

PERSPECTIVAS DE INVESTIGACIÓN



El factor humano resulta ser una buena táctica para cobrar las deudas de los contribuyentes morosos



Los métodos alternativos de comunicación con los contribuyentes han demostrado ser más efectivos que el uso de las cartas. La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia (DIAN) logró aumentar la recaudación de impuestos no pagados mediante llamadas telefónicas, *recordando* a los contribuyentes su obligación de pagar los impuestos pendientes e invitándolos a la oficina tributaria local para ponerse al día de los pagos de impuestos atrasados.



Los contribuyentes que fueron objeto de llamadas telefónicas mostraron una probabilidad 25 puntos porcentuales más alta de pagar sus impuestos que el grupo de control. Esto equivale a casi quintuplicar los pagos.



Los resultados indican que la interacción personal parece ser un elemento importante en la decisión de pagar impuestos, si bien debe ir acompañada de planes de fácil seguimiento y medidas inmediatas para que esa intención se lleve a la práctica.

CONTEXTO

La morosidad es un problema de primer orden para la mayoría de las administraciones tributarias del mundo, y las cartas son su método preferido de comunicación con los contribuyentes. Aun así, hay otras tecnologías que podrían ser más efectivas. Un experimento de campo llevado a cabo por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia (DIAN) recurrió a las llamadas telefónicas para reducir la morosidad tributaria.

PROYECTO

Para aumentar la recaudación tributaria y evaluar la efectividad de las llamadas telefónicas y las interacciones personalizadas con los contribuyentes, la DIAN llamó aleatoriamente a personas de una muestra de 34.783 contribuyentes con pagos tributarios pendientes. Los representantes de la DIAN que efectuaron las llamadas siguieron un guion detallado que ponía de relieve las consecuencias del no cumplimiento e incluía un mensaje de persuasión moral. Durante la llamada, se programaba una visita del contribuyente a la oficina local o se aceptaba una promesa de pago de la deuda tributaria.



Concepto clave

RECORDATORIOS

Los recordatorios reducen el esfuerzo mental requerido para llevar a cabo una acción planificada en algún momento del futuro.

Las consecuencias de no llevar a cabo las acciones planeadas oscilan entre nulas y significativas.

RESULTADOS

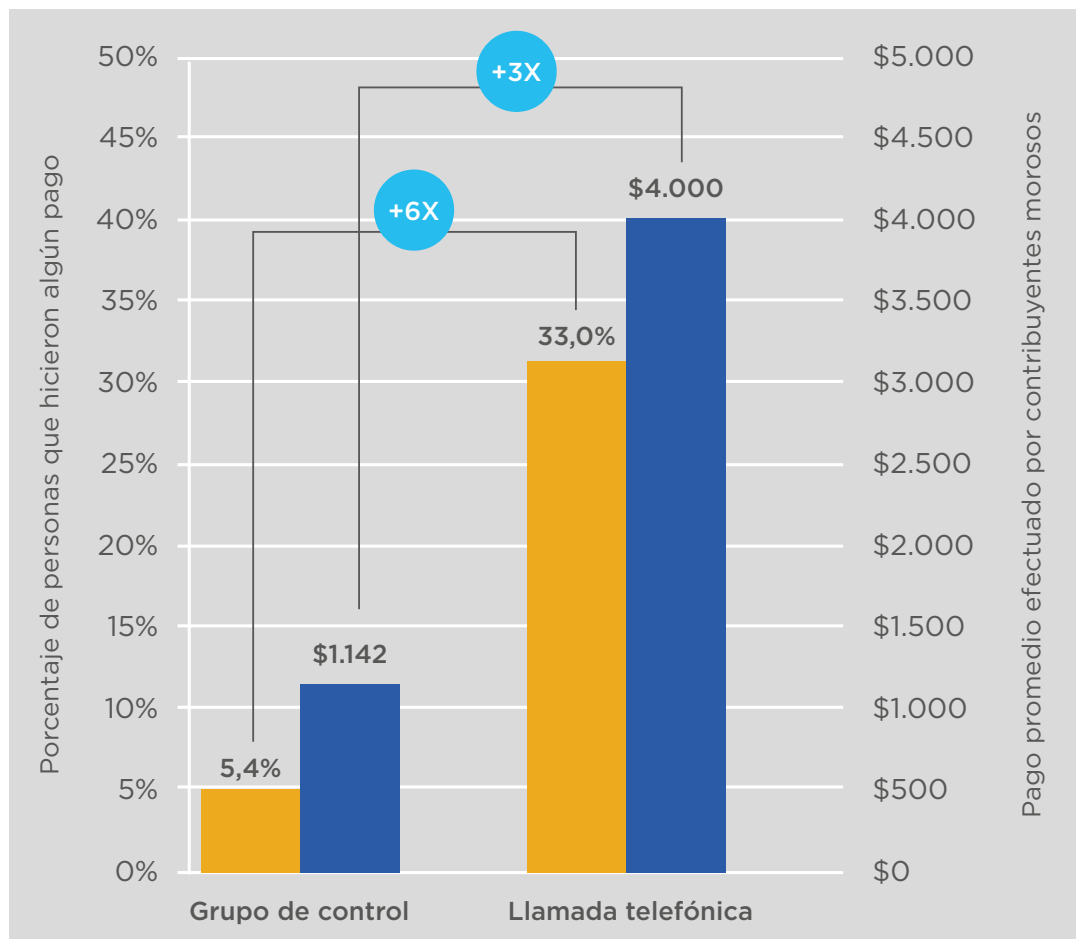
Los resultados indican que las llamadas telefónicas fueron muy efectivas para aumentar la recaudación de los impuestos no pagados.

1. Los contribuyentes que fueron objeto de llamadas telefónicas mostraron un 25 por ciento más de probabilidades de pagar sus impuestos que el grupo de control. En promedio, los pagos realizados por este grupo fueron aproximadamente tres veces más que los del grupo de control.
2. Sin embargo, los resultados varían según diversas características observables de los contribuyentes: la probabilidad de pago es mayor cuanto menor sea el nivel de la deuda; las llamadas telefónicas parecen ser menos efectivas en las empresas que en las

personas; y los deudores de IVA y de la renta personal parecen reaccionar más fácilmente que las personas que pagan impuestos sobre el patrimonio.

3. Hay alguna evidencia de efectos negativos de las llamadas telefónicas entre los denominados deudores crónicos, es decir, personas con una deuda pendiente de más de siete años.
4. Casi todos los contribuyentes contactados acordaron reunirse con el agente en la oficina local, pero sólo el 50% de aquellos que se comprometieron a pagar lo hicieron en la práctica.
5. Esto fue sumamente costo-efectivo para la agencia tributaria dado que cada llamada realizada tuvo como resultado US\$470 de deuda recuperada (y casi US\$4.000 por contribuyente contactado).

Efecto de las llamadas telefónicas en el pago de la deuda



Todos los resultados son estadísticamente significativos ($p < 0,001$).

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

1. La tecnología de comunicación que los gobiernos eligen para vigilar el cumplimiento del pago de los impuestos no es un asunto banal, dado que los contribuyentes perciben en los diferentes métodos de comunicación una señal del alcance de la vigilancia. En el caso de la DIAN, una simple campaña telefónica tuvo como resultado una recaudación importante para la agencia.
2. La probabilidad de pago es mayor cuanto menor sea el nivel de la deuda. Esto señala que las autoridades fiscales deberían contactar a los contribuyentes mientras su deuda todavía es baja y reciente, y no deberían dejar que las deudas persistan y aumenten a lo largo del tiempo.
3. Las campañas de llamadas telefónicas, al igual que otras, tienen algunas limitaciones. En primer lugar, si las bases de datos no están actualizadas, el índice de contactos podría ser bajo. En segundo lugar, los deudores crónicos, gracias a los progresos de la tecnología, pueden encontrar maneras de evitar que se les contacte. En tercer lugar, puede que las llamadas telefónicas sean menos efectivas en ciertas agrupaciones, como las empresas.
4. Una combinación de intervenciones costo efectivas, con llamadas telefónicas dirigidas a un grupo objetivo, y visitas personales con sanciones más severas para el pequeño grupo de deudores crónicos, podría ser la mejor estrategia.
5. Los compromisos y las estrategias de planificación parecen funcionar efectivamente en términos del cumplimiento tributario, y quizá todavía mejor que en otros ámbitos de las políticas donde han sido probadas.

GRUPO DE ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO DEL BID

En el BID, utilizamos las observaciones de la economía del comportamiento en diferentes proyectos, en el diálogo con países y en el diseño de políticas para mejorar resultados educativos, aumentar ahorros personales, mejorar la salud pública y promover un mayor cumplimiento tributario, entre muchos otros campos. El Grupo de Economía del Comportamiento del BID impulsa estos esfuerzos, y posiciona al Banco como líder en el campo a la vez que mejora vidas en América Latina y el Caribe.

www.iadb.org/behavioral



FULL STUDY

[Mogollón, M., D. Ortega y C. Scartascini \(2019\). Who's Calling? The Effect of Phone Calls and Personal Interaction on Tax Compliance.](#)

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN Y ECONOMISTA JEFE

El Departamento de Investigación y Economista Jefe es un generador de ideas innovadoras que apoyan la agenda de políticas estratégicas del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y sus países miembros con el fin de lograr un desarrollo económico sostenible y equitativo de la región. Para maximizar el impacto de su investigación, el Departamento de Investigación lleva a cabo actividades que sirven de insumos a otros departamentos del Banco, los gobiernos, la comunidad académica y la sociedad civil en la región.

Copyright © 2020 Banco Interamericano de Desarrollo. Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas (CC-IGO 3.0 BY-NC-ND) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no-comercial otorgando el reconocimiento respectivo al BID. No se permiten obras derivadas.

Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la CNUDMI (UNCITRAL). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID, no están autorizados por esta licencia CC-IGO y requieren de un acuerdo de licencia adicional.

Note que el enlace URL incluye términos y condiciones adicionales de esta licencia.

Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa.

