

NOMBRE DEL PROYECTO:

Mejorando la gestión de recaudación del impuesto a inmuebles urbanos en la Alcaldía del Municipio Sucre de Caracas a través del envío de notificaciones por correo electrónico

PAÍS:

Venezuela

EJECUTOR DEL PROYECTO:

- Alcaldía del Municipio Sucre, Servicio Desconcentrado de Administración Tributaria (SEDAT)

ESTATUS DE LA EVALUACIÓN

Factibilidad:

Preparación:

Línea Base:

Follow-up:

Informe / Papel de trabajo:

OBJETIVO DEL ESTUDIO

Evaluar la efectividad del envío de notificaciones de deuda por correo electrónico y determinar el tipo de mensaje más efectivo (disuasivo, facilidad y neutral).

DESCRIPCIÓN DE LA INTERVENCIÓN**POBLACIÓN OBJETIVO:**

Personas naturales o jurídicas que pagan el impuesto sobre inmuebles en el Municipio Sucre de la ciudad de Caracas

NÚMERO DE PARTICIPANTES:

La muestra está conformada por 11.902 contribuyentes morosos que fueron asignados aleatoriamente a cuatro grupos de tratamiento

De acuerdo a la data administrativa del SEDAT, el Municipio Sucre tiene registradas 109.000 cuentas de inmuebles. Del total, 21.000 cuentas de inmuebles presentaban una deuda en mayo de 2017.

Las cuentas de inmuebles son únicas y cada contribuyente puede tener más de una cuenta registrada, por ello la cantidad de contribuyentes en el estudio resultó en 11.902.

EL PROGRAMA:

El cobro de impuestos es una práctica común a nivel mundial y particularmente relevante para los gobiernos locales. Sin embargo, la tasa de evasión es muy elevada, especialmente en los países en desarrollo donde las capacidades del estado son limitadas y no tienen los mecanismos para cambiar estos comportamientos y aumentar la recaudación.

De acuerdo a la literatura, existen tres enfoques para explicar la evasión: el disuasivo, el moral y el conductual. El enfoque disuasivo asume que la decisión de un individuo de pagar un impuesto pasa por un análisis entre los costos monetarios de pagar y los costos esperados de evadir. En este caso, las intervenciones que se han implementado tienen como objetivo aumentar la probabilidad percibida por el individuo de recibir un castigo (Kettle et al., 2016). Por su parte, el enfoque moral, o no disuasivo, tiene como punto de partida un análisis similar pero que involucra aspectos morales del individuo y normas sociales, es decir, los individuos maximizan su utilidad tomando en cuenta los costos morales de no pagar y los beneficios morales de pagar. Por último, el enfoque conductual argumenta que los individuos no siempre son racionales, es decir, no hacen siempre un análisis entre los costos y beneficios, sino que en muchos casos simplemente evaden el pago por olvido o procrastinación (Thaler and Sunstein, 2008). Las intervenciones basadas en este enfoque, buscan influenciar las decisiones de los individuos simplificando la presentación de las opciones y haciendo algunas opciones más notorias o atractivas (salientes) que otras (Kettle et al., 2016) para motivar el pago.

Partiendo de los tres enfoques mencionados anteriormente, el programa consistió en evaluar la efectividad del envío de notificaciones por vía electrónica y determinar el tipo de mensaje más efectivo en aumentar la recaudación del impuesto sobre inmuebles del Municipio

Sucre. En ese sentido los contribuyentes fueron asignados aleatoriamente a cuatro grupos de tratamiento: (1) correo neutral, (2) correo disuasivo, (3) correo facilidad y (4) control. El grupo control no recibió ningún tipo de tratamiento o intervención.

Los correos fueron diseñados tomando en cuenta las recomendaciones de la literatura: atractivos, personalizados y con herramientas que facilitaban el pago del impuesto.

Las intervenciones que se implementaron seguían los siguientes tratamientos:

- (1) Correo neutral: cada contribuyente recibió un correo personalizado que le informaba sobre su deuda, la fecha límite de pago y la información de su(s) cuenta(s) de inmueble(s). El correo incluía un botón de pago, las instrucciones para pagar, un hipervínculo a las preguntas frecuentes en la página del SEDAT y un hipervínculo a la Oficina Virtual (plataforma online gestionado por el SEDAT que permite realizar el pago de impuestos, actualización de información y registro de contribuyentes a través de la web)
- (2) Correo disuasivo: cada contribuyente recibió un correo con los mismos componentes del correo neutral. En este caso, para aumentar la probabilidad percibida del individuo de recibir un castigo, se incluyeron las siguientes frases *“Evite sanciones adicionales, multas o intereses”* y *“Si no realiza el pago del monto adeudado usted podrá ser intimidado o susceptible a un embargo de acuerdo a lo establecido en la ley”*. Además se incluyó una imagen vinculada para reforzar el mensaje.
- (3) Correo facilidad: cada contribuyente recibió un correo con los mismos componentes del correo neutral. Se resaltó la facilidad y el tiempo que implicaba pagar el impuesto para disminuir los costos de transacción y motivar el pago. En este caso, se incluyeron las siguientes frases *“Pague su deuda en minutos”* y *“En menos de 5 minutos puede hacer el pago con tarjeta de crédito, desde la comodidad de su casa u oficina, de forma rápida, sencilla y segura”* y una imagen asociada para reforzar el mensaje.

El grupo disuasivo y facilidad estuvieron conformados cada uno por 2.976 contribuyentes, mientras que el grupo neutral y control estuvieron conformados por 2.975 contribuyentes.

DURACIÓN DE LA INTERVENCIÓN:

Los distintos tipos de correo fueron enviados el 25 de mayo de 2017

DURACIÓN DEL ESTUDIO:

El periodo de estudio tuvo una duración de 4 meses aproximadamente, entre el 25 de mayo y 30 de septiembre.

VARIABLES DE RESULTADO

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuál es el impacto de enviar correos electrónicos sobre la recaudación del impuesto sobre inmuebles?

¿Cuál es el impacto de enviar correos electrónicos sobre la inscripción en la Oficina Virtual (plataforma online gestionado por el SEDAT que permite realizar el pago de impuestos, actualización de información y registro de contribuyentes a través de la web)?

¿Cuál es el tipo de mensaje más efectivo en aumentar la recaudación del impuesto sobre inmuebles?

¿En cuánto tiempo se encuentran los efectos?

¿Hay efectos diferenciados para personas naturales o jurídicas?

VARIABLES DE IMPACTO:

- Pago de la deuda del contribuyente. Variable binaria (1: contribuyente pagó / 0: contribuyente no pagó)

Otras variables

- Fecha del pago: Variable binaria (1: pagó entre el 25 de mayo y el 25 de junio 0: pagó después del 25 de junio)

DISEÑO

MÉTODO DE ALEATORIZACIÓN

Asignación aleatoria a los cuatro grupos de tratamiento. Para asegurar balance entre los grupos, se realizó la aleatorización 100 veces y se seleccionó aquella asignación que maximizaba el balance entre las covariables (deuda antes del tratamiento y tipo de persona). Tres de los grupos fueron tratados (correo disuasivo, correo facilidad y correo neutral). El grupo control no recibió ningún tipo de intervención.

METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Evaluación cuantitativa cuyo objetivo es determinar la efectividad de enviar notificaciones a través de correos masivos sobre el nivel de recaudación del impuesto sobre inmuebles y evaluar el impacto diferenciado entre los tipos de mensajes.

Los grupos que recibieron una notificación por correo se compararon con el grupo control para determinar el impacto de cada mecanismo en la recaudación. Posteriormente, se comparó cada tipo de mensaje (disuasivo, facilidad y neutral) para determinar si existían diferencias significativas en la probabilidad a pagar entre ellos.

Se siguió el mismo procedimiento en este caso con el monto pagado por el contribuyente.

Adicionalmente, se estudiaron los efectos heterogéneos entre las personas jurídicas y naturales.

Para analizar los resultados, se tomó en cuenta que los tratamientos son un "intent to treat" debido a que no hay certeza de que los contribuyentes efectivamente lo reciban.

LEVANTAMIENTOS DE INFORMACIÓN

El levantamiento de información se realizó con datos administrativos facilitados por el SEDAT. En total se realizó un levantamiento de información un mes después del envío y otro dos meses luego del envío de los correos.

Información obtenida de Sendgrid (plataforma utilizada para enviar los distintos correos) para verificar los correos que no fueron enviados con éxito (correos inválidos)