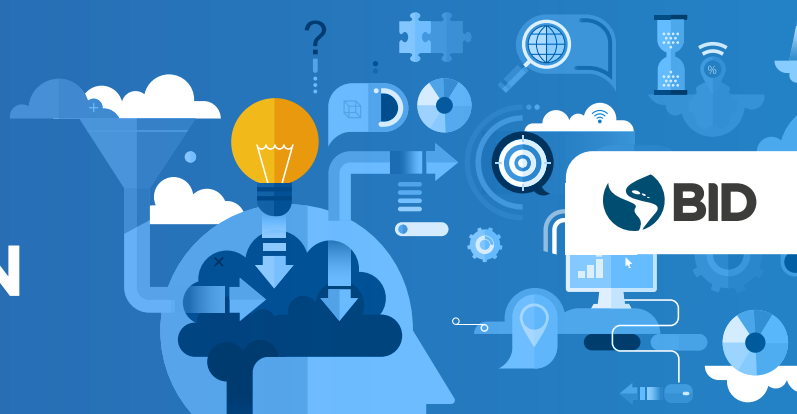


PERSPECTIVAS DE INVESTIGACIÓN



¿Pueden las recompensas mejorar el cumplimiento tributario?



Las recompensas pueden promover la cultura ciudadana. Para recompensar a los buenos contribuyentes y mejorar el cumplimiento del impuesto sobre la propiedad, el gobierno municipal de Santa Fe, Argentina realizó un sorteo para la construcción o renovación de veredas frente a las viviendas de los ganadores.



Los ganadores del sorteo que fueron reconocidos públicamente por el gobierno tuvieron un mayor cumplimiento tributario en el corto plazo y la construcción de las nuevas veredas tuvo un efecto positivo grande y persistente en el cumplimiento.



El cumplimiento tributario también mejoró para los vecinos de los que recibieron la recompensa - un efecto colateral que en algunos casos fue incluso mayor que los efectos directos.

CONTEXTO

Dado que los responsables de las políticas públicas utilizan cada vez más los incentivos para promover la cultura ciudadana, es importante encontrar un mecanismo de recompensa que no reduzca la motivación intrínseca, que sea duradero y que tenga efectos que vayan más allá de los receptores directos de la recompensa. Una innovación en las políticas introducida por la Municipalidad de Santa Fe, Argentina, nos permitió evaluar el potencial de diferentes mecanismos para promover el cumplimiento tributario - la participación en un sorteo (motivación financiera), el reconocimiento público (*imagen social*) y la provisión de un bien visible y durable (*efectos de reciprocidad y de pares*).

Concepto clave



EFECTOS DE PARES

Estamos influidos por el comportamiento de nuestros pares y tenemos más probabilidades de actuar de una determinada manera cuando tenemos la impresión de que el comportamiento en cuestión es generalizado entre nuestros pares.

PROYECTO

Para recompensar a los buenos contribuyentes y mejorar el cumplimiento del pago del impuesto a la propiedad, el gobierno de la municipalidad de Santa Fe, Argentina, organizó un sorteo (llamado el *Premio al buen contribuyente*) en el que los ganadores recibían un tramo nuevo o renovado de las veredas delante de sus viviendas. La ciudad anunció un sorteo para aquellos que no tuvieran pagos tributarios pendientes en una determinada fecha en el futuro. Después del plazo, el gobierno municipal seleccionó al azar a 400 personas entre más de 72.000 contribuyentes que habían pagado sus impuestos sobre la propiedad. Los nombres de los ganadores del sorteo fueron publicados en los periódicos locales y las veredas frente a sus viviendas fueron construidas o renovadas (donde fue posible).

RESULTADOS

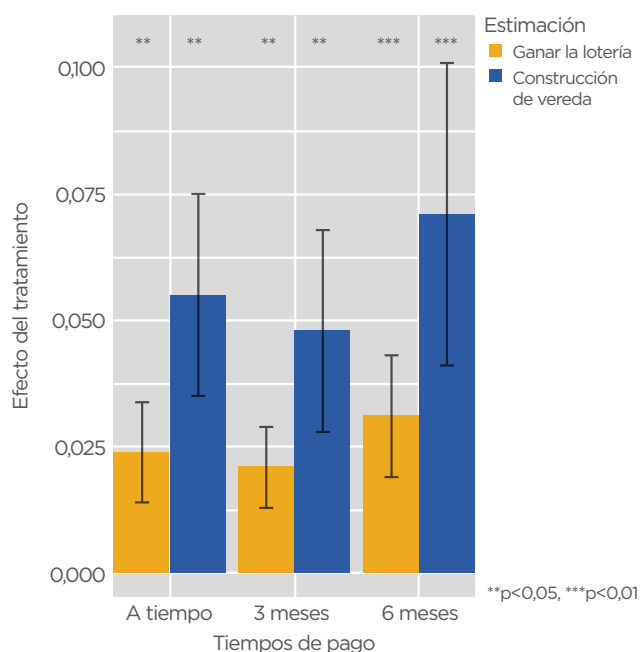
Los resultados señalan que compensar a los contribuyentes por su cumplimiento tiene grandes efectos positivos y persistentes para los ganadores del sorteo y sus vecinos.

1. En promedio, los ganadores del sorteo fueron 3,1 puntos porcentuales más propensos a pagar sus impuestos a tiempo. También fueron 2,4 puntos porcentuales más propensos a pagar sus impuestos a la propiedad en el plazo de 3 meses y 3 puntos porcentuales más propensos a continuar pagando a tiempo durante los próximos años, en comparación con ciudadanos que no ganaron el sorteo. Este efecto persistió durante al menos 3 años después de la intervención.
2. En la práctica, no todos los ganadores del sorteo recibieron el premio de construcción de la vereda. Cuando no fue así, el solo efecto de ganar el sorteo y el reconocimiento público se desvanecía al cabo de unos meses. Esto señala que, si bien los contribuyentes pueden sentirse bien por ser reconocidos en su periódico local (imagen social), el efecto no es lo bastante grande para tener un impacto en su comportamiento a largo plazo.
3. En los casos donde efectivamente se realizaron las renovaciones de las veredas, los pagos a tiempo aumentaron en un promedio de 7,1 puntos porcentuales. Similarmente, la probabilidad del pago de los impuestos en un plazo de 3 meses aumentó en 5,5 puntos porcentuales. Este efecto persistió a lo largo del tiempo y lo más probable es que se deba a la reciprocidad - una vez que una vereda está construida o renovada, los contribuyentes pueden evaluar más adecuadamente cómo su gobierno local utiliza el dinero que recauda. También estimula la convicción de que el gobierno trabaja para ellos.
4. Las recompensas también tienen un impacto en los vecinos de los ganadores del sorteo. Por ejemplo, los vecinos de los ganadores en zonas con una mala provisión de servicios públicos tenían 7,5 puntos porcentuales más de probabilidades de pagar dentro de los plazos. Esto se puede explicar mediante una combinación de efectos de pares y reciprocidad, que puede ser mayor en zonas con una menor provisión de servicios públicos donde la construcción nueva es más visible. Los

vecinos de los ganadores también tienen una evidencia directa de que las personas en su entorno están pagando sus impuestos (efectos de pares), lo cual probablemente mejorará el cumplimiento en el futuro, sobre todo entre los contribuyentes que anteriormente no cumplían con sus pagos.

5. Por último, las personas no pagaban sus impuestos sólo para participar en el sorteo, dado que no tenían ningún incentivo financiero para hacerlo.

Efecto de la intervención como porcentaje de los pagos efectuados



Concepto clave



IMAGEN SOCIAL

Como seres humanos, nos preocupa la percepción que otras personas tienen de nosotros y a menudo estamos dispuestos a tomar medidas para que nos vean como personas más amables, más generosas y agradables.

Concepto clave



RECIPROCIDAD

Tenemos una tendencia robusta a responder positivamente cuando las personas u organizaciones nos muestran amabilidad bajo la forma de favores, regalos o gestos.

IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

Estos resultados tienen diversas implicaciones para los responsables de las políticas públicas.

1. Es posible incentivar la cultura ciudadana de una manera que refuerce la motivación intrínseca, a diferencia de los incentivos financieros o amnistías fiscales, que a veces la pueden debilitar.
2. Es una buena idea ofrecer premios que, más allá de su utilidad para los ganadores, son visibles, durables y de utilidad pública. Estas características de las veredas probablemente contribuyeron a la persistencia del efecto y a sus efectos colaterales positivos. Si la recompensa se hubiera limitado al reconocimiento de los contribuyentes en los periódicos, el efecto habría sido alto, pero de corta duración.
3. No todas las personas reaccionan de la misma manera ante una recompensa. Focalizarse en aquellos que probablemente cambiarán su comportamiento de manera significativa (como los contribuyentes que no pagan o aquellos que viven en zonas con una provisión deficiente de servicios públicos) puede aumentar el impacto de estas intervenciones.
4. La provisión de un bien público parece influir en la relación entre el contribuyente y el gobierno y entre los contribuyentes. Por lo tanto, ofrecer incentivos que sean bienes públicos visibles y durables puede tener consecuencias positivas más allá de los impuestos, como aumentar la confianza y reducir la corrupción y los delitos.

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



ESTUDIO COMPLETO

[Carrillo, P. E., Castro, E., & Scartascini, C. \(2017\). Do Rewards Work?: Evidence from the Randomization of Public Works.](#)

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 © 2019 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.

