

**El enfoque *behavioural insights*  
para fomentar el cumplimiento tributario  
en las Administraciones tributarias**

**Pablo Grande Serrano**  
Inspector de Hacienda del Estado

**XIX Jornadas de Economía Pública**  
**Economía Pública y Ciencias del Comportamiento: método y aplicaciones**

Zaragoza, 4 de octubre de 2024

# El enfoque *behavioural insights*

- *Behavioural insights* – enseñanzas conductuales
  - Factos individuales, sociales y del entorno.
  - Evidencia y evaluar.
- Heurísticas y sesgos cognitivos
- AEAT: foros internacionales, PCTA y Plan Estratégico.

# El enfoque

- *Behavioural*
  - Factos inc
  - Evidencia
- Heurísticas
- AEAT: foros



CO.

# El dolor de pagar (impuestos)

Coste económico, coste de oportunidad.

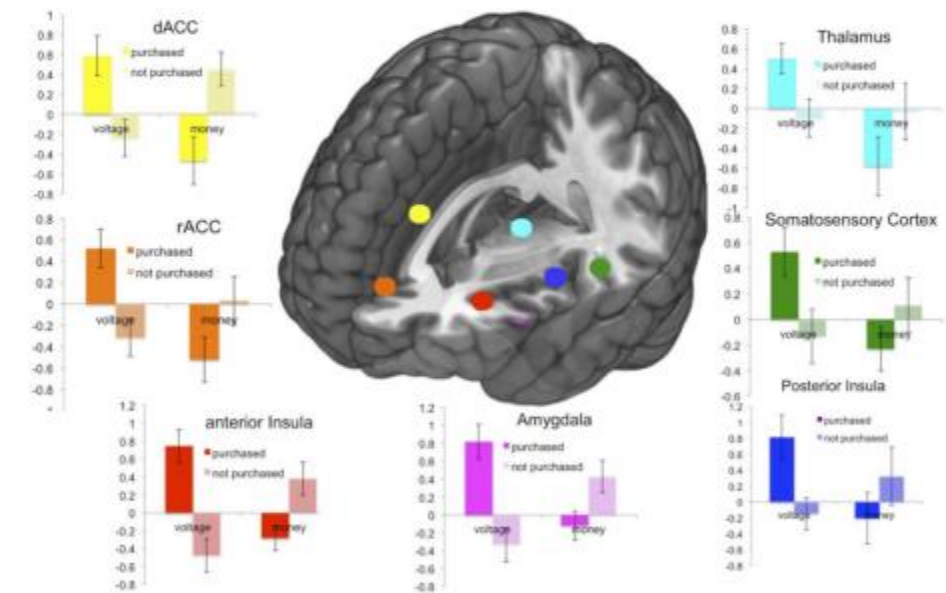
Coste psicológico: el dolor de pagar.

Utilidad de transacción.

Calculadora de gasto.

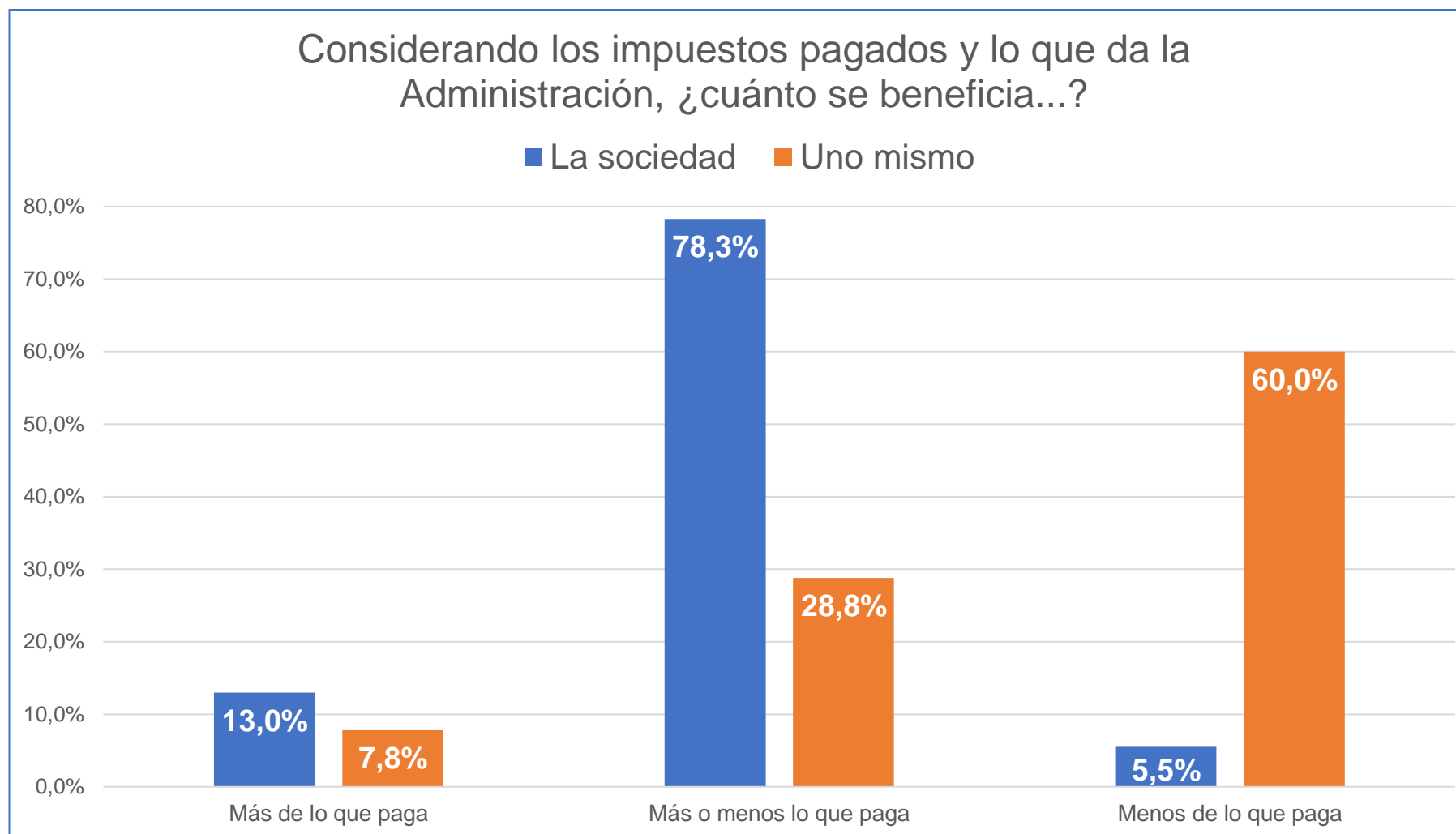
FIGURE 3

EXPERIMENT 1: NEURAL ACTIVATION PATTERNS OF PURCHASING DECISIONS IN PAIN-PROCESSING REGIONS WHEN PAYING IN CASH VS. TOLERATING ELECTRIC SHOCKS



Fuente: Mazar et al. (2016), *Pain of Paying? — A Metaphor Gone Literal: Evidence from Neural and Behavioral Science*.

# El dolor de pagar (impuestos)



Estudio 3469 Opinión  
Pública y Política  
Fiscal (XLI) del CIS

# El dolor de pagar (impuestos)

Coste económico, coste de oportunidad.

Coste psicológico: el dolor de pagar.

Utilidad de transacción.

**Calculadora de gasto.**

# Reducción de errores previsibles en el IRPF

**Por favor, verifique la exactitud de la modificación que acaba de realizar. En ocasiones, los cambios introducidos en esta casilla por los contribuyentes son erróneos. Posteriormente, la Agencia Tributaria podrá solicitar que justifique esa modificación.**

# Reducción de errores previsibles en el IRPF

Sistema predictivo de la probabilidad de equivocarse.

Aprendizaje automático supervisado de clasificación.

6 modelos predictivos para 6 casillas de rendimientos del trabajo:  
003, 004, 005, 006, 0013 y 0596

Casilla	Modificaciones		Comprobaciones	
[003] Retribuciones dinerarias	Número	Importe	Modificación correcta	Modificación errónea
	94.510	498.068.220,22 €	18.918	16.032
[013] Cotizaciones	Número	Importe	Modificación correcta	Modificación errónea
	78.906	115.822.173,82 €	10.493	3.279
[596] Retenciones	Número	Importe (*)	Modificación correcta	Modificación errónea
	78.505	76.590.374,98 €	7.444	3.927

(\*) Este importe es en cuota. Los dos anteriores en base.



# Reducción de errores previsibles en el IRPF

Acierto global de entre el 75 y el 85 %.

Umbral de decisión = 0,5

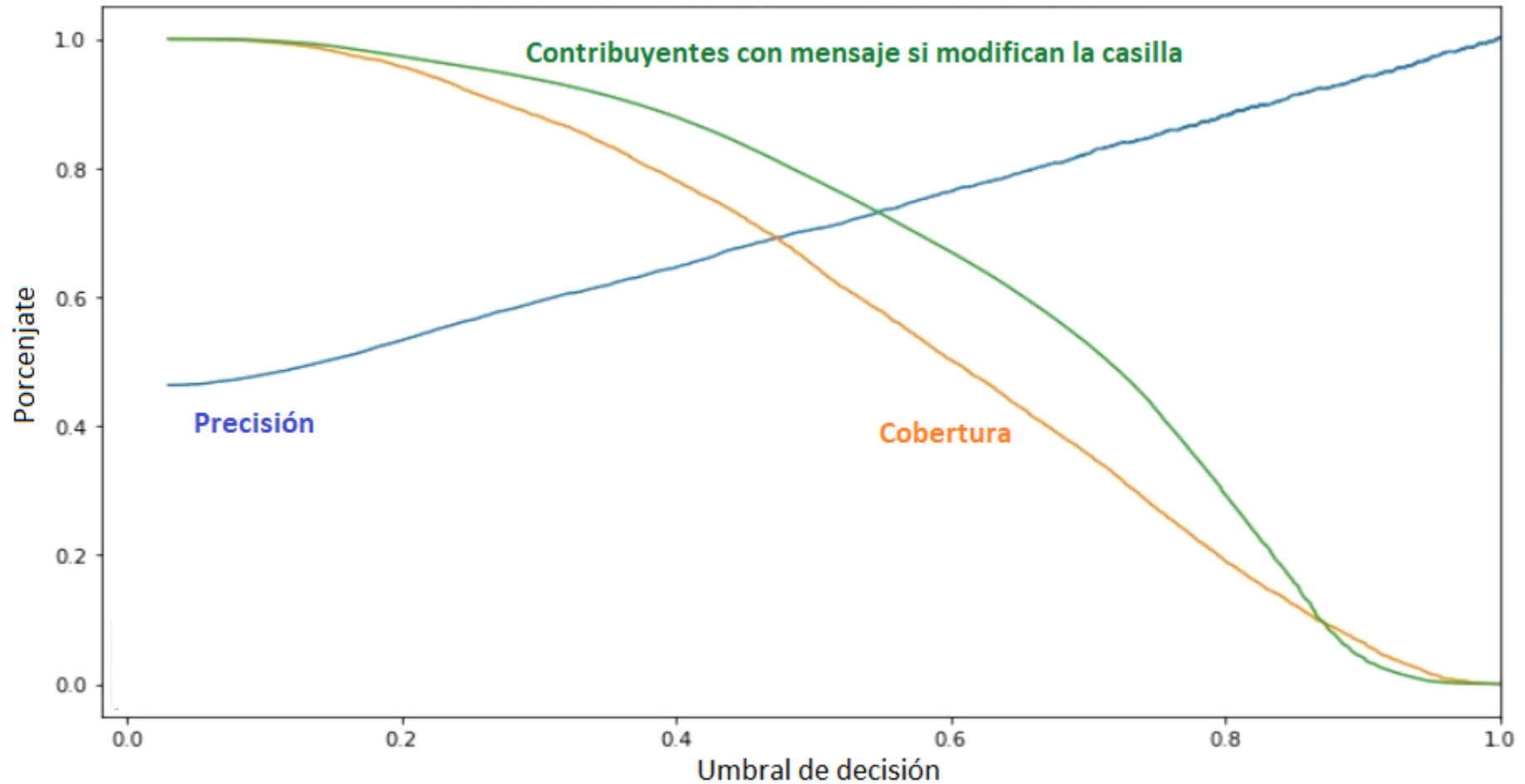
- 73 % de precisión
- 68 % de cobertura

		Valor predicho		
		Modificación correcta	Modificación incorrecta	Total
Valor real	Modificación correcta	7.074	1.928	9.002
	Modificación incorrecta	2.463	5.317	7.780
	Total	9.537	7.245	16.782

**Cobertura**  
5317/7780 = 68%

**Precisión**  
5317/7245 = 73%

# Reducción de errores previsibles en el IRPF



# Reducción de errores previsibles en el IRPF

Sesgo del statu quo.

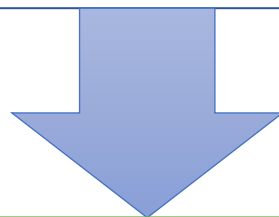
Heurística del esfuerzo y reciprocidad.

Sesgo de notoriedad.

Sesgo hacia el presente.

# Reducción de errores previsibles en el IRPF

Por favor, verifique la exactitud de la modificación que acaba de realizar. En ocasiones, los cambios introducidos en esta casilla por los contribuyentes son erróneos. Posteriormente, la Agencia Tributaria podrá solicitar que justifique esa modificación.



Campaña del IRPF **2020**: de los contribuyentes que **intentaron modificar** la casilla, tras recibir el mensaje, **el 70 % decidió NO hacerlo**.

# Reducción de errores previsibles en el IRPF

Estudio 1: Diseño de regresión discontinua (RDD) para **estimar el efecto causal** del mensaje *nudge* en la decisión de los contribuyentes de modificar o no su declaración.

Estudio 2: Cuantificar los **ingresos tributarios garantizados** gracias al mensaje *nudge*. Asumiendo que los contribuyentes que no modificaron su declaración (tras mensaje), la habrían modificado de forma similar a los contribuyentes que casi reciben el mensaje.

# Cartas aviso y efecto inducido actuaciones

Disuasión → probabilidad subjetiva de ser comprobado.

¿Cómo estimamos probabilidades? Heurísticas de representatividad y de accesibilidad o de disponibilidad.

Normas sociales: descriptivas o prescriptivas/inductivas.

# Cartas aviso y efecto inducido actuaciones

Norma prescriptiva o inductiva (expectativa): lo que se debe hacer.

*El 64 % no encuentra justificación para el fraude fiscal*

*(Barómetro fiscal IEF, 2023).*

Norma descriptiva (observación): lo que es habitual.

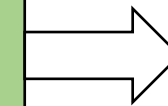
*El 78% considera que existen colectivos que defraudan habitualmente y*

*casi el 50% considera que los impuestos no se pagan correctamente*

*(Barómetro fiscal IEF, 2023).*

# Cartas aviso y efecto inducido actuaciones

Escenario	Descripción	Frecuencia de mentiras	Intensidad de mentiras
A	No se da información <b>(Norma neutral)</b>	Alta cantidad de mentiras	Muy poco intensas (mentiras pequeñas)
B	Se indica que otros mienten mucho <b>(Norma descriptiva negativa)</b>	Alta cantidad de mentiras	Aumenta la intensidad de las mentiras (mentiras más graves)
C	<b>B +</b> Se recuerda que mentir está mal <b>(Norma prescriptiva)</b>	Menor cantidad de mentiras	Mantiene las mentiras graves



Ceguera moral

Lois G, Wessa M. Honest mistake or perhaps not: The role of descriptive and injunctive norms on the magnitude of dishonesty. *J Behav Dec Making*. 2021; 34: 20–34. <https://doi.org/10.1002/bdm.2196>



# Cartas a

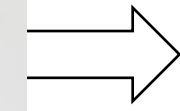
Escenario	
A	No
B	S (Norm
C	B (N

Lois G, Wessa M. Honesty and  
of dishonesty. J Behav D

El enfoque *behavioural insights* para el c



nes



Ceguera  
moral

# Cartas aviso y efecto inducido actuaciones

Desde 2022: «pluralidad de parámetros de tipo financiero y de economía de la empresa» incluyendo aspectos contables declarados y otros datos del rendimiento de la actividad o de generación de flujos de tesorería externos a la propia contabilidad.

- Respuestas a la carta de aviso
1. explicar que la información no es correcta.
  2. rectificar su situación fiscal.
  3. no hacer nada.

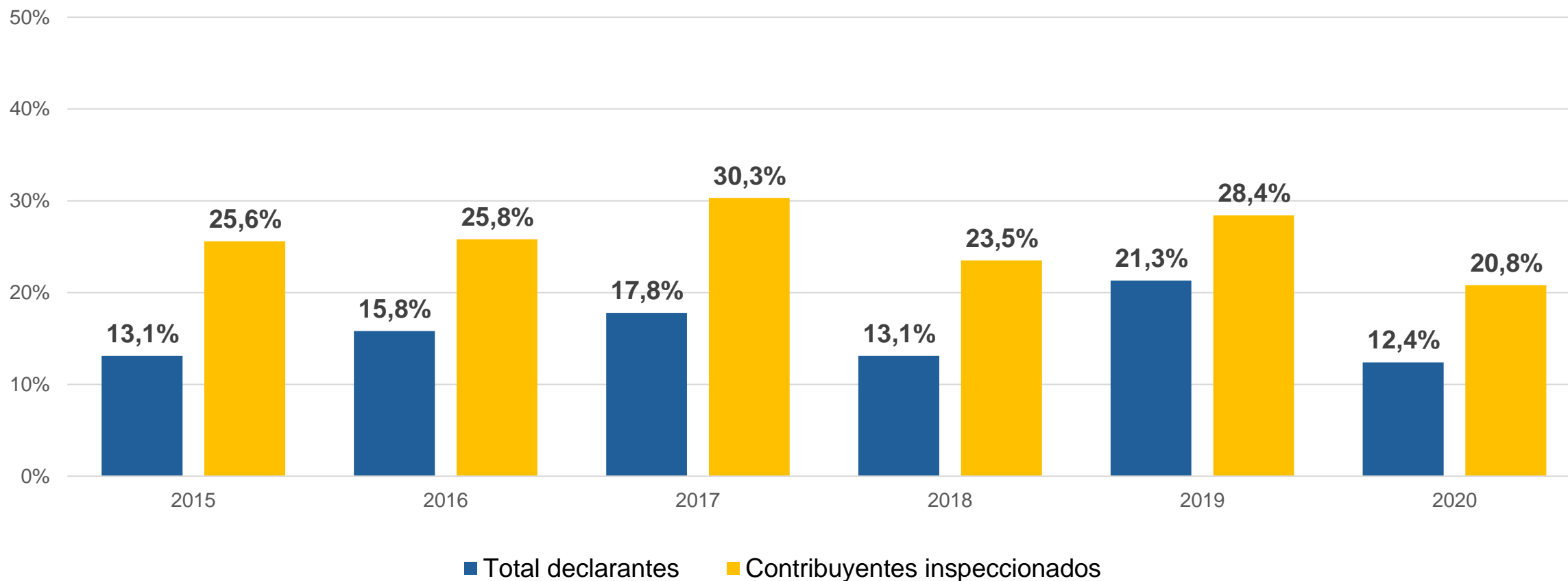
# Cartas aviso y efecto inducido actuaciones

Datos de 2022:

- 1.039 cartas.
- 30 % de incremento del importe neto de la cifra de negocios **(frente a +24,5 % de todos los declarantes en el IVA).**
- En 3 de cada 4 sociedades desaparecen las inconsistencias puestas de manifiesto.

# Cartas aviso y efecto inducido actuaciones

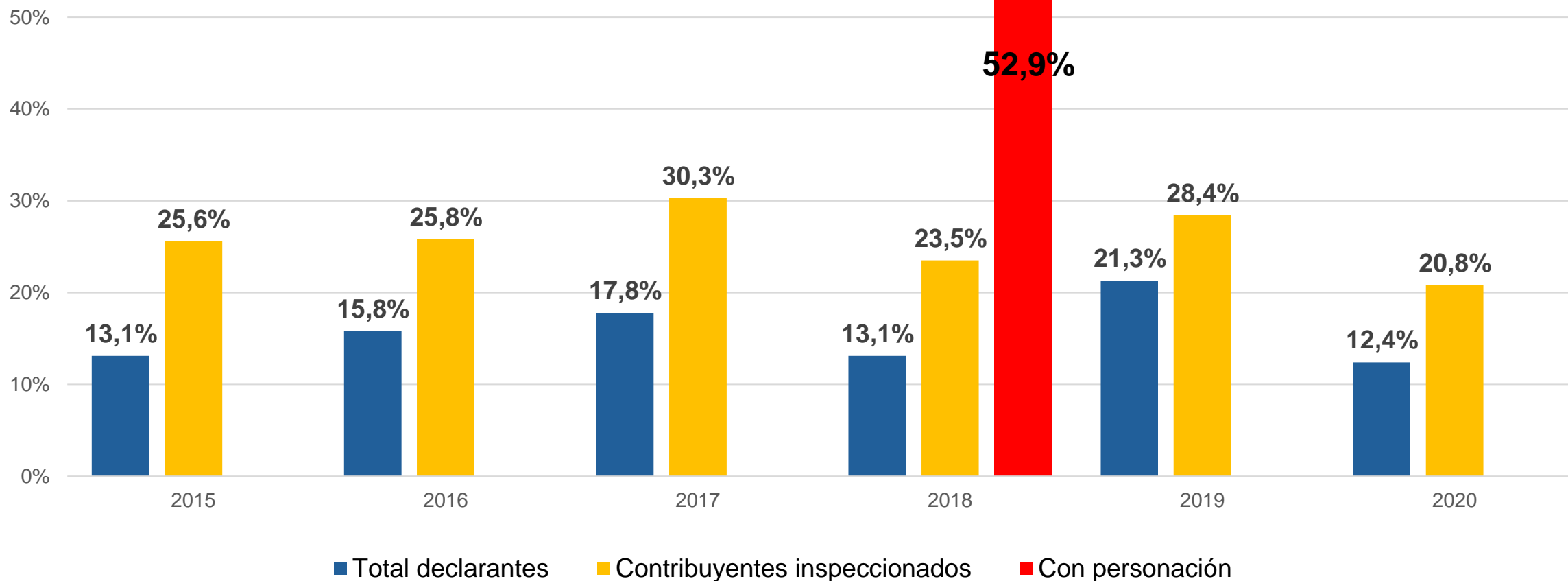
Mejora porcentual en el cumplimiento de los contribuyentes inspeccionados (excepto DCGC)  
Comparación de los 3 años posteriores a la comprobación en relación con los 3 años anteriores



AEAT. Informe sobre la evolución en 2023 de los indicadores del Plan Estratégico 2020/2023

# Cartas aviso y efecto inducido actuaciones

Mejora porcentual en el cumplimiento de los contribuyentes inspeccionados (excepto DCGC)  
Comparación de los 3 años posteriores a la comprobación en relación con los 3 años anteriores



AEAT. Informe sobre la evolución en 2023 de los indicadores del Plan Estratégico 2020/2023



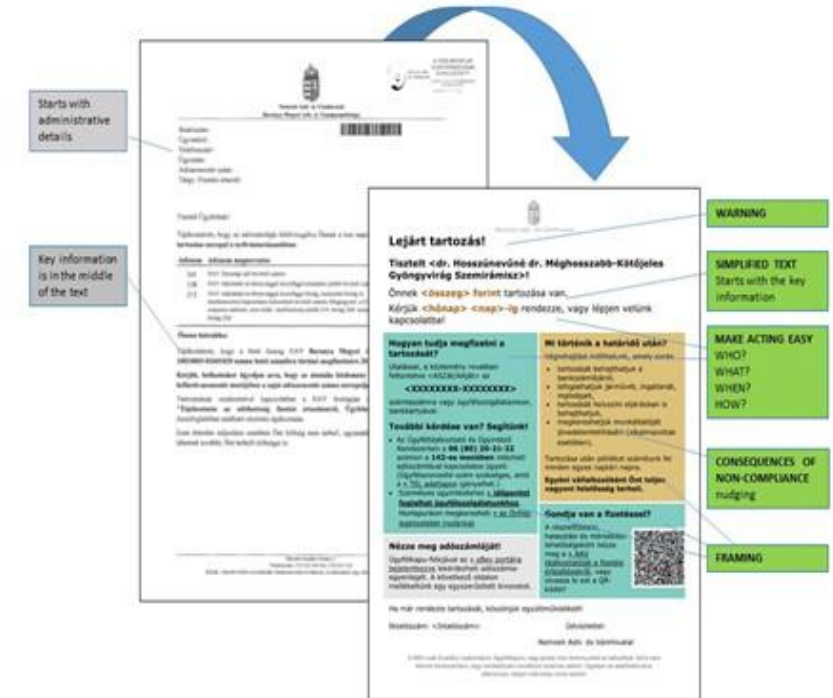
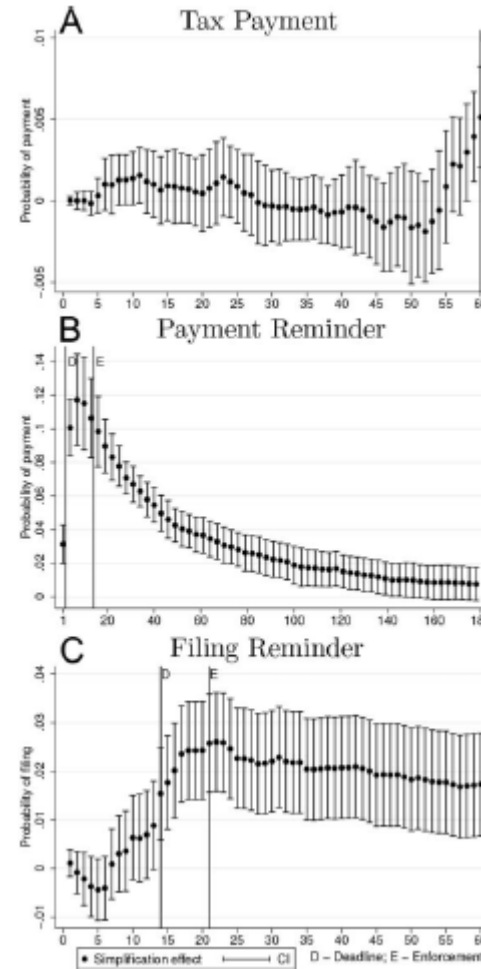
# Simplificación de las comunicaciones tributarias

Fatiga cognitiva.

Aversión a las pérdidas.

Efecto marco (*framing*).

Décimas de segundo para decidir si un documento será fácil o difícil de leer.



KANIZSAI KATALIN, Dra. (2022) Behavioural interventions in payment notifications. Recuperado de <https://www.iota-tax.org/news/behavioural-interventions-payment-notifications>

DE NEVE, Jan-Emmanuel, IMBERT, Clement, SPINNEWIJN, Johannes, TSANKOVA Teodora, y Maarten LUTS. (2021). How to improve tax compliance? Evidence from population-wide experiments in Belgium. *Journal of Political Economy*, 129(5), 1425-1463. <https://doi.org/10.1086/713096>



# Listado de deudores

Normas sociales.

Efecto reputacional.

Aversión a la pérdida.

Sesgo hacia el presente.

	Número deudores	Importe deuda (millones)	Importe pagado (millones)	Porcentaje pagado
Primer listado (2021)	7.279	15.204	55,57 45,75	0,66%
Segundo listado (2022)	7.037	14.567	20,4 61,39	0,56%
Tercer listado (2023)	6.076	13.566	41,23 46,33	0,64%

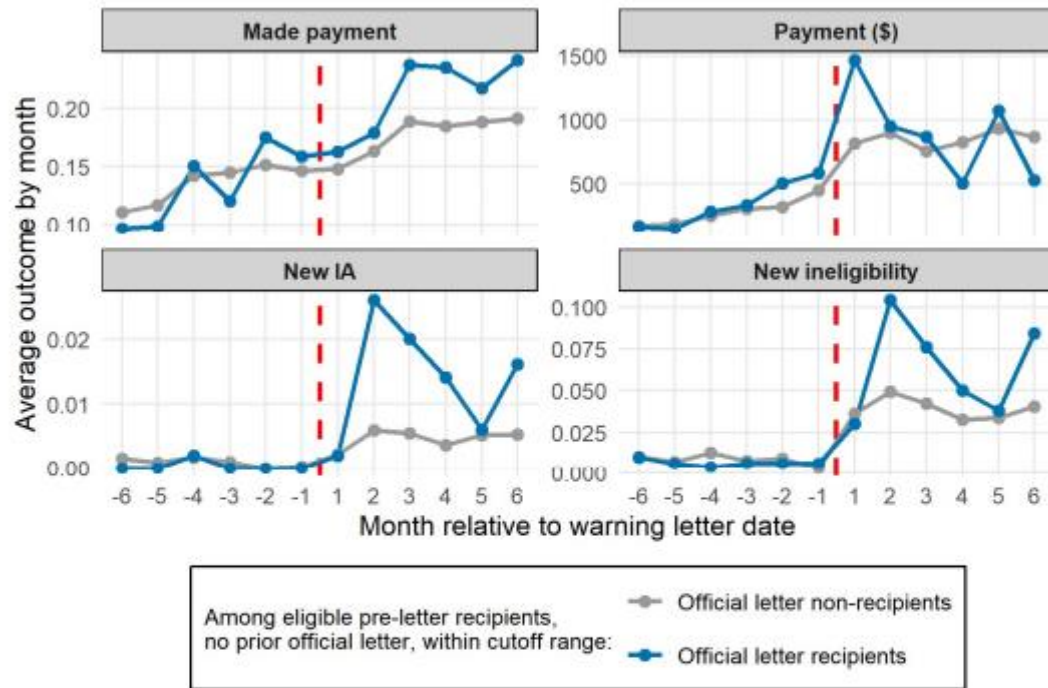
Ministerio de Hacienda y Función Pública. (2022 y 2023). *Informe de evaluación sobre los efectos de la Ley 11/2021, de medidas de prevención y lucha contra el fraude fiscal*



# Listado de deudores

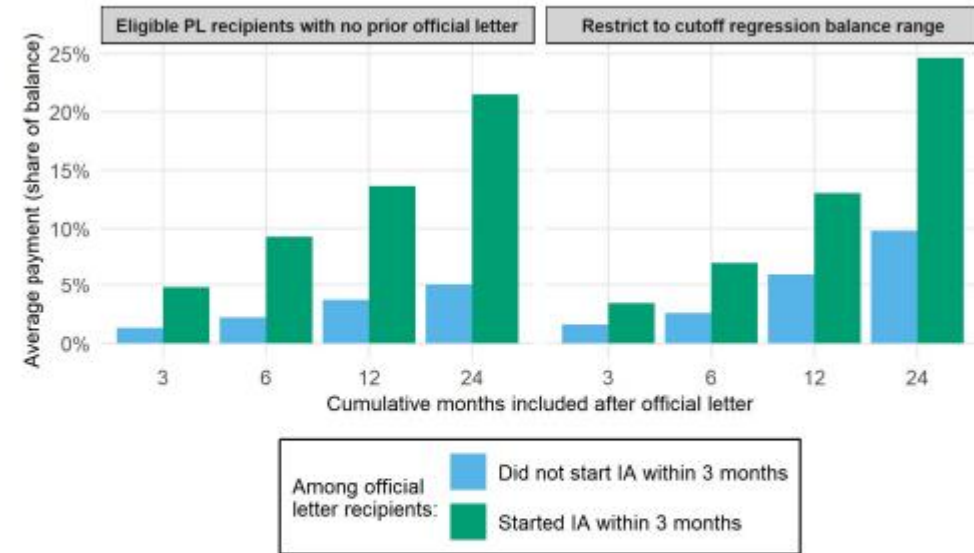
Figure 4: Behavior before and after the official letter, recipients vs. non-recipients

(only those within cutoff range)



Notes: This figure compares the behavior of two groups of taxpayers around the date of the official letter. In gray are taxpayers who are eligible for publication and received a pre-letter, but did not receive an official letter. In blue are similar individuals (eligible pre-letter recipients) who did receive an official letter. In this figure we exclude individuals who previously received an official letter (i.e., we focus on first-time recipients), and we limit to those with balances between \$150,000 and \$230,000, the range of cutoff values inside of which treatment is quasi-random.

Figure 8: Payment share among official letter recipients, effect of IAs



Notes: The figure summarizes average payments as a share of starting balance by households entering an installment agreement with FTB within three months of receiving an official letter, in green. Blue bars represent averages for all other treated households. The sub-graph on the right restricts observations to those where the unpaid balance at time of the letter falls within the cutoff range.

Efecto directo de la carta: 2,8-7,2 millones de dolares anuales.

ANGARETIS, C., GALLE, B. D., ORGAN, P., & PROHOFSKY, A. C. (2024). Non-monetary sanctions as tax enforcement tools: Evaluating California's Top 500 Program. *Journal of Policy Analysis & Management*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3950490>

# *Behavioural taxes* (tributación conductual)

Aversión a la pérdida.

Sesgo hacia el presente.

Problemas de autocontrol.

Sesgo de confirmación.

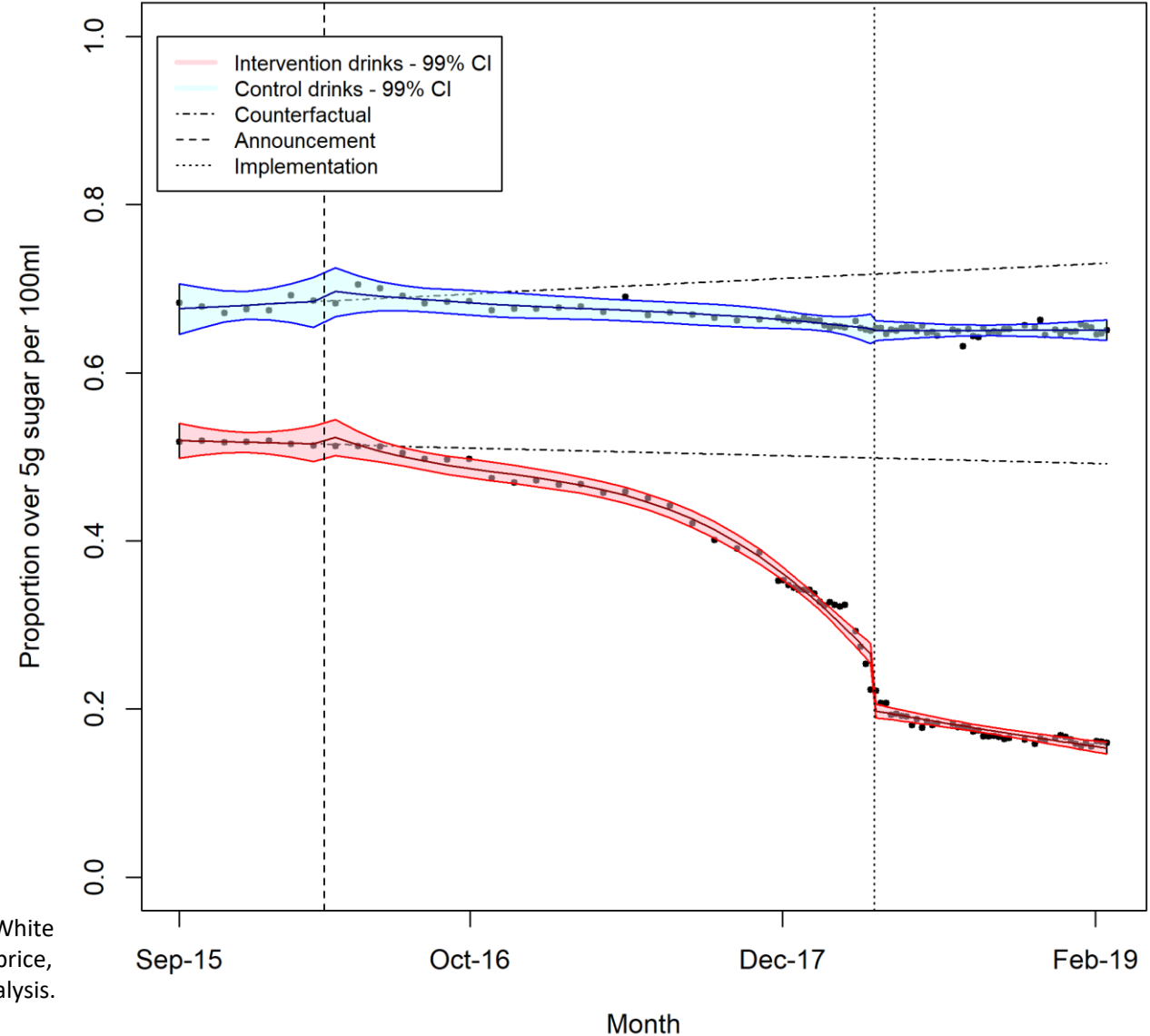


# *Behavioural taxes* (tributación conductual)

Primero anuncio, después aplicación.

-30% en el contenido de azúcar  
50 días después de su implementación.

En febrero de 2019, sólo el 15 % de las  
bebidas objeto del impuesto tenían  
azúcar por encima del contenido mínimo

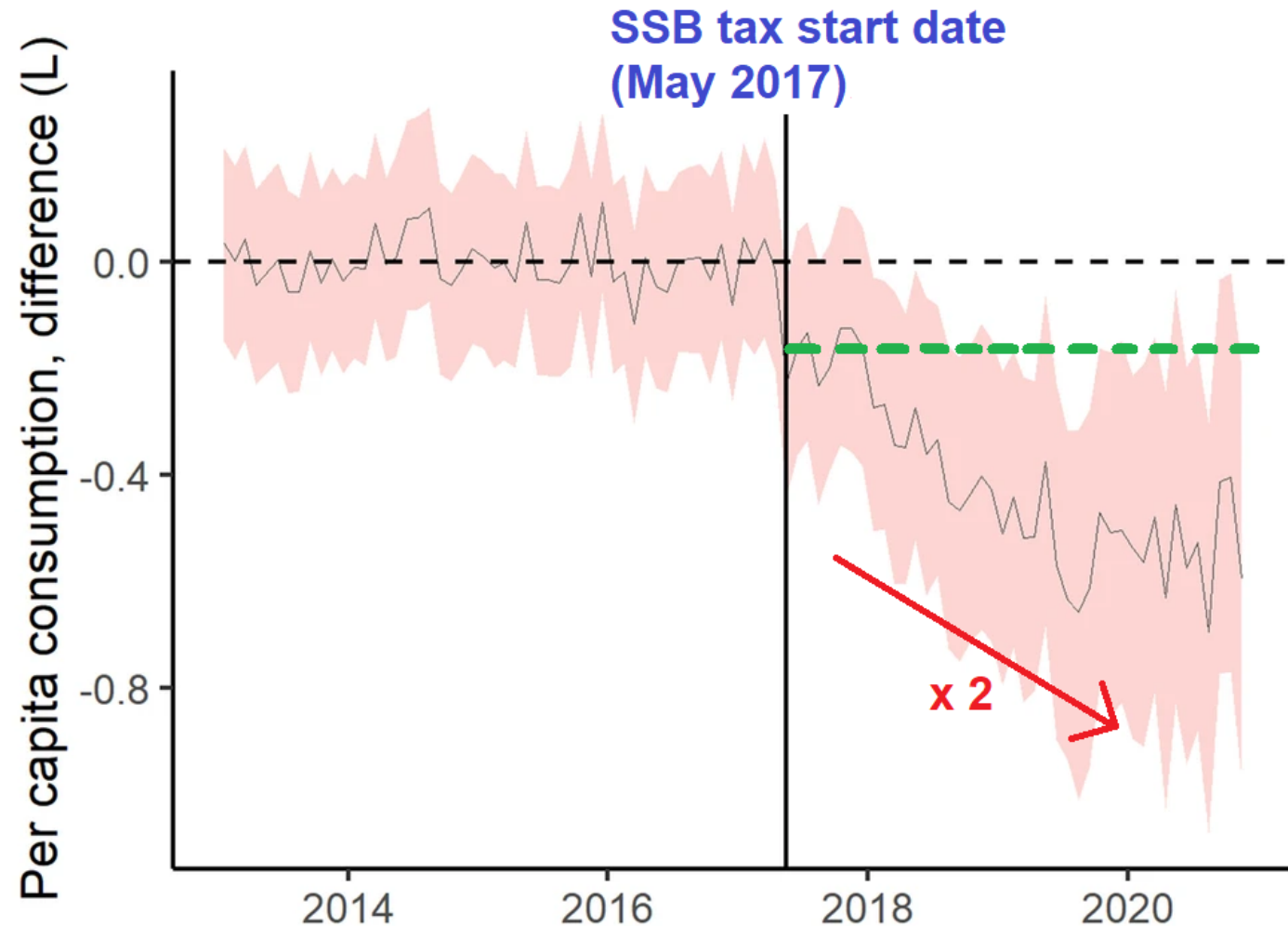


Scarborough P, Adhikari V, Harrington RA, Elhussein A, Briggs A, Rayner M, Adams J, Cummins S, Penney T, White M. Impact of the announcement and implementation of the UK Soft Drinks Industry Levy on sugar content, price, product size and number of available soft drinks in the UK, 2015-19: A controlled interrupted time series analysis. PLoS Med. 2020 Feb 11;17(2):e1003025. doi: 10.1371/journal.pmed.1003025.

# *Behavioural taxes* (tributación conductual)

Impacto progresivo y acumulativo:

- 10,4% de disminución en compras después de un año.
- 15,3% de disminución después de tres años.
- 16,7% de disminución tres años y medio después.



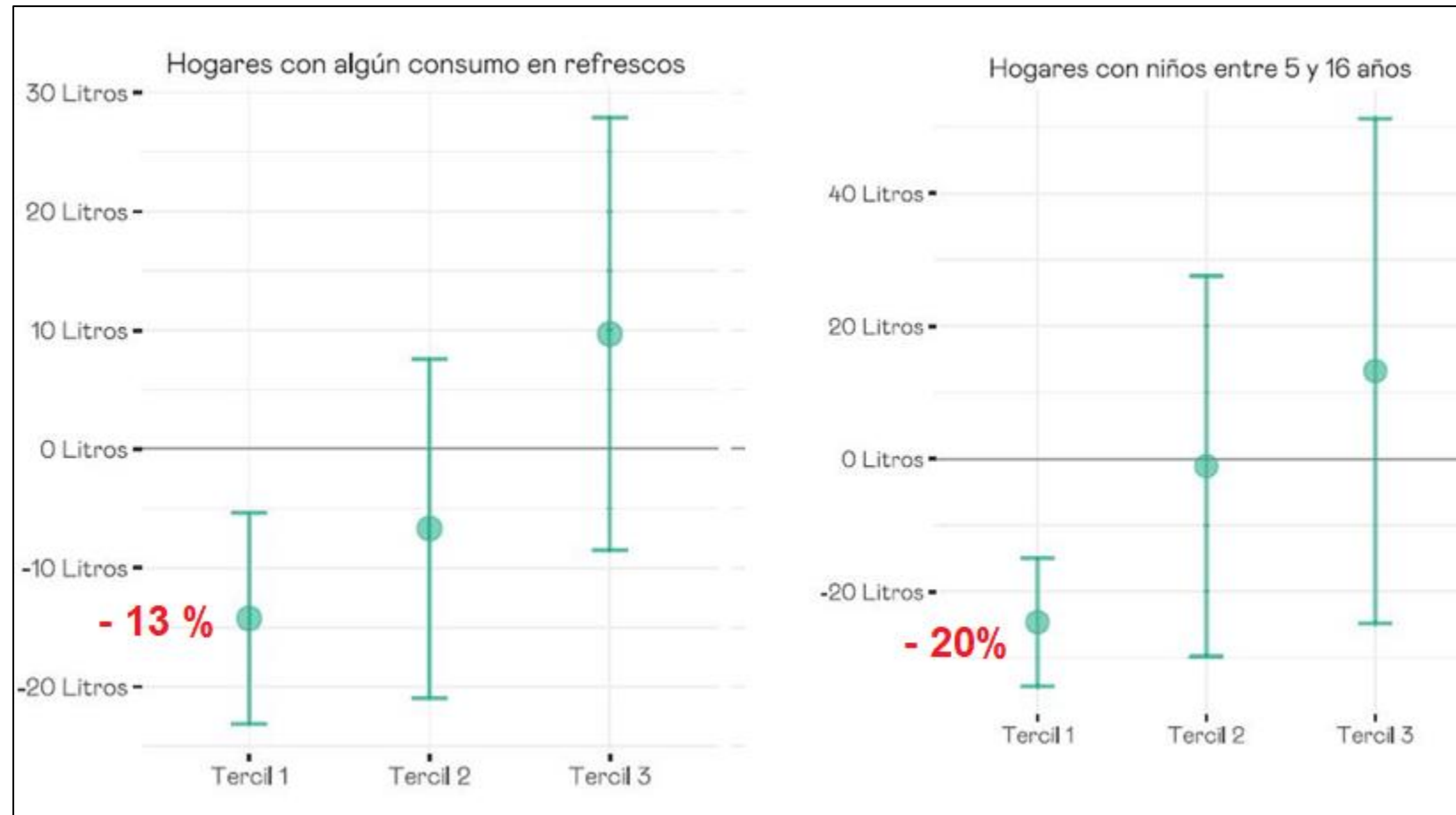
Royo-Bordonada MÁ, Fernández-Escobar C, Gil-Bellosta CJ, Ordaz E. Effect of excise tax on sugar-sweetened beverages in Catalonia, Spain, three and a half years after its introduction. *Int J Behav Nutr Phys Act.* 2022 Mar 12;19(1):24. doi: 10.1186/s12966-022-01262-8.

# Behavioural taxes (tributación conductual)

¿Regresividad?

Hogares de bajos ingresos redujeron su consumo más.

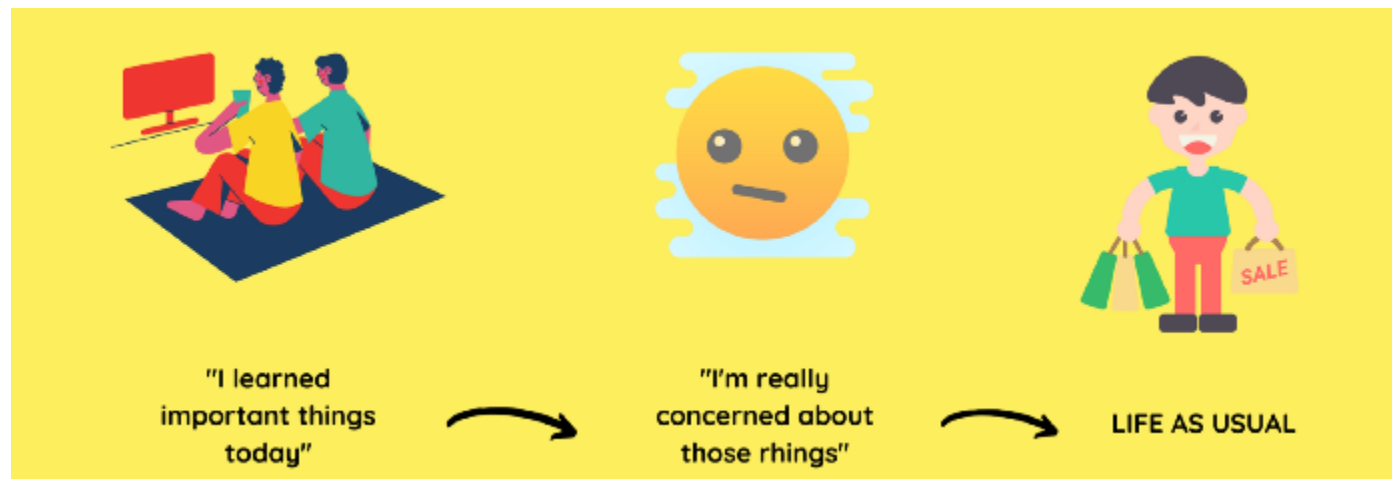
También redujeron el gasto en snacks asociados (10,5%).



Martínez Jorge, Á., & Martínez Santos, J. (2023). Heterogeneous response and spillover effects of SSB taxes.

# Conclusiones

1. *Value-action gap*.
2. Demasiada información, demasiada incertidumbre, demasiadas decisiones.
3. ¿Puede el enfoque *behavioural insights* marcar una diferencia?



Fuente: Katie Patrick (2020), The 3 biggest mistakes made by social impact entrepreneurs that no one's talking about