

O/U.120

43646

P15 p.

**PROGRAMA DE POLÍTICAS DE CRECIMIENTO
PARA UN DÉFICIT CERO SOSTENIBLE EN EL
MARCO DE LA TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN**

Informe Final



Experto: Dra. Luzmila Peñaloza
Colaboradores: C.P.N. Sandra Funes
Dr. Federico Iglesias
Porg. Marcelo Alfonso

ESTRATEGIA OPERATIVA VI
Planificación Estratégica para la Modernización de la Gestión Tributaria Provincial

San Luis

INFORME FINAL

INDICE

	Página
INTRODUCCIÓN.....	3
ACCIONES DE CONCIENTIZACION Y EDUCACIÓN TRIBUTARIA.....	7
1- ACCIONES DE PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN.....	8
2- ACCIONES DE EDUCACIÓN CIUDADANA Y TRIBUTARIA EN LA ESCUELA.....	11
3- ACCIONES DE FORMACIÓN CIUDADANA A NIVEL COMUNITARIO.....	18
GUÍA DE APOYO PARA LA EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA.....	14
EGB2.....	15
EGB3.....	29
POLIMODAL.....	49
FUENTES CONSULTADAS.....	78

INTRODUCCIÓN

El Estado de derecho se basa no solo en un orden jurídico en cuya cúspide encontramos los principios y garantías constitucionales, sino también en una actitud ética en las relaciones entre el Estado y sus administrados.

Esta actitud ética requiere una clara y ética actitud en el manejo de las cuentas públicas.

Los administrados deben, a su vez, corresponder a esta actitud del Estado a través del cumplimiento de todas las cargas que el mismo impone con arreglo a las pautas y garantías constitucionales.

Este funcionamiento armónico del estado de derecho sólo puede lograrse si cada uno de los poderes (Legislativo, Ejecutivo y Judicial) actúa con absoluta independencia procurando un funcionamiento eficaz del orden jurídico. Es en ese marco que el Estado, por medio de sus instituciones, habrá de contribuir a lograr las metas del bienestar general proclamadas por los constituyentes de la República.

Es absolutamente indispensable que estas actitudes éticas se cumplan inexorablemente. Carece de sentido pedir una actitud ética a los ciudadanos si el Estado o sus instituciones no la aplican, a su vez, en su quehacer cotidiano.

En las últimas décadas el tema del alto grado de evasión existente en la Argentina ha sido tratado reiteradamente, procurándose cuantificar la misma, así como establecer sus causas. Se ha insistido con el aumento de sanciones pecuniarias y se han establecido penas privativas de libertad para los denominados "fraudes tributarios". Empero, la evasión parece no ceder y, al menos hasta el momento, los evasores (los pocos que resultan detectados) no son condenados socialmente como los autores de otro tipo de delitos. Como lo sostuviera Cheli, la evasión debe ser analizada con un enfoque sociológico y no únicamente como una relación jurídico-económica.

Entendemos que la crisis cultural que comentamos pasa, por sobre todas las cosas, por una carencia educativa.

La educación -no la mera información- en materia de cultura cívica no contempla estos aspectos. La escasa información que nuestros niños y jóvenes reciben en la educación general básica se refiere, fundamentalmente, a cuestiones vinculadas a la organización política de la República. Creemos que falta una adecuada comprensión de cómo funciona, en líneas generales, la economía del sector público y de cómo se financian los programas económicos y sociales que hacen al funcionamiento de las instituciones republicanas.

Esta es una situación que será difícil de revertir en el corto plazo. Sin embargo, si se comienza una acción sistemática en todo el territorio provincial, con la activa participación de los sectores educativos, es probable que en el mediano plazo se puedan obtener resultados positivos a través de un paulatino cambio de actitud de la población.

La implementación de un vasto programa educativo comenzando en el nivel primario y acentuándolo en el nivel secundario y aún en el universitario tal vez permita, en el mediano plazo, la creación de una auténtica conciencia tributaria y el consiguiente cambio de actitud.

Una adecuada conciencia tributaria permitirá lograr un mayor cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias. En ese sentido, la campaña educativa debería destacar que los comportamientos individuales positivos debieran ser considerados como valor social. El concepto de conciencia cívica del cual forma parte la conciencia tributaria corresponde al rango de las categorías que emergen en los momentos en que se plasman los principios de las constituciones o leyes fundamentales del Estado moderno.

No son necesarios estudios pormenorizados sobre la estructura de las instituciones públicas y del sistema tributario vigente. Muy por el contrario lo que debe procurarse es el cambio de actitud ética y la forma de pensar del futuro ciudadano medio. Interesa más el porqué que el cómo y cuando. Como lo destacara Malec " La tarea a desarrollar en este terreno es inmensa en posibilidades y si bien queda en manos del gobierno evaluar los costos que pudieran derivar de su inserción en los planes de educación cívica de las futuras generaciones, en comparación con el costo social del incumplimiento y presión social que ejercen sobre el medio ambiente social evasores y elusores, la Administración puede desplegar su propia campaña de comunicación con los contribuyentes a fin de vencer la hostilidad y la deserción, que muchas veces responden a la desinformación del público, que no puede cumplir con la ley si no sabe qué se espera de él."

Esta tarea educativa debiera también incluir el aprender a distinguir entre financiamiento genuino (por ejemplo para obras públicas que habrán de beneficiar a más de una generación) y el financiamiento a largo plazo para pagar gastos corrientes. Dichos conceptos deberían ser tan claros tanto como los que debería tener un buen padre de familia acerca de la administración de los bienes familiares y de los problemas que acarrea un permanente endeudamiento para consumo.

En otras latitudes los ciudadanos tienen el orgullo de ser contribuyentes y el derecho de exigir la correspondiente actitud por parte de los empleados de la administración. Es frecuente el ejemplo del ciudadano que frente a una actitud desconsiderada de un empleado público, le exige el debido respeto y la atención merecida porque yo soy un contribuyente (te estoy pagando el sueldo y debieras atenderme como corresponde).

Hay experiencias de historietas o cuentos mediante los que se puede allanar el camino para que los más pequeños entiendan formando su pensamiento como futuros ciudadanos, no sólo para votar sino para ser buenos contribuyentes y para valorar y defender los bienes y servicios del Estado.

Sin perjuicio de la vigencia efectiva y la aplicación de un adecuado régimen de sanciones por ilícitos e incumplimientos tributarios, quienes hayan desarrollado una adecuada conciencia probablemente se convertirán en ejemplares contribuyentes.

Con un vasto programa de Educación Tributaria lograremos algún día la condena social de los evasores y la aceptación que es responsabilidad de todos el eficaz funcionamiento de la economía del sector público.

ACCIONES DE CONCIENTIZACIÓN Y EDUCACIÓN TRIBUTARIA.

La lucha contra la evasión tributaria constituye hoy en día un tema muy importante en la República Argentina y en particular en la Provincia de San Luis, debido a su elevado impacto en la economía, en las estrategias de desarrollo y en la gobernabilidad en general. Aunque las estrategias de control o fiscalización tributaria son fundamentales en dicha lucha, resulta claro que el esfuerzo por controlar el cumplimiento tributario y generar un riesgo creíble ante el incumplimiento no basta por sí solo para vencer las prácticas de evasión. Es necesario desarrollar una *cultura tributaria*, que permita a los ciudadanos concebir las obligaciones tributarias como un deber sustantivo, acorde con los valores democráticos. Un mayor nivel de conciencia cívica respecto al cumplimiento tributario, junto a una percepción de riesgo efectivo por el incumplimiento, permitirá a nuestra provincia disminuir los índices de evasión existentes.

Desarrollar dicha cultura no es, sin embargo, una tarea fácil, pues requiere la convergencia de políticas de control con políticas de carácter educativo.

Tres son las estrategias para potenciar el carácter educativo de las acciones de la DPIP:

- a) Acciones de publicidad y difusión sobre los valores que deben motivar al ciudadano a cumplir con sus obligaciones tributarias,
- b) Acciones de formación en valores ciudadanos y educación tributaria en las escuelas
- c) Acciones de formación de conciencia tributaria en colectividades específicas.

1- Acciones de Publicidad y Difusión

a) Los objetivos y plazos

En esta estrategia debe tenerse en cuenta que los objetivos a corto y mediano plazo consisten únicamente en *posicionar* en la sociedad la reflexión sobre los valores ciudadanos que sustentan las actividades de la administración tributaria, en especial las de fiscalización. Para tener un efecto educativo mayor y transformar las percepciones y valoraciones culturales respecto al cumplimiento tributario, se deberá recurrir necesariamente a acciones educativas de mayor profundidad.

Los objetivos específicos de la campaña publicitaria o de difusión pueden orientarse en dos sentidos complementarios:

- ✓ Presentar explícitamente a la ciudadanía los valores que sustentan el sistema tributario y, por ende, el cumplimiento de las obligaciones establecidas por éste (a través de campañas que resalten la utilización positiva de los aportes y las carencias que el incumplimiento genera),
- ✓ Presentar las consecuencias negativas del incumplimiento, especialmente de actividades delictivas como la evasión.

Al decidir utilizar estrategias publicitarias o de difusión, la DPIP debe considerar que ellas sólo logran impacto si es que se ejecutan de manera sostenida y con cierta continuidad en el tiempo. Desde el punto de vista de la generación de conciencia sobre los valores tributarios, carece de sentido la inversión en campañas aisladas y sin presencia relativamente sostenida en el tiempo.

b) Soporte institucional y financiero

Dado que las campañas de difusión y publicidad deben guardar estrecha relación con las acciones que en el momento viene ejecutando la administración tributaria, es recomendable conformar una comisión especial que asuma las decisiones estratégicas al respecto. En dicha comisión deben estar presentes funcionarios de alto nivel, con capacidad de tomar las decisiones relativas a los objetivos, contenidos, oportunidad y financiamiento de las campañas.

Desde el punto de vista financiero, es necesario considerar el elevado costo de las campañas publicitarias realizadas a través de los grandes medios de comunicación, especialmente la televisión y la prensa escrita (los costos de la publicidad radial suelen ser significativamente menores). Por ello, las DPIIP debe contar con cierta certidumbre sobre la disponibilidad de fondos para un plazo razonable antes de iniciar este tipo de actividades de publicidad. Los costos de las campañas de difusión por medios alternativos no son tan elevados, por lo que pueden adaptarse con mayor facilidad al presupuesto regular de la administración.

c) Las competencias profesionales necesarias

Es recomendable que la DPIIP con la finalidad de impulsar acciones de comunicación sobre los valores tributarios, cuente con una unidad técnica dedicada a las comunicaciones externas de la organización. En nuestra opinión, ella debe estar compuesta por un equipo multidisciplinario, con un profesional de Ciencias de la Comunicación. Perfiles profesionales vinculados a las Ciencias Sociales y la Psicología Social también resultan altamente relevantes. Los profesionales en cuestión deben tener experiencia en el campo de la publicidad y/o difusión alternativa, que los habilite mínimamente para asesorar el diseño de los objetivos, contenidos y pautas de las campañas de comunicación, así como para dar un exigente seguimiento a la ejecución y evaluación de las mismas.

d) Acciones de publicidad y difusión en otros países

Dentro del conjunto de posibles acciones, queremos hacer referencia a tres que se han realizado o vienen realizándose en otros países de la Región:

1- Campañas de publicidad en grandes medios sobre los valores ciudadanos que sustentan la tributación y las consecuencias negativas del incumplimiento.

Las administraciones tributarias de Chile y Perú han realizado campañas televisivas que de manera complementaria informan sobre los vencimientos para la declaración y pago de determinados impuestos, e inciden en las consecuencias positivas que hacerlo tiene para la sociedad. Hacen, así, alusión directa al financiamiento de servicios de seguridad, educación, salud y obras viales, principalmente. De manera bastante gráfica, insisten en las consecuencias negativas del incumplimiento y la evasión.

La radio es un medio de comunicación no siempre aprovechado en toda su potencialidad. Sus menores costos de realización y difusión permiten que los mensajes de la administración estén en el aire durante tiempos prolongados..

2. Inclusión de contenidos educativos en los instrumentos regulares de atención y servicio a los contribuyentes.

.3.- Publicaciones educativas dirigidas a público en edad escolar.

Tanto en el Perú como en nuestro país, de manera complementaria a los programas de educación tributaria para el medio escolar, se consideró oportuno difundir material educativo que, de manera independiente al programa escolar, fuera accesible para los niños y jóvenes en edad escolar

2 - Acciones de educación ciudadana y tributaria en la escuela

a) Los objetivos y plazos

Esta estrategia tiene como objetivo de mediano y largo plazo desarrollar en los estudiantes conciencia sobre la importancia del cumplimiento de las obligaciones tributarias, como parte del rol ciudadano en una sociedad democrática.

Los programas que respondan a esta estrategia deben asumir como meta institucionalizar en el sistema educativo formal la preocupación por los aspectos tributarios, los cuales deben resultar incluidos en la formación ciudadana de los estudiantes.

Objetivos operativos mediano plazo:

1) Interesar a los docentes, alumnos, y a la comunidad en la temática tributaria.

2) Comprometer a los docentes en el desarrollo de actividades que promuevan el sentido social del tributo.

Como se puede apreciar, el rol de los docentes resulta de particular importancia para esta estrategia. Resulta indispensable generar en ellos interés, e incluso compromiso, si se busca generar a mediano y largo plazo una acción educativa que contemple regularmente los aspectos tributarios en la formación cívica de los estudiantes

b) Soporte institucional y financiero

Generar interés en el sistema educativo por la temática tributaria implica tener capacidad para intervenir en un segmento significativo del mismo durante un tiempo adecuado. Para lograr los objetivos planteados, no basta ejecutar acciones aisladas con pequeños grupos de docentes o escuelas, aun cuando éstas se hallen altamente motivadas. Para ello, es necesario que la administración cuente con los recursos necesarios para iniciar un programa de esta envergadura y mantenerlo intensamente activo durante un período de tres a cinco años

c) Las competencias profesionales necesarias

Es indispensable para desarrollar un programa de educación tributaria escolar que se cuente con una unidad técnica especializada.

d) Estrategia Global

- Planificación Estratégica en los tres niveles.

- Capacitación Docente
- Ejecución de las actividades educativas
- Evaluación. Detección de Desvíos. Correcciones.

Es importante observar que la etapa de ejecución requiere la conformación de una red de coordinadores a nivel departamental, cuya labor consiste en dar el seguimiento necesario a los docentes a fin de garantizar que efectivamente ejecuten las actividades en el aula. Este nivel intermedio resulta de particular importancia, dado que la capacitación no garantiza que los docentes participantes realicen efectivamente las actividades educativas con los estudiantes.

e) Vínculo con las autoridades educativas

Este Programa de Educación Tributaria debe realizarse con el consentimiento y la cooperación de las autoridades educativas. Se debería firmar un convenio de cooperación, en el cual se estipulen los propósitos del programa.

f) El abordaje de la comunidad docente

El rol del docente es clave para la estrategia que presentamos. Despertar el interés de parte significativa de la comunidad docente de la Provincia es el objetivo central, a fin de lograr institucionalizar en el sistema educativo la preocupación por la formación tributaria. La capacitación docente debe generar un compromiso. Para reforzar dicha actitud y comprometer efectivamente a los docentes en el desarrollo del programa, es necesario contar con algún incentivo que potencie su motivación, como ser que le otorgue puntaje.

Otro tipo de actividades destinadas a elevar el interés de la comunidad docente por la temática tributaria y promover que se continúen ejecutando acciones de formación tributaria con los estudiantes, son aquellas destinadas a desarrollar la investigación sobre nuevas herramientas para la educación tributaria. Por ejemplo, se propone la realización de un *Concurso Provincial sobre Estrategias de Educación Tributaria*. Pueden participar docentes de toda la Provincia, enviando propuestas sobre contenidos y herramientas para la educación tributaria. La administración calificará los proyectos, premiará los ganadores (los premios consisten en equipamiento informático) y les dará la debida difusión.

g) Los contenidos y valores del programa

Resulta claro que una estrategia como la que se está describiendo no consiste fundamentalmente en difundir información estrictamente tributaria en las escuelas (sobre los tipos de impuestos, normas, formas de declaración, etc.). Aunque la información sobre estos aspectos debe ser parte de los contenidos del programa - especialmente para los jóvenes que están próximos a finalizar la etapa escolar -, el énfasis debe ponerse en los principios y valores cívicos que dan sentido al sistema tributario. Ello implica necesariamente reflexionar sobre la vida en comunidad, el Estado, la ciudadanía y la sociedad democrática moderna. Si no se abordan estos aspectos, difícilmente se podrá pasar de un programa de actividades informativas, incapaz de generar progresivamente una

interiorización de los valores que pueden generar consenso social en torno a la necesidad de cumplir con las obligaciones tributarias.

Así, los contenidos corresponden a cuatro líneas temáticas:

Valores: Se deben utilizar metodologías para desarrollar en los estudiantes las capacidades para identificar los valores en juego en la vida social, aprendiendo a tomar opciones éticas. Profundizando en los valores centrales para la vida democrática: solidaridad, responsabilidad, justicia, cooperación, honestidad etc.

Estado y ciudadanía: Presentar la evolución del Estado moderno y la noción de ciudadanía como el ejercicio efectivo de derechos y deberes individuales y colectivos.

Tributación: Ofrecer los conocimientos básicos sobre el sistema tributario. Este punto es importante a fin de formar una visión ajustada a la realidad, de las características y objetivos del sistema tributario.

Es recomendable que el contenido de los programas contribuya a generar consenso sobre los objetivos y características de los sistemas tributarios. Igualmente, resulta muy útil presentar a los alumnos de las escuelas aquellos servicios y obras públicas que se financian con recursos del Estado, puesto que muchas veces los escolares no perciben dicha relación. Puede ser oportuno también presentar las falencias y carencias que dichos servicios tienen y que no pueden solucionarse, en parte por falta de recursos, estableciendo el vínculo entre dicha situación y el incumplimiento tributario. En general, es útil generar consenso sobre la necesidad de un sistema tributario efectivo, capaz de ser la principal fuente de financiamiento del Estado.

h) La medición de resultados

Es sumamente difícil medir los resultados de una estrategia educativa como la propuesta, especialmente porque los resultados no sólo se sitúan en el terreno de las representaciones colectivas y las actitudes individuales, sino también en el largo plazo.

Es recomendable aplicar acciones de pre y post test en muestras representativas de la población docente y estudiantil participante en el programa, manteniendo incluso grupos de control ajenos al mismo. El método de los grupos focales también puede ser aplicado para este tipo de evaluación. La aplicación de estos instrumentos no debe hacerse sólo al finalizar la ejecución del programa global, sino en momentos intermedios, a fin de poder reorientar las acciones en curso.

i) Acciones de mantenimiento

No es posible para las DPIP sostener en el mediano y largo plazo una presencia directa e intensiva en los sistemas educativos. En consecuencia, es necesario desarrollar estrategias que permitan mantener vigente el interés que el programa genere en el medio educativo por la educación tributaria, aun con una presencia menos visible de la administración. Al respecto existe poca experiencia. A modo de propuesta, se sugiere que la DPIP colabore activamente en introducir la temática tributaria como un área de interés para las empresas y organizaciones generadoras de materiales educativos. Como es sabido, las escuelas demandan materiales educativos que

desarrollen herramientas pedagógicas para abordar los temas establecidos en los programas oficiales de educación. En la medida en que un programa de educación tributaria logre interesar en dicho tema a los docentes y sus escuelas, estará contribuyendo a generar una *demand*a por contenidos y herramientas pedagógicas relativos a la educación tributaria. El paso que se propone realizar consiste en establecer contacto con las editoriales y empresas que producen textos educativos (es decir, con la oferta de materiales educativos), proporcionando de manera gratuita los materiales desarrollados por la administración tributaria como base para que desarrollen sus propuestas educativas. De esta manera, se genera un círculo entre la demanda y la oferta de materiales relativos a la educación tributaria. En la medida en que este círculo funcione de forma sostenida y relativamente fluida, la administración puede pasar a tener un rol indirecto, centrado fundamentalmente en desarrollar nuevas propuestas pedagógicas para la educación tributaria que puedan ser entregadas - a través de los oferentes de textos y materiales - a los docentes y escuelas.

Se realizaron reuniones con funcionarios de los Ministerios de Economía y Educación en las que los integrantes del equipo expusieron la Propuesta del Programa de Concientización y Educación Tributaria y se inició el trabajo en talleres sobre las estrategias de acciones propuestas, con técnicos de ambos Ministerios se trabajó en la definición de los procedimientos pedagógicos, las áreas de conocimiento y las asignaturas concretas que deben encuadrar tales procedimientos.

Con ésta metodología de trabajo se busca conocer las ideas y actitudes de los educadores acerca de la fiscalidad, en qué medida piensan que es necesaria su colaboración en la formación de la cultura fiscal, bajo qué condiciones están dispuestos a prestarla, qué actuaciones proponen para hacerla operativa y qué tipo de recursos formativos, de materiales didácticos y de ayudas técnicas necesitarían para poder realizar esta actividad educadora.

En el marco de estas reuniones y de acuerdo a las líneas temáticas propuestas, se definieron los siguientes CONTENIDOS PROGRAMATICOS:

El ciudadano y sus derechos: Educación, alimentación; vivienda, transportes, salud, justicia etc.

Los medios de financiamiento de las necesidades de la población

Potestades tributarias de la Nación, las Provincias y los Municipios

Los impuestos, tasas, contribución de mejoras.

Contribuir para exigir. El Contribuyente: titulares de derechos y deberes

3. Acciones de formación ciudadana a nivel comunitario

a) Los objetivos y plazos

Esta estrategia pretende generar conciencia sobre la presencia cotidiana de actitudes de cumplimiento e incumplimiento tributario en las organizaciones y asociaciones. Para ello, se busca lograr su compromiso para ejecutar, conjuntamente con la administración tributaria, actividades de difusión, educación e incluso verificación del cumplimiento de determinadas normas tributarias. A partir de ello, deben generarse espacios de reflexión sobre los derechos y deberes ciudadanos que enmarcan la vida en sociedad, poniendo particular énfasis en el vínculo entre el cumplimiento de los deberes tributarios y el derecho a gozar de los beneficios de la vida colectiva. Evidentemente, se

trata nuevamente de objetivos cuyo logro sólo puede situarse en el mediano y largo plazo, aunque en el corto puede aspirarse a posicionar el tema en la vida cotidiana de las organizaciones participantes.

b-Soporte institucional y financiero

La estrategia exige capacidad para entrar en contacto con determinadas asociaciones u organizaciones, generar una relación de mutua confianza y desarrollar un vínculo fluido de trabajo. Esto requiere la existencia de alguna unidad o equipo técnico dedicado a ello.

c-En relación con el soporte financiero, dado que el trabajo con distintas colectividades puede hacerse mediante gran variedad de acciones, el presupuesto necesario dependerá de las características específicas de las acciones que se decida ejecutar.

d-Las competencias profesionales necesarias

Como en las dos estrategias propuestas anteriormente, las competencias profesionales necesarias se sitúan principalmente en el campo de la Comunicación Social, la Pedagogía y las Ciencias sociales. Pero, a diferencia de las anteriores, esta estrategia exige que parte del equipo técnico tenga experiencia en el trabajo de promoción socio-cultural con organizaciones de base.

e-La selección de las comunidades o colectividades adecuadas

Es de especial importancia la adecuada selección de las asociaciones a comprometer en una relación de colaboración con la DPIP. El ámbito de las organizaciones de consumidores, organizaciones vecinales, grupos culturales u otro tipo de organizaciones vinculadas a la mejora de la vida comunitaria y a la defensa de los derechos civiles, puede constituir un terreno propicio. Ello debido a que el énfasis que dichas organizaciones ponen en el acceso a los servicios públicos y la mejora de los mismos, el mantenimiento o la creación de espacios públicos y otras actividades ligadas al bien común, conforman un terreno apropiado para establecer un vínculo entre las obligaciones de los ciudadanos (entre ellas, las tributarias) y las posibilidades reales de contar con dichos servicios y espacios públicos. La comunidad escolar es también un ámbito propicio, en la medida en que las acciones que conduzcan a los estudiantes a identificar conductas concretas de cumplimiento e incumplimiento de las normas tributarias, constituyen un complemento perfecto para las acciones de formación cívica y tributaria.

f- Acciones de difusión a nivel comunitario en otros países

Presentamos a continuación tres acciones específicas que responden a la estrategia que estamos comentando y que fueron ejecutadas por la administración tributaria peruana.

I.- Ferias de difusión tributaria- Entre 1993 y 1996, la SUNAT ejecutó ferias de información tributaria en un total de 11 ciudades, denominadas SUNATHONES (en alusión a una "Marathón de la Información Tributaria"). Estas ferias constituyeron un medio alternativo de comunicación

destinado a fomentar la conciencia tributaria a escala masiva en la población de una determinada localidad, atendiendo las necesidades de información, educación y entretenimiento de los asistentes. A través de los 3 o 4 días de duración de cada feria, se utilizaron diferentes recursos de información y entretenimiento: servicio de orientación tributaria (puestos de atención de consultas), paneles con información tributaria (privilegiando recursos gráficos e historietas), folletería, concursos sobre temas tributarios, juego en computadora sobre temas tributarios y funciones de teatro para niños con temas tributarios.

2- Los Concursos Escolares de Comprobantes de Pago

En ellos se invitaba a los colegios de determinadas localidades a reunir la mayor cantidad posible de comprobantes de pago, obteniendo los ganadores premios que usualmente consistían en equipo informático, material deportivo, material bibliográfico y didáctico e incluso - a través de un convenio entre la SUNAT y el Fondo Nacional de Compensación y Desarrollo Social - obras de infraestructura física. En la práctica, la tarea de reunir comprobantes de pago involucraba no sólo a los estudiantes sino a sus familiares, quienes se veían presionados por los estudiantes para exigir comprobantes de pago por sus compras cotidianas. De esta manera, el impacto de los concursos trascendió el ámbito estrictamente escolar.

Desde una perspectiva educativa, los concursos pretendían introducir en la vida cotidiana de los niños y jóvenes el hábito de exigir la entrega de comprobantes de pago, a través de la explicitación de la importancia de estos documentos y de la motivación por ganar una competencia y obtener determinado premio. Desde el punto de vista fiscal, los concursos fueron una manera de incrementar la presión por entregar comprobante de pago que la administración usualmente ejercía sobre los negocios y empresas. A través de ellos se logró reunir una significativa cantidad de comprobantes (sólo en 1996 se recolectaron más de 7 millones de comprobantes) que fueron verificados por las unidades de Clausura y Sanción de las áreas operativas. Esto permitió identificar contribuyentes que no cumplían cabalmente con las regulaciones para imprimir y emitir los comprobantes, programándose así las acciones de fiscalización pertinentes.

3- La Campaña Fedatario Escolar

Mediante esta campaña se involucró a estudiantes de escuelas secundarias en actividades de fiscalización preventiva. La experiencia se desarrolló en el marco de la prueba piloto del programa *Aprendamos a Tributar*, ejecutado con 10 colegios de Lima en 1994. En ella, los alumnos participantes acudían a los establecimientos comerciales y observaban una transacción comercial, debiendo prestar atención a la entrega del comprobante de pago respectivo por parte del comerciante o, en su defecto, a la exigencia del mismo por parte del consumidor. El fedatario escolar debía registrar esta información y luego, pidiendo permiso al dueño del establecimiento, pegar un *sticker* en el que se promovía la entrega de comprobantes de pago.

Como se observa, la actividad permitía a los estudiantes observar de cerca conductas cotidianas de cumplimiento e incumplimiento tributario. Más aún, en algunos casos la conversación con los propietarios de la tienda los enfrentaba a la necesidad de dar cuenta de los valores y razones que sustentan las acciones de cumplimiento (entregar comprobante, en este caso), reflexionadas previamente en el marco del programa *Aprendamos a Tributar*. De esta manera la formación en valores recibida en el aula trascendía hacia la vida de todos los días, enfrentándolos a la

responsabilidad cívica de promover la vigencia efectiva de los deberes y derechos ciudadanos. La experiencia fue luego replicada en otras provincias en el marco del programa de educación tributaria para las escuelas.

GUÍA DE APOYO PARA LA EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA

La cultura tributaria requiere para su instalación un proceso que fundamentalmente sea:

- ❖ sostenido en el tiempo
- ❖ sistemático desde distintas acciones y
- ❖ destinado a garantizar que los recursos provenientes de los impuestos sea en beneficio de los valores de equidad y solidaridad social.

El énfasis debe ponerse en los principios y valores cívicos que dan sentido al sistema tributario. Ello implica necesariamente reflexionar sobre la vida en comunidad, el Estado, la ciudadanía y la sociedad democrática moderna con el objeto de generar progresivamente una interiorización de los valores que pueden generar consenso social en torno a la necesidad de cumplir con las obligaciones tributarias.

En base a estas pautas se ha desarrollado la presente Guía de Apoyo para la Educación General Básica sobre los beneficios que tiene para la sociedad el pago de los impuestos.

Se ofrece además en el marco del Sistema Global de Gestión Educativa (creado para interconectar las escuelas de la provincia y brindar todas las herramientas necesarias a nuestros maestros, alumnos y todos aquellos relacionados con la educación), la posibilidad de tener acceso a los contenidos de Educación Tributaria a través de Internet en el vínculo de la Dirección Provincial de Ingresos Públicos de la Página Web del Gobierno de la Provincia de San Luis, en el marco del desenvolvimiento de la Autopista de la Información.

EGB2

Se sugiere al docente la realización de la siguiente dramatización, disponible en la Página Web del Gobierno de la Provincia de San Luis en el vínculo de la Dirección Provincial de Ingresos Públicos:
<http://sanluis.gov.ar/dpip/principal.html>