

5 Ofrecer asistencia práctica y apoyo a los contribuyentes

En este capítulo se detallan las iniciativas puestas en marcha por las administraciones tributarias para ayudar a los contribuyentes a familiarizarse y utilizar las herramientas y servicios digitales que han desarrollado. Además, examina los programas destinados a ayudar directamente a los contribuyentes que tienen dificultades para cumplir sus obligaciones tributarias o para acceder a las prestaciones y subvenciones a las que tienen derecho.

Debido a la complejidad inherente a cualquier sistema fiscal y a la dificultad que entraña comprender las obligaciones tributarias, los contribuyentes pueden cometer errores involuntarios o, en el peor de los casos, reducir sus esfuerzos por cumplir con sus obligaciones tributarias. Eso puede dar lugar a una importante pérdida de recaudación global, como se observa en algunos cálculos de la brecha fiscal (HM Revenue and Customs, 2021^[1]),¹ e implicar costes directos y de oportunidad para los contribuyentes que pueden repercutir en la actividad económica. También puede provocar que los contribuyentes no reciban las prestaciones o subvenciones a las que tienen derecho, lo que implica graves consecuencias para los grupos sociales más vulnerables. A la vista de estas consideraciones, muchas administraciones tributarias están ampliando sus iniciativas de educación cívico-tributaria prestando a los contribuyentes una asistencia práctica y un apoyo cada vez más amplios.

Las administraciones tributarias pueden prestar dicha asistencia práctica de diferentes formas:

- **Desarrollar herramientas y servicios específicos para los contribuyentes**, como asistencia digital (p. ej., *chatbots*), correo electrónico, redes sociales y calculadoras tributarias, entre otras opciones. Sin embargo, para que su implantación tenga éxito, los contribuyentes deben saber que estas herramientas están disponibles y cómo utilizarlas adecuadamente, siempre teniendo en cuenta que algunos contribuyentes no manejan con soltura las tecnologías digitales.
- **Ofrecer asistencia directa a los contribuyentes**, por ejemplo, por parte de funcionarios de la administración tributaria o de personas con la formación necesaria para prestar apoyo individual a los contribuyentes (a través de, por ejemplo, consultorios de asistencia tributaria).

En este capítulo se abordan estas dos áreas, prestando especial atención a cómo las administraciones tributarias ayudan a los contribuyentes a utilizar las nuevas herramientas y servicios digitales y cómo prestan asistencia directa a los que tienen dificultades para cumplir con sus obligaciones tributarias u obtener prestaciones o subvenciones.

Véase el anexo para obtener más detalles sobre las 30 iniciativas que se analizan en este capítulo.

5.1. Asistencia en el uso de las herramientas y servicios digitales

5.1.1. Ayudar a los contribuyentes a utilizar las nuevas herramientas y servicios digitales

En los últimos años, los avances tecnológicos han llevado a muchas administraciones tributarias a poner en marcha nuevas herramientas y servicios digitales. Esta situación se ilustra perfectamente en los ejemplos de países que se recogen en la edición de 2021 de la Serie *Administración Tributaria* de la OCDE (TAS, *Tax Administration Series*) (OECD, 2021^[2]), así como en ediciones anteriores de la misma serie. Las nuevas herramientas y servicios digitales no solo se introducen para mejorar la eficiencia y eficacia de la administración y recaudación de impuestos y otros ingresos, sino también:

- **Para dar respuesta a las expectativas de los contribuyentes en materia de canales de comunicación y atención.** Los datos de la edición de 2021 de la TAS muestran que cada vez son más los contribuyentes que utilizan los canales digitales (Internet, correo electrónico y asistencia digital) para contactar con la administración tributaria; mientras que el uso de los canales tradicionales (teléfono, presencial y papel) sigue descendiendo (véase la Tabla 5.1 más adelante).

Tabla 5.1. Demanda de servicios por canal

Tipo de canal	N.º de jurisdicciones que suministran datos	2018	2019	Variación
En línea a través de la cuenta del contribuyente	31	943 968 722	1 140 362 160	+20,8%
Llamada telefónica	54	339 045 062	327 330 943	-3,5%
Presencial	35	109 579 208	109 041 549	-0,5%
Correo / postal	21	50 372 394	49 137 284	-2,5%
Correo electrónico	30	12 568 291	13 959 880	+11,1%
Asistencia digital	29	10 942 071	21 783 351	+99,1%

Fuente: OCDE (2021), *Tax Administration 2021: Comparative Information on OECD and other Advanced and Emerging Economies*, <https://doi.org/10.1787/74d162b6-en>, Tabla 5.1.

- **Fomentar la autoayuda y ofrecer acceso ininterrumpido a la información.** La edición de 2019 de la TAS incluye información sobre una serie de servicios electrónicos y herramientas digitales que ofrecen las administraciones tributarias para proporcionar opciones de autoservicio a los contribuyentes. Los datos de ese informe muestran que, en 2017, una gran mayoría de administraciones ofrecía herramientas y calculadoras en sus sitios web, así como servicios en línea y buzones digitales; además, unas pocas ya habían introducido *chatbots*. La información de la TAS 2019 se muestra en Tabla 5.2 y Tabla 5.3.
 - Aunque la edición de 2021 de la TAS no examina en detalle los servicios electrónicos prestados por las administraciones tributarias, sí contiene nueva información sobre los *chatbots*. Muestra que el número de administraciones que utilizan esta herramienta para ayudar a responder a las consultas de los contribuyentes y apoyar el autoservicio ha aumentado significativamente entre 2017 y 2019: cerca del 50% de las administraciones afirmaron haberla utilizado en 2019 (OECD, 2021^[2]).

Tabla 5.2. Suministro de herramientas y servicios electrónicos de autoayuda, 2017

Porcentaje de administraciones

	Chatbots	Inteligencia artificial	Información en la página web	Herramientas y calculadoras en la página web	Servicios en línea
Ya en marcha		8,6	100,0	98,3	91,4
En fase de implantación	12,1	13,8			
Planes para usarlo	39,7	51,7			

Fuente: OCDE (2019), *Tax Administration 2019: Comparative Information on OECD and other Advanced and Emerging Economies*, <https://doi.org/10.1787/74d162b6-en>, Tabla 1.5.

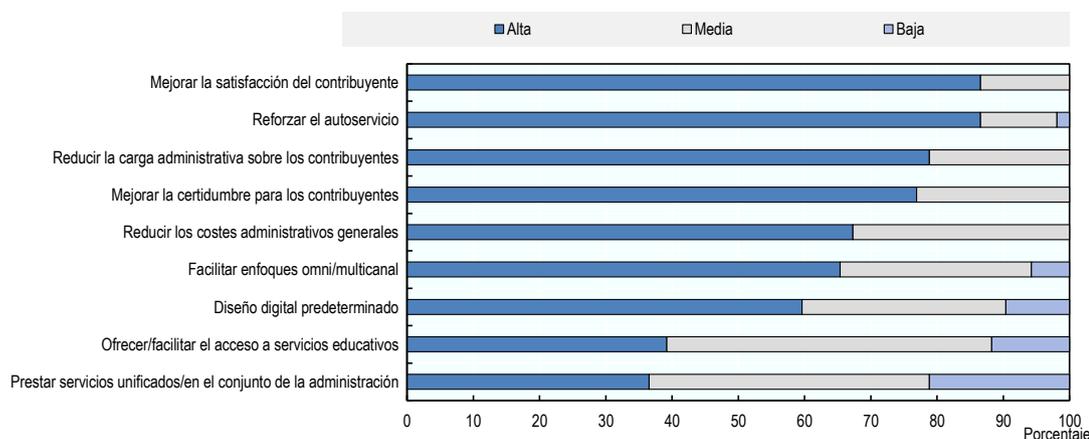
Tabla 5.3. Servicios prestados a través de aplicaciones para móviles, 2017

N.º de jurisdicciones que disponen de Aplicaciones para móviles	Tipos de servicios prestados (expresado como porcentaje de las jurisdicciones que ofrecen aplicaciones para móviles)				
	Acceso a información y materiales de orientación	Acceso de los contribuyentes a sus datos	Acceso a servicios de consulta	Pago de impuestos a través del teléfono móvil	Denuncia de infracciones tributarias
32	81,3	62,5	50,0	46,9	21,9

Fuente: OCDE (2019), *Tax Administration 2019: Comparative Information on OECD and other Advanced and Emerging Economies*, <https://doi.org/10.1787/74d162b6-en>, Tabla 1.6.

StatLink  <https://stat.link/irmm2z>

- **Para reducir la carga que soportan los contribuyentes a la hora de cumplir con sus obligaciones tributarias.** A las administraciones tributarias les preocupa la carga administrativa que recae en los contribuyentes a la hora de cumplir con sus obligaciones fiscales. Para muchas, el problema de reducir el coste de cumplimiento se ha convertido en una cuestión prioritaria (Gráfico 5.1) y cada vez optan más por adoptar enfoques proactivos e innovadores para reducir al mínimo los costes de cumplimiento. (El Foro sobre Administración Tributaria también ha publicado un modelo de madurez sobre la medición y la gestión del coste de cumplimiento dirigido a ayudar a las administraciones a evaluar su grado de madurez y las posibles reformas (OECD, 2019^[3]).

Gráfico 5.1. Prioridades relativas de aspectos clave de la estrategia de servicio y asistencia de las administraciones tributarias


Fuente: OCDE (2019), *Tax Administration 2019: Comparative Information on OECD and other Advanced and Emerging Economies*, <https://doi.org/10.1787/74d162b6-en>, Gráfico 1.3.

StatLink  <https://stat.link/hp1d5j>

Para que estas metas y objetivos se materialicen, es necesario que los contribuyentes utilicen las nuevas herramientas y servicios digitales de forma generalizada. Eso significa que las administraciones tributarias no solo necesitan publicitar la disponibilidad de nuevas herramientas y servicios (cuestión que se trata en el capítulo 4), sino también enseñar y mostrar a los contribuyentes cómo utilizarlos en su propio beneficio. Lo anterior también incluye convencer a los que puedan sentir miedo o rechazo hacia la idea de utilizar la tecnología para cumplir sus obligaciones tributarias. Cualquier

dificultad a la hora de manejar las nuevas herramientas y servicios (aunque se trate de una mera percepción) puede provocar que el contribuyente rehúse utilizarlos, lo que a su vez podría dar lugar a un menor grado de cumplimiento y acarrear más costes para la administración, al verse obligada a mantener operativos los servicios y herramientas convencionales.

En este contexto, las administraciones tributarias podrían considerar la posibilidad de involucrar a los contribuyentes en el diseño y las pruebas de los nuevos servicios (diseño orientado al contribuyente), así como proporcionarles asistencia práctica y orientación al usuario al poner en marcha nuevas herramientas y servicios digitales. A este respecto, cabe mencionar la elaboración de tutoriales que expliquen paso a paso cómo se utilizan las nuevas herramientas o suministrar documentos que expongan las ventajas de pasar a utilizar los nuevos servicios, incluido el ahorro de tiempo y/o costes. La siguiente sección describe el modo en que algunas administraciones han acompañado a los contribuyentes en el uso de las nuevas herramientas y servicios digitales.

5.1.2. Poner de relieve las ventajas de las nuevas herramientas y servicios y cómo utilizarlos

Es importante encontrar el tono, el lenguaje y el medio adecuados para comunicarse con los diferentes públicos. Además, es fundamental ayudar a los contribuyentes con los servicios electrónicos utilizando medios novedosos (imágenes, vídeo, redes sociales).

Sergio Mazzei, jefe de la Oficina de Prensa y Comunicación, Agencia Tributaria italiana, Italia

Para fomentar el uso de las nuevas herramientas y servicios digitales, es importante explicar a los contribuyentes por qué deberían utilizarlos (por ejemplo, porque les facilitaría la tarea o porque el acceso a la información es más rápido) y cómo utilizarlos. Se debe considerar la asistencia práctica como un paso importante en el marco de una transición fluida desde los canales de contacto tradicionales hacia los digitales. Las administraciones tributarias disponen de muchas formas de ilustrar las ventajas de las nuevas herramientas y servicios; a continuación se ofrece una selección de aquellas que mencionaron las administraciones al responder a la encuesta en la que se basa este informe:

- **Producir vídeos** y publicarlos, por ejemplo a través de YouTube o en la página web de la administración tributaria, parece ser una forma habitual de explicar en detalle cómo utilizar las nuevas herramientas y servicios. Por ejemplo, la administración tributaria belga subió a YouTube tutoriales en vídeo en los que explica cómo utilizar la nueva aplicación de pago en línea y los promocionó a través de las redes sociales. Los tutoriales en vídeo llegaron a alrededor de 2 millones de contribuyentes y se tradujeron en un incremento del 332% en los pagos electrónicos en los dos primeros meses posteriores a su lanzamiento (frente al mismo periodo del año anterior).
- Los vídeos tienen la ventaja de que están disponibles de forma ininterrumpida; los contribuyentes pueden compartirlos fácilmente y, si son razonablemente cortos, pueden verse sobre la marcha proporcionando información adaptada a resolver situaciones concretas. Sin embargo, un inconveniente importante de los vídeos es que no llegan a los contribuyentes que no disponen (o no en todo momento) de acceso a Internet. Del mismo modo, este tipo de vídeos explicativos sobre aspectos concretos de las obligaciones tributarias (por ejemplo, plazos de presentación o nuevos requisitos) podrían emitirse por televisión, para así llegar a un segmento más amplio de la población.

- **Producir y orientar la comunicación escrita.** A menudo, las administraciones tributarias saben a qué segmento de contribuyentes afectará una nueva herramienta o servicio y, normalmente, cómo ponerse en contacto con esos contribuyentes (por ejemplo, porque la administración tiene la dirección postal o la de correo electrónico). Por tanto, los folletos o manuales que explican cómo utilizar las nuevas herramientas o servicios pueden ser muy eficaces cuando se trata de llegar a un amplio grupo de contribuyentes, ya sea por correo postal, correo electrónico o a través de terceros (como bibliotecas, centros de asesoramiento a los ciudadanos, autoridades locales, etc.). Por ejemplo, cuando la Agencia Tributaria finlandesa puso en marcha el nuevo portal electrónico del contribuyente (véase el recuadro 5.1.), distribuyó un folleto informativo entre todos los hogares finlandeses. Las limitaciones del censo tributario pueden solventarse trabajando con otros organismos públicos (por ejemplo, los encargados del padrón de habitantes).
- **Crear versiones de demostración** de las nuevas herramientas y servicios para ponerlas a disposición de los contribuyentes puede ser una forma eficaz de ilustrar sus ventajas, al tiempo que permite a estos probar las nuevas herramientas. Por ejemplo, la Agencia Tributaria de Georgia (GRS) creó una versión de demostración de su portal web seguro para contribuyentes. La versión de prueba permite a estudiantes (y otros actores relevantes) familiarizarse con la gama de servicios que ofrece la GRS (OECD, 2019, p. 37^[4]).
- **Involucrar a otros actores relevantes** para formar a los contribuyentes en el uso de las nuevas herramientas y servicios. Muchos contribuyentes recurren a asesores fiscales u otro tipo de intermediarios para que los representen en sus actuaciones con la administración tributaria. En ocasiones, un nuevo servicio puede requerir el uso de una herramienta de terceros, por ejemplo un programa informático. En esas situaciones, también podría resultarles ventajoso a la administración trabajar con los proveedores de *software* para ayudar a los contribuyentes a utilizar las nuevas herramientas y servicios.

Los ejemplos consignados en el Recuadro 5.1 muestran que estos enfoques pueden combinarse, a menudo en el marco de una estrategia de comunicación más amplia.

Recuadro 5.1. Ejemplos de distintos países: asistencia en el uso de las herramientas y servicios digitales

En **Finlandia**, seis meses antes de que la administración tributaria pusiera en marcha el portal electrónico MyTax en el marco de un programa de reformas más amplio, reservó una página específica de su sitio web para describir brevemente los cambios que se avecinaban y presentar el nuevo portal. Además, la administración tributaria envió a todos los hogares finlandeses un folleto (3,2 millones de ejemplares) que describía en tres idiomas los cambios y presentaba MyTax en la portada. Además, la administración tributaria finlandesa llevó a cabo una breve campaña en radio para publicitar el nuevo portal. De acuerdo con las encuestas de seguimiento, los anuncios llegaron a alrededor del 70% de la población adulta. Por último, la administración elaboró materiales visuales de marketing para promocionar MyTax: pósteres para colgar en las oficinas de la administración tributaria y fotos que se utilizaron en redes sociales.

Cuando se lanzó MyTax, la administración tributaria finlandesa elaboró vídeos que se publicaron en YouTube y manuales de instrucciones en los que explicaba cómo utilizar la nueva herramienta. Además, el organismo creó una familia imaginaria (la familia Korhonen) con diferentes perfiles y problemáticas tributarias. La familia tenía su propia página web y perfil de Facebook, a través de los que compartía preguntas y reflexiones sobre MyTax y la reforma fiscal.

Finalmente, la administración tributaria finlandesa organizó varios encuentros en vivo con diferentes actores relevantes y periodistas y celebró varios seminarios virtuales, con un chat abierto para preguntas, en los que se trataron las reformas y cuestiones sobre el portal MyTax.

En **Indonesia**, la Dirección General de Tributos (DGT) ha realizado una transición gradual a los servicios en línea para sustituir los informes y servicios analógicos; esto incluye aspectos como cambiar la presentación de declaraciones en papel por la presentación electrónica, pasar de las facturas y recibos en papel a la facturación electrónica, así como el registro en línea del NIF a través del procedimiento electrónico de registro y otros servicios. En aras de ayudar a los contribuyentes a utilizar estos servicios, la DGT publica vídeos con tutoriales que se ocupa de actualizar periódicamente de modo que no se queden obsoletos respecto a la evolución de los servicios. El público puede acceder fácilmente a estos vídeos a través del canal de YouTube de la DGT.

Además, las unidades verticales de la DGT también organizan actividades formativas de contenido tributario, eligiendo los temas en función de las necesidades de la unidad de trabajo. Dos de los temas que se plantean habitualmente son la presentación de declaraciones tributarias por medios electrónicos y cuestiones relacionadas con la facturación electrónica. Cada unidad vertical es competente para elegir los temas y calendarios de estas actividades formativas de contenido tributario, así como de elegir a los especialistas encargados de impartirlas. Desde que comenzó la pandemia de la COVID-19, este tipo de actividades —que antes tenían carácter presencial— se imparten en línea. Las unidades verticales pueden dar a conocer el calendario de las actividades formativas de contenido tributario a través de la página web de la administración y de sus perfiles en redes sociales.

En **Italia**, desde 2015 los ciudadanos pueden acceder a su declaración precumplimentada del impuesto sobre la renta (borrador) y presentarla a través de Internet en unos pocos pasos. Para promocionar este nuevo servicio y ayudar a los contribuyentes a utilizarlo, la Agencia Tributaria italiana:

- lanzó una campaña de comunicación e información que se publicitó tanto en radio y televisión como en periódicos y revistas;
- desarrolló una página web específica, con una sección de preguntas frecuentes (FAQ), que guiaba a los contribuyentes sobre el uso del nuevo servicio; y
- subió vídeos a YouTube para orientar los contribuyentes sobre el uso del servicio.

El número de ciudadanos que utilizan este servicio ha aumentado significativamente en los últimos años, como puede verse en Tabla 5.4.

Tabla 5.4. Italia - Evolución de las declaraciones precumplimentadas del impuesto sobre la renta (borradores) presentadas a través de Internet

Ejercicio fiscal	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Número de declaraciones precumplimentadas del impuesto sobre la renta (borradores) presentadas a través de Internet	1,4 millones	2,1 millones	2,4 millones	2,9 millones	3,3 millones	3,9 millones

Fuente: Agencia Tributaria italiana, 2021.

En **Singapur**, la administración tributaria utilizó un *chatbot* de forma novedosa para guiar a los contribuyentes en la presentación de sus declaraciones de impuestos. La Agencia Tributaria de Singapur (IRAS) ha puesto en marcha un *chatbot* que utiliza el lenguaje natural de los contribuyentes para prestarles asistencia en la presentación de sus declaraciones. En colaboración con la Agencia de Tecnología del Gobierno (Govtech), la IRAS desarrolló este *chatbot* de presentación de declaraciones para ayudar a los conductores de taxis y de otro tipo de vehículos privados que prestan servicios de transporte a presentar su declaración de la renta fácilmente mediante una presentación de estilo

conversacional. El *chatbot* aprovecha la tecnología de inteligencia artificial y el procesamiento del lenguaje natural para entender las entradas del usuario y ofrecer respuestas intuitivas y humanizadas. Esto permite ofrecer experiencias digitales personalizadas y sin fisuras a los contribuyentes.

El *chatbot* de presentación de declaraciones es el primer experimento de simplificación de los procedimientos de presentación de la declaración del impuesto sobre la renta o de presentación electrónica a través de una interfaz de estilo conversacional personalizada y fácil de entender para los contribuyentes, que refleja los diálogos conversacionales con los funcionarios de la administración tributaria durante el procedimiento de presentación. Entre los contribuyentes encuestados, el 70% consideró que la presentación mediante *chatbot* era más intuitiva y dedicó un 60% menos de tiempo a presentar su declaración del impuesto sobre la renta. El uso de términos familiares también ayudó a los contribuyentes menos doctos en cuestiones tributarias a entender los requisitos de presentación y redujo su necesidad de recurrir a la ayuda de los funcionarios de la IRAS.

Para el ejercicio fiscal 2021, la IRAS ha extendido el experimento del *chatbot* de presentación de declaraciones para incluir a los vendedores ambulantes, beneficiando a unos 10 000 contribuyentes. La IRAS también está creando más servicios de *bots* transaccionales y ampliando sus bases de datos con un enfoque conversacional.

El 1 de enero de 2020, la IRAS implementó el régimen de Registro de Vendedores en el Extranjero (OVR) para aplicar el IVA/GST a los servicios digitales prestados por proveedores no registrados en la administración tributaria de Singapur. Como parte de las actividades de divulgación dirigidas a los proveedores extranjeros y a las plataformas digitales, la IRAS publicó un vídeo en su sitio web para informar a las empresas sobre las normas del régimen. El vídeo permitió a la IRAS llegar a las empresas extranjeras que no pudieron asistir a sus seminarios en Singapur. La difusión fue eficaz en cuanto al número de inscripciones por parte de los proveedores de servicios digitales.

En el **Reino Unido**, a partir de abril de 2019 las empresas registradas a efectos del impuesto sobre el valor agregado (IVA) debían conservar sus registros empresariales de forma digital y presentar sus declaraciones de IVA directamente desde su *software* de almacenamiento de datos contables, utilizando el servicio Making Tax Digital.

Los objetivos de este nuevo requisito eran reducir tanto los errores en las declaraciones de impuestos como la carga administrativa de las empresas. Como parte del proceso, la Agencia Tributaria británica (HMRC) elaboró orientaciones y vídeos en YouTube, e informó por escrito a todos los contribuyentes sujetos a esta obligación sobre lo que debían hacer. El trabajo con los desarrolladores de programas informáticos fue una parte clave de la introducción del nuevo requisito, ya que no solo proporcionan el *software* que los contribuyentes necesitan para cumplir con la nueva normativa, sino que también ofrecen formación sobre cómo utilizar sus productos, y sensibilizan a los obligados a través de sus campañas de *marketing*. La HMRC también trabajó con contables y asesores fiscales, ya que estos también ofrecen formación y, además, asesoran a los contribuyentes sobre lo que deben hacer para cumplir con las nuevas normas.

Fuente: Encuesta de la OCDE sobre iniciativas de educación cívico-tributaria, Dirección General de Tributos de Indonesia y Agencia Tributaria de Singapur.

5.1.3. Desafíos a la hora de ayudar a los contribuyentes a utilizar las nuevas herramientas y servicios digitales

Falta de cultura digital

Una gran parte de los contribuyentes puede estar ya acostumbrada a utilizar las herramientas y servicios digitales en su vida cotidiana. Esos contribuyentes podrían estar dispuestos y ser capaces de adoptar los nuevos servicios digitales ofrecidos por la administración tributaria. Sin embargo, podría haber otros contribuyentes a los que resulte más difícil llegar o con problemas para manejarse con las tecnologías digitales y para los que podría ser necesario considerar enfoques especiales.

Solución 1 – Aplicar enfoques escalonados y experiencia práctica

Contribuyentes con miedo a utilizar los servicios digitales: la administración podría considerar el uso de enfoques escalonados de tal modo que los contribuyentes puedan elegir diferentes canales de contacto durante cierto tiempo y, paralelamente, convencer a los contribuyentes dudosos sobre el nuevo servicio a través de una experiencia práctica. Durante este periodo, la administración tributaria también podría aplicar una estrategia de respuesta que prime lo digital cuando sea posible, es decir, usar las nuevas herramientas y servicios para responder a las consultas de los contribuyentes. Eso daría a los contribuyentes tiempo para entender mejor las nuevas herramientas y acostumbrarse a ellas. Por ejemplo, cuando la administración tributaria irlandesa lanzó su portal en línea para contribuyentes “myAccount” en 2016, priorizó la tramitación de las declaraciones presentadas en línea y puso de relieve las ventajas de un servicio más rápido a los contribuyentes. Después, creó equipos para promocionar myAccount en todas las oficinas públicas de la administración tributaria. Estos equipos promocionaban myAccount entre los clientes tan pronto como entraban en la oficina, ayudaban con el proceso de registro y demostraban los diferentes servicios disponibles a través de la plataforma.

Solución 2 – Ofrecer otras formas de comunicación

Respecto a los contribuyentes que no son capaces de utilizar las nuevas herramientas y servicios digitales, la administración tributaria podría considerar: (i) continuar con los servicios actuales de forma excepcional; (ii) ofrecer servicios adaptados o especializados, o (iii) colaborar con distintas entidades para prestar apoyo a este colectivo de contribuyentes. En el Reino Unido, por ejemplo, la HMRC cuenta con un servicio en el que una persona puede llamar por teléfono a la administración en nombre de otra si esta no puede acceder a Internet. La persona que ayuda y la que recibe la ayuda deben estar en la misma habitación y la HMRC confirmará la identidad y verificará que la persona que recibe ayuda está de acuerdo con la solución planteada (UK Government, 2021^[5]).

Solución 3 - Superar la barrera del idioma

Para los contribuyentes que no dominan las lenguas oficiales, la administración tributaria podría considerar ofrecer servicios telefónicos, herramientas o guías en idiomas distintos de las lenguas oficiales de la jurisdicción. Por ejemplo, la Administración Tributaria noruega (NTA) ha elaborado directrices internas para el uso del inglés y otros idiomas extranjeros a la hora de comunicarse con los contribuyentes y contrató dos responsables de servicios lingüísticos para implantar dichas directrices. Prácticamente todas las consultas verbales y por escrito recibidas por la NTA en inglés se responden en dicho idioma. La mayor parte de la información escrita que la NTA ofrece en Internet o remite a los contribuyentes está disponible en inglés. Además, los formularios y la información general necesaria para darse de alta en la administración noruega también están disponibles en otros idiomas que se seleccionan en función de la situación demográfica de los contribuyentes. La Tabla 5.5 muestra que muchas otras administraciones ya están prestando servicios y suministrando materiales en idiomas no oficiales.

Tabla 5.5. Servicios telefónicos y materiales suministrados por las administraciones tributarias en idiomas no oficiales, 2017

Número de administraciones que suministran el servicio o el material

Servicios telefónicos prestados en idiomas no oficiales	Tipo y cobertura de los materiales suministrados en la página web en idiomas no oficiales			
	Contenido	Formularios	Materiales de orientación	Legislación
30	Todos los materiales	3	5	5
	Algunos materiales	44	45	34
	Ninguno	11	8	19

Fuente: OCDE (2019), *Tax Administration 2019: Comparative Information on OECD and other Advanced and Emerging Economies*, <https://doi.org/10.1787/74d162b6-en>, Anexo A – Tablas de datos, Tabla A.116.

5.2. Ayudar a los contribuyentes a cumplir con sus obligaciones y a obtener las prestaciones y subvenciones que les corresponden

5.2.1. Ayudar a los contribuyentes a cumplir con sus obligaciones y a recibir lo que les corresponde

Como se ha mencionado anteriormente, muchas administraciones están desarrollando herramientas y servicios digitales que pueden facilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias y reducir las cargas para una parte importante de los contribuyentes, especialmente los que han crecido en la era digital. Al mismo tiempo, no todos los aspectos relacionados con las obligaciones tributarias de los contribuyentes pueden abordarse mediante la introducción de nuevas herramientas y servicios digitales. Es posible que los contribuyentes alberguen dudas sobre sus obligaciones —especialmente las nuevas—, no sepan a ciencia cierta cómo cumplirlas y cómo presentar una declaración, o puede que desconozcan las prestaciones a las que podrían tener derecho. Además, una parte de la población podría sentirse marginada por el paso a lo digital y es importante que las administraciones tributarias, en su papel de entidades que atienden a todos los ciudadanos, presten atención a los que tienen dificultades para manejar con soltura las tecnologías digitales.

El apoyo personalizado podría ayudar a abordar estos problemas y varias administraciones indicaron, por ejemplo, que están prestando servicios de asesoramiento fiscal gratuito a los ciudadanos de rentas bajas y a las empresas de reciente creación (OECD, 2019, p. 36^[4]). En lo que respecta a los contribuyentes con discapacidades, la gran mayoría de las administraciones tributarias afirma contar con disposiciones especiales; véase el anexo A – Tabla A.116 de la edición de 2019 del TAS. Cuando se valora poner en marcha iniciativas para ayudar a los contribuyentes, las administraciones tributarias deben considerar quién recibe la asistencia, quién la presta y dónde.

5.2.2. ¿Quién recibe la asistencia?

Los contribuyentes que más podrían beneficiarse de la asistencia personal directa son los que poseen el menor grado de conocimiento del sistema tributario y los procedimientos de cumplimiento relacionados (presentación y pago), así como los que no pueden disfrutar de las nuevas herramientas y servicios digitales. A este respecto, cabe mencionar a:

- **los contribuyentes que son nuevos en el sistema tributario nacional**, como las empresas de nueva creación, los inmigrantes recién llegados (algunos de los cuales podrían no hablar con fluidez los idiomas oficiales), las personas que por primera vez pagan el impuesto sobre la renta, etc.;

- **los contribuyentes vulnerables**, como aquellos que se enfrentan a circunstancias personales difíciles, problemas económicos, rentas bajas o dificultades para manejar las tecnologías digitales,
- **los contribuyentes que viven en zonas rurales**, donde el acceso a la administración tributaria es escaso o nulo.

Muchas administraciones tributarias han introducido iniciativas específicas para ayudar a estos grupos de contribuyentes. Por ejemplo, el Servicio de Gestión Tributaria Sudafricano (SARS) cuenta con Unidades Móviles de Gestión Tributaria (UMGT) a través de las cuales puede llegar a los contribuyentes en áreas rurales donde no la administración no tiene oficinas. La primera UMGT se puso en marcha en 2009, tras lo cual se lanzaron tres nuevas UMGT en 2011. La iniciativa cosechó tanto éxito que actualmente existen 23 UMGT en funcionamiento en Sudáfrica. Los estudios internos del SARS demostraron que la mayoría de los contribuyentes utilizaron las UMGT para presentar sus declaraciones, pero también un buen número de personas usan el servicio UMGT para solicitar números de identificación fiscal y registrarse a efectos de determinados impuestos. Del mismo modo, la Agencia Tributaria de Georgia cuenta con oficinas tributarias móviles de recaudación a través de las cuales los contribuyentes pueden acceder a servicios en regiones donde no existen oficinas, incluidas las regiones de alta montaña (Georgia Revenue Service, 2019^[6]), y la Agencia Tributaria de Ruanda (RRA) puso en marcha la iniciativa RRA IWACU con el objetivo de acercar sus servicios a la población mediante una unidad tributaria móvil.

Gráfico 5.2. Unidades Móviles de Gestión Tributaria del SARS



Fuente: Servicio de Gestión Tributaria Sudafricano (2021).

Sudáfrica también presta una atención especial a los contribuyentes sordos y cuenta con equipos seleccionados de educación y divulgación que están formados para ofrecer asistencia sobre cumplimiento tributario en lenguaje de signos. Por su parte, el Servicio de Impuestos Internos (IRS) de Estados Unidos desarrolla los programas Volunteer Income Tax Assistance (VITA) y Tax Counseling for the Elderly (TCE), que ofrecen ayuda fiscal gratuita a contribuyentes de renta media-baja, personas mayores, discapacitados y contribuyentes con conocimientos limitados de inglés que necesitan ayuda para confeccionar sus declaraciones de impuestos (United States Internal Revenue Service, 2021^[7]).

Otras administraciones ayudan a contribuyentes vulnerables cuyas circunstancias personales dificultan la gestión de sus asuntos tributarios. Por ejemplo, la Agencia Tributaria de Australia (ATO) puso en marcha el servicio Dispute Assist, que pone en contacto a contribuyentes vulnerables con funcionarios experimentados de la ATO (guías) que les prestan asistencia a lo largo del proceso de resolución de controversias (Recuadro 5.2). Del mismo modo, la Agencia Tributaria de Tanzania introdujo una Oficina de Asesoramiento Fiscal, que presta asistencia en el uso de los servicios en línea y también asesora, en el marco de procedimientos de gestión de reclamaciones, a los contribuyentes que no pueden permitirse contratar los servicios de un asesor fiscal. Está previsto que este tipo de oficinas se abran en todo el país.

Recuadro 5.2. Australia: Ayudar a los contribuyentes vulnerables con sus reclamaciones

En **Australia**, Dispute Assist es un servicio que desarrolla un enfoque integral de la gestión de reclamaciones en el contexto de la administración tributaria. Este servicio trata de mejorar la experiencia del contribuyente poniendo en contacto a los más vulnerables con funcionarios experimentados de la ATO (guías) que les prestan asistencia. Pone especial atención a los particulares y pequeñas empresas que no tienen acceso a representación formal, como un asesor fiscal o un representante legal. Los guías de la ATO poseen experiencia técnica y deben tomar un curso de formación interno antes de asumir esta función. Los guías no ofrecen asesoramiento ni toman decisiones. No son asesores. Su función es: (i) poner al contribuyente en contacto con las personas adecuadas para resolver la reclamación lo antes posible; (ii) ayudar al contribuyente a que contemple todas las opciones; (iii) asegurarse de que todos los procesos de resolución de reclamaciones se desarrollan de forma transparente y justa; y (iv) adoptar una visión de conjunto a la hora de resolver todos los asuntos. Dispute Assist es el primer servicio gratuito que ofrece un organismo de recaudación o regulador del Gobierno australiano usando sus propias oficinas. Alrededor de 100 funcionarios ayudaron a 150 contribuyentes durante los primeros doce meses. La ATO también apoya y se compromete activamente con otras organizaciones comunitarias y servicios pro bono del sector privado para ayudarles a satisfacer las necesidades de los contribuyentes vulnerables.

Fuente: OCDE (2019), *Tax Administration 2019: Comparative Information on OECD and Other Advanced and Emerging Economies*, <https://dx.doi.org/10.1787/74d162b6-en>, p. 215.

La formación continua de los contribuyentes es indispensable para promover el uso y la adopción de los servicios en línea, ya que estos se actualizan permanentemente, así como para reforzar la utilización de los servicios digitales por parte de los usuarios actuales.

Sra. Meris Houghton, jefa de Comunicaciones Corporativas, Administración Tributaria de Jamaica

Las microempresas y las empresas pequeñas, especialmente aquellas de reciente creación o que no disponen de recursos para costear un asesoramiento especializado, también podrían beneficiarse de la asistencia en persona. Aunque los estudios sugieren que el nivel medio de conocimientos en materia tributaria de los pequeños empresarios es elevado, también ponen de relieve

que las modificaciones de la legislación tributaria tienen un efecto adverso en la confianza de los pequeños empresarios en cómo el sistema se aplica a su negocio y que los conocimientos obsoletos sobre la normativa fiscal podrían dar lugar a un incumplimiento involuntario (Freudenberg et al., 2017^[8]). La ayuda directa a este importante segmento de contribuyentes puede consistir en asistencia para cumplimentar declaraciones de impuestos y otra documentación tributaria relacionada, ayudar a los empresarios a familiarizarse con la normativa fiscal, así como con las herramientas y servicios digitales, y ayudarles a resolver reclamaciones tributarias. Por ejemplo, la Agencia Tributaria sueca organiza seminarios y talleres presenciales para nuevos emprendedores dirigidos a ayudarles a entender sus derechos, responsabilidades y obligaciones en materia tributaria. El Consejo de Hacienda Malayo cuenta con Unidades de Asistencia a Empresas (BSU), equipos específicos de asesoramiento y consulta en materia de fiscalidad para las PYME. Las BSU están presentes en las 39 delegaciones tributarias que hay por todo el país y realizan sesiones informativas en pequeños grupos de 15 personas; también prestan asistencia en línea. El enfoque adoptado por la Administración Tributaria de Jamaica (TAJ) se describe en el Recuadro 5.3.

Recuadro 5.3. Jamaica: Asistencia en la presentación de declaraciones dirigida a pequeñas empresas y microempresas

En **Jamaica**, la TAJ gestiona un programa anual denominado Programa de Asistencia Especial al Contribuyente (STAP, por su sigla en inglés) que ayuda a pequeñas empresas y microempresas a cumplimentar sus declaraciones del impuesto de sociedades, prestando especial atención a la declaración telemática. Esta iniciativa se lleva a cabo durante las anteriores ocho o seis semanas a la fecha límite de presentación de declaraciones del impuesto de sociedades, que es el 15 de marzo. Participan cuarenta empleados a tiempo completo, que atienden a unos 4 000 contribuyentes al año. Además del presupuesto ordinario de funcionamiento de la administración, el coste del programa se estima en 1 000 000 de JMD. El STAP se presta en las oficinas de la administración tributaria y en emplazamientos externos que la TAJ publicita previamente. El programa se adapta en función del destinatario y se envían correos electrónicos directamente a las empresas y las asociaciones profesionales para invitarlas a participar. La asistencia se presta mediante entrevistas personales o talleres en grupo.

A través de las asociaciones empresariales, también se organizan sesiones adaptadas para sus miembros. En estos casos, las asociaciones acogen las sesiones y la TAJ proporciona el apoyo técnico y educativo. En años anteriores participaron diversas organizaciones jamaicanas como la Corporación de Desarrollo Empresarial, la Asociación de Jóvenes Empresarios, la Asociación de Agentes Inmobiliarios y la Cámara de Comercio.

La evaluación anual del programa reveló que, contando con este tipo de asistencia, los segmentos de contribuyentes a los que va dirigido el programa tenían más probabilidades de cumplir sus obligaciones. La iniciativa también sirve para identificar déficits de formación de los contribuyentes. En 2021, el STAP se remodeló para ofrecer tutorías en línea, principalmente dirigidas a las PYME.

Fuente: Encuesta de la OCDE sobre iniciativas de educación cívico-tributaria

5.2.3. ¿Quién presta la asistencia?

A la hora de ofrecer asistencia, existen dos opciones: (i) funcionarios de la administración tributaria; o (ii) no funcionarios. Al prestar asistencia a través de sus propios funcionarios, las administraciones tributarias controlan el tipo y la forma de asistencia prestada y cómo se explican los contenidos. Además, esta opción presenta la ventaja añadida de que los funcionarios de la administración tributaria pueden recabar impresiones directas sobre los puntos de fricción en el sistema, algo que puede ayudar a desarrollar nuevos programas educativos o herramientas y servicios con el fin de mejorar aún

más su grado de cumplimiento y reducir sus cargas. Como ya se ha mencionado, el uso de unidades móviles para visitar a los contribuyentes es un ejemplo de cómo los funcionarios tributarios pueden ofrecer asistencia directa.

Las administraciones tributarias también pueden colaborar con organizaciones de la sociedad civil o asociaciones empresariales para ayudar a los contribuyentes que lo necesiten. Aunque para ello podría ser necesario impartir formación adecuada a los miembros de dichas organizaciones y asociaciones, esta opción tiene la ventaja de llegar a grupos específicos de contribuyentes y permite segmentar la asistencia. Además, las administraciones tributarias pueden asociarse con universidades, donde los profesores y los alumnos reciben formación especializada para prestar asistencia fiscal, o con otros voluntarios. En cualquiera de estos casos, la administración tributaria debería considerar poner en marcha mecanismos de valoración para entender mejor las cuestiones a las que se enfrentan los contribuyentes.

Un ejemplo de cooperación entre administraciones tributarias y universidades son los Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal (NAF) que ya funcionan en 14 países de Latinoamérica. En el marco de estos NAF, los estudiantes universitarios se forman por medio de clases y seminarios preparatorios impartidos por funcionarios de la administración tributaria antes de prestar asistencia a contribuyentes de rentas medias y bajas. La información sobre los NAF está ampliada en el Recuadro 7.2 del capítulo 7.

Varias administraciones han puesto en marcha programas de voluntariado similares en los que ciudadanos u organizaciones pueden inscribirse y, tras recibir una formación oficial, pueden orientar y ayudar a los contribuyentes a cumplir sus obligaciones. En los Estados Unidos, por ejemplo, el IRS desarrolla los programas VITA y TCE, a través de los cuales voluntarios certificados por el IRS confeccionan gratuitamente la declaración de la renta básica con presentación electrónica de las personas que reúnen los requisitos necesarios (United States Internal Revenue Service, 2021^[7]). En Australia, la ATO gestiona el programa de voluntariado Tax Help para los contribuyentes de rentas bajas (Australian Taxation Office, 2021^[9]).³ La agencia tributaria de Canadá cuenta con un programa similar que se describe en el Recuadro 5.4 más adelante.

Recuadro 5.4. Ejemplos de distintos países: programas de voluntariado

Canadá: Programa comunitario de voluntariado para el impuesto sobre la renta

En **Canadá**, la CRA desarrolla desde 1971 un programa de voluntariado comunitario para el impuesto sobre la renta (Community Volunteer Income Tax Programme; CVITP), mediante el que colabora con organizaciones sociales. Su objetivo es asegurarse de que las personas vulnerables presenten su declaración de la renta para poder acceder y seguir recibiendo las subvenciones y prestaciones gubernamentales a las que tienen derecho. Organizaciones sociales de todo Canadá trabajan desinteresadamente organizando en las distintas localidades consultorios sobre cuestiones tributarias y confeccionando las declaraciones del impuesto sobre la renta y las solicitudes de prestaciones de los particulares que reúnen los requisitos, tienen pocos ingresos y su situación tributaria no presenta complicaciones. La CRA ofrece formación a los voluntarios, así como una línea de teléfono gratuita para que estos presten asistencia durante todo el año. La asistencia que se presta en el marco del CVITP reviste, principalmente, tres formas:

- **Presencial:** A través del Programa de Divulgación de la CRA, las organizaciones que atienden a segmentos vulnerables pueden programar citas presenciales con funcionarios adscritos al programa que responderán a preguntas sobre impuestos y prestaciones y promoverán el CVITP. Estas citas se conciertan durante todo el año (no solo durante el período de presentación de declaraciones) y permiten a la CRA llegar hasta segmentos vulnerables de la población (incluidos los que viven en zonas remotas) que podrían tener derecho a recibir ayuda a través del CVITP.

- Digital: La información clave sobre el CVITP está disponible en el sitio web del Gobierno de Canadá (Canada.ca/taxes-help) y se promociona regularmente a través de los perfiles en redes sociales de la CRA, artículos publicados en Internet y vídeos cortos, entre otros.⁴ Desde la página canada.ca/taxes-help, los ciudadanos pueden ampliar la información sobre el CVITP, determinar si reúnen los requisitos para acogerse al programa, y encontrar un punto de asistencia del CVITP en su localidad.
- Medios tradicionales: La CRA utiliza diversas publicaciones impresas para dar a conocer el CVITP: anuncios, “postales” promocionales, pósteres, fichas, etc. Varios de estos recursos están disponibles en idiomas distintos del inglés y el francés, las dos lenguas oficiales de Canadá.

Además, la CRA lleva a cabo una divulgación proactiva en los medios de comunicación a través de su personal adscrito a sus delegaciones regionales, involucrando a los medios locales para promover el CVITP.

Para dinamizar su relación con los operadores económicos, la Administración Tributaria de Togo (OTR) inició en 2019 un proyecto de educación entre pares sobre civismo fiscal. El objetivo del proyecto es el intercambio de conocimientos y la sensibilización.

En el proceso participan personas formadas (educadores entre pares) que transmiten conocimientos a sus compañeros sobre temas específicos. Las sesiones pueden desarrollarse en pequeños grupos o mediante contacto individual; de manera informal o más organizada.

Convertirse en educador entre pares es voluntario y los educadores son también operadores económicos. Tras un proceso de selección llevado a cabo por las diferentes divisiones operativas de la OTR, los educadores entre pares se benefician de una formación específica que abarca:

- el concepto de educación entre pares
- el impuesto de sociedades
- las habilidades comunicativas que exige este tipo de educación
- las actividades de los educadores entre pares (entrevistas individuales, entrevistas de grupo, sensibilización general, referencias de casos no resueltos al OTR).

Los funcionarios de la OTR supervisan diariamente las actividades de los educadores entre pares a través de una plataforma de mensajería. Los educadores publican fotos o vídeos de sus actividades en la plataforma, lo que hace que el intercambio de experiencias sea instantáneo y nacional. Los educadores entre pares también pueden utilizar la plataforma para plantear preguntas a los funcionarios de la OTR y, de este modo, sus respuestas benefician a todo el grupo.

En el primer año, 273 personas recibieron formación a través de esta iniciativa. Ahora se espera que el proyecto se amplíe tanto a nivel digital como geográfico.

Fuente: Encuesta de la OCDE sobre iniciativas de educación cívico-tributaria

5.2.4. ¿Dónde se presta la asistencia?

Existen varias posibilidades a la hora de prestar asistencia: en las oficinas de la administración tributaria; en el domicilio o centro de trabajo del contribuyente; en instituciones colaboradoras, como centros educativos y universitarios, o en oficinas de otros organismos públicos. Desde la perspectiva del contribuyente, las visitas al domicilio o al centro de trabajo podrían ser la opción más cómoda y probablemente la preferida, sobre todo para aquellos con circunstancias personales que les dificultan el desplazamiento a las oficinas tributarias o que viven en zonas rurales donde no hay oficinas.

Esta modalidad también permite a los funcionarios mostrar los nuevos servicios digitales y explicar a los contribuyentes cómo pueden utilizarlos mientras usan sus propios dispositivos personales, algo que podría ayudar a los contribuyentes a ser más autónomos y a cumplir con sus obligaciones tributarias en el futuro. Aunque son más costosas para la administración, las visitas en persona pueden tener un efecto positivo en la satisfacción del contribuyente y, por extensión, en la opinión general sobre la administración tributaria. Para facilitar el acceso de los contribuyentes a la asistencia, algunas administraciones también la ofrecen en espacios públicos. Por ejemplo, en Indonesia la administración tributaria ha abierto Tax Corners en sitios públicos, como centros comerciales y bancos.

El Recuadro 5.5 describe cómo la CRA amplía sus servicios para las pequeñas empresas ofreciendo visitas en persona de un funcionario fiscal.

Recuadro 5.5. Canadá: visitas a pequeñas empresas

La Agencia Tributaria de **Canadá** (CRA) continúa su transformación hacia una cultura de servicio para garantizar que la CRA sea más justa, útil y centrada en el contribuyente.

Un ejemplo es el servicio de Funcionarios de Enlace (FE) de la CRA.⁵ Este servicio está diseñado para ayudar a las pequeñas empresas y a los profesionales autónomos proporcionándoles apoyo gratuito y personalizado, incluyendo información y orientación sobre las obligaciones y responsabilidades tributarias. El objetivo es reducir sus costes de cumplimiento, facilitarlo de modo que se logren evitar una costosa intervención en el futuro. El servicio de FE ha tenido éxito en el apoyo a este colectivo en sus interacciones con la CRA, promoviendo y asegurando el cumplimiento voluntario desde el principio. Desde que el programa se puso en marcha en 2014, más de 57 000 pequeñas empresas y autónomos se han beneficiado de este servicio.

Tradicionalmente, el servicio de FE se ofrecía a través de citas personales y seminarios de grupo en un momento y lugar convenientes para el contribuyente. Ahora, la CRA está adoptando un enfoque innovador para el nuevo entorno de trabajo ofreciendo el servicio de FE de forma virtual a través de plataformas telefónicas y de videoconferencia segura. Este enfoque pretende eliminar las barreras geográficas; aumentar la flexibilidad, la accesibilidad y la comodidad; y ofrecer un mejor servicio, garantizando al mismo tiempo el respeto de la seguridad y la privacidad de los contribuyentes. El servicio es voluntario y cualquier pequeña empresa o autónomo de Canadá puede solicitarlo.

Fuente: OCDE (2021), *Tax Administration 2021: Comparative Information on OECD and Other Advanced and Emerging Economies*, <https://dx.doi.org/10.1787/74d162b6-en>, p. 92.

La asistencia directa a través de funcionarios de la administración tributaria no requiere necesariamente que estos acudan a donde se encuentra el contribuyente. La administración tributaria también puede prestar asistencia a distancia, por ejemplo, a través del teléfono. En este sentido, un ejemplo interesante es el enfoque adoptado por Canadá, donde la administración utiliza los datos de los que dispone para identificar ciudadanos que podrían tener derecho a prestaciones o que están en riesgo de ver cómo se suspenden las prestaciones que disfrutaban y se pone en contacto con ellos por correo postal y telefónicamente (Recuadro 5.6).

Recuadro 5.6. Canadá: contactar con contribuyentes con derecho a prestaciones

En **Canadá**, la CRA utiliza herramientas de inteligencia de negocio y análisis de datos para identificar y enviar cartas a quienes generalmente no presentan declaraciones de la renta y podrían reunir los requisitos para recibir prestaciones. A raíz de las cartas enviadas el 2017, se presentaron en total 37 934 declaraciones que dieron lugar a más de 6,98 millones de CAD en devoluciones de impuestos y 32,4 millones de CAD en subvenciones y prestaciones. También lanzó la iniciativa Call Me First, consistente en que la CRA llama por teléfono a las personas en riesgo de dejar de recibir prestaciones porque el organismo carece de la información pertinente. Aunque esta iniciativa está todavía en fase incipiente, la CRA se ha puesto en contacto hasta ahora con aproximadamente 8 000 beneficiarios. Los comentarios recibidos indican que los beneficiarios valoran positivamente recibir ayuda personalizada y el hecho de que se les conceda una prórroga del plazo en caso necesario.

Fuente: OCDE (2019), *Tax Administration 2019: Comparative Information on OECD and Other Advanced and Emerging Economies*, <https://dx.doi.org/10.1787/74d162b6-en>, p. 68.

También se puede prestar asistencia en colaboración con otras instituciones, como universidades, escuelas u organizaciones que gestionan consultorios de asistencia tributaria. Este tipo de consultorios pueden funcionar sin cita previa y tener carácter presencial, pero también pueden prestar servicios a distancia, por ejemplo a través del teléfono. Pueden ofrecer una amplia variedad de servicios de índole fiscal, como asistencia para la presentación de declaraciones y reclamaciones. Las personas encargadas de prestar asistencia en estos consultorios deben contar con formación adecuada en asuntos fiscales. Muchas administraciones tributarias y gobiernos sostienen programas nacionales de consultorios de asistencia tributaria con financiación directa, formación y capacitación del personal. El Gobierno australiano, por ejemplo, financia el National Tax Clinic, un programa de este tipo a nivel nacional que está a disposición de los particulares, las pequeñas empresas, las organizaciones sin ánimo de lucro y las organizaciones de beneficencia que cumplan determinados requisitos. Si bien son las universidades las encargadas de dirigir el programa, está financiado por la administración tributaria (Australian Taxation Office, 2021^[10]).

5.2.5. Desafíos que plantea la asistencia a los contribuyentes dirigida a que cumplan con sus obligaciones y reciban prestaciones

Disponibilidad de recursos

Un desafío clave a la hora de prestar asistencia directa a los contribuyentes tiene que ver con los recursos. A menos que la administración tributaria gestione un programa propio con funcionarios específicamente adscritos a dicho programa, puede ser complicado encontrar funcionarios dispuestos a ayudar a los contribuyentes a cumplir con sus obligaciones tributarias fuera de su horario laboral.

Solución 1 - Acuerdos de colaboración

Esta cuestión puede abordarse hasta cierto punto trabajando y apoyando a grupos de voluntarios o colaborando con asociaciones, centros educativos y universidades. Estos colaboradores pueden ser de gran ayuda y, a menudo, ya están en contacto con los grupos de contribuyentes que necesitan ayuda. Las iniciativas NAF, los programas VITA/TCE del IRS y el programa australiano National Tax Clinic (mencionados anteriormente) son ejemplos en los que las administraciones tributarias se asocian con voluntarios o universidades para ayudar a los contribuyentes. Otro ejemplo es el enfoque adoptado por la administración tributaria chilena (Recuadro 5.7).

Recuadro 5.7. Chile: colaboración con asociaciones empresariales

En **Chile**, el Servicio de Impuestos Internos (SII) ha adoptado una estrategia para promover el cumplimiento puntual de las obligaciones tributarias con la ayuda y el apoyo de varias asociaciones empresariales. La estrategia se articula mediante Acuerdos de Colaboración con las asociaciones correspondientes para colaborar en el desarrollo de estrategias de prevención, actividades de formación o de prestación de asistencia directa, teniendo en cuenta las brechas fiscales y los riesgos de incumplimiento de cada sector o segmento de la población. Esta iniciativa también permite a las asociaciones tener una comunicación directa con el SII, solicitar formación y apoyo específicos, buscar respuestas a problemas tributarios habituales, ayudar en la detección de incumplimientos y proponer soluciones colaborativas. El primer Acuerdo de Colaboración se firmó en enero de 2017 y, actualmente, están en vigor 31 acuerdos de este tipo y se han llevado a cabo más de 180 actividades conjuntas.

Fuente: OCDE (2019), *Tax Administration 2019: Comparative Information on OECD and Other Advanced and Emerging Economies*, <https://dx.doi.org/10.1787/74d162b6-en>, p. 36.

Ofrecer formación

El trabajo con personal no perteneciente a la administración tributaria plantea otro importante problema: impartir formación tributaria a voluntarios y otras personas involucradas en la prestación de asistencia en casos más complejos. Lo anterior reviste una gran importancia cuando se trata de garantizar que el asesoramiento prestado es conforme a la ley y las directrices vigentes.

Solución 1 – Impartir cursos de formación y programas de certificación

Para garantizar que los voluntarios u otro personal de ayuda están adecuadamente formados y capacitados en asuntos tributarios, así como en las herramientas y servicios ofrecidos, las administraciones tributarias podrían valorar la posibilidad de impartir cursos de formación y programas de certificación. Los voluntarios que participan en este tipo de programas no solo ayudarán a otras personas y ampliarán notablemente sus conocimientos, también adquirirán nuevas competencias y podrán demostrarlas en el futuro gracias al certificado que obtienen. Podría ser una forma eficaz de garantizar que los voluntarios cuentan con las competencias y conocimientos adecuados y motivarlos para que participen. Por ejemplo en Australia, como ya se ha mencionado, los voluntarios del programa Tax Help guían y animan a los ciudadanos a confeccionar y presentar sus declaraciones de impuestos. Para asegurarse de que estos voluntarios poseen los conocimientos necesarios, la ATO les imparte formación sobre las herramientas y servicios que van a tener que utilizar, como el portal tributario (Australian Taxation Office, 2021^[9]).

Del mismo modo, los voluntarios de los programas VITA/TCE del IRS, que ayudan desinteresadamente a los contribuyentes que reúnen determinados requisitos a preparar sus declaraciones de impuestos, deben seguir un curso de formación y aprobar el examen de certificación (United States Internal Revenue Service, 2021^[7]).

Fomentar la disponibilidad de programas de asistencia

Por último, las administraciones tributarias han de plantearse la forma de promocionar la disponibilidad de los programas de asistencia. Captar la atención de los contribuyentes y garantizar su participación en los programas de asistencia es importante para el éxito de estas iniciativas, la satisfacción del contribuyente y el marco general de cumplimiento tributario.

Solución 1 – Promocionar las iniciativas

En este sentido, podría resultar útil involucrar a otros organismos públicos en la promoción de las iniciativas. Por ejemplo, la administración tributaria chilena trabaja con los municipios de modo que estos pueden ponerse en contacto directamente con las empresas para derivarlas a las iniciativas de asistencia. En Australia, los centros de Tax Help están situados en locales con fines sociales, como bibliotecas, centros cívicos, asociaciones culturales y otras organizaciones de la sociedad civil (Australian Taxation Office, 2021^[9]).

Bibliografía

- Australian Taxation Office (2021), *Become a Tax Help volunteer or open a Tax Help centre*, <http://www.ato.gov.au/Individuals/Your-tax-return/Help-and-support-to-lodge-your-tax-return/Become-a-Tax-Help-volunteer-or-open-a-centre/> (accessed on 20 July 2021). [9]
- Australian Taxation Office (2021), *National Tax Clinic program*, <https://www.ato.gov.au/General/Gen/National-Tax-Clinic-program/> (accessed on 21 September 2021). [10]
- Freudenberg, B. et al. (2017), *Tax Literacy of Australian Small Businesses*, <https://papers.ssrn.com/abstract=3090125> (accessed on 10 December 2021). [8]
- Georgia Revenue Service (2019), *2018 Annual Report of the Revenue Service of the Ministry of Finance of Georgia*, http://www.rs.ge/RsGe.Module/GetDoc/Get_File?doc_id=10602 (accessed on 20 July 2021). [6]
- HM Revenue and Customs (2021), *Measuring tax gaps 2021 edition - tax gap estimates for 2019 to 2020*. [1]
- OECD (2021), *Tax Administration 2021: Comparative Information on OECD and other Advanced and Emerging Economies*, OECD Publishing, Paris, <https://dx.doi.org/10.1787/cef472b9-en>. [2]
- OECD (2019), *Tax Administration 2019: Comparative Information on OECD and other Advanced and Emerging Economies*, OECD Publishing, Paris, <https://dx.doi.org/10.1787/74d162b6-en>. [4]
- OECD (2019), *Tax Compliance Burden Maturity Model*, <http://www.oecd.org/tax/forum-on-tax-administration/publications-and-products/tax-compliance-burden-maturity-model.htm>. [3]
- UK Government (2021), *Help friends or family with their tax*, <https://www.gov.uk/help-friends-family-tax> (accessed on 20 July 2021). [5]
- United States Internal Revenue Service (2021), *IRS Tax Volunteers*, <http://www.irs.gov/individuals/irs-tax-volunteers> (accessed on 20 July 2021). [7]

Notas

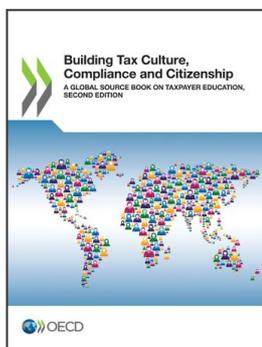
¹ El informe de 2021 sobre la brecha fiscal del Reino Unido estima que los errores representan alrededor del 10% de la brecha fiscal.

² El recuadro 5.4 de la TAS 2021 (OECD, 2021^[2]) contiene más detalles sobre los *chatbots* puestos en marcha por ocho administraciones tributarias. El anexo 5.A de la misma publicación contiene una serie de enlaces a presentaciones sobre esos asistentes virtuales.

³ En la página web de Tax Help hay un vídeo de presentación del programa de la ATO: <https://www.ato.gov.au/Individuals/Your-tax-return/Help-and-support-to-lodge-your-tax-return/tax-help-program/> (consultado el 21 de septiembre de 2021).

⁴ Se pueden encontrar ejemplos de vídeos testimoniales del CVITP aquí: www.youtube.com/watch?v=V91NSVevH1o y www.youtube.com/watch?v=DkwX1JHG7iQ (ambos vídeos consultados el 21 de septiembre de 2021).

⁵ Se puede encontrar un vídeo explicativo del servicio de Funcionarios de Enlace de la CRA aquí: <https://www.canada.ca/en/revenue-agency/programs/about-canada-revenue-agency-cra/compliance/liason-officer-initiative-loi.html> (consultado el 21 de septiembre de 2021).



From:
Building Tax Culture, Compliance and Citizenship
A Global Source Book on Taxpayer Education, Second Edition

Access the complete publication at:

<https://doi.org/10.1787/18585eb1-en>

Please cite this chapter as:

OECD (2021), “Ofrecer asistencia práctica y apoyo a los contribuyentes”, in *Building Tax Culture, Compliance and Citizenship: A Global Source Book on Taxpayer Education, Second Edition*, OECD Publishing, Paris.

DOI: <https://doi.org/10.1787/e30684d4-es>

El presente trabajo se publica bajo la responsabilidad del Secretario General de la OCDE. Las opiniones expresadas y los argumentos utilizados en el mismo no reflejan necesariamente el punto de vista oficial de los países miembros de la OCDE.

This document, as well as any data and map included herein, are without prejudice to the status of or sovereignty over any territory, to the delimitation of international frontiers and boundaries and to the name of any territory, city or area. Extracts from publications may be subject to additional disclaimers, which are set out in the complete version of the publication, available at the link provided.

The use of this work, whether digital or print, is governed by the Terms and Conditions to be found at <http://www.oecd.org/termsandconditions>.