



¿De dónde salió LA PLATA?

Lic. Raúl Armendariz

Introducción

La evasión fiscal en el Perú y Latinoamérica haya sus orígenes en una serie de factores que responden a fallas, inconsistencias y desigualdades estructurales, propias de los sistemas, entes de recaudación y administración tributarios de cada país. Si bien los países latinoamericanos no son los más pobres del mundo, son los que mayor desigualdad de ingresos poseen. Una de las herramientas para mitigar la desigualdad social es el gasto público eficiente, elemento que requiere estar apoyado por cierto nivel de carga tributaria (el porcentaje del PBI recaudado por el Estado a través de los impuestos). Según Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en su documento “Evasión y equidad en América Latina”, una de las principales razones por la cual esta herramienta no es bien implementada es que “los países de América Latina tributan poco y mal. Se caracterizan por tener una baja presión tributaria, una estructura sesgada hacia impuestos regresivos y tasas de evasión y elusión fiscal bastante elevadas, lo que restringe la posibilidad de instrumentar políticas fiscales redistributivas y su efectividad”

En concreto, según la Red Latinoamericana Sobre Deuda Desarrollo y Derecho (Latindadd) la evasión del impuesto a la renta en América Latina varía entre el cuarenta y el sesenta y cinco por ciento. En el caso específico del Perú, según la investigación a cargo de Luis Alberto Arias, ex-jefe de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT); la evasión tributaria en el Perú, de personas y empresas en el año 2006 fue de 32.6% y 51.3% respectivamente. Luis Alberto Latínez Carpio, ex Superintendente Nacional de Administración Tributaria además sostiene en relación a ello que del total de contribuyentes solo el 50% cumple su deber tributario.

Aquel escenario, observado en gran parte de Latinoamérica comenzó a partir de los 90's a ser atacado de manera diferente: mediante la educación. Sin embargo, con respecto a lo avanzado, los resultados obtenidos recién han empezado ser reflejados

en los niveles de recaudación, al depender principalmente de la generación de un comportamiento civil responsable por parte de la ciudadanía en general y al estar apoyados también en gran parte por el reciente crecimiento económico de la región. Puede hallarse que si bien existen casos en los que se ataca al problema de la evasión tributaria de manera distinta, los procesos de comunicación y elaboración de contenidos no contemplan, en su mayoría, el rol que ciertas profesiones y disciplinas pueden cumplir, al no estar éstos legitimados aún en la sociedad, a comparación de los procesos de otras profesiones. Se habla en concreto en el papel que puede jugar el diseño gráfico y el diseño de la información en la elaboración de contenidos densos y complejos por naturaleza, los cuales requieren de un tipo de codificación y decodificación especial si es que estos buscan tener impacto en sus audiencias objetivo.

El presente proyecto considera no solo a estas disciplinas como codificadores válidos para mencionados contenidos, sino también reconoce la existencia de canales de difusión alternativos en los cuales el mensaje puede introducirse de manera efectiva. Canales de difusión y comunicación que forman parte de un concepto nuevo y en desarrollo en la sociedad actual. Se habla pues del empleo de las nuevas tecnologías de información, entre las cuales resalta la Social Media para el desarrollo y difusión de temas de compleja naturaleza como es el de la tributación. Se busca abordar a la evasión tributaria del Perú y la conexión que mencionado problema guarda con la educación básica y cívica de los ciudadanos peruanos.

Problema Principal

Como problema principal se ubica a la falta de conciencia en la sociedad civil peruana acerca de sus deberes como contribuyentes y el perjuicio que el Estado percibe a través de los distintos delitos tributarios como surgen como consecuencia de dicha ignorancia. En relación a lo establecido previamente, se puede definir a la evasión tributaria como un problema que dificulta la eficiente provisión de servicios y funcionalidad de las diferentes entidades del estado, llegando en última instancia a afectar el bienestar general de la sociedad y sus habitantes. Siendo esto último un factor altamente ignorado por gran parte de los contribuyentes debido a la ausencia de educación y capacitación continua sobre el tema a lo largo de sus vidas. Dicho problema contribuye a la visión sesgada y distorsionada de las autoridades fiscales y desemboca al final del camino en la evasión de impuestos. Debe notarse en esta área la variable de continuidad, ya que si bien puede proveerse buena capacitación mediante algún excelente programa, si este concluye de forma rápida u ocurre de forma ocasional, el resultado puede verse opacado o minado.

En concreto, según una encuesta realizada por IPSOS-APOYO en el año 2010, 8 de cada 10 peruanos tolera la evasión de impuestos. Ello sería la razón por la cual hasta aquella fecha los contribuyentes le adeudan a la SUNAT (ente recaudador de impuestos en Perú) más de 84,000 millones de soles. Ello según Consorcio Nacional para la Ética Pública, Proética, “puede asociarse con un nivel muy bajo de calidad de la ciudadanía: si no se cumple con las obligaciones, no se puede estar en condiciones para exigir respecto a los derechos”

Es por ello que el presente estudio intentará atacar mediante el uso y empleo alternativo de la educación; en línea y correspondencia a las iniciativas ya iniciadas por el propio gobierno peruano con el programa Aula Secundaria y el resto de países latinoamericanos. Es por ello que en concordancia a lo que establece la SUNAT en su reporte de Gestión 2001-2005, la presente considera que “la educación es el medio más eficaz para desarrollar conciencia ciudadana y tributaria por su influencia en la formación de valores, en el desarrollo de actitudes, en la transmisión de conocimientos y en la promoción de comportamientos deseables para el mejoramiento de la calidad de vida individual y social.”

Problemas Secundarios

Como problema secundario, el presente documento encuentra que si bien existen y se llevan a cabo distintas iniciativas en materia educativa, estas no son emitidas de manera integral, y junto a otros factores propios y ajenos de la ejecución de las mismas, no logran resultados concretos (como la reducción real en la evasión). Son aquellos factores alrededor de mencionadas iniciativas los cuales el presente documento busca tratar de resolver. Siendo uno de los más importantes la forma y manera en la que se transmite la información, la cual, como ya se mencionó, es compleja por naturaleza. Es por ello que se considera como adecuado el empleo de medios alternativos para la difusión de estos complejos mensajes.

Debe considerarse la variable de continuidad en las iniciativas que se han tomado ya que ello puede ayudar a medir el nivel de comprensión y adopción de las ideas que se transmiten. Se puede definir a la continuidad como la capacidad que ofrece un medio de apoyo para permanecer largo tiempo a la vista del destinatario. Ello puede explicar la razón por la cual la sociedad peruana mantiene una visión distorsionada acerca de la SUNAT, en concordancia al testimonio recogido del ex-jefe de aquel ente gubernamental, Sandro Fuentes Acurio. Por otro lado, en marketing, la continuidad tiene que ver con hacerse cargo de que todo en una compañía u organización tenga una apariencia y percepción coordinada. Por ejemplo, gráficamente, significa crear un logo estándar, escoger un color (o colores) corporativos, una tipografía particular o incluso un mismo estilo de fotografía o ilustración. Ello no acaba solo en temas gráficos o de branding puro sino también en la forma en que transmiten los mensajes y la forma en la que se organizan los contenidos. Es por ello que este documento considera que la ausencia del éste término en la ejecución de las iniciativas del gobierno en materia tributaria minan la capacidad de llegada



¿De dónde salió LA PLATA?

Eso puede significar que en el 2010, el Estado puede disponer de **MÁS DEL DOBLE DE DINERO PARA INVERTIR**

Puedes ayudar disminuyendo la evasión simplemente por ejemplo:

- reclamando tus comprobantes de pago en cada compra
- declarando todos tus ingresos en caso ya trabajes

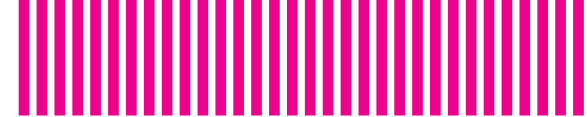
¿Y QUÉ PUEDO HACER YO?

¡COMPÁRTELO!

¡También puedes verificar los requisitos sobre cómo obtener esta información!

SUNAT

Transparencia Económica




de los distintos mensajes emitidos, ya que pueden verse opacadas con el paso del tiempo y las inconsistencias en la identidad que el ente recaudador refleja.

En términos puramente gráficos y estéticos, las iniciativas que se han tomado en el Perú, en su mayoría han omitido cánones y convenciones generales establecidas por el diseño gráfico en temas de diagramación, estilos, teoría del color, tipografía, usabilidad, entre otros. En cuanto a este tipo de omisiones, se podría hallar como principal problema el que la disciplina es aun relativamente joven en el Perú por lo cual puede considerarse como accesoria. Escenario que no podría ser repetido en profesiones más establecidas o “mainstream” como la medicina o la arquitectura. Si bien existen negligencias (como en cualquier profesión) el desarrollo o uso formal de la disciplina del diseño gráfico se encuentra seriamente limitado. Por otro lado, un factor agravante como la informalidad, ofrecen “soluciones” rápidas y baratas. Basta con evaluar los principales portales de los principales órganos del Estado para reconocer una disparidad entre ellos y la falta de una identidad del mismo Estado como ente superior. Ello puede responder a razones económicas y logísticas, pero sin embargo, no justifica el mal o negligente uso que se le da a la disciplina del diseño. El escenario quizás sería diferente si aquellos “pequeños” elementos tuvieran el mismo tratamiento que el branding de alguna corporación en el país, o la campaña publicitaria de alguna firma importante. Tratamiento que ha empezado a ser recogido por algunos de los principales municipios del departamento de Lima. Fuera del campo material, físico o de mala praxis, resulta un tanto curiosa la carencia de una identidad en la actividad gubernamental, al ser el Perú un territorio rico en expresiones culturales y artísticas que bien podrían servir como canal para llegar al público y proveerles la información en un lenguaje visual familiar. Es por ello que, aparte de considerar el esqueleto conceptual que se esconde detrás del problema encontrado, considera como pilar el tratamiento gráfico que se le dará a la posterior propuesta de solución.

Propuesta

Es por todo lo expuesto que se propone la creación de una aplicación web dirigida a jóvenes universitarios de la Universidad San Ignacio de Loyola, de 18 a 24 años, distribuida en primera instancia a través de la base de datos de mencionada universidad, para luego impulsar su promoción a través de una campaña publicitaria viral apoyada en material audiovisual e interactivo. Aplicación que asumirá en primera instancia la ausencia de la preconcepción de los conocimientos y conceptos que rodean a la actividad gubernamental y por ende, la tributación. El objetivo principal de la aplicación es informar a los futuros y actuales contribuyentes que se ubican en el rango de edad escogido, el alcance que tiene la tributación en las inversiones que se derivan del gasto público y revelar que se consolidan en gran parte a través de ingresos derivados del Impuesto General a las Ventas (IGV). De la mano con ello se propone también informar acerca de la otra cara de la moneda, siendo este la implicancia de la informalidad y el incumplimiento del deber tributario. De forma complementaria y a manera de introducción se expondrán las variables más importantes involucradas en la actividad gubernamental para así proveer un mayor nivel de comprensión a un tema potencialmente ajeno a la realidad diaria consiente del target (público objetivo).



La idea es tratar al tema de la evasión tributaria de forma informal, clara y concisa, utilizando gráficos e iconografía para transmitir mediante analogías con situaciones y o elementos de la vida diaria del público objetivo, reduciendo el área escrita o textual lo más posible. El tratamiento visual que recibirá dicha aplicación será minimalista para evitar distracciones y/o desviaciones. La aplicación será introducida a través de una campaña en la web dividida en dos partes usando motiongraphics como principal apoyo. De aquel desarrollo se desprenderán piezas gráficas estáticas, en las cuales se buscare la exageración de cifras relacionadas al tema. El desarrollo iconográfico funcionará como embudo, presentando la situación general (niveles de evasión en los últimos años y la opinión general del tema por parte de la sociedad peruana) para llegar al análisis individual que se pretende que el usuario haga al interactuar con la aplicación.

Se diferencian dos tipos de medios siendo el principal y más amplio la social media y todas las herramientas incluidas en ella. Las herramientas que se usaran serán las redes sociales como Facebook, YouTube y Twitter. En estos medios se distribuirán contenidos divididos en dos etapas. Una de intriga y otra de develación. En la etapa de intriga se hará empleo de videos cortos que despierten curiosidad en los visores a través de un mensaje ambiguo y abierto al pensamiento. El mismo tratamiento recibirá la web que alojara la aplicación desarrollada dando una fecha para la develación final. Ello también será acompañado de manera estática con banners y gráficos que se desprenden del contenido expuesto en los videos. De forma física, se hará uso de intervenciones en los boletines de Usil. Dichas intervenciones harán empleo de gráficos que simulen una situación inusual como la acumulación de dinero dentro de ellos. Esta intervención tendrá también una conexión con la web en donde será lanzada la aplicación. El tema de la campaña y los contenidos distribuidos a través de estos medios se introducirán a manera de interrogante. Se hará la conexión con la informalidad y el tratamiento de la evasión tributaria como un delito del cual es fácil ser cómplice o autor intelectual. Para ellos se establecerá que los cómplices de este delito son los 5 personajes que se muestran en los billetes de los nuevos soles. Se propondrá entonces una dualidad en la personalidad de estos importantes personajes ya que vincularlos con un acto delincuencia va en contra de la concepción que se pueda tener de ellos mismos.

Este tratamiento buscara exponer la facilidad con la que los ciudadanos pueden ser cómplices de lo que se puede considerar como un robo al Estado. Ello se verá expuesto en lo que ocurre cuando el ciudadano no reclama el comprobante de pago por una compra o servicio utilizado. Será consiente entonces de que aparte de pagar el costo de lo que adquiere, además siempre paga un impuesto y que la única manera de forzar al comerciante a que lo entregue al estado es por medio de los comprobantes de pago. Esto será conectado entonces con el daño que puede causarse cuando este acto se considera o se evalúa en conjunto. Para ello el lector tendrá a su disposición la información en la aplicación alojada en la web. El uso de estos personajes en la campaña entonces halla su razón de ser en que si bien el dinero (representado por los personajes) tienen un camino limpio y legal, gracias a la negligencia o ignorancia de los ciudadanos estos pueden ser corrompidos y/o desviados.



