

¿POR QUÉ PAGAMOS IMPUESTOS?

Las tasas de evasión impositiva promedio en América Latina ronda el 27% para los impuestos al consumo (IVA) y casi 50% para el impuesto a los ingresos y rentas. Es decir 1 de cada 2 personas con obligaciones impositivas no pagan impuestos de ingresos y rentas.

América Latina es una de las regiones del mundo más afectadas por un deficiente cumplimiento tributario que afecta la capacidad de los estados nacionales y subnacionales de proveer bienes públicos a la sociedad y redistribuir ingresos a través de transferencias e impuestos progresivos.

La tasa de evasión impositiva promedio en América Latina ronda el 27% para los impuestos al consumo (IVA) y casi 50% para el impuesto a los ingresos y rentas. Es decir 1 de cada 2 personas con obligaciones impositivas no pagan impuestos de ingresos y rentas. Esta situación comparada con países desarrollados, muestra que en países como Estados Unidos, la evasión de impuestos al ingreso es de aproximadamente 16%.

Múltiples estudios enfatizan que el incumplimiento impositivo se debe a la falta de control "enforcement" por parte de las autoridades públicas. Una mayor fiscalización y la aplicación de penas y multas a los evasores podrían reducir este tipo de comportamiento. Asimismo, ciertos estudios en la temática señalan la hipótesis de que ciertos aspectos culturales y de reciprocidad hacia el estado determinan la "moral tributaria" de los ciudadanos, que a su vez afecta positivamente el cumplimiento con las obligaciones impositivas.

En 2013, CAF presentó los resultados de un experimento sobre cumplimiento tributario. El experimento fue realizado en el municipio de Sucre (Caracas, Venezuela) en el 2011, sobre la base de un impuesto local a las empresas. Como parte del estudio, se seleccionaron 6.100 empresas, divididas en cinco grupos de tratamiento (cada grupo recibió una carta con información diferente relacionada al pago de impuestos) y un grupo de control.

- Primera carta: buscaba testear si los contribuyentes reaccionan a un mayor control y *enforcement* de la autoridad tributaria. Informaba, en particular, sobre: modernización de la Dirección de Rentas Municipales, la incorporación de nuevos fiscales, un sistema de control sobre sus labores y un novedoso sistema de información que facilitará la identificación de los contribuyentes y el seguimiento de sus estados de cuenta con la Alcaldía.
- Segunda y tercera carta: exploraban el efecto de la reciprocidad, es decir, si los contribuyentes se sienten motivados a cumplir porque sus impuestos financian bienes públicos que valoran, como: avances importantes en materia de seguridad, limpieza, movilidad, obras, control del comercio informal, y recuperación de espacios públicos. La tercera carta, en cambio, enfatizaba acciones de asistencia a la población más

necesitada, detallando políticas en las áreas de educación, salud, nutrición, recreación y trabajo.

- Cuarta carta: exploraba en sentido estricto el concepto de moral tributaria, exaltando la responsabilidad y compromiso de los contribuyentes.
- Quinta carta: era un simple placebo, comunicaba la nueva dirección del ente recaudador, su teléfono de contacto y su página web - información común a todas las cartas anteriores.

¿Cómo respondieron las empresas en cada caso?

Para evaluar el comportamiento se comparó el balance fiscal de cada empresa antes y después de la recepción de las cartas (junio de 2011) con los valores correspondientes al grupo de empresas que no se les envió ninguna información (grupo de control).

- Los resultados sugieren que la mayor parte del efecto se debió a las empresas pequeñas, de menos de US\$4700 en ventas, las cuales redujeron sus obligaciones fiscales pendientes acumuladas en aproximadamente 8% hacia mediados de agosto (un mes y medio luego de recibir la comunicación). Este efecto, sin embargo, fue de corto plazo: para mediados de octubre (cuatro meses después de recibir las cartas) se había agotado.
- En el caso de la segunda carta, la cual enfatizaba la provisión de bienes públicos relevantes para las firmas, se encontró un efecto significativo aunque un poco menor (caída de 6,7% del saldo deudor a mediados de agosto) que en el caso de la carta de control y "enforcement".
- En el caso de la tercera carta, la cual enfatizaba la provisión de bienes públicos relevantes para la inclusión social, la repercusión fue más débil y no significativa.
- En el caso de la cuarta y quinta carta, un recordatorio de la importancia de la moral tributaria y un placebo, respectivamente, también arrojaron resultados más débiles, aunque la primera parecería tener más efecto que la segunda.

En conclusión, los resultados sugieren que el control y el "enforcement" son los factores más promisorios para incentivar un mayor cumplimiento tributario, seguidos por la reciprocidad en el caso en que los bienes públicos benefician directamente al contribuyente. Resulta de gran importancia para lograr un mayor cumplimiento tributario el contacto de la autoridad tributaria con los contribuyentes. Este efecto parece mayor en las empresas pequeñas, posiblemente por la sensación de control, detección del incumplimiento y castigo.

Versión web: <http://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2014/05/por-que-pagamos-impuestos>