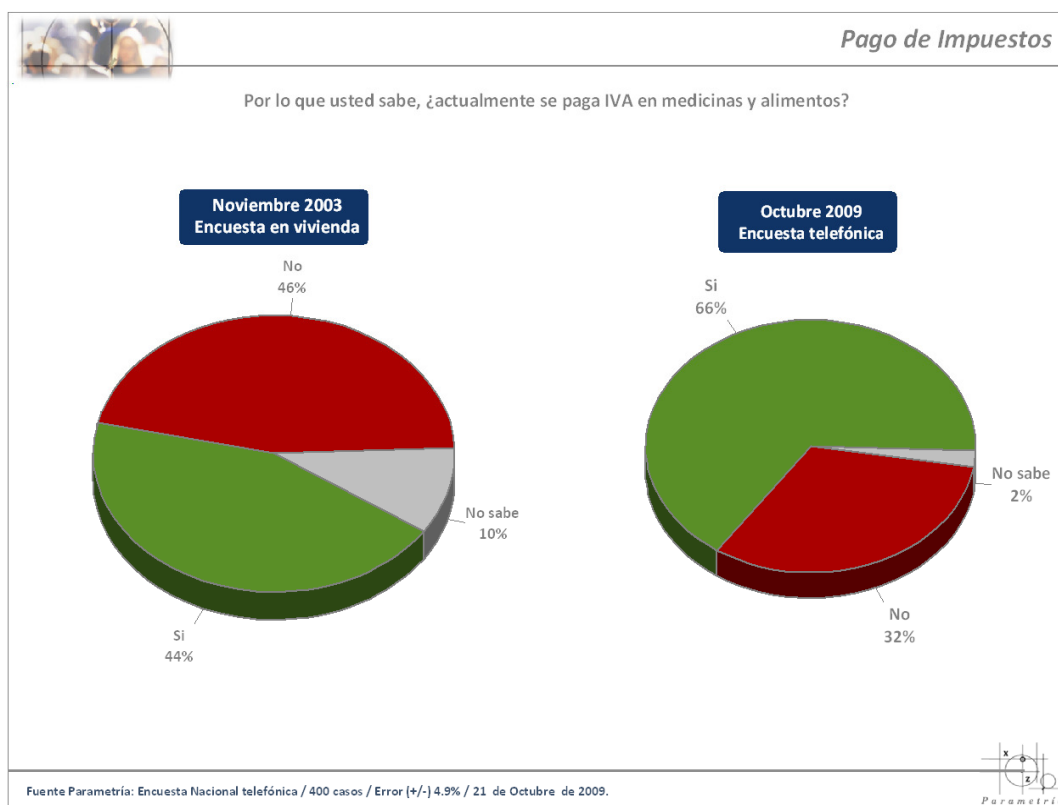


Nuestra cultura fiscal

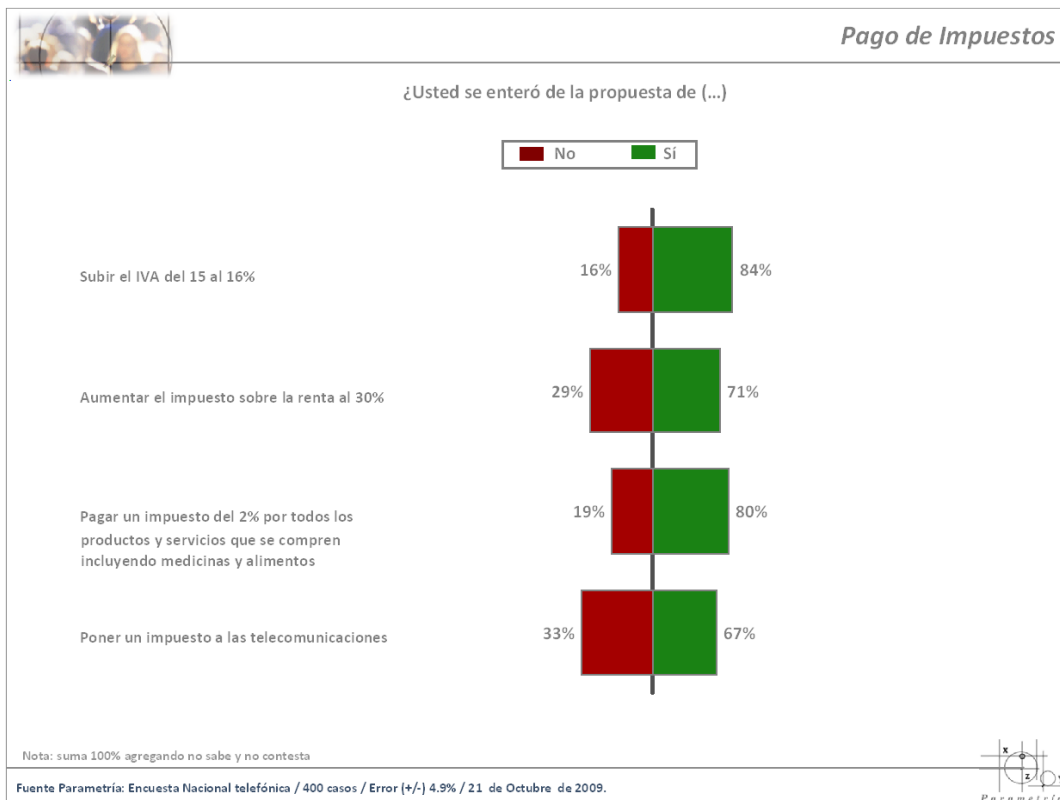
Persuadir al ciudadano de la conveniencia de pagar impuestos es una misión imposible. Nuestra clase política esta pasando por alto por lo menos tres problemas informativos previos. El primero es la escasa cultura fiscal del mexicano promedio. En diferentes estudios tanto cuantitativos como cualitativos se ha detectado la falta de información y comprensión en preguntas tan básicas como por que pagamos impuestos, cuales son nuestros deberes y nuestras obligaciones, por que se paga predial, tenencia, o incluso por que se tienen que pagar algunos servicios que recibimos como por ejemplo el agua.

El segundo problema es la desconfianza estructural que tiene el contribuyente promedio sobre como se distribuye el gasto público y en que se usan los recursos públicos. Ese problema no es nuevo y no ha servido de mucho la alternancia de partidos en el gobierno para cambiar esta condición. Es decir, las administraciones panistas no han sido más exitosas en generar confianza entre el contribuyente. Por ejemplo, el argumento del ex Presidente Fox para cobrar iva en medicinas y alimentos en su iniciativa de 2003 tenía primero un argumento de autoridad (porque él lo decía y había que creerle que era un buen impuesto) y lo devolvería “igualito y copeteado”.

La tercera restricción informativa se vincula a las dos anteriores y es un problema de percepción. En una medición reciente de Parametria se registra que 2 de cada 3 mexicanos cree que hoy paga IVA en alimentos y medicinas. Usualmente este porcentaje ronda alrededor del 50%, pero basta con que se discuta la iniciativa para que este error de información se incremente y llegue a más del 60%. Este error de percepción se empezó a crear desde que se presentó la iniciativa en 2003 y por ello la mayor parte de la población hoy considera que se paga impuesto en estos productos.



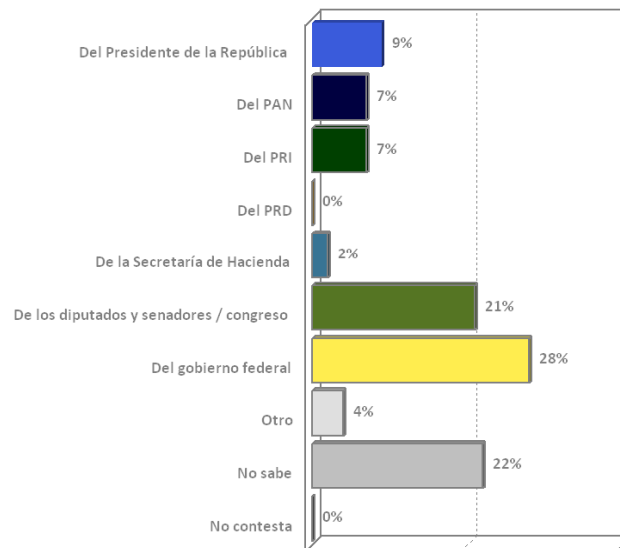
Al día siguiente de la aprobación en la Cámara de Diputados de la Ley de Ingresos Parametría realizó una medición para observar la reacción del público ante tal medida, con las limitantes que puede ofrecer una encuesta telefónica, pero con la oportunidad que también representa. Los niveles de conocimiento sobre la propuesta de incremento del IVA a 16%, el ISR a 30% o incluso el impuesto de 3% a telecomunicaciones son altos y van de 84% al 67% de ciudadanos que se enteraron. Ello habla de los altos niveles de atención e involucramiento del público en el tema. Pero paradójicamente ello no significa que estén bien informados.



Es interesante que en la guerra de argumentos sobre quien es responsable del aumento de impuestos hay daño de imagen a los dos partidos más involucrados y el ganador relativo es el PRI. La idea de incrementar el IVA es atribuida por un 44% a instancias relacionadas al Presidente (9%), al PAN (7%) o al gobierno federal (28%) y sólo un 28% la asocia con el PRI o con los senadores o diputados en el Congreso (21%), donde hay una mayoría priista.



Por lo que usted sabe o ha escuchado, ¿de quién es la propuesta de subir el IVA del 15 al 16%?



Fuente Parametría: Encuesta Nacional telefónica / 400 casos / Error (+/-) 4.9% / 21 de Octubre de 2009.



Finalmente en esta batalla de argumentos sobre cargas fiscales sus afectados y responsables da la impresión de que se esta perdiendo de vista cuanto entiende el ciudadano de lo que está pasando, que ya es de por si bastante confuso, y con que antecedentes informativos cuenta para resolver el enigma de cuanto le va a afectar y a quien responsabiliza por tal afectación. Al final esa es la última motivación en hacer entender al contribuyente que tiene que pagar más: como lograr incrementar la recaudación reduciendo al mínimo el costo político – electoral. O por lo menos como hace un partido para pasarle la responsabilidad al partido vecino. Y en estos quedan varios días de combate en un campo de batalla en que el ciudadano promedio sólo sabe que va a salir perdiendo y no acaba de entender porque es el que tiene que pagar el costo.

NOTA METODOLÓGICA.

Encuesta Nacional Telefónica de Parametría. Representatividad: Hogares a nivel nacional que cuentan con teléfono en su vivienda. Número de entrevistas: 400. Nivel de confianza estadística: 95%. Margen de error (+/-) 4.9%. Diseño de cuestionario, levantamiento y análisis: Parametría SA de CV. Fecha de levantamiento: 21 de octubre del 2009.