

## INCENTIVOS MONETARIOS Y NO MONETARIOS PARA IMPULSAR EL PAGO DE IMPUESTOS. UN EXPERIMENTO CONTROLADO

Victoria, Giarrizzo

Facultad de Ciencias Económicas

Universidad de Buenos Aires

Córdoba 2120, Piso 1. CABA

E-mail: [vgiarrizzo@gmail.com](mailto:vgiarrizzo@gmail.com)

### RESUMEN

Tras siglos donde controlar y castigar conformó la base de las políticas diseñadas para combatir la evasión, los resultados en muchas economías del mundo están lejos de lo esperado. Pagar impuestos es una acción resistida, pocas personas se muestran predispuestas a hacerlo voluntariamente y esa predisposición es menor si la población percibe ineficiencias en el Estado. Cuando eso ocurre, los controles y castigos, si bien necesarios, se vuelven insuficientes y es necesario crear incentivos paralelos. Esta investigación arroja evidencia sobre la utilidad de los incentivos positivos y de la necesidad de reemplazar el tradicional esquema de controles y castigos por un esquema de controles, castigos y premios. Apoyados en un experimento controlado se contrastan los resultados de la asignación de premios al buen contribuyente, demostrando algunas ventajas de los premios no monetarios por sobre los premios monetarios.

**PALABRAS CLAVE:** Economía del Comportamiento; Evasión Tributaria; Recompensas; Castigos.

## **INTRODUCCIÓN**

La coerción como método para inducir el pago de impuestos ha sido desde la antigüedad el mecanismo más utilizado en la lucha contra la evasión. En épocas como en la Edad Media era común que los métodos de castigo a la evasión contuvieran altos niveles de agresividad, implicando la apropiación forzosa de bienes del deudor, el arrasamiento y quema de sus propiedades, o su castigo físico. Si bien desde aquellos tiempos, las formas de castigar el incumplimiento tributario se fueron relajando en línea con el avance en el reconocimiento de los derechos humanos, con el mejor entendimiento del problema de la evasión, con mejoras en los mecanismos de recaudación y control, y con modificaciones en la estructura del sistema tributario, la coerción continúa liderando el conjunto de medidas diseñadas para reducir la informalidad.

En la actualidad, siglo XXI, puede decirse que la metodología dominante para combatir la evasión continúa siendo controlar y castigar. Con mayor o menor severidad, los países del mundo basan sus políticas anti evasión en el diseño de diferentes combinaciones de penas y fiscalizaciones. El supuesto central detrás de esos mecanismos coercitivos es que si los contribuyentes perciben mayor probabilidad de ser detectados y son expuestos a multas más severas, son disuadidos a evadir. Dentro de la racionalidad que proponen las teorías y modelos que apoyan la relación inversa entre evasión y control o entre evasión y penas, se supone que los individuos deciden contribuir en función a la utilidad esperada de esa acción, y esa utilidad está determinada por variables como el ingreso esperado, la probabilidad de ser descubierto, el monto de la sanción y la aversión al riesgo.

Pero tras siglos donde el control y la sanción fueron la base de las políticas para combatir la evasión, los resultados sobre todo en economías en desarrollo y subdesarrollo, están lejos de lo esperado. La evasión persiste, la elusión aumenta y los mecanismos para sortear al fisco se sofistican a un ritmo similar al que los organismos fiscalizadores dan eficiencia a sus métodos de control. Por ese motivo, son muchos los países donde el

porcentaje de la economía informal sobre el Producto Interno Bruto (PIB) permanece estable en el tiempo a pesar del caudal de medidas diseñadas para aumentar el cumplimiento.

Pagar impuestos es una acción resistida. Pocas personas se muestran predispuestas a hacerlo voluntariamente. Esa predisposición es menor en aquellas sociedades donde la población percibe ineficiencia del Estado en el uso de los recursos públicos. Y cuando eso ocurre, los controles y castigos, si bien necesarios, para funcionar como única herramienta de combate a la evasión deberían ser permanentes y abarcar a un universo muy amplio de contribuyentes, lo que implica un alto costo en administración tributaria. Sin embargo, si para los contribuyentes el uso que hace el Estado de los fondos públicos no es un incentivo en sí mismo para pagar sus impuestos, es necesario crear incentivos paralelos. La necesidad de crear incentivos paralelos abre la pregunta que centrará el análisis de este trabajo: ¿qué sucedería si en la lucha contra la evasión el tradicional esquema de controles y castigos es complementado, en forma sistemática, por un esquema basado en controles y premios?

En años recientes, la bibliografía sobre evasión se volcó a estudiar el impacto de los premios en la predisposición individual y colectiva a contribuir impuestos. Los estudios siguieron líneas de trabajo desarrolladas desde disciplinas de frontera como la psicología social que venían analizando las reacciones que provocan los premios y castigos en el comportamiento de los individuos frente al cumplimiento de determinadas normas. Los resultados que se van conociendo sugieren implicaciones relevantes para las políticas tributarias y algunos países comienzan a introducirlas dentro de sus programas tributarios.

El objetivo de este trabajo será cotejar el esquema de controles y castigos con el esquema de controles y premios demostrando que, cuando los incentivos naturales a cumplir son bajos como sucede con el pago de impuestos, es necesario crear incentivos paralelos. Sin embargo, no todos los incentivos son útiles. Su utilidad depende de una serie de condiciones, lo que sugiere que las políticas de premios tienen que estar bien diseñadas para ser efectivas. A partir de una serie de experimentos controlados, se presentarán reacciones de potenciales contribuyentes a diferentes esquemas de premios, evaluando

cuáles son los estímulos que resultan más eficientes y menos costosos para el fisco. El trabajo estará dividido en cuatro partes. En la primera se repasa la bibliografía sobre premios y evasión. En la segunda se recuentan experiencias realizadas en argentina y el mundo, en la tercera se presentan resultados e hipótesis obtenidas en condiciones controladas y por último, se repasan las principales lecciones extraídas de esos estudios.

## **DESARROLLO**

### **Literatura sobre premios y castigos**

La literatura sobre evasión tributaria tiene un largo recorrido. Pero un punto en común de los estudios desarrollados para comprender y resolver la informalidad, es que la mayoría se concentraron en diagnosticar el problema, analizar sus causas y evaluar el impacto de diferentes combinaciones de controles y castigos sobre la decisión individual de pagar impuestos. Buena parte de estos estudios, muchos iniciados a fines de la década del '60 analizan el comportamiento individual apoyados en la hipótesis de que la decisión de pagar impuestos está determinada por la utilidad esperada de esa acción y esa utilidad depende del ingreso esperado, de la probabilidad de ser descubierto, del monto de la sanción, de la tasa impositiva y de la aversión al riesgo (Allingham y Sandmo, 1972; Yitzhaki, 1974). A partir de allí, se abrieron varias líneas de investigación, tanto teóricas como empíricas. Por un lado, las que buscaban profundizar y modelizar la forma en que los individuos estiman la utilidad esperada individual (Schmolders, 1960, 1962, 1970; Kantona, 1975; Christiansen, 1980; Koskela, 1983; Graetz and Wilde, 1985). Por otro, los que buscaban establecer la correlación entre el nivel de cumplimiento y algunas variables influyentes de esa acción, como el nivel de sanciones, las tasas impositivas, las variables macroeconómicas (inflación, desempleo, empleo, pobreza), nivel de ingreso, género, edad (Mork, 1975; Clotfelter, 1983; Slemrod, 1985; Witte y Woodbury, 1985; Crane y Nouzard, 1986; Dubin et al., 1987; Feinstein, 1991; Klepper, Mazur, Nagin, 1991; Das-Gupta y Mookherjee, 1998). Unas de las

sugerencias de esos estudios era que, indudablemente, el Estado debía establecer incentivos negativos para disuadir la evasión y siguiendo esas sugerencias, muchas investigaciones se abocaron a establecer qué variables debía mover el fisco para incidir sobre la utilidad esperada individual (más controles, sanciones más severas, etc).

### **Comportamiento fiscal individual: la búsqueda de nuevos fundamentos**

No satisfechos por los resultados obtenidos del estudio de las variables tradicionales como explicativas del comportamiento fiscal individual, las investigaciones comenzaron a interesarse por los fundamentos menos evidentes del incumplimiento tributario. La moral, la culpa, las normas sociales, los valores éticos, las percepciones de equidad en el sistema tributario, la corrupción de los funcionarios públicos, avanzaban como variables explicativas de las decisiones individuales de pagar o evadir impuestos. Así, a la incidencia de los factores explicativos más tradicionales sobre la evasión se sumaban motivaciones menos visibles pero latentes que permitían entender aspectos esenciales del comportamiento fiscal individual, como por ejemplo, por qué en las mismas condiciones algunas personas pagan y otras evaden; por qué en una misma sociedad algunos consideran un delito no pagar y otros no; o por qué sin penas ni controles hay gente que igualmente contribuye.

El análisis de la influencia de variables conductuales y motivaciones subjetivas fueron abriendo investigaciones hacia campos fronterizos y nutriendo los estudios de evasión con teorías provenientes de ciencias como la psicología, la sociología o la política. Al mismo tiempo, se fueron usando métodos de investigación más empíricos que permitían estudiar en forma más directa el problema. Como resultado, en las últimas décadas se mejoraron las teorías y modelos relacionados con la evasión tributaria y el cumplimiento fiscal dejó de ser visto solo como una función dependiente de variables objetivas como la probabilidad de ser detectado, la tasa tributaria, los tipos de impuestos o la penalidad impuesta, sino también ligado a la predisposición o voluntad íntima del individuo a pagar o no, que está determinada por factores subjetivos, como sus creencias, valores, o normas sociales.

Entre tantos virajes, una novedad que llegó desde la psicología social fue el estudio de los incentivos positivos en el comportamiento individual. Esto generó un nuevo punto de inflexión en el abordaje tradicional de la evasión tributaria: el objetivo de estas nuevas líneas de investigación era buscar mecanismos amigables para inducir a los contribuyentes a pagar sus impuestos. Efectivamente, la metodología dominante para combatir la evasión, se centró durante siglos en métodos coercitivos (sanciones y controles). Y con los estudios iniciados desde fines de los '60, eso no había cambiado: los incentivos que sugerían los modelos y abordajes tradicionales eran netamente coercitivos (incentivos negativos).

### **Los incentivos positivos y el efecto desplazamiento**

Los nuevos estudios sobre evasión comenzaban a sugerir que también los incentivos positivos, como es la persuasión amigable o las recompensas, pueden ser buenos elementos para direccionar las acciones individuales de manera que los individuos pudiesen mejorar sus niveles de cumplimiento fiscal. Es que si algo estaba claro, era que sin controles y sanciones, los contribuyentes no tenían incentivos suficientes a cumplir. La moral tributaria, las normas sociales y los valores éticos relacionados al pago de impuestos debían ser extremadamente robustos para que sin controles y sanciones los contribuyentes contribuyan. Pero al mismo tiempo y sobre todo en economías con altas motivaciones intrínsecas a no pagar, también se hacía evidente que los incentivos negativos eran insuficientes para desplazar las motivaciones que llevaban al individuo a no pagar y necesitaban ser complementados con acciones más amigables: los incentivos positivos.

Las teorías sobre incentivos, sin embargo, no estaban libres de cuestionamientos. Si bien se sugería que los incentivos externos (positivos y negativos) podían tener fuerte incidencia sobre las conducta humana, no estaba muy claro qué tipo de efectos provocaban. Una discusión común en los años '70, establecía que los incentivos externos podían tener efectos perversos y terminar minando la voluntad natural de los individuos a cumplir con una norma o a realizar determinada acción voluntaria. Un iniciador de esa corriente fue Richard

Titmuss en 1970, al sugerir que los incentivos monetarios para donar sangre reducían la predisposición voluntaria a donar de los individuos porque se destruía el móvil altruista. Esta hipótesis no fue bien recibida por economistas de la época, que por entonces defendían los efectos positivos de los incentivos (Solow, 1971; Arrow 1972).

Con el correr de los años los economistas fueron sumando evidencia a favor y en contra de la teoría del desplazamiento de la motivación intrínseca (*crowding-out of intrinsic motivation*) mostrando, mediante experimentos y datos empíricos, situaciones sobre cómo los incentivos podían modificar negativa y positivamente las motivaciones individuales a cumplir una norma (pagar impuestos, cumplir una norma de tránsito, respetar un horario, etc.) o a realizar otra acción (donar sangre). Así, mientras muchos modelos económicos predecían un impacto positivo de los incentivos (Andreoni, 1990) estudios de campo sugerían efectos ambiguos. Por ejemplo, Frey y Oberholzer-Gee en 1997 confirmaron la teoría del desplazamiento en la recepción que mostraban los ciudadanos suizos a la construcción de almacenes de residuos nucleares. En la medida que el Gobierno suizo ofreció incentivos a los municipios que los albergaran, la población redujo su aceptación, es decir, el incentivo terminó minando la voluntad inicial a aceptarlos. En el año 2000, Gneezy y Rustichini hicieron otro aporte a favor del *crowding-out*: con un experimento en 11 jardines de infantes mostraron que en las instituciones donde se aplicó una multa a padres que se retrasaban en buscar a sus niños, aumentó el porcentaje de padres con retraso. Pero lo más sorprendente llegó luego: al suprimir la multa, los niveles de retraso continuaron elevados. Es decir, el castigo (multa) aplicada sirvió para que los padres llegaran tarde sin culpa e incluso, una vez retirada la pena, la acción de llegar tarde ya no generó cargo de conciencia entre los padres. Más recientes, en 2008 Mellström y Johannesson confirmaron la hipótesis de Titmuss al rehacer un experimento para evaluar la respuesta de potenciales donantes de sangre ante incentivos. Los autores prueban que la compensación monetaria tiene efecto *crowding out* sobre las donaciones de sangre: frente al incentivo, se redujo la cantidad de donantes. Pero en el mismo año, Goette y Stutzer obtienen resultados opuestos, cuando

analizaron el impacto de ofrecer un boleto de lotería a los potenciales donantes de sangre. Sobre una muestra de 10.000 donantes, durante un período de tres meses, obtuvieron como resultado que los boletos de lotería sí aumentaron significativamente las donaciones.

### **Recompensas y cumplimiento fiscal: una relación en estudio**

La literatura sobre incentivos positivos (recompensas) aplicadas al cumplimiento tributario es mucho más modesta que la literatura sobre incentivos negativos (castigos). Los trabajos vigentes en materia de incentivos se pueden dividir según tres aspectos. Por un lado, los que buscan establecer el impacto real de recompensas en el cumplimiento tributario. Por otro, los que utilizando experimentos controlados se abocan a comparar el impacto de los premios con el de los castigos y evaluar cuáles son más potentes. Una tercera línea de trabajo trata de establecer qué tipo de recompensas son más eficientes para mejorar el cumplimiento sin desplazar las motivaciones intrínsecas.

Un punto de consenso en el estudio del impacto de las recompensas sobre el cumplimiento fiscal, es que así como los castigos aumentan el costo relativo de evadir, las recompensas incrementan los beneficios de pagar. En 1991, Falkinger y Walther presentan el impacto de las recompensas sobre el cumplimiento tributario como una relación de precios relativos sugiriendo que los modifica a favor de pagar y en contra de evadirlos. Un año después, Alm et al. (1992) demuestra mediante un experimento que los premios tienen efecto positivo en el cumplimiento. Para sumar evidencia, Torgler (2003, 2007) estudia cómo los incentivos a la cooperación (sistemas de recompensa a los contribuyentes) inciden positivamente sobre el pago, en tanto Sour y Gutierrez (2008) destacan la importancia de las recompensas para reconocer a los contribuyentes honestos e incrementar el cumplimiento y sugieren que recompensas temporales pueden ayudar a mejorar la predisposición a pagar y mejorar la relación tributaria entre contribuyentes y autoridades tributarias.

Al mismo tiempo, diversos estudios se abocaron a cotejar premios con castigos y comparar su eficiencia. La psicología social hacía años trabajaba en esa dirección aplicada

al cumplimiento de normas institucionales. Esos estudios destacan que recompensas y castigos inducen comportamientos diferentes donde las recompensas parecieran generar mejores resultados que los castigos (Skinner 1953; Sims, 1980; George, 1995). La economía experimental permite confrontar esas disyuntivas con juegos en condiciones controladas, donde los participantes realizan declaraciones de ingresos y pagos de impuestos. En función de determinada tasa de inspección, deciden si se arriesgan a pagar las penas o recibir el premio por buen cumplimiento (Sour, 2008; Ostrom, 2000). La otra cuestión es qué tipo de recompensas ofrecer. Las recompensas pueden dividirse en dos categorías y combinarse entre ellas: recompensas monetarias y no monetarias, recompensas ciertas y probables. Las recompensas monetarias, pueden tomar diversas formas, como un pago directo, un descuento del pago o la bonificación de alguna cuota en impuestos periódicos. Las recompensas monetarias en tanto, pueden ser proporcionales al monto del impuesto o un monto fijo para todos (Feld y Frey, 2007). Pero los premios también pueden ser no monetarios. Fehr, Gächter y Kirchsteigerd (1997) encontraron que un regalo puede reforzar la relación de intercambio entre el gobierno y los contribuyentes basada en la reciprocidad y aumentar el cumplimiento en mayor medida que los premios monetarios. Para Feld y Frey, una forma de premiar a los buenos contribuyentes con alto impacto en la moral tributaria y bajo costo es ofrecer descuentos en el acceso a los servicios públicos. A su vez, otras recompensas pueden ser entradas gratuitas a cines, museos, recitales, descuentos de supermercados, viajes u otros regalos (Feld y Frey, 2007; Giarrizzo y Chelala, 2011).

### **Combatiendo la evasión: tipología de medidas aplicadas en Argentina**

Siguiendo las líneas de investigación tradicionales, las políticas para combatir la evasión en Argentina y el mundo se han enfocado en aplicar incentivos negativos. Los mayores controles y penalizaciones son los mecanismos más usados para combatir la evasión. A pesar de ello, la aplicación de incentivos positivos para alentar el pago son crecientes en el mundo. En el caso argentino, en el amplio caudal de medidas

implementadas en las últimas décadas para reducir la informalidad, los incentivos negativos son los más frecuentes. En Giarrizzo-Redel (2012) se puede encontrar una categorización de las medidas aplicadas en el país entre 1996 y 2010. Se trata de una muestra de 125 medidas tributarias aplicadas en el ámbito nacional, anunciadas por la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) tomadas en base a una búsqueda en los principales medios de comunicación. De allí se establecen nueve categorías de medidas, de acuerdo a su objetivo principal. Del trabajo surge que 59,2% de las medidas tributarias aplicadas tuvieron como objetivo mejorar el cumplimiento tributario ejerciendo mayor control sobre los contribuyentes o mejorando la eficiencia del organismo recaudador. A su vez, 12% de las medidas buscaron incrementar los castigos a los contribuyentes. En total, control y castigo explicaron 71,2% de las medidas de esos años. En cambio, solo 4% de las medidas aplicaron incentivos positivos, esto es, premios o recompensas para los buenos pagadores.

**Tabla 1: Medidas aplicadas en Argentina para combatir la evasión (1996-2010)**

Tipos de Medidas para combatir la Evasión		Total de Medidas	% del Total
<b>Control-eficiencia</b>	Medidas que buscan controlar implementando mecanismos ágiles o sofisticados que dificulten la evasión o elusión	32	25,6%
<b>Control</b>	Medidas que buscan controlar el pago	42	33,6%
<b>Eficiencia</b>	Medidas que buscan agilizar el pago y cobro de impuestos	8	6,4%
<b>Perdón</b>	Medidas que otorgan facilidades de pagos o que condonan deudas con la condición de que se blanqueen	9	7,2%
<b>Presión</b>	Medidas que incrementan alícuotas o implementan nuevos tributos	9	7,2%
<b>Alivio</b>	Medidas que reducen impuestos	4	3,2%
<b>Premio</b>	Medidas que buscan premiar al que paga	5	4,0%
<b>Reputación</b>	Medidas que buscan afectar la imagen pública de los evasores	1	0,8%
<b>Castigos</b>	Medidas que incrementan las penas por evadir o eludir	15	12,0%
<b>Total</b>		<b>125</b>	<b>100%</b>

Fuente: Giarrizzo-Redel, 2012. Documento de Trabajo

Pero a pesar que la metodología dominante continúa centrada en controles y castigos, en los últimos años muchos países han incorporado esquemas de premios al buen contribuyente donde se buscan dos efectos simultáneos: a) Recompensar al buen pagador para fidelizar su comportamiento; b) Incentivar al evasor a cumplir con sus impuestos.

Con diferentes características y diseños, en América latina se observan experiencias en Perú, Colombia, Venezuela, México, Uruguay, Ecuador o Bolivia, en tanto países europeos como España y Suiza también vienen incorporándolas. Los incentivos más comunes son los descuentos por pago anual de tributos periódicos como el inmobiliario o automotor. Pero la variedad de recompensas es más amplia. En Perú, hay programas al buen contribuyente que premian con devoluciones de impuestos y atención preferencial en los trámites referidos a pagos impositivos. A nivel municipal, hay programas como el que se aplica en la localidad de Puno, donde los contribuyentes que tienen sus impuestos al día reciben cupones de sorteo de autos y electrodomésticos. Un programa peculiar se aplica en Teziutlán, México, donde se sortean 40 regalos mensuales como muebles y electrodomésticos entre los contribuyentes cumplidores.

En la Argentina, en todos los niveles de gobierno (nacional, provincial y municipal) se vienen realizando experiencias de incentivos positivos como mecanismo para alentar el cumplimiento fiscal. En el ámbito nacional, las más conocidas fueron las que inducen a los individuos a ser agentes de control indirectos del pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA) al estimular pedir el ticket luego de una compra. La primera experiencia fue el LoterIVA, que funcionó entre 1990 y 1998. Era un sistema de premio monetario probabilístico, donde el público debía enviar al organismo de control las facturas de compra por correo postal. Esas facturas eran puestas en un sorteo y la entidad entregaba premios monetarios (dinero en efectivo). El sistema tuvo una participación muy alta al comienzo por la novedad y la ilusión de ganar el premio. Pero pronto el entusiasmo se vio frenado por el costo que implicaba la participación del contribuyente (el franqueo postal) y la baja probabilidad de recibir el premio. En el año 2009 se comenzó a aplicar una nueva variante del Loteriva, que se denominó Iva y Vuelta. También se trató de un premio probabilístico, pero no monetario. Los contribuyentes debían enviar los datos de facturación vía internet a cambio de los cuáles recibirían un número para el sorteo de un automóvil. El programa tuvo alto marketing inicial pero el entusiasmo bajó cuando se redujo la publicidad y frente a la baja probabilidad

asignada por el público a ganar. Finalmente el programa se retiró. Otro mecanismo de premios vigente a nivel nacional, es la reducción de una cuota anual del monotributo cuando el contribuyente adhiere el pago de la cuota mensual al débito automático.

Donde más variedad de programas hay, es en provincias y municipios, que vienen implementando experiencias de incentivos positivos por el pago en determinados impuestos. Los incentivos más comunes son los monetarios, particularmente los que bonifican una porción de la cuota o realizan descuento por pago anual anticipado de cuotas periódicas. Sin embargo, hay programas vigentes de premios no económicos, que involucran otras recompensas para premiar el buen comportamiento fiscal.

### **Experiencias de premios económicos en la argentina**

Los incentivos monetarios son las recompensas más comunes dentro de las políticas de incentivos positivos. Los incentivos monetarios pueden consistir en descuentos de un impuesto o una recompensa monetaria que se asigna no como descuento sino como premio y que generalmente es probabilística (sorteo de dinero). Los incentivos monetarios más frecuentes son los que realizan un descuento o bonificación por el pago anual anticipado de impuestos periódicos. En la Argentina es común aplicar esos descuentos sobre los impuestos inmobiliarios y automotor. El objetivo del fisco es reducir la tasa de morosidad en esos pagos, en la que por olvido o decisión, incurren muchos contribuyentes.

En la Ciudad de Buenos Aires, por ejemplo, en 2012 quienes abonaron el impuesto inmobiliario en una sola cuota anual, recibieron una bonificación de 20% del impuesto. Ese tipo de bonificaciones es una práctica común y frecuente en la mayoría de las provincias del país. Una bonificación similar rige desde hace algunos años en la ciudad de San Salvador de Jujuy: los contribuyentes que cancelan los tributos municipales anticipadamente reciben descuentos de 20% y la recompensa se extiende a 30% para residentes que además tengan sus impuestos al día. Mecanismos similares se aplican en Catamarca con descuentos de 25% por pago anual, Río Negro con quitas de entre 10% y 50% si el contribuyente no tiene

deuda, o en otras como Provincia de Buenos Aires, Chaco, San Luis y Corrientes, donde la bonificación por pago anual de impuesto automotor llega a 40%.

Otra tipología de premios monetarios consiste en premiar al contribuyente con una suma de dinero. Experiencias de ese tipo se pueden encontrar en Santa Rosa, La Pampa: desde el año 2001 el municipio sortea \$1.000 entre los vecinos sin deudas y el monto sube 50% si el beneficiado está adherido al pago por débito automático.

### **Experiencias de incentivos no económicos**

Un tipo de recompensas que viene ganando lugar dentro de los incentivos positivos, son los premios no monetarios. Consisten en premiar con algún bien o servicio a quienes cumplen con sus impuestos. En la Argentina se aplican en provincias y municipios desde hace algunos años, pero no hay acciones conjuntas entre municipios sino que se trata de experiencias individuales que suelen discontinuarse cuando cambian las autoridades políticas. En la Provincia de Buenos Aires, muchos municipios del conurbano comenzaron a aplicar incentivos no monetarios desde los años 2000-2001 como una alternativa a las tradicionales moratorias. Los premios van desde sorteos mensuales de productos, tarjetas de crédito con saldos o privilegios en los tiempos de espera para determinados trámites. Las experiencias más recientes y vigentes de este tipo de incentivos son:

- En Provincia de Buenos Aires, se implementó en 2011 el programa ArbaTracks que posibilita a contribuyentes que tienen al día sus impuestos inmobiliario, automotor e ingresos brutos descargar canciones de artistas nacionales sin costo. El objetivo del programa es premiar el cumplimiento tributario y desalentar la piratería informática.

- En La Ciudad de San Nicolás, Provincia de Buenos Aires, se instrumentó el programa de Beneficios Vale Ciudad que premia al buen contribuyente a través de descuentos y promociones en sus compras diarias de todos los rubros realizadas en empresas de la ciudad. Cada contribuyente con sus impuestos pagos retira sus Vale Ciudad y accede a descuentos en supermercados, indumentaria, estaciones de servicios, carnicerías, etc.

- En Diamante, provincia de Entre Ríos, en reconocimiento a los contribuyentes que cumplieron con sus obligaciones tributarias se otorgaron en el verano 2012 entradas para el Festival Nacional de Jineteada y Folklore y para el Balneario Valle la Ensenada de la ciudad.

- En la ciudad de Santa Fe, desde 2009 se premia al buen contribuyente con su participación en un sorteo donde el gobierno provincial le arregla sus veredas.

- En Tigre, Provincia de Buenos Aires, desde febrero de 2010 rige el programa Si cumplís ganás, donde los buenos contribuyentes participan del sorteo de un televisor.

Aunque se trata de pequeñas medidas, diseñadas en forma aislada, sin continuidad y sin un marco teórico que permita darle sistematización o elaborar una teoría más general en el ámbito de la economía tributaria, reflejan la incipiente necesidad de buscar métodos alternativos y complementarios para alentar el cumplimiento impositivo.

### **Comportamiento individual frente a Incentivos positivos**

Si bien los modelos formales que abordan el problema de la evasión y las políticas públicas que intentan combatirla se concentran en el impacto esperado de los controles y sanciones, crecen las líneas de trabajo que evalúan la asignación de incentivos por cumplir. La evidencia disponible sugiere que cuando para los contribuyentes el uso que hace el Estado de los fondos tributarios no es un incentivo a pagar impuestos porque no evalúan positivamente el retorno social que obtienen de esa contribución individual (Giarrizzo-Scolnic, 2011) y cuando los mecanismos de controles y sanciones no alcanzan para inducir el pago, los gobiernos deben crear incentivos que incrementen el beneficio por cumplir. No obstante, los estudios teóricos sobre el impacto de los incentivos positivos aplicados al tema evasión son escasos y eso explicaría por qué las políticas de premios aún no son consideradas una herramienta relevante en el combate a la evasión. Cubriendo la escasez de estudios, mediante un experimento controlado se testearán dos hipótesis:

a) Hipótesis A: demostrar que cuando los incentivos naturales a cumplir son bajos y los incentivos negativos resultan insuficientes para inducir el pago, es eficiente complementarlos con incentivos positivos.

b) Hipótesis B: demostrar que no todos los incentivos positivos son útiles. Hay incentivos que sirven para premiar a quienes ya pagan pero no tienen impacto sobre la población que no contribuye, otros que no sirven en absoluto, en tanto hay programas con impacto sobre la población que no contribuye o sobre aquella que contribuye parcialmente.

Para testear la Hipótesis B se categorizaron los premios en cuatro tipos:

- a) Premio monetario cierto: descuento en el pago para todos los cumplidores (100% de probabilidad de obtenerlo).
- b) Premio monetario probable: sorteo de un monto de dinero donde la probabilidad de obtenerlo depende de la cantidad de premios asignados y de la cantidad de cumplidores.
- c) Premio no monetario cierto: asignación de un premio en objetos o servicios a todos los que cumplieron (100% de probabilidad de obtenerlo).
- d) Premio no monetario probable: participación en un sorteo por un premio donde la probabilidad de obtenerlo depende de la cantidad de premios asignados.

### **Diseño del experimento**

Para testear las hipótesis se llevó adelante un experimento simple, con 40 alumnos universitarios de entre 21 y 30 años. El experimento se realizó en diciembre de 2011, en dos tandas, con un intervalo de dos semanas entre cada una. El objetivo fue testear cómo responden los individuos al cumplimiento de una norma fiscal cuando, además de castigos por no cumplir, se asignan premios por cumplir. Simultáneamente, se testearon las diferencias de comportamiento entre los premios monetarios ciertos y no monetarios ciertos.

La convocatoria de los participantes se realizó con el objetivo de participar en una sesión de debate sobre la pobreza en la Argentina. Durante el proceso de selección se les informó a los interesados en participar, que la actividad duraría 2 horas y sería remunerada

con \$100. La participación tenía una condición: al finalizar la sesión, el participante recibiría su pago sobre el cual pagaría un impuesto de 40%. Las sesiones de debate grupales se llevaron a cabo con la dirección de un coordinador y se desarrollaron normalmente: se arrojaron ideas, se discutieron hipótesis, intentando que los participantes perciban la actividad como un trabajo. Al finalizar la sesión, los participantes recibieron un conjunto de instrucciones (I) y normas (N) para recibir el pago (\$100). Algunas de estas I y N fueron comunes a todos los grupos, en tanto en los grupos 1 y 3 se introdujeron modificaciones. Las pautas comunes fueron:

**I1:** para cobrar el dinero, cada participante ingresaría a un aula, en forma individual. Al ingresar, el coordinador le entregaría un sobre con su nombre, con \$100.

**N1:** el participante debía pagar \$40 de impuestos (40% del monto recibido).

**I2:** El participante contribuiría los \$40 de impuestos dentro de un aula, donde estaría solo. El participante debía entrar al aula con su sobre y una vez dentro sacar \$60 y dejar los \$40 restantes en el sobre. El sobre debía ser colocado en una urna ubicada en el aula. Como se especificó que las decisiones son individuales e independientes, dentro del aula cada participante podía tomar la decisión que desee, ya que no sería observado durante esa acción. Así, a su turno, cada participante dentro del aula podía decidir entre tres opciones:

- a) cumplir completamente con N1 y pagar todo el impuesto;
- b) cumplir parcialmente con N1 y pagar solo una parte del impuesto;
- c) no cumplir con N1.

En su decisión debía tener en cuenta las siguientes N2 y N3:

**N2:** una vez que todos los participantes entregaran sus sobres, se auditaría al azar al 20% de los participantes. Sobre un total de 20 participantes, se tomarían 4 sobres de la urna.

**N3:** si los auditados incumplieron parcial o totalmente con N1, deberían pagar no solo todo el impuesto correspondiente (\$40 si evadió todo o lo que falte para llegar a los \$40) sino además una multa equivalente al 50% del monto evadido (ej. si evadió todo pagaría \$60).

Estas fueron las Instrucciones y Normas comunes a todos los grupos. Sin embargo, en los grupos 1 y 3 se agregaron incentivos.

En el Grupo 1, se agregó N4: una vez finalizada la auditoría, se abrirían todos los sobre y quienes cumplieron con N1 y que aportaron los \$40, recibirían una bonificación equivalente al 12,5% del impuesto pagado (\$5). Es decir, se agregó un premio monetario cierto de \$5, para todos los cumplidores.

En el Grupo 3, en tanto, se agregó N5: todos los participantes que hubieran cumplido con el aporte reglamentado en N1 y aportaron los \$40, recibirían una gaseosa o un chocolate de regalo, a elección.

El experimento tuvo una particularidad: en el Grupo 1 se realizó independientemente, y en los Grupos 2 y 3 se les dieron las indicaciones en simultáneo. En la sesión en simultáneo entre los Grupos 2 y 3, los del Grupo 2 sabían que no recibirían premios y que los del grupo 3 sí recibirían un premio si cumplían. Los participantes del Grupo 3 fueron los mismos que integraron el Grupo 1, solo que fueron citados a las dos semanas siguientes. El objetivo de dividir en tres grupos fue testear cómo inciden sobre la tasa de cumplimiento los incentivos positivos. Si pueden ser los premios un incentivo para incrementar la tasa de cumplimiento en un marco institucional como el que conforman las obligaciones tributarias, si los premios monetarios son más efectivos que los no monetarios, o si de todos modos los individuos resistirán el pago buscando maximizar su ingreso disponible. Con ese sentido fue que al Grupo 2 no se otorgaron incentivos al cumplimiento y en los grupos 1 y 3, sí. La diferencia entre los Grupos 1 y 3, fue que en el 1 se asignó un premio monetario y en el 3 un premio no monetario. Las características del experimento se resumen de la siguiente forma:

**Tabla 2: Características generales del experimento**

	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3
Tasa impositiva	40%	40%	40%
Jugadores auditados	20%	20%	20%
Penal por no cumplir	Pagar la totalidad del impuesto + 50% del monto evadido		
Tipo de incentivo por cumplir	Monetario cierto	Ninguno	No monetario cierto
Incentivo por cumplir	\$5 (100% de probabilidad de obtenerlo)	Ninguno	Bebida o Chocolate (costo \$5 y 100% de probabilidad de obtenerlo)

Fuente: Elaboración Propia

### Hipótesis A: los incentivos positivos como política fiscal complementaria

Los resultados del experimento confirmaron la hipótesis A planteada: cuando los incentivos naturales a cumplir son bajos y los incentivos negativos resultan insuficientes para inducir el pago, los incentivos positivos pueden ser un buen complemento.

La comparación de resultados entre los Grupos 1, 2 y 3 confirman que en idénticas condiciones, mismo tipo de impuesto, misma tasa impositiva, misma probabilidad de ser detectado y con grupos poblacionales de similares características, los individuos que recibieron incentivos por cumplir con las normas incrementaron su grado de cumplimiento.

En el Grupo 1, donde se premió al cumplidor con un premio monetario cierto que consistió en una bonificación de \$5 que reducía en 5 puntos porcentuales la carga tributaria (de 40% a 35%), el 45% de los participantes cumplió con N1 y depositó todo el impuesto. Los \$5 que se bonificaron equivalían a una reducción de 12,5% en el impuesto requerido.

En el Grupo 2, donde no había incentivos para el pago del impuesto sino que, como en el resto de los grupos, se impuso un 20% de probabilidad de fiscalización y una multa por incumplimiento, solo el 30% de los participantes cumplió con N1 y pagó todo el impuesto. El 70% restante evadió total o parcialmente el impuesto requerido.

En el Grupo 3, donde se asignó un premio no monetario cierto que consistió en una gaseosa o un chocolate (a elección del participante), el cumplimiento subió a 50%.

**Tabla 3: Resultados del juego**

	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3
Cumplimiento total	45,0%	30,0%	50,0%
Incumplimiento	55,0%	70,0%	50,0%
Incumplimiento parcial	20,0%	15,0%	15,0%
Incumplimiento Total	35,0%	33,3%	33,3%

Fuente: elaboración propia

Fuente: Elaboración Propia

Las diferencias en el cumplimiento entre los Grupos con incentivos (1 y 3) y sin incentivos (Grupo 2) muestran la incidencia de los premios en el pago. Sin embargo, surgen dos cuestiones del experimento. Por un lado, sorprendió la suba del cumplimiento entre los Grupos 1 y 3, cuando, en lugar de asignarse un premio monetario cierto se asignó un premio

no monetario cierto cuyo valor objetivo era el mismo. Es decir: el valor (monetario) del premio monetario del Grupo 1 fue igual al valor monetario del premio del Grupo 3. Pero a pesar de esa igualdad, el valor subjetivo que le asignaron los participantes fue diferente y por eso en el Grupo 3 hubo mayor tasa de cumplimiento.

La segunda cuestión, es que los Grupos 2 y 3 jugaron en simultáneo y la diferencia en la tasa de cumplimiento fue significativa, 20 puntos porcentuales (30% en el Grupo 2 sin premios y 50% en el Grupo 3 con premio). Una posible hipótesis podría ser que en el comportamiento del Grupo 2 incidió saber que no recibirían premio en tanto sus pares sí y ese malestar redujo la tasa de cumplimiento. Sin embargo, en un experimento similar realizado en Chelala y Giarrizzo, 2011, la tasa de cumplimiento de los grupos sin incentivos fue 35%, apenas 5 puntos porcentuales por encima. La característica de ese juego fue que cada Grupo desconocía las reglas de los otros. En esa oportunidad, también se implementó una tasa impositiva del 40% en tanto la probabilidad de auditoría fue levemente superior (25%) y posiblemente eso explique la diferencia en el cumplimiento. Como resultado, los grupos con incentivos tuvieron un mejor comportamiento que los sin incentivos, aunque se testearon otro tipo de recompensas. Eso descartaría que el menor cumplimiento del Grupo 2 fuera por efecto enojo de los participantes, independientemente de que lo hubiera generado.

Un punto interesante en el experimento que se presenta, es lo que manifestaron los participantes del Grupo 2 tras el juego:

a) Entre los que incumplieron (ya sea parcial o totalmente) el 50% manifestó que si le hubieran dado premio, hubiera cumplido. Es decir, si se considera a los que cumplieron o manifestaron intención de cumplir si hubieran sido premiados, se podría proyectar una tasa de cumplimiento potencial de 65%. Claro que esa es la intención de cumplimiento manifestado, que posiblemente no coincida con el cumplimiento efectivo que se obtiene si a ese grupo se le repitiera la prueba con incentivos.

b) Entre los participantes que cumplieron, el 33% manifestó que dudó en cumplir porque sintió injusto que unos reciban premio y otros no.

Estos dos resultados tienen lecturas relevantes para el diseño de las políticas de premios. En el caso a) los premios no monetarios inciden positivamente porque generan efecto visual. Posiblemente no es lo mismo anunciar que quienes cumplen van a ser premiados con un regalo (viaje, toallas, pen drive u otro objeto a elección dentro de una canasta posible) que además de anunciarlo generar el deseo mostrando el premio. En el premio asignado al Grupo 3, las gaseosas y chocolates se pusieron visiblemente sobre la mesa, y de acuerdo con experimentos similares realizados en el marco de este trabajo, puede observarse que su incidencia es mayor cuando el premio se muestra.

En el caso b) una implicancia de la manifestación de injusticia manifestada por los participantes, es que las políticas de premios deberían estar coordinadas entre las provincias y municipios que las aplican. De manera que, un ciudadano de una localidad que recibe una recompensa por tener determinado impuesto al día no termine percibiendo el premio como injusto porque otro municipio asigna un premio superior. En ese caso el incentivo podría volverse neutro o negativo.

### **Hipótesis B: tipos de incentivos más eficientes**

En el experimento planteado, los incentivos no monetarios tuvieron mejor resultado que los monetarios, incluso cuando su valor económico objetivo fue el mismo. El resultado fue llamativo, porque los participantes prefirieron más el premio definido (una gaseosa o un chocolate), que recibir un dinero para gastar según su propio gusto o criterio.

No es el objetivo de este trabajo analizar los factores subjetivos que determinan ese tipo de comportamientos entre individuos, que seguramente se modifica de acuerdo a variables como el monto del premio en efectivo, el tipo de premio monetario o la forma en que se lo comunica. Pero sí reflexionar acerca de cómo el tipo de premios que se instrumentan y la forma en que se comunican, cumplen un papel importante en la adhesión que generan. Por ejemplo, la comunicación visual de los incentivos positivos parece jugar un

rol relevante en el comportamiento individual, no solo porque genera el deseo sino porque incide en la credibilidad de los participantes sobre que efectivamente recibirán el premio.

En Argentina y el mundo las primeras experiencias de incentivos positivos al pago de impuestos fueron premios probabilísticos donde los contribuyentes participaban de sorteos de premios (dinero efectivo o productos de alto valor como un auto). Sin embargo, de los resultados de esos programas y de los experimentos realizados en este y otros trabajos, se puede inducir que esos incentivos generan alta adhesión inicial impulsada por el marketing que hacen los organismos de control para que la gente adhiera y el impacto visual que provoca el premio. Pero luego de los primeros sorteos, cuando el público comienza a percibir que la probabilidad de ganar es baja, la participación decae. Frente a esa opción, es preferible premios de menor valor pero en mayor cantidad: por ejemplo, podría tener mayor impacto convertir un auto sorteado en 200 o 300 premios no monetarios de menor valor.

## **CONCLUSIÓN**

### **De controlar y castigar a controlar, castigar y premiar**

A lo largo de los siglos se han ido implementando múltiples mecanismos para inducir el cumplimiento fiscal. Esas medidas involucran desde mayores controles, multas severas, cambios en las alícuotas, mejoras en los sistemas de recaudación y más recientemente, el uso de tecnología informática sofisticada para forzar el pago. Todos esos mecanismos tienen un mismo objetivo: mejorar el comportamiento fiscal de los contribuyentes. Pero tras décadas utilizando y sofisticando esos mecanismos de control, gestión y castigo, posiblemente lo que está marcando la combinación entre la cantidad de medidas aplicadas y la insuficiencia de resultados obtenidos, es que las políticas coercitivas no son suficientes. Frente a ello la pregunta es: ¿por qué no complementar el tradicional modelo de controlar y castigar por un modelo de controles, castigos y premios?

Las experiencias en materia de incentivos positivos son crecientes. Y los resultados empíricos revelan que en determinadas condiciones pueden ser útiles para incrementar el cumplimiento de algunos impuestos. Los experimentos de laboratorio muestran la misma eficiencia: son muchos los contribuyentes que responden positivamente cuando se les incluye una zanahoria dentro de su canasta de opciones. Pagar impuestos no es una acción que genere incentivos per se a cumplir. Como consecuencia, durante mucho tiempo los principales incentivos para inducir el pago fueron de carácter negativos. Los insuficientes resultados en esa batalla histórica posiblemente muestren que llegó el momento de darle mayor lugar a los incentivos positivos en el diseño de políticas destinadas a incrementar la formalidad. Si para los contribuyentes el uso que hace el Estado de los fondos tributarios que recauda no es un incentivo a cumplir, es necesario crear incentivos paralelos. Esos incentivos implican complementar el tradicional esquema de controles y castigos por uno que además, involucre premios al buen contribuyente.

Sin embargo, las políticas de incentivos positivos requieren su propio estudio. Para que los individuos puedan alcanzar una solución óptima es necesario elegir el mecanismo de incentivos adecuado. De los estudios experimentales realizados en Argentina, surge que en economías donde hay restricciones de ingresos importantes, donde la moral tributaria no es suficientemente robusta (Giarrizzo-Sivori, 2010) o donde la población percibe corrupción e ineficiencias en el manejo de los ingresos públicos (Giarrizzo-Scolnic, 2011, 2012), los incentivos positivos incrementan la tasa de cumplimiento si al mismo tiempo existen controles y castigos. Si no hay fiscalización, la tendencia natural del promedio de los individuos es a evadir porque se maximizará principalmente el ingreso. Pero cuando hay controles y penas, la evasión comienza a pesar en determinados contribuyentes y frente al estímulo del premio, se modifica su decisión de no contribuir a sí contribuir. La intensidad de ese cambio (a cuántos individuos alcanza y si se logra mantenerlos en ese comportamiento) depende del tipo de incentivos y sobre esas opciones hay que continuar explorando.

En este trabajo se arrojó evidencia para comparar los efectos de otorgar premios monetarios y no monetarios. Se pudo comprobar que cuando se asignaron premios no monetarios y se los hizo visible creando el deseo entre los beneficiarios, aumentó en mayor proporción la participación de buenos contribuyentes que cuando se realizaron descuentos de dinero por pagar con el mismo valor objetivo. Resultados en esa dirección fueron obtenidos en 1997 por Fehr, Gächter y Kirchsteigerd encontrando que un regalo puede reforzar la relación de intercambio entre gobierno y contribuyentes basada en la reciprocidad y aumentar el cumplimiento en mayor medida que los premios monetarios. El experimento que se presenta refuerza esos resultados aplicados al contribuyente argentino.

Muchos países del mundo vienen aplicando programas de incentivos positivos para combatir la evasión. Sin embargo, para que esos programas ganen crédito, hay que avanzar en diversos frentes. Uno de ellos, es darle continuidad a esas acciones independientemente de los cambios políticos que se van produciendo en las administraciones públicas. Simultáneamente, los organismos de control de provincias y municipios deberían trabajar en acciones coordinadas para aplicar programas homogéneos. De esa forma se evitaría el efecto desaliento que puede provocar en un contribuyente que en la localidad vecina se asignen mejores beneficios. Por último, hay que continuar explorando el comportamiento de los contribuyentes, conociendo sus preferencias y deseos, para encontrar las combinaciones más óptimas de premios y evitar el gasto ineficiente de recursos en esos programas.

## **BIBLIOGRAFÍA**

ALLINGHAM, M. y SANDMO, A. "Income Tax Evasion: A Theoretical Analysis". Journal of Public Economy. (1972). Vol. 3.

ANDREONI, J. "Impure Altruism and Donations to Public Goods: A Theory of Warm-Glow Giving". Economic Journal, (1990). Vol. 100.

ANDREONI, J., HARDBAUGH, W. y VESTERLUND, L. "The Carrot or the Stick: Rewards, Punishments, and Cooperation". American Economic Review, American Economic Association, 2003. Vol. 93(3).

CHELALA, S. y GIARRIZZO, V. (2011). "Evasión Impositiva y Comportamiento Individual. Un Análisis Experimental sobre el impacto de los Premios en el pago de impuestos". Anales Asociación Argentina de Economía Política, Noviembre 2011.

CHRISTIANSEN, V. "Two comments on tax evasion". Journal of Public Economics, (1980). Vol. 13.

CLOTFELTER, C. "Tax Evasion and Tax Rates: An Analysis of Individual Returns". Review of Economics and Statistics, 1983. Vol. 65.

DAS-GUPTA, A. y MOOKHERJEE, D. (1998), *Incentives and Institutional Reform in Tax Administration: Analysis of Developing Country Experience*. Dehli, Oxford University Press.

FREY, B. S. "How intrinsic motivation is crowded out and in". Rationality and Society, 1994. Vol. 6.

FREY B. S. y OBERHOLZER-GEE, F. "The cost of price incentives: An empirical analysis of motivation crowding-out". American Economic Review, 1997. Vol. 87 (4): 746-755.

FREY, B. S. y JEGEN, R. "Motivation crowding theory". Journal of Economic Surveys, (2001). Vol. 15 (5).

FREY, B. S. y GOETTE, L. (1999). "Does pay motivate volunteers?". Working Paper, University of Zurich.

GEORGE, J. M. "Asymmetrical Effects of Rewards and Punishments: The Case of Social Loafing". Journal of Occupational and Organizational Psychology, 1995. Vol. 68.

GIARRIZZO, V. y REDEL, G. (2012). *Controlar y Castigar: limitaciones de la metodología dominante para combatir la evasión*. Documento de Trabajo. Buenos Aires, FCE/UBA.

GIARRIZZO, V. y SIVORI, J. "La inconsistencia de la Moral Tributaria en la Argentina. El caso de los moralistas evasores". Pecunia, 2010. Vol. 10.

GIARRIZZO, V. y SCOLNIC, N. "Percepciones de Injusticia y Corrupción: el castigo de los evasores". *Estudios Económicos*. 2012. En prensa (aceptado para su publicación).

GNEEZY U. y RUSTICHINI, A. "Pay enough, or don't pay at all". *The Quarterly Journal of Economics*, 2000a. Vol. 115 (3).

GNEEZY, U. y RUSTICHINI A. "A fine is a price". *Legal Studies*, 2000b. Vol. 29.

GOETTE, L y STUTZER, A. "Blood Donations and Incentives: Evidence from a Field Experiment". *IZA Working Paper* No. 3580. 2008

GRAETZ, M. J. y WILDE, L. (1985). "The Economics of Tax Compliance: Facts and Fantasy," *National Tax Journal*, Vol. 38.

GUTIERREZ, M.A. y SOUR L. (2008). "Extrinsic incentive and tax compliance". *Documentos de Trabajo*, CIDE, DAP N° 216.

KOSKELA, E. "A note on progression, penalty schemes and tax evasion". *Journal of Public Economics*, 1983. Vol. 22.

LEDERMAN, L. "The Interplay Between Norms and Enforcement in Tax Compliance". *Ohio State Law Journal*, 2003. Vol. 64.

MELLSTRÖM, C y JOHANNESSON, M. "Crowding Out in Blood Donation: Was Titmuss Right?" *Journal of the European Economic Association*, 2008. Vol.6 (4).

SIGMUND, K. C.; HAUERT, C. y NOWAK, M. "Reward and Punishment". *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 2001. Vol. 98.

SLEMROD, J. "Cheating Ourselves: The Economics of Tax Evasion". *Journal of Economic Perspectives*, 2007. Vol. 21(1).

TITMUSS, R. M. (1970). *The Gift Relationship*. Allen and Unwin, London, UK.

TORGLER, B. "To Evade Taxes or not to Evade: That is The Question". *Journal of Socio-Economics*, 2003. Vol. 32(3).

TORGLER, B. "Tax Morale in Asian Countries". *Journal of Asian Economics*, (2004), Vol. 15 (2).

TORGLER, B. "Tax Morale in Latin America". *Public Choice*, 2005. Vol. 122 (1-2).

TORGLER, B. (2005). The evolution of tax morale in Modern Spain. Georgia State University, Andrew Young Scholl of Policy studies.