

# Campañas comunicacionales en función al incumplimiento tributario y la evasión fiscal

Artículo  
arbitrado

*Communication campaigns base on tax noncompliance and tax evasion*

YELINA MATEO MONTES

Oficina Nacional de Administración Tributaria. Santiago de Cuba.

## RESUMEN

Desde la creación de la Oficina Nacional de Administración Tributaria en el año 2013, todas las acciones que ha llevado a cabo han sido con el fin de cumplir el plan de recaudación y los ingresos previstos en la ley del presupuesto mediante las personas naturales o jurídicas que están obligadas a pagar un tributo por los beneficios obtenidos, sin embargo persisten las indisciplinas y morosidad para el pago de dicho tributo, así como evasión fiscal. La falta de vías de comunicación ha traído consigo bajos índices de cultura tributaria y todo lo que esto implica para nuestro desarrollo como país, percibiéndose ingresos que discrepan de los tributado, no declarando lo que verdaderamente se recauda y así de esta manera evadir impuestos, generando ilegalidades que muchas veces no solo dependen de un hecho propiciado, sino también por desconocimiento; generándose así la necesidad de mejorar las campañas comunicacionales con la función de detectar las principales problemáticas y buscarle vías de solución.

**Palabras claves:** insuficiencia, divulgación, detectar, campañas publicitarias.

**Código JEL:** H26 Evasión Fiscal y Evitación

Citar como (APA):

Mateo Montes, Y. (2021) Campañas comunicacionales en función al incumplimiento tributario y la evasión fiscal. *Revista Cubana De Finanzas Y Precios*, 5 (4), 114-119. Consultado de [http://www.mfp.gob.cu/revista\\_mfp/index.php/RCFP/article/view/09\\_V5N42021\\_YMM](http://www.mfp.gob.cu/revista_mfp/index.php/RCFP/article/view/09_V5N42021_YMM)

## ABSTRACT

*Since the creation of the National Tax Administration Office in 2013, all the actions it has carried out have been in order to comply with the collection plan and the income provided for in the budget law through the natural or legal persons that they are obliged to pay a tax for the benefits obtained, however indiscipline and delinquency persist in the payment of said tax, as well as tax evasion. The lack of communication channels has brought with it low levels of tax culture and all that this implies for our development as a country, receiving income that differs from what is taxed, not declaring what is really collected and thus evading taxes, generating illegalities that many times not only depend on a propitiated fact, but also due to ignorance; thus generating the need to improve communication campaigns with the function of detecting the main problems and finding ways to solve them.*

**Keywords:** *insufficiency, disclosure, detect, advertising campaigns.*

## INTRODUCCIÓN

La Oficina Nacional de Administración Tributaria (ONAT) es una Organización Pública, encargada de la gestión de la Recaudación, Cobranza y Fiscalización de los Tributos. Tiene como misión Garantizar el cumplimiento de las responsabilidades Tributarias, con un servicio de calidad en beneficio de la sociedad conforme a lo que establece la ley. Su visión es prestar servicios tributarios con eficacia, emplear técnicas y tecnologías novedosas a partir de recursos humanos íntegros, motivados y profesionales.

Entre sus principales funciones y atribuciones están: Fiscalizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, realizar acciones de Inspección, Investigación y Auditoría Fiscal está facultada a imponer los Recargos y Sanciones que procedan por el incumplimiento de las obligaciones tributarias contribuye a la prevención y detección del Delito de Evasión Fiscal y aplicar las medidas necesarias para su detección.

Todas estas funciones y atribuciones van dirigidas a cumplir los objetivos trazados por esta institución que son garantizar el sistema de trabajo que permitan cumplir el plan de recaudación y los ingresos previstos en la ley del presupuesto. Garantiza las acciones para propiciar el desarrollo de la cultura tributaria y la responsabilidad social de la población y entidades del país en el cumplimiento cabal de las obligaciones adquiridas en el momento de su inscripción.

El principal cliente de la ONAT es el contribuyente, es decir la Persona Natural o Jurídica obligada a pagar los tributos al presupuesto del Estado, en tanto las personas naturales constituyen el porcentaje mayoritario del total de los contribuyentes. Con la aprobación de la ley No. 113 del Sistema Tributario, en enero de 2013 por la asamblea nacional del poder popular, se inicia una nueva etapa en las fuentes de ingreso al presupuesto del estado. Desde que entra en vigor la Oficina Nacional de la Administración Tributaria ONAT, ha jugado un papel fundamental en la aplicación de esta ley, su función ha sido exigente para lograr cumplir los objetivos trazados.

No obstante, queda mucho por hacer, y en la actualidad una de las mayores problemáticas que presenta el sistema tributario es la disciplina de pago, la evasión fiscal, tanto las personas jurídicas como las personas naturales siendo estas últimas la de mayor incidencia, generado por la falta de comunicación, lo que ha traído consigo que se muestren todavía índices bajos de cultura tributaria a pesar del trabajo consagrado que realizan los trabajadores del sector en Cuba.

## **DESARROLLO**

Las vías de comunicación para el desarrollo del sistema tributario en Cuba no están del todo generalizadas, todavía no se aprecian adelantos sustanciales en este sentido. Existen muchos cubanos ejerciendo el trabajo por cuenta propia que están percibiendo ingresos y no tributan, no declaran lo que realmente recaudan, y de esta manera están evadiendo los impuestos, y dañando la economía del país. Todo esto generado por varias causas, una de ellas la carencia de comunicación y a raíz de esto el contribuyente no tiene el conocimiento necesario y no se siente preparado para ejercer el trabajo por cuenta propia, lo que genera la ilegalidad.

Una de las mayores problemáticas que presenta la Administración Tributaria en Cuba es las insuficiencias en las vías de comunicación para el alcance de una mayor cultura tributaria en Trabajadores por Cuenta Propia (TCP) inscriptos en la ONAT, lo que incide en el incumplimiento voluntario de las obligaciones fiscales, sustantivas o formales, el quebrantamiento de estas y el irrespeto de las obligaciones al pago de los tributos establecidos por el Estado y las Declaraciones Juradas.

Insuficiencia en la divulgación y preparación de los contribuyentes para ejercer el pago a través de las pasarelas de pago-Transfermovil-, lo que demuestra que la población tiene baja inserción cultural en la utilización de los TICs.

Por lo que se requiere elaborar propuestas que contribuyan a mejorar la comunicación, a partir de campañas comunicacionales con la Gestión de Proyectos relacionadas con el incumplimiento tributario y la evasión fiscal, en las comunidades cubanas. Con el objetivo principal de detectar las problemáticas principales que presenta la población y buscar las vías para darles solución.

La ONAT ya tiene implementado varias campañas comunicacionales que han contribuido una imagen pública favorable, no solo a nivel nacional sino también internacional. Por ejemplo las campañas publicitarias del sistema tributario por las diferentes medios de difusión masiva como la radio, televisión, por las redes sociales, además de las diferentes propagandas que se hacen en las diferentes oficinas del país.

No obstante va faltando mucho para alcanzar mejoras en la comunicación, que existen por varios motivos, principalmente la falta de capacitación individual de los contribuyentes, algunos motivos son por la falta de tecnología, otros por el lugar donde viven que no tienen acceso a la información pertinente, pero la realidad es que existe falta de conciencia y disciplina por parte de los contribuyentes.

Por eso se hace necesario realizar campañas comunicacionales y publicitarias en las comunidades para llevar más a fondo de que trata el sistema tributario, a raíz de esto, proponemos un proyecto comunitario que genere mejoras en las vías de comunicación de los contribuyentes.

Para la aplicación de esta es necesario tener en cuenta Tres grandes momentos que implica la Gestión de Proyectos:

- a. La formulación o planificación del proyecto: Comprende la concepción de la intencionalidad y su expresión concreta en un documento que debe contener el perfil del proyecto, es decir, sus características y elementos esenciales (intencionalidad, información y decisiones), organizados de acuerdo con el lenguaje y los criterios de los interlocutores a quienes se dirige la propuesta.
- b. La ejecución del proyecto: Comprende la fase de aplicación de los recursos (inversión) y la realización de las actividades previstas para alcanzar el resultado esperado.
- c. La evaluación: Es un momento administrativo fundamental para garantizar el éxito de todo proyecto. Se evalúa comparando una situación con un patrón convencional, es decir, previsto a conveniencia por quienes realizan la evaluación. La evaluación es base fundamental para el éxito final de cualquier proyecto.

La Gestión de Proyectos, puede propiciar una transformación significativa en las vías de comunicación de los contribuyentes, además en el desarrollo sociocultural, económico, político e ideológico de las comunidades cubanas.

Las acciones que se realicen deben ser coherentes y específicas, que se refleje la mejor imagen de nuestra institución, con el objetivo de crear una buena reputación entre la ONAT y el Contribuyente. Las acciones de comunicación son un medio y no un fin en sí mismas, tras ellas tiene que haber una estrategia de comunicación respaldando un mensaje unitario, por lo tanto no pueden ser acciones aisladas e independientes.

### Etapas de Formulación o Planificación del proyecto

#### Diagnóstico

Acción # 1. Diagnosticar la situación actual de las vías de comunicación para la cultura tributaria en los Trabajadores por Cuenta Propia (TCP) del municipio de Santiago de Cuba, utilizando las técnicas y métodos de uso más frecuente como son las encuestas, entrevistas y los cuestionarios.

Acción # 2. Diagnosticar las necesidades, motivaciones e intereses de los trabajadores, en relación a las capacitaciones. Principalmente en los sistemas informatizados.

Acción # 3. Levantamiento de los Trabajadores por Cuenta Propia (TCP) del municipio, que no declaran voluntariamente dentro del período de la Campaña de Declaración Jurada y pago de tributos.

Participan: Todos los trabajadores de la ONAT

### Etapas de ejecución

#### Acciones

Acción #1. Realizar entrevistas y encuestas a los contribuyentes en sus comunidades, para conocer sus principales inquietudes, los conocimientos que poseen y lo que expresen sobre el tema referido.

Acción # 2. Realizar capacitaciones en temas como:

- ✓ El pago de los tributos por las plataformas de pago, ejemplo la aplicación para móvil (Transfermovil), siendo esta una de las más utilizadas en Cuba.
- ✓ El pago de los tributos por el Vector Fiscal RC-4 (Hoja de pago) de manera presencial en las diferentes sucursales que a pesar de no ser un procedimiento nuevo para los contribuyentes todavía sigue generando problemáticas.
- ✓ Las nuevas adecuaciones tributarias.
- ✓ El llenado de la Declaración Jurada para ingresos personales DJ-08.
- ✓ El llenado de la Documentación Fiscal que debe poseer para llevar la contabilidad de sus ingresos, (registro de ingresos y registro de gastos.)
- ✓ capacitarlos sobre sus deberes y derechos como contribuyente.

Participan: Trabajadores de la ONAT, factores de la comunidad y contribuyentes.

Acción #3. Impartir charlas educativas relacionadas con temas de la Ley del Sistema Tributario y la Ley del Presupuesto del Estado del año que corresponda desde las circunscripciones y Consejos Populares y en los Procesos de Rendiciones de Cuentas del delegado a sus electores para fomentar la cultura tributaria.

Participan: Trabajadores de la ONAT, factores de la comunidad y contribuyentes.

Acción # 4. Realizar conversatorios y Talleres relacionados con las vías de comunicación organizacional externas e internas para alcanzar una mayor cultura tributaria en los funcionarios y contribuyentes.

Participan: Trabajadores de la ONAT, factores de la comunidad y contribuyentes.

Acción # 5. Divulgar en el período sobre la Campaña de Declaración Jurada y pago de tributos a través de plegables y carteles en las comunidades del municipio.

Participan: Representantes de la ONAT San Luis.

## **CONCLUSIONES**

Con lo planteado en este trabajo se pretende garantizar el cumplimiento voluntario de las obligaciones fiscales, por lo que se requiere aplicar alternativas que contribuyan a elevar la Cultura Tributaria en la población cuentapropista, a partir de la gestión de un Proyecto Comunitario como vía para fortalecer la comunicación entre la Administración Tributaria y la Comunidad Cuentapropista.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ¿Qué es la comunicación? Disponible en: <https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=concepto+de+comunicacion+por+autor>.
2. Indicadores de Gestión en la comunicación interna. Disponible en: <https://www.google.com/search?client=firefoxbd&q=indicadores+para+medir+la+comunicacion+en+una+organizacion>.
3. ¿Qué es la comunicación? Disponible en: <https://www.google.com/search?client=firefoxd&q=concepto+de+comunicacion+por+autor>. Fecha de consultado 29/04/21.

## DATOS DE LOS AUTORES

**YELINA MATEO MONTES**

Oficina Nacional de Administración Tributaria. Santiago de Cuba. Se desempeña actualmente en el cargo de Técnica A en Gestión Recursos Humanos.

**Fecha de recepción: 15 de octubre de 2021**

**Fecha de aceptación: 5 de noviembre de 2021**

**Fecha de publicación: 30 de diciembre de 2021**