



Si ells paguen, jo també. Investigant el compliment fiscal amb mètodes experimentals – José Antonio Noguera Ferrer

© 16 de febrer de 2021



La recaptació efectiva d'impostos és crucial per al bon funcionament econòmic i redistributiu dels estats del benestar. Per garantir-la és important investigar les motivacions i els factors explicatius del compliment fiscal i explorar el disseny d'estratègies efectives per combatre l'evasió i l'incompliment.

Tradicionalment, l'estudi de l'incompliment fiscal i el disseny de mesures per reduir-lo s'ha centrat en factors estrictament econòmics. Les motivacions per incomplir s'expliquen en termes d'elecció racional: el compliment de les obligacions tributàries depèn del càlcul de comparar el cost de pagar (considerant la renda i el tipus impositiu) amb el cost esperat d'evadir (considerant les sancions i les

probabilitats d'inspecció). D'acord amb aquesta comparació, els agents triem el grau de compliment/evasió que maximitzi el nostre interès econòmic. Sobre aquests supòsits, l'estratègia de disseny institucional predominant per abordar el problema de l'incompliment fiscal és la dissuasió. Les mesures més habituals per combatre el frau estan dissenyades per augmentar el cost d'evadir impostos, per exemple, augmentant el nombre d'inspeccions i incrementant les sancions per incompliment.

La crítica més habitual a aquest model és que resulta inconsistent amb la realitat perquè el grau de compliment fiscal és molt més elevat del que s'esperaria donades les sancions i inspeccions existents. Així doncs, la investigació especialitzada en incompliment fiscal destaca la necessitat d'incloure factors socials, cognitius i culturals a les explicacions sobre aquest fenomen. De la mateixa manera, també es constaten limitacions de les estratègies de dissuasió per millorar-ne el compliment. Tot i que en general són efectives, són cares, complicades de modificar i gestionar i en alguns casos poden generar efectes no desitjats i desincentivar el pagament d'impostos.

En la línia d'explorar motivacions alternatives i noves estratègies, recentment la recerca en compliment fiscal s'ha interessat pels efectes d'interacció social i els efectes cognitius. Els efectes d'interacció social fan referència al fet que els contribuents ens fixem en el comportament dels altres. Els efectes cognitius fan referència a factors que afecten com els individus interpretem la informació. A partir de la recerca experimental de laboratori s'ha pogut analitzar l'efecte que ambdós factors tenen sobre les decisions de compliment. Els tractaments dissenyats basant-se en mecanismes d'influència social mostren que conèixer el que fan els altres es té en compte a l'hora de fer la declaració d'impostos, i la decisió final sobre si evadir o no, i en quina mesura, acostuma a convergir amb la del grup. Els tractaments dissenyats basant-se en efectes cognitius indiquen que el *frame*, és a dir, la manera de presentar la informació sobre compliment, pot afectar-lo en determinades condicions.

En el si del projecte **Experimentació social i polítiques públiques conductuals, aplicacions a la fiscalitat**, finançat per l'EAPC, hem desenvolupat un experiment de laboratori per analitzar aquests factors. A l'experiment simulem decisions de pagament d'impostos en diverses rondes i informem alguns subjectes de si estan *evadint* o *declarant* per sobre o per sota de la mitjana del grup. En línia amb els resultats d'altres estudis, detectem que la informació sobre la mitjana de compliment del grup produeix convergència i augmenta el compliment de forma significativa, i que el *framing* d'aquesta informació que emfatitza que els subjectes estan evadint millora el compliment en presència de sancions. No obstant això, la possibilitat de ser sancionat continua sent també un factor important d'augment del compliment.

Tot i que els experiments de laboratori presenten resultats interessants, és també necessari estudiar com les estratègies i mecanismes que funcionen en el laboratori es tradueixen en contextos reals. En aquest sentit, una important innovació a l'estudi dels mecanismes i estratègies de compliment fiscal ha estat el desenvolupament de pilots, experiments de camp que es dissenyen amb la col·laboració de l'Administració tributària, pensats per testar l'efecte de *nudges* en contextos reals de recaptació fiscal.

Els *nudges* són intervencions que no modifiquen els incentius econòmics dels agents ni prohibeixen cap opció, però fan algunes opcions més atractives i fàcils en termes cognitius i socials, en benefici dels afectats o de l'interès públic. En l'àmbit del compliment fiscal, el *nudge* més habitual és

l'enviament de cartes o SMS amb missatges que busquen eliminar biaixos cognitius, activar consideracions morals, o disparar dinàmiques d'influència o normes socials per millorar el compliment. Experiències pilot arreu del món demostren que missatges senzills, en cartes o missatges SMS, que simplifiquen les comunicacions sobre impostos i multes i expliquen que la majoria de contribuents compleix, són útils per motivar el pagament d'impostos i deutes pendents amb l'Administració.

L'ús de *nudges* en l'àmbit del compliment fiscal és creixent. Les experiències amb pilots en l'àmbit internacional i en contextos culturals diversos indiquen que aquestes intervencions són útils per millorar el compliment, però l'evidència sobre en quines condicions funcionen millor o pitjor no és totalment conclusiva. Cal més recerca, especialment sobre com aquests tipus d'intervencions funcionen en contextos socials i culturals diversos i quins tipus de missatges són més efectius. Per contribuir a aquest objectiu, en el marc del projecte hem dissenyat, en col·laboració amb l'Agència Tributària Catalana, un pilot de *nudging* per testar l'eficàcia de diverses cartes conductuals en el pagament de deutes pendents amb l'Administració en un context "natural". El pilot pot aportar evidència rellevant sobre com funcionen aquests tipus d'intervencions en el nostre context social i cultural.

En definitiva, la recerca en influència social i factors cognitius ha permès entendre millor els factors que afecten les decisions de compliment fiscal i pensar en com dissenyar i aplicar estratègies complementàries a les mesures de dissuasió (com ara el *nudging*) per millorar el compliment. Donada la rellevància de la problemàtica, és important seguir estudiant aquests factors i fomentar la col·laboració entre els centres de recerca i les administracions públiques per traslladar el coneixement teòric i empíric al disseny de mesures de recaptació més efectives.

José Antonio Noguera Ferrer

Universitat Autònoma de Barcelona

Aquest apunt és un resum del treball de recerca *Experimentació social i polítiques públiques conductuals: aplicació a la fiscalitat* resultant de la darrera convocatòria de subvencions per a l'elaboració de treballs de recerca sobre l'Administració pública de l'Escola d'Administració Pública de Catalunya de l'any 2018.

◆ COMPLIMENT FISCAL, EXPERIMENTS CONDUCTUALS, FRAMING, JOSÉ ANTONIO NOGUERA FERRER, NUDGING, POLÍTICA FISCAL