvo las mismas promociones, lo que sugiere un esfuerzo por conservar la atracción comercial y la fidelización de clientes pese al aumento de costos. Sin embargo, el 21,9 % señaló que limitó las promociones y el 15 % que las disminuyó, reflejando que una parte significativa de las empresas redujo este tipo de estrategias comerciales. En menor proporción, el 9,4 % manifestó haber aumentado las promociones y apenas un 3,1 % indicó que las suspendió, evidenciando distintos niveles de respuesta frente al impacto tributario.

**Análisis:** El predominio de empresas que mantuvieron sus promociones indica que el sector priorizó sostener la demanda y la competitividad en un mercado sensible a los precios, aun cuando el incremento del IVA presionó los márgenes de ganancia. No obstante, la reducción, limitación o suspensión de promociones en un porcentaje relevante de empresas evidencia que el aumento del impuesto afectó la flexibilidad financiera para aplicar incentivos comerciales.

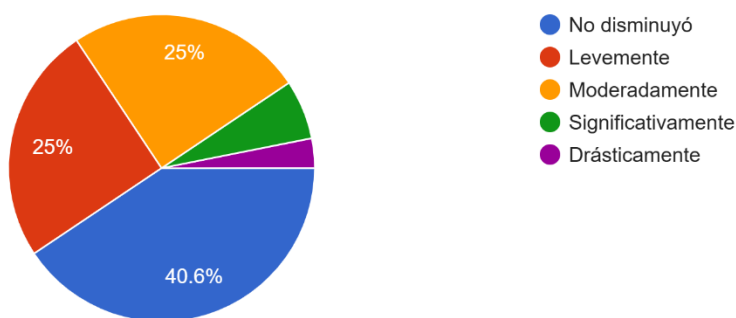
Pregunta 10: La demanda de vehículos y autopartes disminuyó por el aumento del IVA.

**Tabla 12 Demanda de vehículos y autopartes disminuyeron**

Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
No disminuyó	11	40.6%
Levemente	7	25%
Moderadamente	7	25%
Significativamente	2	6.3%
Drásticamente	1	3.1%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Nota:** La tabla muestra la demanda de vehículos y autopartes disminuyó en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las Encuestas

**Ilustración 10 La demanda de vehículos y autopartes disminuyeron**



**Nota:** El gráfico muestra la demanda de vehículos y autopartes disminuyó de las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

**Interpretación:** Los resultados muestran que el incremento del IVA al 15 % tuvo un efecto moderado sobre la demanda de vehículos y autopartes en el Distrito Metropolitano de Quito. El 40,6 % de las empresas indicó que la demanda no disminuyó, lo que evidencia que una parte importante del mercado logró sostener su nivel de ventas. Sin embargo, el 25 % señaló una

disminución leve y otro 25 % una disminución moderada, reflejando que la mitad de las empresas sí percibió una reducción en la demanda. En menor proporción, el 6,3 % manifestó una disminución significativa y el 3,1 % una disminución drástica, lo que indica que, aunque el impacto no fue generalizado, existieron empresas que enfrentaron una caída más marcada en la demanda durante.

**Análisis:** La distribución de las respuestas sugiere que el aumento del IVA generó un impacto desigual en la demanda del sector de vehículos y autopartes. El hecho de que una parte considerable de las empresas no haya registrado disminuciones puede estar relacionado con estrategias comerciales, promociones o la naturaleza necesaria de ciertos productos. No obstante, la presencia de reducciones leves y moderadas en el 50 % de las empresas evidencia que el incremento del impuesto influyó en las decisiones de compra de los consumidores. Los casos de disminución significativa y drástica, aunque minoritarios, reflejan una mayor sensibilidad del mercado al aumento del IVA en ciertos segmentos, lo que pudo impactar directamente en el volumen de ventas y los ingresos.

Pregunta 11: Aumentó la preferencia por vehículos o repuestos usados.

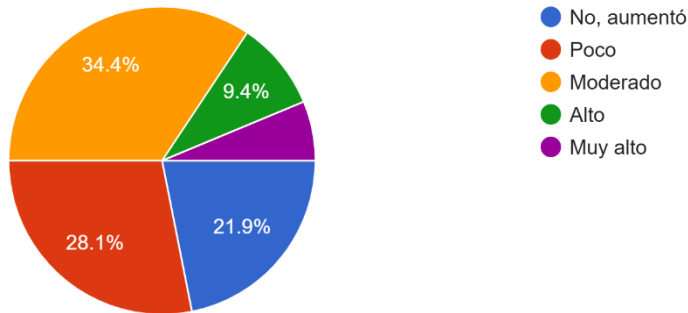
**Tabla 13 Preferencia por vehículos o repuestos usados**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
No, aumentó	5	21.9%
Poco	8	28.1%
Moderado	10	34.4%
Alto	3	9.4%
Muy alto	2	6.3%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Nota:** La tabla muestra la preferencia por vehículos o repuestos usados en las comercializadoras.

Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las Encuestas

### Ilustración 11 Preferencia por vehículos o repuestos usados



**Nota:** El gráfico muestra la demanda de vehículos y autopartes disminuyó de las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

**Interpretación:** Los resultados indican que la preferencia por vehículos o repuestos usados no ha aumentado en forma considerable, predominando el nivel moderado con un 34,4%, seguido del nivel poco con un 28,1%. Esto evidencia una inclinación gradual del consumidor hacia este tipo de alternativas. No obstante, un 21,9% de los encuestados señala que no ha existido un aumento, lo que demuestra que el cambio no es homogéneo en el mercado.

**Análisis:** El aumento en la preferencia por vehículos o repuestos usados responde a un ajuste progresivo en las decisiones de compra, más que a un cambio radical. Los niveles alto y muy alto representan solo el 15,7%, lo que indica que, aunque existe un segmento que ha optado claramente por productos usados, este aún es reducido, los resultados permiten inferir que factores económicos estarían influyendo de manera moderada en el comportamiento del consumidor.

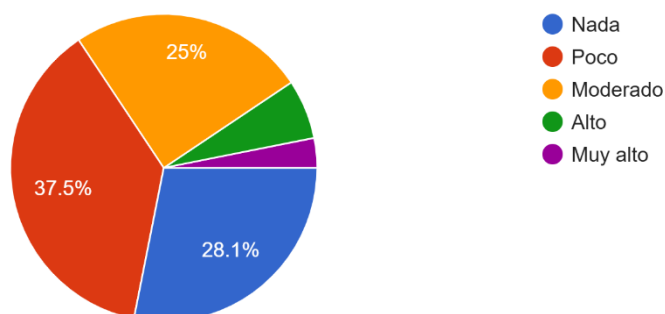
Pregunta 12: La competitividad de la empresa se vio afectada

**Tabla 14 Competitividad de la empresa**

Repuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nada	8	28.1%
Poco	11	37.5%
Moderado	6	25%
Alto	2	6.3%
Muy alto	1	3.1%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Nota:** La tabla muestra la competitividad de la empresa en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las Encuestas

### Ilustración 12 Competitividad de la empresa



**Nota:** El gráfico muestra la competitividad de la empresa en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

**Interpretación:** Los resultados indican que el incremento del IVA al 15 % tuvo un impacto principalmente poco y moderado sobre la competitividad de las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes del Distrito Metropolitano de Quito. El 28,1 % de las empresas señaló que su competitividad no se vio afectada, mientras que el 37,5 % indicó que el impacto fue bajo y el 25 % moderado. En menor proporción, el 6,3 % manifestó un impacto alto y el 3,1 % muy alto, reflejando que solo un grupo reducido de empresas enfrentó una pérdida significativa de competitividad.

**Análisis:** El predominio de afectaciones bajas y moderadas sugiere que las empresas lograron mantener su posición competitiva mediante ajustes operativos, estrategias de precios y control de costos frente al aumento del IVA. El hecho de que un (62,5%) ha percibido impacto en la competitividad, refleja una mayor capacidad de adaptación y solidez financiera en ciertas empresas. No obstante, los casos de impacto alto y muy alto evidencian que aquellas empresas con menor margen de maniobra, mayores costos operativos o menor capacidad para absorber el impacto tributario enfrentaron mayores dificultades para competir en el mercado, lo que pudo afectar su participación y desempeño comercial.

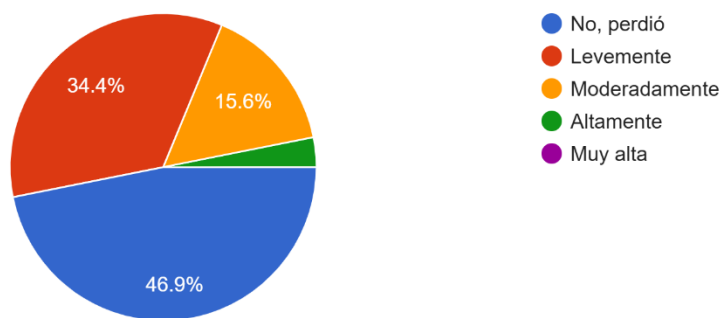
Pregunta 13: La empresa perdió participación en el mercado.

**Tabla 15 Pérdida de participación en el mercado**

Repuestas	Frecuencia	Porcentaje
No, perdió	13	46.9%
Levemente	10	34.4%
Moderadamente	4	15.6%
Altamente	1	3.1%
Muy alta	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Nota:** La tabla muestra la pérdida de participación en el mercado en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las Encuestas

**Ilustración 13 Pérdida de participación en el mercado**



**Nota:** El gráfico muestra la competitividad de la empresa en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

**Interpretación:** El incremento del IVA al 15 % no generó una pérdida generalizada de participación en el mercado para todas las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes del Distrito Metropolitano de Quito. El 46,9 % de las empresas indicó que no perdió participación, lo que evidencia que casi la mitad logró mantener su posicionamiento en el mercado. Sin embargo, el 34,4 % señaló una pérdida leve y el 15,6 % una pérdida moderada, reflejando que más de la mitad de las empresas sí experimentó algún grado de reducción en su participación. En menor proporción, un 3,1 % manifestó una pérdida alta, mientras que ninguna empresa reportó una pérdida muy alta.

**Análisis:** El predominio de empresas que no perdió o perdió levemente participación de mercado sugiere que el sector logró adaptarse al impacto del incremento del IVA mediante estrategias

comerciales y financieras que permitieron sostener su presencia en el mercado. No obstante, la existencia de pérdidas moderadas y altas, aunque en menor proporción, evidencia que algunas empresas enfrentaron mayores dificultades para competir, posiblemente debido a incrementos de precios, reducción de promociones o cambios en la demanda. Estos resultados reflejan que la capacidad de mantener la participación de mercado estuvo relacionada con la flexibilidad de precios, la eficiencia operativa y la capacidad de absorber el impacto tributario.

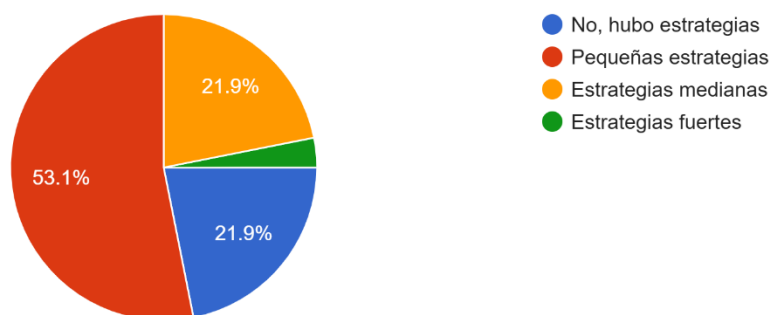
Pregunta 14: Se implementaron nuevas estrategias (promociones, descuentos) comerciales tras el aumento del IVA.

**Tabla 16 Estrategias comerciales**

Preguntas	Frecuencia	Porcentaje
No, hubo estrategias	6	21.9%
Pequeñas estrategias	15	53.1%
Estrategias medianas	6	21.9%
Estrategias fuertes	1	3.1%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Nota:** La tabla muestra las estrategias comerciales en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las Encuestas

**Ilustración 14 Estrategias comerciales**



**Nota:** El gráfico muestra las estrategias comerciales en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

**Interpretación:** El incremento del IVA al 15 %, la mayoría de las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes del Distrito Metropolitano de Quito implementó algún tipo de estrategia comercial para enfrentar los efectos del impuesto. El 53,1 % indicó haber aplicado pequeñas

estrategias, mientras que el 21,9 % señaló estrategias medianas, lo que evidencia que una parte importante de las empresas optó por ajustes graduales en promociones y descuentos. Por otro lado, el 21,9 % manifestó que no implementó nuevas estrategias comerciales, y únicamente un 3,1 % aplicó estrategias fuertes.

**Análisis:** El predominio de pequeñas y medianas estrategias sugiere que las empresas buscaron adaptarse al incremento del IVA sin asumir riesgos comerciales elevados, priorizando acciones que permitieran mantener la demanda y la relación con los clientes. El 21,9% no ha implementado nuevas estrategias podría estar relacionado con limitaciones financieras o con la decisión de mantener políticas comerciales estables. Asimismo, la baja aplicación de estrategias fuertes evidencia que pocas empresas contaban con la capacidad económica o el margen suficiente para implementar acciones más agresivas, lo que refleja diferentes niveles de adaptación y respuesta frente al impacto del incremento tributario.

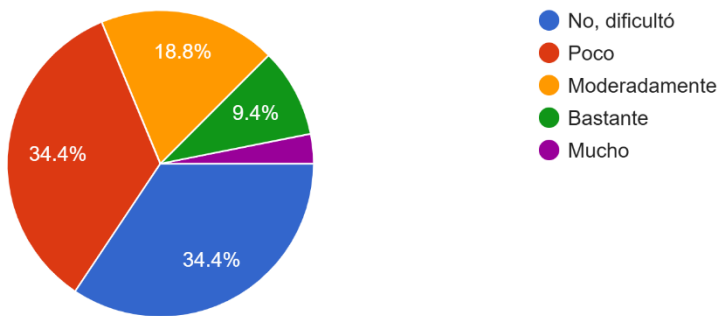
Pregunta 15: El aumento del IVA dificultó mantener los precios competitivos frente a otras empresas del sector.

**Tabla 17 precios competitivos frente a otras empresas del sector**

<b>Repuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentajes</b>
No, dificultó	10	34.4%
Poco	10	34.4%
Moderadamente	5	18.8%
Bastante	2	9.4%
Mucho	1	3.1%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Nota:** La tabla muestra los precios competitivos frente a otras empresas del sector en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las Encuestas

### Ilustración 15 precios competitivos frente a otras empresas del sector



**Nota:** El gráfico muestra precios competitivos frente a otras empresas del sector en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

**Interpretación:** Los resultados muestran que el aumento del IVA que no dificultó los precios, en distintos niveles, el mantenimiento de precios competitivos frente a otras empresas del sector. El 34,4% de los encuestados señala que la dificultad fue poca, mientras que otro 34,4% indica que no dificultó de manera significativa. Esto refleja percepciones divididas sobre el impacto real del impuesto en la competitividad de precios.

**Análisis:** El predominio de respuestas entre “no” y “poco” sugiere que una parte importante de las empresas logró absorber o gestionar el impacto del IVA sin perder competitividad inmediata. Sin embargo, el 12,5% reportó una evidencia a la competitividad que no todas las empresas cuentan con la misma capacidad de ajuste. En conjunto, los resultados indican que el aumento del IVA generó presión en la fijación de precios, pero su efecto fue desigual dentro del sector, dependiendo de la estructura de costos y las estrategias adoptadas por cada empresa

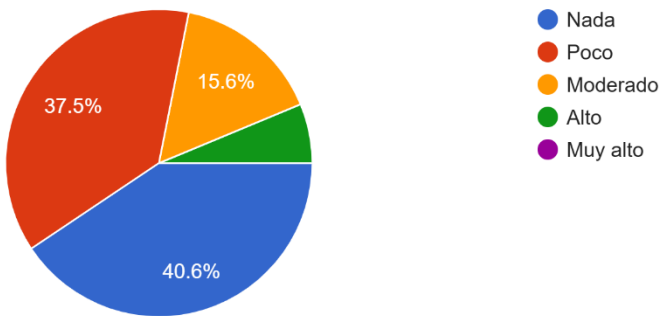
Pregunta 16: La sostenibilidad de su empresa se vio comprometida.

**Tabla 18 La sostenibilidad de la empresa comprometida**

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nada	12	40.6%
Poco	11	37.5%
Moderado	4	15.6%
Alto	1	6.3%
Muy alto	0	0.00%
Total	28	100%

**Nota:** La tabla muestra la sostenibilidad de la empresa si se vio comprometida en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

**Ilustración 16 La sostenibilidad de la empresa comprometida**



**Nota:** El gráfico muestra la sostenibilidad de la empresa si se vio comprometida en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

**Interpretación:** Los resultados indican que el incremento del IVA al 15 % tuvo un impacto limitado en la sostenibilidad de la mayoría de las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes del Distrito Metropolitano de Quito. El 40,6 % de las empresas señaló que la sostenibilidad no se vio comprometida, mientras que el 37,5 % indicó un impacto bajo, lo que evidencia que una parte significativa logró mantener su estabilidad a pesar del aumento del impuesto. Sin embargo, el 15,6 % manifestó un impacto moderado y un 6,3 % un impacto alto, reflejando que, aunque no fue generalizado.

**Análisis:** El predominio de respuestas en los niveles “nada” y “poco” sugiere que muchas empresas contaban con estrategias financieras y operativas que les permitieron afrontar el

aumento del IVA sin comprometer su continuidad. La ausencia de impactos muy altos evidencia que el sector, en general, logró adaptarse al nuevo escenario tributario. No obstante, los casos de impacto moderado y alto reflejan que algunas empresas, especialmente aquellas con menores márgenes de rentabilidad, mayor dependencia de la demanda o estructuras de costos rígidas, enfrentaron mayores desafíos para sostener su operación a largo plazo, lo que resalta la importancia de una adecuada planificación financiera frente a cambios tributarios.

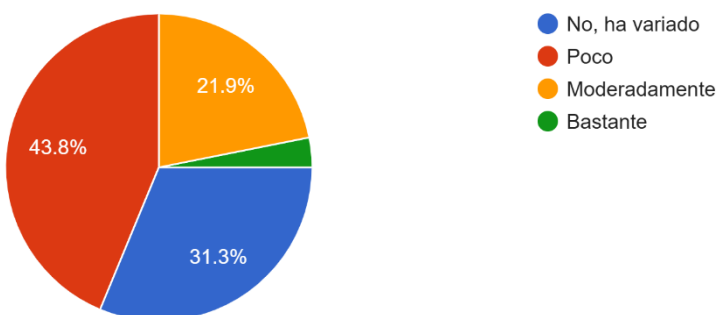
Pregunta 17: ¿Cómo ha variado la oferta de los productos en la empresa tras el aumento del IVA?

**Tabla 19 Variación de la oferta en los productos**

Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
No, ha variado	9	31.3%
Poco	12	43.8%
Moderadamente	6	21.9%
Bastante	1	3.1%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Nota:** La tabla muestra la variación de la oferta de los productos en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las Encuestas.

**Ilustración 17 Variación de la oferta en los productos**



**Nota:** El gráfico muestra la variación de la oferta de los productos en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

**Interpretación:** Los resultados muestran que el incremento del IVA al 15 % determinó las siguientes ofertas de productos de la mayoría de las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes del Distrito Metropolitano de Quito. El 31,3 % indicó que la oferta no varió, el 43,8

% señaló que los cambios fueron leves y el 21,9 % moderados, lo que evidencia que una parte importante de las empresas realizó ajustes graduales en su oferta. En menor proporción, un 3,1 % manifestó cambios más notorios, reflejando que, el impacto no fue extremo, el aumento del IVA sí influyó en la forma en que las empresas gestionaron su portafolio de productos durante el período 2023–2024.

**Análisis:** El predominio de variaciones leves y moderadas sugiere que las empresas optaron por ajustes controlados en la oferta, como la priorización de productos con mayor rotación o mejor margen de rentabilidad, para enfrentar el impacto del incremento del IVA. El hecho de que casi un (65,7%) no haya realizado cambios refleja que algunas empresas contaban con una estructura comercial estable o suficiente demanda para mantener su oferta sin modificaciones. Sin embargo, los casos de variaciones más significativas, evidencian que ciertas empresas se vieron obligadas a redefinir su oferta de manera más marcada, posiblemente debido a mayores costos, cambios en la demanda o menor capacidad para absorber el impacto tributario.

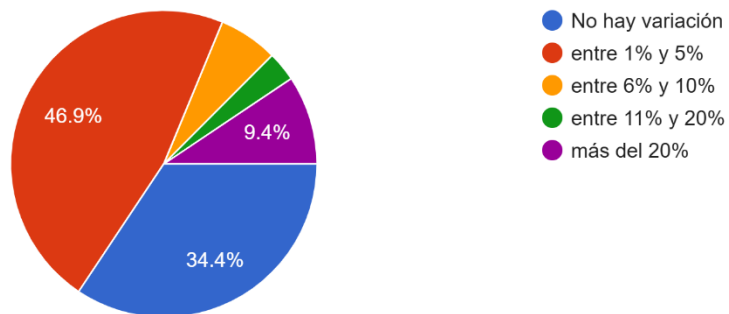
Pregunta 18: La empresa redujo su margen de ganancia después del aumento del IVA.

**Tabla 20 Reducción de margen de ganancia**

<b>Repuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
No hay variación	9	34.4%
entre 1% y 5%	13	46.9%
entre 6% y 10%	2	6.3%
entre 11% y 20%	1	3.1%
más del 20%	3	9.4%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Nota:** La tabla muestra la reducción de margen de ganancia en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las Encuestas.

### Ilustración 18 Reducción de margen de ganancia



**Nota:** El gráfico muestra la reducción de margen de ganancia en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

**Interpretación:** Los resultados evidencian que el aumento del IVA al 15 % mantienen los márgenes de ganancia de la mayoría de las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes en el Distrito Metropolitano de Quito. El 34,4 % de los encuestados indicó que no registró variaciones en su margen de ganancia, un 46,9 % señaló reducciones entre el 1 % y el 5 %, lo que representa casi la mitad de la muestra. Asimismo, un 6,3 % reportó disminuciones entre el 6 % y el 10 %, mientras que un 12,5 % en conjunto manifestó reducciones superiores al 11 %, llegando incluso a pérdidas mayores al 20 %.

**Análisis:** Es importante destacar que las reducciones leves en el margen de ganancia sugieren que muchas empresas optaron por absorber parcialmente el incremento del IVA para mantener su competitividad en el mercado, en trasladar totalmente el impuesto al consumidor final. No obstante, la existencia de reducciones más pronunciadas en algunos casos evidencia que ciertas empresas enfrentaron mayores dificultades para equilibrar sus costos y precios, especialmente aquellas con menores márgenes iniciales o mayor dependencia de productos importados. En conjunto, estos resultados confirman que el incremento del IVA presionó la rentabilidad del sector, obligando a las empresas a realizar ajustes financieros para sostener su operación en un entorno económico más exigente.

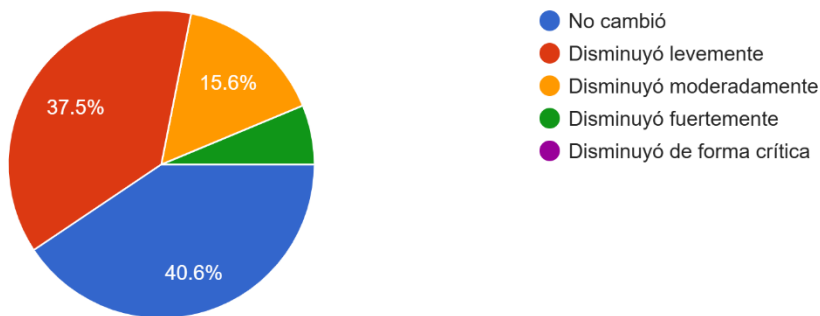
Pregunta 19: La liquidez de la empresa cambió tras la subida del IVA

**Tabla 21 Liquidez de la empresa**

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
No cambió	12	40.6%
Disminuyó levemente	11	37.5%
Disminuyó moderadamente	4	15.6%
Disminuyó fuertemente	1	6.3%
Disminuyó de forma crítica	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Nota:** La tabla muestra si la liquidez de la empresa cambio en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las Encuestas.

**Ilustración 19 Liquidez de la empresa**



**Nota:** El gráfico muestra si la liquidez de la empresa en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

**Interpretación:** Los resultados muestran que la liquidez de las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes en el Distrito Metropolitano de Quito no se vio afectada de manera importante tras el incremento del IVA al 15 %. El 40,6 % de las empresas indicó que su liquidez no presentó cambios, mientras que un 37,5 % señaló una disminución leve. Por otro lado, el 15,6 % reportó una reducción moderada y un 6,3 % manifestó una disminución fuerte de la liquidez. Estos datos evidencian que, una parte importante de las empresas logró mantener estabilidad financiera.

**Análisis:** Los resultados muestran que, para la mayoría de las empresas, la subida del IVA no generó un impacto severo en su liquidez. Un 40,6% señaló que su liquidez no cambió, lo que indica que estas empresas lograron adaptarse al incremento del impuesto sin afectar su flujo de efectivo. Sin embargo, un 37,5% manifestó una disminución leve y un 15,6% una disminución moderada, evidenciando que en varios casos el IVA sí generó cierta presión financiera. Solo un pequeño porcentaje (6,3%) experimentó una disminución fuerte, y ninguna empresa reportó una situación crítica. En general, se observa que el efecto del aumento del IVA fue mayormente controlable, aunque para algunas empresas sí representó un reto en la gestión de su liquidez.

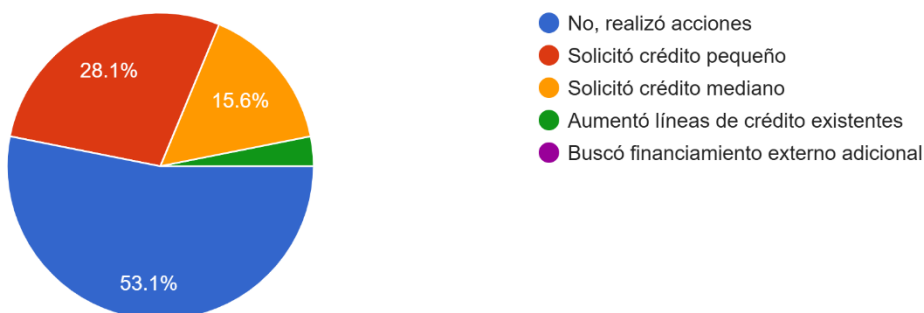
Pregunta 20: La empresa tomó acciones de financiamiento debido a la subida del IVA.

**Tabla 22 Acciones de financiamiento**

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
No, realizó acciones	15	53.1%
Solicitó crédito pequeño	8	28.1%
Solicitó crédito mediano	4	15.6%
Aumentó líneas de crédito existentes	1	3.1%
Buscó financiamiento externo adicional	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Nota:** La tabla muestra si hubo acciones de financiamiento en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

**Ilustración 20 Acciones de financiamiento**



**Nota:** El gráfico muestra si hubo acciones de financiamiento den las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

**Interpretación:** Los resultados evidencian que más de la mitad de las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes en el Distrito Metropolitano de Quito no recurrió a acciones de financiamiento tras el incremento del IVA al 15 %, lo que representa el 53,1 % de los encuestados. Sin embargo, un 28,1 % indicó haber solicitado créditos pequeños y un 15,6 % recurrió a créditos de monto mediano como respuesta a las nuevas presiones financieras. Solo un 3,1 % optó por ampliar líneas de crédito ya existentes y ninguna empresa manifestó haber buscado financiamiento externo adicional, lo que refleja una respuesta mayormente conservadora frente al cambio tributario.

**Análisis:** La baja utilización de financiamiento externo sugiere que muchas empresas prefirieron manejar el impacto del aumento del IVA mediante ajustes internos, como la contención de gastos o la optimización del flujo de caja, antes que asumir nuevos compromisos financieros. No obstante, el uso de créditos pequeños y medianos por parte de un grupo importante de empresas evidencia que el incremento del IVA sí generó tensiones financieras que requirieron apoyo crediticio para sostener la operación. Este comportamiento refleja una estrategia prudente del sector, orientada a evitar un mayor endeudamiento en un contexto de incertidumbre económica y márgenes de rentabilidad más ajustados.

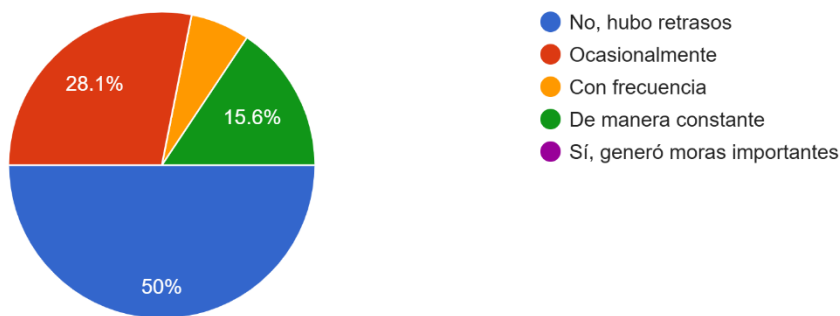
Pregunta 21: La empresa tuvo retrasos en pagos tras el incremento del IVA.

**Tabla 23 Retrasos en pagos**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
No, hubo retrasos	14	50%
Ocasionalmente	7	28.1%
Con frecuencia	2	6.3%
De manera constante	5	15.6%
Sí, generó moras importantes	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>28%</b>	<b>100%</b>

**Nota:** La tabla muestra si existieron retrasos en los pagos en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

### Ilustración 21 Retrasos en pagos



**Nota:** El gráfico muestra si existió retrasos en los pagos en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

**Interpretación:** Los resultados de la muestra muestran que el 50 % de las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes en el Distrito Metropolitano de Quito no presentó retrasos en sus pagos tras el incremento del IVA al 15 %. Sin embargo, la otra mitad de la muestra sí evidenció algún nivel de dificultad para cumplir oportunamente con sus obligaciones: un 28,1 % señaló que los retrasos ocurrieron de manera ocasional, un 6,3 % indicó que se presentaron con frecuencia y un 15,6 % manifestó retrasos constantes. Estos datos reflejan que, una parte importante de las empresas mantuvo estabilidad en sus pagos, un grupo mínimo enfrentó tensiones en su flujo de efectivo.

**Análisis:** La presencia de retrasos ocasionales y constantes en los pagos sugiere que el aumento del IVA afectó la capacidad de algunas empresas para administrar su liquidez de manera eficiente, especialmente aquellas con mayores costos operativos o menor margen de maniobra financiera. Si bien no se registraron moras importantes, la recurrencia de retrasos en ciertos casos evidencia señales de presión financiera que podrían incrementarse en el mediano plazo si no se aplican estrategias adecuadas de gestión de caja. En este contexto, los resultados confirman que el incremento del IVA generó impactos indirectos en la estabilidad financiera y en el cumplimiento oportuno de obligaciones dentro del sector en pocas empresas que se vieron afectadas.

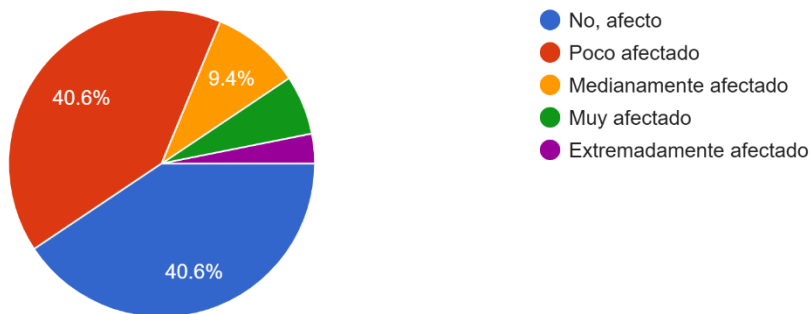
Pregunta 22: El capital de trabajo se vio afectado después del IVA.

**Tabla 24 Capital de trabajo fue afectado**

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
No, afecto	11	40.6%
Poco afectado	11	40.6%
Medianamente afectado	3	9.4%
Muy afectado	2	6.3%
Extremadamente afectado	1	3.1%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Nota:** La tabla muestra si el capital de trabajo se vio afectado en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

**Ilustración 22 Capital de trabajo fue afectado**



**Nota:** El gráfico muestra si el capital de trabajo se vio afectado en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

**Interpretación:** Los datos reflejan que el aumento del IVA no afectó de manera drástica la liquidez de la mayoría de las empresas. Un 40,6% indicó que su liquidez se mantuvo sin cambios, lo que sugiere una adecuada capacidad de adaptación financiera. No obstante, un 37,5% señaló una disminución leve y un 15,6% una reducción moderada, evidenciando que el incremento del impuesto sí generó ciertas dificultades en el manejo del efectivo. Solo un 6,3% experimentó una disminución fuerte y ninguna empresa reportó una situación crítica.

**Análisis:** En conjunto los resultados muestran, que el impacto del aumento del IVA fue mayormente manejable para las empresas, ya sea mediante una mejor planificación financiera, ajustes en precios o control de gastos. Sin embargo, el porcentaje de empresas que registró disminuciones leves y moderadas indica que el IVA sí generó presión sobre el flujo de caja, especialmente en aquellas con menor margen de maniobra financiera. Esto sugiere la necesidad de fortalecer estrategias de gestión de liquidez para enfrentar cambios tributarios futuros y evitar que estas afectaciones se intensifiquen.

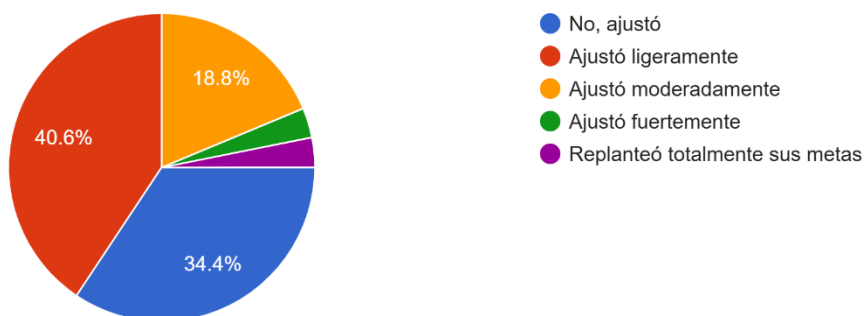
Pregunta 23: La empresa ajustó metas o presupuestos tras el aumento del IVA.

**Tabla 25 Ajuste de metas o presupuestos**

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
No, ajustó	9	34.4%
Ajustó ligeramente	12	40.6%
Ajustó moderadamente	5	18.8%
Ajustó fuertemente	1	3.1%
Replanteó totalmente sus metas	1	3.1%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

**Nota:** La tabla muestra el ajuste de metas o presupuestos en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

**Ilustración 23 Ajuste de metas o presupuestos**



**Nota:** El gráfico muestra el ajuste de metas o presupuestos en las comercializadoras. Elaborado por Nicole Carrasco. Obtenido de las encuestas.

**Interpretación:** Los resultados evidencian que el aumento del IVA sí motivó ajustes en la planificación de la mayoría de las empresas. Un 40,6% realizó ajustes ligeros en sus metas o presupuestos, mientras que un 18,8% efectuó modificaciones moderadas. Esto indica que, aunque el impacto no fue extremo, el cambio tributario obligó a replantear parcialmente la gestión financiera. Por otro lado, un 34,4% no realizó ningún ajuste, y solo un 6,2% tuvo que hacer cambios fuertes o replantear completamente sus metas.

**Análisis:** En general, las empresas optaron por realizar ajustes graduales en lugar de cambios drásticos, lo que refleja una estrategia de adaptación prudente frente al aumento del IVA. Los ajustes ligeros y moderados sugieren una revisión de presupuestos, control de gastos o redefinición de objetivos a corto plazo para mantener la estabilidad financiera. Sin embargo, el hecho de que algunas empresas no hayan ajustado sus metas podría implicar que ya contaban con una planificación sólida o que asumieron el impacto del IVA sin modificar su estructura financiera. Los pocos casos de ajustes fuertes evidencian que el IVA representó un desafío mayor para empresas con menor flexibilidad presupuestaria.

## **9. Discusión de resultados**

Si bien el impacto no fue homogéneo en todas las empresas, los datos muestran que una parte no afectó significativamente las presiones en variables clave como los costos operativos, los márgenes de ganancia, la liquidez y el capital de trabajo. En este sentido, los resultados reflejan que muchas empresas optaron por absorber parcialmente el incremento del impuesto con el fin de no afectar de manera directa la demanda, lo que se tradujo en reducciones leves y moderadas de utilidades y márgenes de ganancia.

Asimismo, se evidencia que el aumento del IVA generó un efecto en cadena dentro de la estructura de costos, especialmente a través del incremento en los precios de proveedores y en los costos de importación, lo cual obligó a las empresas a realizar ajustes graduales en sus precios, inventarios y estrategias comerciales. En algunas empresas evitó incrementos abruptos de precios para mantener su competitividad, estos ajustes resultaron insuficientes en algunos casos, provocando disminuciones en la liquidez, retrasos ocasionales en los pagos y la necesidad de recurrir a financiamiento externo de corto plazo.

Por otro lado, los resultados relacionados con la demanda, la participación de mercado y la competitividad muestran que el sector logró mantener cierta estabilidad, aunque con señales claras de debilitamiento en algunos segmentos. El aumento en la preferencia por vehículos y repuestos usados, así como la reducción o limitación de promociones, evidencia un cambio en

el comportamiento del consumidor, motivado principalmente por la sensibilidad al precio. En pocos casos, estos hallazgos confirman que el incremento del IVA no solo afectó las finanzas internas de las empresas, sino también su dinámica comercial y su capacidad de crecimiento dentro de un mercado altamente competitivo.

## **10. Conclusiones**

1. El incremento del IVA al 15 % generó un impacto moderado en la rentabilidad y liquidez financiera de las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes del Distrito Metropolitano de Quito. Los resultados evidenciaron reducciones principalmente leves y moderadas en las utilidades, así como una disminución en los márgenes de ganancia, lo que afectó la capacidad de las empresas para mantener un flujo de efectivo estable. Asimismo, se observaron presiones sobre el capital de trabajo y retrasos en los pagos, especialmente en aquellas empresas con menor respaldo financiero, lo que demuestra que el aumento del impuesto influyó directamente en la estabilidad económica del sector.
2. El incremento del IVA al 15% generó un aumento leve y moderado en los costos operativos de las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes, representando un 68,8% de las empresas encuestados, mientras que el 75% realizó ajustes mínimos y moderados en precios de productos y servicios absorbiendo parte del impacto tributario para evitar caídas drásticas en ventas y preservar la estructura de rentabilidad.
3. El impacto de la subida del IVA en la competitividad y sostenibilidad de las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes considerando oferta y demanda, el incremento al 15% del IVA generó efectos leves que representa un 68.8% que no afectó en la competitividad de los precios frente a otras empresas del sector, mientras que el 78.1% indicó que la sostenibilidad no se vio nada o poco comprometidas.

## **11. Bibliografías**

Quelal Garzón, JF (2024). *Impacto del aumento del IVA en Ecuador*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/23280>

Moscoso Córdova, JL, Álvarez Toscano, SA, & Sabando Palma, JV (2025). *Implicaciones fiscales y presupuestarias del aumento del IVA en el Ecuador*. Revista INSTA. <https://revista.insta.edu.ec/index.php/instamagazine/article/view/70>

Bonilla Landívar, GL, & Caballero Solano, SM (2022). *Análisis del IVA en PYMES de Guayaquil*. Universidad Politécnica Salesiana. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/23033/1/UPS-GT003902.pdf>

Rivera, D. (2024). Competitividad del sector automotriz en Quito. *Revista Economía y Empresa*, 12 (2), 45–58. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/7424>

Arias Collaguazo, WM (2025). *Análisis y comportamiento del mercado automotriz en Ecuador*. Universidad Regional Autónoma de Los Andes. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/5018>

Cámara de Comercio de Quito. (2024). *Informe económico del sector automotriz*. <https://ccq.ec/wp-content/uploads/2024/02/ReporteComercioExterior-CCQ-02-2024.pdf>

Servicio de Rentas Internas (SRI). (2024). *Boletín estadístico tributario*. <https://www.sri.gob.ec/boletines-2024>

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2024). *Estadísticas del sector automotriz*. <https://datosabiertos.gob.ec/dataset/estadisticas-vehiculos-2024>

Torres, M. (2022). *Análisis de la competitividad en el mercado automotriz ecuatoriano*. Universidad Central del Ecuador. <https://www.dspace.espol.edu.ec/retrieve/6f3bc478-d890-4caf-b06f-237e547e0af6/T-113879%20Carpio-Torres.pdf>

Romero Carazas, R., et al. (2024). *Método de investigación científica*. EIP Idicap Pacífico. <https://idicap.com/ojs/index.php/editorialeip/article/view/285>

Castillo, D., Cárdenas, A., & Chango, M. (2024). Recaudación tributaria en el Ecuador. *Revista Ciencia UNEMI*, 17 (44), 65–78. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9752391>

Plan Motor. (2024). *Proyecciones del mercado automotriz ecuatoriano*. <https://www.motorplan-ecu.com/blog/mercado-automotriz-ecuatoriano-en-2024-que-esperar-tendencias-marcas-y-segmentos-en-auge>

El Comercio. (2025). *Impacto del IVA en el sector automotriz*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/aumento-iva-isd-recaudacion/>

AEADE. (2024). *Índice de confianza empresarial automotriz*. <https://www.forbes.com.ec/daily-cover/siguen-llegando-nuevas-marcas-vehiculos-mano-empresarios-ecuatorianos-n65035>

Diseño UDL Virtual. (2024). *Diseños de investigación en ciencias sociales*. Universidad Técnica del Norte. <https://www.utn.edu.ec/investiga-utn-2024/>

Hernández Sampieri, R. (2022). *Metodología de la investigación*. Universidad Técnica de Ambato.

Arias González, M., & Covinos Gallardo, L. (2021). *Investigación descriptiva y correlacional*. Universidad de Cuenca. [https://www.academia.edu/69037546/Arias\\_Covinos\\_Dise%C3%B1o\\_y\\_metodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_1](https://www.academia.edu/69037546/Arias_Covinos_Dise%C3%B1o_y_metodologia_de_la_investigacion_1)

Servicio de Rentas Internas (SRI). (2024). *Ley de Régimen Tributario Interno*. <https://www.sri.gob.ec/o/sri-portlet-biblioteca-alfresco-internet/descargar/b6191de7-de81-42da-bb1b-a0dec497a9d2/LRTI.pdf>

Primicias. (2024). *Ventas de vehículos en Ecuador: comparativo 2023–2024*. <https://www.primicias.ec/economia/ventas-carros-ecuador-ecuador-2024-mercado-86892/>

Ecuavisa. (2024). *Impacto del IVA en el empleo del sector automotriz*. <https://www.ecuavisa.com/noticias/economia/iva-al-15-cuanto-aumenta-el-precio-de-un-carro-con-el-alza-de-este-impuesto-HY7098548>

Comercio, A. (2024). *Base de datos de empresas automotrices en Quito*. Cámara de Comercio de Quito. <https://ccq.ec/>

Universidad Politécnica Salesiana. (2023). *Repositorio institucional de tesis en contabilidad y auditoría*. <https://dspace.ups.edu.ec/>

Ministerio de Economía y Finanzas. (2024). *Informe técnico sobre reforma tributaria*. <https://www.finanzas.gob.ec/informe-tecnico-presupuesto-general-prorrogado-2024-15-de-enero-del-2024/>

Saldarriaga, G. (2021). *Metodología de la investigación*. Universidad Estatal de Milagro. <https://es.scribd.com/document/738198661/2-2-Metodologia-de-La-Investigacion-2021>

- Arias, WM y Covinos, G. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/download/7658/11619/>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2021). *Metodología de la investigación* (7ª ed.). Educación McGraw-Hill.
- Universidad Nacional de Chimborazo. (2023). *Definición y métodos de muestreo en investigación social*. <https://www.studocu.com/ec/document/universidad-nacional-de-chimborazo/estadistica-inferencial/definicion-de-muestreo/85918590>
- Teresa Beso. (2025). *Investigación descriptiva*. <https://concepto.de/investigacion-descriptiva>
- FasterCapital (2025). Bienes de lujo: elasticidad exquisita y la curva de demanda. Disponible en: [fastercapital.com](https://fastercapital.com)
- Faster Capital. (2025). *Price elasticity of demand in the automotive sector*. FasterCapital. <https://fastercapital.com>
- Mankiw, N. G. (2021). *Principios de economía* (9.ª ed.). Cengage Learning.
- Parkin, M. (2022). *Economía* (13.ª ed.). Pearson Educación.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2021). *Economía* (20.ª ed.). McGraw-Hill Education.
- Economipedia (2025). Elasticidad: qué es, para qué sirve y cómo se calcula. Disponible en: [economipedia.com](https://economipedia.com)

## 12. Anexos

Tema: Efectos económicos y financieros del incremento del IVA 15% en las empresas comercializadoras de vehículos y autopartes en el Distrito Metropolitano de Quito, período 2023-2024.

Preguntas:

1. La empresa redujo su margen de ganancia después del aumento del IVA.
  - No hay variación
  - entre 1% y 5%
  - entre 6% y 10%
  - entre 11% y 20%
  - más del 20%
2. La liquidez de la empresa cambió tras la subida del IVA.

- No cambió
  - Disminuyó levemente
  - Disminuyó moderadamente
  - Disminuyó fuertemente
  - Disminuyó de forma crítica
3. La empresa tomó acciones de financiamiento debido a la subida del IVA.
- No realizó acciones
  - Solicitó crédito pequeño
  - Solicitó crédito mediano
  - Aumentó líneas de crédito existentes
  - Buscó financiamiento externo adicional
4. La empresa tuvo retrasos en pagos tras el incremento del IVA.
- No hubo retrasos
  - Ocasionalmente
  - Con frecuencia
  - De manera constante
  - Sí, generó moras importantes
5. El capital de trabajo se vio afectado después del IVA.
- No afectado
  - Poco afectado
  - Medianamente afectado
  - Muy afectado
  - Extremadamente afectado
6. La empresa ajustó metas o presupuestos tras el aumento del IVA.
- No, ajustó
  - Ajustó ligeramente
  - Ajustó moderadamente
  - Ajustó fuertemente
  - Replanteó totalmente sus metas
7. La empresa experimentó reducción de utilidades.

- No
- Reducción leve
- Reducción moderada
- Reducción alta
- Reducción crítica

8. El IVA aumentó los costos operativos.

- No aumentaron
- Ligeramente
- Moderadamente
- Aumentó significativamente

9. Los costos de importación se vieron afectados tras el incremento del IVA.

- Nada
- Poco
- Moderado
- Alto
- Muy alto

10. Los proveedores subieron precios tras el IVA.

- Mantuvieron el precio
- Levemente
- Moderadamente
- Aumento significativo del precio

11. La empresa incrementó precios al cliente.

- Se mantuvo
- entre 1–5%
- entre 6–10%
- entre 11–20%
- más del 20%

12. El aumento del IVA generó variaciones en los precios de inventario

- No generó variaciones
- Levemente

- Moderadamente
- Fuertemente
- Severamente

13. ¿En qué medida la empresa aplicó la reducción de costos?

- No, redujo costos
- Redujo pequeños costos
- Redujo costos moderados
- Redujo costos operativos altos
- Redujo costos estructurales

14. ¿Cómo ha influido el incremento del IVA en la actualización de los precios de los productos o servicios que ofrece su empresa?

- No generó cambios
- Ajustes mínimos
- Ajustes moderados
- Ajustes significativos
- Ajustes elevados

15. ¿En qué medida el incremento del IVA ha influido en la capacidad de su empresa para ofrecer descuentos o promociones a los clientes?

- Mantuvieron mismas promociones
- Aumentaron promociones
- Limitamos promociones
- Disminuimos promociones
- Suspendimos promociones

16. La demanda de vehículos y autopartes disminuyó por el aumento del IVA.

- No disminuyó
- Levemente
- Moderadamente
- Significativamente
- Drásticamente

17. Aumentó la preferencia por vehículos o repuestos usados.

- No
- Poco
- Moderado
- Alto
- Muy alto

18. La competitividad de la empresa se vio afectada.

- Nada
- Poco
- Moderado
- Alto
- Muy alto

19. La empresa perdió participación en el mercado.

- No, perdió
- Levemente
- Moderadamente
- Altamente
- Muy alta

20. Se implementaron nuevas estrategias (promociones, descuentos) comerciales tras el aumento del IVA.

- No, hubo estrategias
- Pequeñas estrategias
- Estrategias medianas
- Estrategias fuertes
- Reestructuración completa

21. El aumento del IVA dificultó mantener los precios competitivos frente a otras empresas del sector

- No, dificultó
- Poco
- Moderadamente
- Bastante

Mucho

22. La sostenibilidad de su empresa se vio comprometida.

Nada

Poco

Moderado

Alto

Muy alto

23. ¿Cómo ha variado la oferta de los productos en la empresa tras el aumento del IVA?

No, ha variado

Poco

Moderadamente

Bastante

Sección 1 de 2

## Encuesta a Comercializadoras de Vehículos y Autopartes Sobre el Impacto del IVA al 15%



El presente cuestionario tiene como finalidad recopilar información sobre el impacto del incremento del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en la rentabilidad, liquidez, costos operativos y competitividad de las empresas del sector automotriz y de autopartes en Quito. Los datos obtenidos serán utilizados exclusivamente con fines académicos en el marco de una investigación universitaria, asegurando la confidencialidad y anonimato de las respuestas.

**Nota:** el presente gráfico muestra el diseño utilizado para las encuestas a las empresas del sector automotriz. Elaborado por Nicole Carrasco.