

Rp

RESUMEN DE POLÍTICAS PÚBLICAS

CAPACIDAD DEL
ESTADO
Agosto - 2018

CAF BANCO DE DESARROLLO
DE AMÉRICA LATINA



¡Tienes una deuda! Mejorando la gestión tributaria a través del envío de notificaciones de cobro por correo electrónico

Evaluación experimental que mide la efectividad del envío de correos electrónicos en promover el pago de impuesto sobre inmuebles urbanos en el Municipio Sucre de Caracas.

Lecciones de política

- El envío de notificaciones de cobro por correo electrónico a contribuyentes morosos **es una herramienta efectiva para promover el pago** de impuestos sobre inmuebles urbanos.
- **El contenido del correo influye en la probabilidad de pago del contribuyente**, y esta a su vez, varía de acuerdo con el tipo de persona (natural vs. jurídica). Un mensaje “disuasivo,” cuyo objetivo es aumentar el costo percibido de la evasión, fue más efectivo en promover el pago de personas naturales, mientras que un mensaje que hacía alusión a la “facilidad de pago” fue más efectivo en promover el pago de personas jurídicas.
- **La intervención estuvo asociada a externalidades positivas** para la gestión de recaudación más allá del cobro de impuestos, como la actualización de los datos de los contribuyentes y el aumento en la recaudación de otros impuestos.
- **Esto parece una herramienta útil para recaudadores**, tanto en contextos menos institucionalizados, por ser relativamente simple de implementar, como en contextos más institucionalizados, por su costo-efectividad.

RESUMEN

Con el fin de aumentar la recaudación del impuesto sobre inmuebles urbanos en el Municipio Sucre, se realizó una evaluación experimental para determinar la efectividad del envío de notificaciones por correo electrónico sobre el nivel de recaudación. Los correos incluían ciertos elementos claves que buscaban aumentar la probabilidad de que los ciudadanos cancelaran su deuda: eran personalizados, incluían la fecha límite de pago y las instrucciones, así como los distintos métodos de pago disponibles. Además, se enviaron dos tipos de correo, uno con un enfoque “disuasivo” y otro que resaltaba la “facilidad” del pago, ello con el objetivo de determinar si alguno de los enfoques era más efectivo que otro.

En promedio, 2% de los contribuyentes del grupo control pagaron la deuda en el período bajo estudio. En tanto, los contribuyentes que recibieron algún tipo de notificación de cobro por correo electrónico tuvieron una probabilidad de pago 8 p.p. mayor que el grupo control. El correo más efectivo fue el disuasivo, pues aquellos contribuyentes que lo recibieron tuvieron una probabilidad de pago 10 p.p. mayor que el grupo que no recibió ningún tratamiento (control). Por otro lado, la evaluación vino acompañada de externalidades positivas para la gestión tributaria, algunos contribuyentes actualizaron sus datos personales y los de sus inmuebles, mejorando la calidad de la información manejada por la institución.

Los resultados son alentadores, el envío de notificaciones por correo electrónico parece ser una herramienta útil para los recaudadores de impuestos. Es una estrategia que puede ser utilizada como una primera línea de acción para luego focalizar actividades, más costosas, en los contribuyentes que permanezcan morosos.

Rp

RESUMEN DE POLÍTICAS PÚBLICAS

CAPACIDAD DEL ESTADO
Agosto - 2018



Preguntas de Evaluación

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

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

¿Hay efectos diferenciados para personas naturales o jurídicas?

La intervención se llevó a cabo por el Servicio Descentralizado de Administración Tributaria (SEDAT).

Para el estudio se tomó una muestra de 11.092 contribuyentes morosos sobre el impuesto de inmuebles urbanos que representan aproximadamente 23.000 cuentas de inmuebles.

ENFOQUES

Disuasivo



Facilidad



LA INTERVENCIÓN

Consistió en evaluar la efectividad del envío de notificaciones por correo electrónico y determinar el enfoque más efectivo en aumentar la recaudación del impuesto sobre inmuebles del Municipio Sucre. Los correos fueron diseñados tomando en cuenta las recomendaciones de la literatura: atractivos, personalizados y con herramientas que facilitaban el pago.

La muestra estaba conformada por 11.902 contribuyentes morosos que 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.

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, dos links, uno a las preguntas frecuentes en la página del SEDAT y el otro, a la plataforma online gestionada por el SEDAT, que permite realizar el pago de impuestos en línea.

Descripción de los tratamientos

Correo disuasivo: los contribuyentes asignados a este grupo recibieron una notificación de cobro con los mismos componentes del correo neutral. En este caso, para aumentar la probabilidad percibida del individuo de recibir un castigo, se reforzó el mensaje con las siguientes frases disuasivas "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 al enfoque.

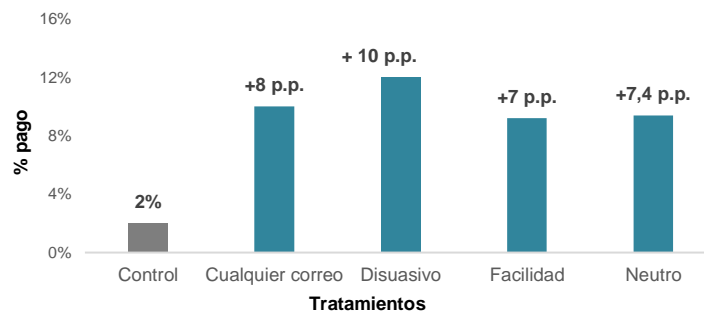
Correo facilidad: los contribuyentes asignados a este grupo recibieron una notificación de cobro con los elementos básicos previamente mencionados. En este caso, se resaltó el tiempo que implicaba pagar el impuesto para disminuir los costos de transacción y motivar el pago. Se incluyeron los siguientes elementos: dos frases que hacían alusión a la facilidad del pago "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.

- *Los contribuyentes que recibieron cualquier tipo de notificación por correo electrónico tuvieron una probabilidad 8 p.p. mayor que el grupo control de pagar la deuda.*
- *En el caso de las personas naturales, el enfoque disuasivo fue el más efectivo, los que recibieron este tipo de correo tuvieron una probabilidad 10 p.p. mayor de cancelar la deuda que el grupo de control.*
- *Resaltar la facilidad del pago fue más relevante para las personas jurídicas.*

RESULTADOS

Los resultados indican que el envío de correos fue relativamente efectivo en aumentar la probabilidad de que los contribuyentes pagaran la deuda. Los contribuyentes que recibieron algún tipo de correo electrónico tuvieron una probabilidad 8 p.p. mayor de pagar que el grupo control.

El enfoque disuasivo fue la mejor versión, los que recibieron este correo tuvieron una probabilidad de pago 10 p.p. mayor que la del grupo de control. El enfoque facilidad y el neutro tuvieron efectos similares, la probabilidad fue entre 7,2 y 7,4 p.p. mayor. La diferencia entre los tipos de tratamiento es estadísticamente significativa.



Se encontraron efectos heterogéneos por tipo de persona. En el caso de las personas naturales, el enfoque disuasivo fue el tipo de correo más efectivo, mientras que, para personas jurídicas, el enfoque facilidad fue el que más aumentó la probabilidad de pago. Esto puede obedecer a que las personas jurídicas tienden a tener mayor interacción con el SEDAT, es decir, podrían conocer los riesgos reales del incumplimiento y por ende no ser disuadidos fácilmente con un mensaje disuasivo. Igualmente, podríamos pensar que el efecto de la personalización del mensaje es menor para las personas jurídicas.

Finalmente, esta evaluación vino acompañada de externalidades positivas para la gestión. A partir del correo, algunos contribuyentes actualizaron sus datos personales y los de sus respectivos inmuebles, mejorando la calidad de la información manejada por el SEDAT.