

COMPORTAMIENTOS DE LAS PERSONAS ESTILISTAS Y PELUQUERAS FRENTE AL CUMPLIMIENTO TRIBUTARIO EN LA CIUDAD DE MÉXICO: CULTURA CONTRIBUTIVA Y CONFIANZA SOCIAL

Gabriela RÍOS GRANADOS*
Israel SANTOS FLORES**

SUMARIO: I. *Introducción.* II. *Relación de las estéticas y peluquerías con el sistema tributario: base metodológica.* III. *¿Qué es cultura contributiva?* IV. *La confianza entre el contribuyente y la administración tributaria.* V. *Conclusiones.* VI. *Bibliografía.*

I. INTRODUCCIÓN

He tratado de dar una voz a
personas que rara vez son
escuchadas.

Oscar LEWIS

El enfoque de este trabajo se basa en las relaciones sociales que se generan en el ámbito de las estéticas y peluquerías, consideradas además en el contexto del pago de contribuciones, de manera que se inserta en la sociología fiscal. En este sentido, es importante analizar el concepto de cultura contributiva, por una parte, y la confianza como elemento fundamental de la moral tributaria, por otra. Sobre esta última se ha demostrado que es un concepto complejo, que requiere profundizar desde distintas ópticas, entre ellas la po-

* Investigadora en el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM; coordinadora del área de Derecho Fiscal del IJ. Correo electrónico: riosgra@hotmail.com.

** Investigador en el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM.

lítica y la social, a través de diversos métodos.¹ En este trabajo se observará que el sistema tributario es reflejo de un orden social más amplio. Es decir, si la informalidad es prevalente en el sistema tributario, es porque éste está adosado a las prácticas de la sociedad mexicana, en la que imperan la falta de confianza en las instituciones, la corrupción y otras características poco deseables de nuestra sociedad.

Sin embargo, es importante aclarar también que nos encontramos frente a un fenómeno multifactorial, pues al analizar la relación entre los peluqueros y estilistas con el pago de sus contribuciones descubrimos razones o motivos para no pagar, que se conjugan con variables como el intercambio de prestaciones, la satisfacción de los servicios públicos, la acción cooperativa de los contribuyentes, la coercitividad del sistema tributario, el control social, la orientación ideológica o el nivel educativo de los contribuyentes, que en México han sido poco estudiadas.

En México se observa un bajo índice de cultura contributiva, la cual guarda una íntima relación con la moral tributaria. Para confirmar estas hipótesis, se emprendió un estudio de corte cualitativo, basado en sesenta entrevistas semiestructuradas a trabajadores de estéticas y peluquerías en las alcaldías Benito Juárez, Iztapalapa y Tlalpan de la Ciudad de México.

La información se analizó de acuerdo con la teoría fundamentada (*grounded theory*), y el criterio de selección incluyó a estilistas que trabajaran en estas tres alcaldías, integrantes del sector formal o informal, y se registraron la edad, el género, el nivel de ingresos y el número de años en el oficio.²

Profundizamos sobre la manera como las personas peluqueras y estilistas interactúan con el pago de sus contribuciones, a fin de explicar sus comportamientos y estar en condiciones de proporcionar una perspectiva al respecto. Para ello partimos de las siguientes preguntas: ¿cuál es el retorno o el beneficio que obtiene una persona peluquera por el pago de impuestos?, ¿qué motiva a una persona peluquera o estilista a pagar contribuciones?, ¿los peluqueros consideran que es correcto pagar contribuciones?, ¿qué opinión tienen los peluqueros de las autoridades fiscales?, ¿cuál es la interacción social entre los funcionarios del SAT y los peluqueros? Para responder nuestras preguntas de investigación, se abordará el concepto de cultura contributiva a partir de una revisión de la literatura

¹ Giachi, Sandro, “Dimensiones sociales del fraude fiscal: confianza y moral fiscal en la España contemporánea”, *Revista Española de Investigación Sociológica*, Madrid, núm. 145, enero-marzo de 2014, p. 92.

² Para profundizar sobre esta metodología, véase al capítulo de Luciana Gandini.

especializada, para posteriormente resaltar algunas ideas y responder las cuestiones planteadas.

Un primer hallazgo de las entrevistas semiestructuradas a la población de interés es que no hay narrativa individual que identifique a una persona peluquera con el pago de sus impuestos; es decir, pagar impuestos no es un tema importante para este sector, y esto se nota porque no están familiarizados con el pago de sus contribuciones. Lo que sí identificamos fue un contexto conformado por las redes sociales más cercanas de las personas estilistas o peluqueras; en este sentido, afirmamos a partir de nuestros hallazgos que las redes sociales son más importantes que los programas o las políticas del Estado para que las personas paguen impuestos, o bien decidan no pagarlos.

Con independencia de las leyes o los programas para mejorar la cultura contributiva en este sector en particular, la cultura del pago de impuestos se gesta de manera informal entre los actores sociales más cercanos a las personas estilistas y peluqueras. En este sentido, la construcción de las narrativas que tengan como hilo conductor el pago de impuestos es una labor complicada. También se puso al descubierto que la historia de las contribuciones no está ligada con la rendición de cuentas, así como tampoco encontramos un asidero entre la persona como contribuyente y como estilista. Se advierte, como en muchos otros sectores en México, una ruptura en la cultura contributiva, y sobre todo en la confianza.

Es importante señalar desde aquí que en algunos casos advertimos que los entrevistados tienden a distorsionar sus respuestas sobre su cumplimiento fiscal, lo cual puede obedecer a diversas razones —la desconfianza ante el entrevistador, su desconocimiento de las obligaciones tributarias, una posible sobrevaloración de la imagen propia, etcétera—, de tal modo que sus respuestas no coinciden en todos los casos (por ejemplo, la relación entre sus ingresos y gastos); ello demuestra, como señalan Ortiz García y Portillo Navarro, apoyándose en Torgler y Frey, que la medición de la moral fiscal no está libre de sesgo, y los encuestados pueden tender a exagerar su grado de cumplimiento fiscal.³

De acuerdo con lo anterior, algunos entrevistados se mostraron reticentes a proporcionar información sobre los ingresos que perciben, lo que en una primera lectura puede deberse a la percepción de la inseguridad pública que se vive en el país:

³ Ortiz García, Pilar y Portillo Navarro, María José, “Moral fiscal en el contexto de crisis socioeconómica en España”, *Política y Sociedad*, Madrid, núm. 55, vol. 2, 2018, p. 431, disponible en: <http://dx.doi.org/10.5209/POSO.56412>.

¿Y gastos como materiales?

—“*Como cinco mil pesos*”.

¿Y en sí cuáles serían los ingresos mensuales del negocio?

—“*Ésa me la reservo*”.

¿Qué opina de tener que dar información personal y del negocio por internet?

—“*Pues no lo haría*”.

¿Por qué no lo haría?

—“*De tanto que se escucha; por ejemplo, de lo que me estás pidiendo de cuánto ingresas*”.

(Hombre, 46 años, Iztapalapa, 24 años en el oficio, dueño.)

El presente trabajo se estructura de la siguiente manera: en un primer apartado se presenta la base metodológica, analizando la relación que guarda el sector de estéticas y peluquerías con el sistema tributario, para después examinar el concepto de cultura contributiva a la luz de las definiciones en sede doctrinal, y robusteciendo la definición con algunos testimonios de los entrevistados. En otro apartado se desarrolla el concepto de confianza entre el contribuyente y la administración tributaria, distinguiendo entre confianza social densa, confianza social diluida y confianza en las instituciones, a partir de una revisión de las narrativas de las personas peluqueras y estilistas. En este epígrafe se hace un análisis profundo sobre el comportamiento del contribuyente ante el sistema tributario y el control social; la apreciación de estéticas y peluquerías sobre la acción de institucionalidad, y la institucionalidad de la factura fiscal. Al final se presentan las respectivas conclusiones.

II. RELACIÓN DE LAS ESTÉTICAS Y PELUQUERÍAS CON EL SISTEMA TRIBUTARIO: BASE METODOLÓGICA

La percepción ciudadana negativa con respecto al pago de impuestos —aunada a factores como la corrupción,⁴ la falta de transparencia y rendición

⁴ Castañeda Rodríguez, Víctor Mauricio, “La moral tributaria en América Latina y la corrupción como uno de sus determinantes”, *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, México, UNAM, nueva época, año LX, núm. 224, mayo-agosto de 2015. El autor de este artículo hace un excelente análisis de la correlación que existe entre la corrupción y la moral tributaria. Sobre la moral no abordaremos en este capítulo, debido a que los entrevistados no hicieron alusión a elementos que permitan evaluar su grado de moral tributaria.

de cuentas⁵ sobre el uso y destino de los recursos públicos— es el principal obstáculo que enfrenta cualquier nuevo régimen fiscal destinado a combatir la informalidad.

El negocio de estéticas y peluquerías no es un sector de la economía en cuyo estudio se haya profundizado, desde una perspectiva jurídica y sociológica. En 2014, para crear el Régimen de Incorporación Fiscal (RIF) mediante reforma a la Ley del Impuesto sobre la Renta (LISR) se consideraron los resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), pero no hubo un estudio cualitativo por parte de la autoridad fiscal —el Servicio de Administración Tributaria (SAT) o la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP)— y tampoco de la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente (Prodecon) que evaluara la oportunidad y conveniencia del nuevo régimen. Lo que sí hubo, en cambio, fue una intensa campaña de difusión para promover el programa durante los primeros años de su entrada en vigor, aunque actualmente ya no se promueve.

De acuerdo con la información proporcionada por el SAT, el RIF — en su momento el programa “estrella”, que vino a sustituir al Régimen de Pequeños Contribuyentes (Repeco) y al Régimen Intermedio (RI)— tuvo como objetivo facilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias a las personas que se incorporan a la formalidad, además de brindarles acceso a la seguridad social y completar la cadena de comprobación.⁶

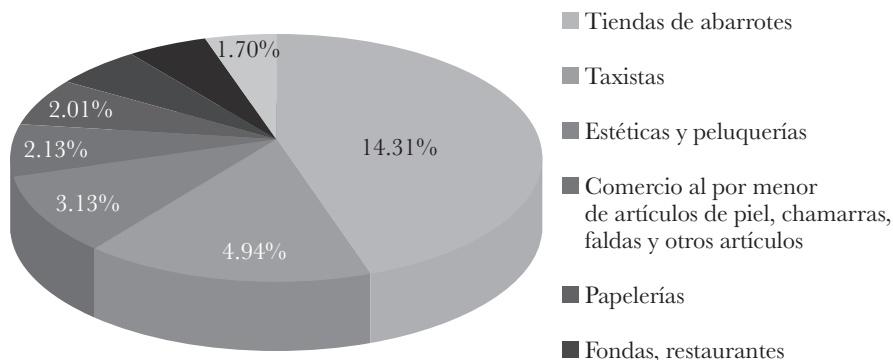
Como se ha mencionado, el diseño del RIF se basó en los resultados de la ENOE 2013, según la cual las tiendas de abarrotes representaban el rubro más abundante de negocios en la informalidad, con 14.31% del universo, seguidas por los taxis con 4.94%, y finalmente las estéticas y peluquerías con 3.3%.

En la gráfica siguiente, preparada por el SAT, se muestra el universo de contribuyentes del RIF por tipo de actividad:

⁵ Ríos Granados, Gabriela, *El control del gasto público. Una visión comparada México-Francia*, México, Thomson-Reuters, 2019. En este libro se hizo alusión a que la falta de rendición de cuentas del control de la regularidad del gasto público generó un problema sistémico de la corrupción en México.

⁶ Información proporcionada por el Servicio de Administración Tributaria el 15 de marzo de 2015, en reunión con los integrantes de la línea institucional “Derecho y economía informal” en el IJJ-UNAM.

GRÁFICA. RÉGIMEN DE INCORPORACIÓN FISCAL.
 PRINCIPALES ACTIVIDADES



FUENTE: Servicio de Administración Tributaria, 2015.

En estas cifras se observa, en una primera aproximación, que el sector de estéticas y peluquerías no sólo se mantuvo en la informalidad, sino que su peso en el sector aumentó a pesar del RIF.⁷ Los datos no mienten: la ENOE⁸ de mayo 2020 indica un incremento en la población ocupada en el sector informal (de 15 años y más), que asciende a 15,282,839 de personas.⁹

Una vez mostrados estos datos, analizamos cualitativamente el comportamiento del sector de estéticas y peluquerías en la Ciudad de México, a fin de conocer las actitudes, expectativas y necesidades de los trabajadores que se desempeñan en él frente al pago de sus contribuciones.

En los criterios de definición para las entrevistas, con respecto a la inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes de la SHCP, se hicieron

⁷ Para el análisis cuantitativo desagregado de este sector, véase el capítulo de Mauricio Padrón Innamorato.

⁸ Véase <https://www.inegi.org.mx/appp/indicadores/?p=8&ag=00#divFV6200093709>.

⁹ “Los resultados de la ENOE indican que, en el primer trimestre del presente año, todas las modalidades de empleo informal sumaron 31 millones de personas, es decir, éste aumentó en 0.8% respecto al mismo lapso de 2019 y representó 56.1% de la población ocupada (Tasa de Informalidad Laboral 1). De manera detallada, 15.3 millones conformaron específicamente la ocupación en el sector informal (se refiere a todas aquellas actividades económicas de mercado que operan a partir de los recursos de los hogares, pero sin constituirse como empresas con una situación independiente de esos hogares), cifra que significó un incremento de 1.6% a tasa anual y constituyó 27.6% de la población ocupada (Tasa de Ocupación en el Sector Informal 1); 7.8 millones corresponden al ámbito de las empresas, gobierno e instituciones; 5.7 millones al agropecuario y otros 2.3 millones al servicio doméstico remunerado”. Véase https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/enoe_ie/enoe_ie2020_05.pdf.

tres cortes: 1) los que están registrados y declaran o no; 2) los que nunca se registraron, y 3) los que se registraron y se dieron de baja.

De acuerdo con Álvarez-Gayou Jugerson, “si estudiamos a las personas cualitativamente, llegamos a conocerlas en lo individual y a experimentar lo que ellas sienten, en sus luchas cotidianas en la sociedad; aprendemos sobre los conceptos tales como la belleza, dolor, fe, sufrimiento, frustración y amor, cuya esencia se pierde con otros enfoques investigativos”.¹⁰

Del análisis derivado de las entrevistas semiestructuradas a personas que laboran en estéticas y peluquerías destacan los siguientes códigos, que han tenido mayor incidencia en el comportamiento de estilistas y peluqueros:

TABLA. CÓDIGOS EXTRAÍDOS DE LAS ENTREVISTAS

<i>Relación de las estéticas y peluquerías con el sistema tributario</i>	<i>Ingresos o capacidad económica</i>
Apreciación Repeco y RIF	Manutención o mantenimiento doble
Burocracia SAT	Apertura del negocio
Facturas permitidas y conocidas	Financiamiento
Servicio de un contador profesional	Seguridad social
Apoyo de un contador de confianza	Ingresos, gastos y pago
Noción de legalidad	Equipo y herramienta de trabajo
Ventajas y desventajas	Venta, patrocinio y acuerdos
Confiabilidad del servicio por internet	Diversificación de servicios
	Instrucción en el oficio

FUENTE: Elaboración propia.

Ahora corresponde profundizar en los conceptos de cultura contributiva y confianza entre el contribuyente y la administración tributaria, para hilarlos con la investigación cualitativa de este sector.

III. ¿QUÉ ES CULTURA CONTRIBUTIVA?

¿Y tú nunca te has dado de alta en Hacienda?
 —“No”.

¹⁰ *Idem.*

El no estar registrada en Hacienda ¿te preocupa o no te preocupa? ¿Lo has considerado?

—“*Es que no me suena*”.

(Mujer, 29 años, Tlalpan, cuatro años en el oficio, trabajadora).

Hablar de cultura contributiva requiere referirnos primero a la cultura. De acuerdo con el *Diccionario* de la Real Academia de la Lengua Española, por cultura se entiende el “conjunto de conocimientos que permiten a alguien desarrollar su juicio crítico”, así como el “conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.”.¹¹

Por su parte, la UNESCO define a la cultura como el conjunto de los rasgos definitivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social. Engloba no sólo las artes y las letras, sino también los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.¹²

Es importante señalar que el concepto de cultura empleado en este trabajo está muy acotado, y no entramos en discusiones amplias sobre qué es la cultura, pero es necesario partir de ciertos conceptos básicos. En este sentido, con base en las definiciones anteriores, la cultura puede entenderse como el conjunto de valores, creencias y principios fundamentales que tienen en común un determinado número de personas y modelan la forma como ellos perciben, piensan y actúan.

Ahora bien, es importante mencionar la relación que existe entre la cultura y la comunicación.¹³ En este sentido, García-Jurado, apoyándose en la definición de Edward T. Hall, equipara la cultura con el proceso de comunicación, de modo que la forma en que los humanos nos comunicamos es la esencia de nuestra cultura. De acuerdo con el autor, “desde pequeños somos programados a concebir cierta perspectiva del entorno, de lo correcto e incorrecto, del bien y del mal. Se nos comunican ciertas formas de

¹¹ *Diccionario de la Lengua Española*, 22a. ed., versión online.

¹² UNESCO, “Cultura y desarrollo: ¿Una respuesta a los desafíos del futuro?”, Simposio organizado en el marco de la 35a. reunión de la Conferencia General de la UNESCO en cooperación con Sciences Po, con el apoyo del gobierno del Reino de España, París, 10 de octubre de 2009, Serie Cultura y Desarrollo, disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001876/187629s.pdf>.

¹³ Hay posturas divergentes entre profesiones y disciplinas sobre lo que significa la cultura (desde la visión sociológica, la psicológica, la política, la económica, etcétera). Para efectos de este trabajo, los autores no suscriben ninguna de estas posturas.

comportarnos, de interactuar, de medir los diferentes aspectos de la existencia. Todo esto mediante la comunicación formal (consciente) y la informal (inconsciente)".¹⁴ En resumen, la cultura es el factor crítico para el alcance de objetivos y la supervivencia de la organización.¹⁵ Tomando en cuenta lo anterior, queda claro el importante rol que desempeña la comunicación en el proceso de formación cultural de la sociedad.

Por tanto, en una primera aproximación, la cultura contributiva puede entenderse como el conjunto de conocimientos, creencias, valoraciones y actitudes referidos a los tributos, así como al nivel de conciencia (o programación) con respecto de los deberes y derechos que derivan para los sujetos activos y pasivos de la relación tributaria, así como la comunicación que se genera entre ellos.¹⁶

¿Ves alguna ventaja de pagar impuestos?

—“Pues no... [es] dar y dar, y pues realmente, digo, al final ¿quiénes se vuelven ricos? Los de arriba, digo. Y ahora ¿cuántos comercios pequeños somos? ¡Muchísimos!”.

(Hombre, 44 años, Benito Juárez, treinta años en el oficio, dueño).

La comunidad de expertos tributarios atribuye a Schumpeter el constructo *stuern kultur*¹⁷ —traducido al castellano como “cultura contributiva”—, quien acuñó por vez primera el término en el artículo titulado “Economía y sociología del Impuesto sobre la Renta”. Tras revisar las definiciones construidas en sede doctrinal,¹⁸ entendemos por cultura contri-

¹⁴ García-Jurado, Alberto, *Globalización y cultura. Un análisis de los factores culturales clave para el éxito de los países y las organizaciones en el entorno global de negocios del siglo XXI*, México, Cultural Integration Consultants, 2001, p. 13.

¹⁵ *Ibidem*, p. 14.

¹⁶ Valero, Mary Thais *et al.*, “Ética y cultura tributaria en el contribuyente”, *DAENA: International Journal of Good Conscience*, México, Spenta University México, vol. 5, núm. 1, s. a., pp. 59 y 64.

¹⁷ Nerre, Birger, “Tax Culture: a Basic Concept for Tax Politics”, *Economic Analysis & Policy*, vol. 38, núm. 1, marzo de 2008, p. 1, y Zafar, Ilyas, “Evolution of Tax Culture in Pakistan”, Pakistán, Zafar y Asociados, 2007, disponible en: <http://www.hg.org/article.asp?id=4917>.

¹⁸ En este sentido, véase Nerré, Birger, *op. cit.*, p. 12; Robles Robles, Armando, “Cultura Tributaria. Algunas pautas a seguir en su creación”, exposición hecha el 10 de mayo de 2002, en la sede de la Asociación Nacional de Empleados Públicos y Privados (ANEP), en la mesa redonda sobre Cultura Tributaria, celebrada en el marco del Pacto Fiscal. Proceso para el análisis y propuesta tributaria del Movimiento Social ANEP, Costa Rica, 2002, disponible en: <http://www.democraciadigital.org/etc/arts/0206cultura.html>; Rivera, Roy y Sojo,

butiva el conjunto de ideas, creencias, valores, sentimientos, percepciones, actitudes y comportamientos, individuales y colectivos, que tienen los participantes del sistema tributario nacional con respecto a la tributación, y la observancia de las leyes que rigen la conducta, manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza,¹⁹ la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social.

El derecho fiscal y la sociología jurídica estudian la cultura contributiva desde tres enfoques: 1) como una actitud; 2) como un comportamiento independiente de la actitud, y 3) como actitud y comportamiento; esta última es la postura más aceptada.²⁰

La cultura contributiva toma en cuenta, por un lado, a los contribuyentes, que tienen la obligación de contribuir con el sostenimiento del Estado, y por otro, al Estado, como encargado de destinar los recursos públicos al bien común.

¿Te ha dado alguna seguridad estar en Hacienda?

—“Pues... me es indiferente; o sea, yo no veo ningún beneficio, porque, al contrario, ahí debes estar pagando una lana. Bueno, en los años anteriores teníamos una cuota, pero decía: ‘no es muy gravoso’, pero ahorita pagar el 100% pues está como fuerte. Precisamente por eso mucha gente, imagínate, quieren que se incorpore mucha gente, como el herrero, el carpintero, y a veces no hay trabajo, y aunque hagas tu declaración. Y a veces también orillan a que se presenten en ceros, porque no se puede”.

(Hombre, 51 años, Tlalpan, 30 años en el oficio, dueño).

Carlos, “Cultura tributaria”, *El sistema tributario costarricense. Contribuciones al debate nacional*, San José, Contraloría General de la República, 2002, pp. 458 y 464; Quintanilla Gavilánez, Jorge, “La universidad en la cultura tributaria”, *Retos*, Quito, Abya Yala, año 2, núm. 3, 2012, p. 110; Gómez Gallardo, Luz Marina y Macedo Buleje, Julio César, “La difusión de la cultura tributaria y su influencia en el sistema educativo peruano”, *Investigación Educativa*, Lima, Sistema tributario y educación, vol. 12, núm. 21, enero-junio, 2008, p. 144; Maksvytienė, Inga y Šinkūnienė, Kristina, “Identification and Estimation of the Influence of General Macroeconomic Factors on Changes in Country’s Tax Culture”, *Ekonomika*, Ucrania, vol. 91, núm. 2, 2012, p. 67, por citar algunos.

¹⁹ Los ciudadanos tienen una idea acerca de cómo debe participar el Estado en la obtención del bienestar social y cuáles son sus responsabilidades; esta idea depende de su nivel de confianza en las instituciones y del uso de los fondos públicos. Rivera, Roy y Sojo, Carlos, *op. cit.*, pp. 468-480.

²⁰ Maksvytienė, Inga y Šinkūnienė, *op. cit.*, p. 67.

En este sentido, la cultura contributiva, primero, atañe a la población ciudadana en el sistema político de una democracia: el sujeto u objeto de estudio es la población contribuyente. Segundo, interesa, compromete y activa a la sociedad civil, a sus formas sociales de organización y asociación local. Tercero, va acompañada de otros conceptos y categorías de análisis conexos con la vida social, política y cultural de la sociedad, como ciudadanía, deberes y derechos, servicios públicos, justicia social, símbolos y valores culturales, vida pública y vida ciudadana, legalidad y legitimidad, prácticas y representaciones sociales. Cuarto, concita tratamientos conexos con los enfoques propios de la sociología, la antropología y la ciencia política.²¹

Entonces, con ese tema de lo fiscal y con de la administración, ¿nunca has intentado meterte y ver...?

“Sí. De hecho, quise tomar un curso, pero la verdad soy un desastre. Es que, ¿sabes qué? Como ahorita sí tengo tiempo para empezar a poner orden mis papeles y todo eso. Pero a veces no tengo tiempo de nada, ni siquiera de comer; entonces, nada más agarramos unas almendras y ya. Entonces, sí me quita mucho tiempo”.

(Mujer, 39 años, Benito Juárez, 19 años en el oficio, dueña).

En este panorama, la existencia de una cultura contributiva facilita, entre otros aspectos, el cumplimiento de los deberes de los contribuyentes. Por ello, es necesario y conveniente su fomento y desarrollo en la cultura nacional,²² pues constituiría un factor muy valioso para aumentar el aporte voluntario de los ciudadanos a los ingresos ordinarios por concepto de tributos.²³ Por tanto, ésta debe sustentarse en valores que tiendan al bien común.²⁴

En suma, la cultura contributiva es una riqueza, un capital social que no se puede improvisar o suponer. Por el contrario, debe construirse sobre la idea de nación como una gran empresa moderna que formamos todos: con objetivos y metas que formulamos (desarrollo humano sostenible), una entidad gestora (el Estado) y unos recursos (los que todos aportamos vía el

²¹ Méndez Peña, María *et al.*, “Cultura tributaria y contribuyentes: datos y aspectos metodológicos”, *Fermentum*, Caracas, año 15, núm. 44, septiembre-diciembre de 2005 pp. 346 y 347.

²² Entendemos por cultura nacional “la programación colectiva de la mente que distingue a los miembros de un grupo humano de otro”. Véase Hofstede, G. H., *Culture consequences: International differences in work-related values*, Londres, SAGE Publications, 1984, p. 25.

²³ Valero, Mary Thais *et al.*, *op. cit.*, p. 59.

²⁴ Gómez Gallardo, Luz Marina y Macedo Buleje, Julio César, *op. cit.*, p. 144.

sistema tributario). Esta relación de secuencia, determinada por todos, entre el tipo de proyecto que queremos, el Estado y el sistema tributario, y vuelta a pactar a través del tiempo con base en criterios de bienestar y desarrollo, solidaridad creciente y equidad, es esencial para el alumbramiento de la cultura tributaria.²⁵

¿No se ha acercado Hacienda? ¿Sabes si hay beneficios?
—“Ah, sí. Sé que, por ejemplo, si estás dado de alta en Hacienda, puedes tramitar un préstamo al gobierno que te ayuda a hacer crecer el negocio. Una vez que hiciste todo tu trámite, vienen y checan todo lo que te hace falta o platican contigo para ver qué le hace falta a tu negocio, y eso es lo que te prestan. Y si ven que en un año tu negocio funciona, reducen la deuda o te la quitan. Eso es lo que más o menos he visto. Pero sí es un rollo darte de alta, porque tu local tiene que estar registrado, pagar uso de suelo, y después tienes que tramitar otro permiso para que el local funcione como estética, y si está dado de alta como cocina, tienes que ir con la persona que tenía la cocina para que baje el permiso y tú lo des de alta para el tuyo. Entonces, pues sí es complicado, porque si la persona que estaba aquí ya no quiere saber nada del local, pues ya no puedes hacer el trámite. Y es lo que pasa aquí. Aquí estaba dado de alta para consultorio reductivo, y ahorita pues necesitaríamos bajar el permiso y darlo de alta para estética, y ya no tenemos el contacto con la persona”.

(Mujer, 25 años, Tlalpan, un año en el oficio, dueña).

El cumplimiento fiscal es una cuestión de ciudadanía,²⁶ y precisamente, la cultura contributiva despierta el sentido de ciudadanía en la población civil, incidiendo incluso en el ánimo de quienes no pagan impuestos, para acercarlos a la formalidad y hacerlos fiscalmente responsables.²⁷

Es necesario, entonces, renovar las creencias arraigadas en el colectivo social con respecto de la tributación,²⁸ para enmendar y robustecer el víncu-

²⁵ Robles Robles, Armando, *op. cit.*

²⁶ Delgado Lobo, María Luisa *et al.*, “La educación fiscal en España”, documento núm. 29/05, Madrid, Instituto de Estudios Fiscales, 2001, p. 5.

²⁷ En otro trabajo ya indicamos que “el financiamiento de bienes y servicios públicos mediante impuestos o contribuciones es lo que permite una mejor rendición de cuentas, y de esta manera se activa el contrato social”. Véase Ríos Granados, Gabriela, *op. cit.*, p. XXIII.

²⁸ Cuando los mitos y las malas percepciones sean reemplazados por conocimiento habrá un cambio en las actitudes de los ciudadanos con respecto del pago de impuestos. *Cfr.* Lewis, A., *The Psychology of Taxation*, Oxford, Martin Robertson, 1982.

lo de confianza perdido y transitar hacia una relación de colaboración entre el fisco y los contribuyentes, que se traduzca en un cumplimiento voluntario. Los contribuyentes conscientes de sus derechos, que esperan y reciben de hecho un trato justo y eficiente, están más dispuestos a cumplir.

¿Tienes alguna opinión acerca de cómo estás pagando tus impuestos?

—“*Pues realmente tengo el conocimiento de lo que el contador me va diciendo. Como pequeña empresa, sí nos pegan mucho los impuestos*”.

¿Los consideras elevados, injustos?

—“*Pues realmente sí los siento elevados para nosotros, porque nosotros no tenemos un sueldo fijo, es variable; realmente a veces estás bien, como todo. Es lo más importante para mí, como estilista, porque debo buscar otras alternativas de trabajo. Tengo compañeros que son estilistas en la mañana y en la tarde son barman, meseros, garroteros. ¿Por qué?, porque realmente te puede ir muy bien, pero también tienes que buscar las alternativas para que estés mejor*”.

(Hombre, 48 años, Benito Juárez, 27 años en el oficio, dueño).

Una cultura de la responsabilidad mueve a los ciudadanos a participar en la vida pública para contribuir con el bien común, y crea exigencias éticas de solidaridad entre las personas y los pueblos.²⁹ Cualquier régimen fiscal que pretenda implantarse requiere que todos los involucrados asuman el compromiso de buscar la consecución del bienestar social por encima de intereses individuales o grupales.

En otras palabras, el desarrollo de la cultura contributiva es la base para generar una relación de colaboración entre la administración y los obligados tributarios, que genere hábitos y valores ciudadanos, en donde éstos se conviertan en aliados de aquélla.³⁰

Este marco teórico nos permite aseverar que la cultura contributiva en México es baja, dado que la percepción de estar inscrito en el Registro Federal de Contribuyentes y pagar sus contribuciones es negativa. Además, en el sector estudiado no se percibió que el estar fuera del RIF trajera aparejada la imposición de un castigo, como el delito de defraudación fiscal.

²⁹ Valero, Mary Thais *et al.*, *op. cit.*, p. 69.

³⁰ Al analizar la cultura tributaria suiza hace más de cien años, Georg von Schanz hizo hincapié en la importancia de tomar a los contribuyentes como socios en el contrato fiscal entre el Estado y sus ciudadanos. Citado por Torgler, Benno y Murphy, Kristina, “Tax morale in Australia: What shapes it and has it changed over time?”, *Journal of Australia Taxation*, vol. 7, núm. 2, 2004, p. 303.

Y ahora ¿cómo ve esto? ¿Está más complicado lo de Hacienda? ¿Más fácil?

—“O sea, es muy complicado, pero un día me dijeron que yo no tenía que manifestarme en Hacienda, porque soy causante menor, ¿es cierto?”.

¿Su contadora le dijo en qué tipo de régimen fiscal estaba?

—“Pos es de causantes menores, sí. Y orita nomás está esperando a que venga el nuevo impuesto, ¿no?... nadie se va a escapar de pagar, porque hay muchos que no pagan. Le digo aquí hay varios, nomás agarran y se ponen y ya, y no, el día que haiga una inspección aquí... Bueno, ya una vez hubo, sí, hace muchos años. No me acuerdo cuál... a muchos clausuraron. Pero ya sabe, arreglaron luego, luego la apertura y ahí siguen... Está esta estilista estaba allá, y de ahí se pasó pa'cá. ¿Y usted cree que tiene permiso? Está trabajado, si es que esta manifestado, ta con el mismo domicilio”.

(Hombre, 78 años, Tlalpan, sesenta años en el oficio, dueño).

Corresponde ahora analizar el concepto de confianza.

IV. LA CONFIANZA ENTRE EL CONTRIBUYENTE Y LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA

En el sistema fiscal, la confianza es un factor social relacionado con el incumplimiento del pago de contribuciones según lo ha descrito la sociología fiscal.³¹ En México, ni el SAT ni la Prodecon han emprendido estudios con este enfoque para averiguar por qué no han funcionado los programas de inclusión de los trabajadores informales, como es el caso del RIF. De acuerdo con Sandro Giachi,³² la confianza en el sistema tributario tiene un papel importante en la moral tributaria³³ del contribuyente. Entonces, empecemos por dilucidar qué se comprende por confianza. Si acudimos a la acepción gramatical, confianza proviene de *confiar*; en su primera acepción, significa “esperanza firme que se tiene en alguien o en algo”; en la segunda, “se-

³¹ Desde la sociología fiscal adquiere relevancia el contexto social para el incumplimiento de las normas, aunque dicho incumplimiento sea un acto individual. Ortiz García Pilar y Portillo Navarro, María José, *op. cit.*, p. 423.

³² Giachi, Sandro, *op. cit.*, p. 73.

³³ En este capítulo, no obstante, no abordaremos el concepto de moral fiscal. Damos una primera aproximación del concepto como “la motivación intrínseca a pagar impuestos”. Ortiz García, Pilar y Portillo Navarro, María José, *op. cit.*, p. 423.

guridad que alguien tiene en sí mismo”; en la tercera, “presunción y vana opinión de sí mismo”.³⁴ La sociología fiscal sigue la primera acepción, de modo que la confianza es una esperanza firme del contribuyente en el sistema tributario.

De acuerdo con Fukuyama, una de las lecciones más importantes que podemos aprender de las naciones desarrolladas es el nivel de confianza inherente en la sociedad.³⁵ Para Fukuyama, la confianza es la expectativa que surge de una comunidad de comportamiento regular y cooperativo, basado en normas comúnmente compartidas por parte de otros miembros de esa comunidad. No es suficiente que los miembros de la comunidad esperen un comportamiento regular o un comportamiento ordenado. En muchas sociedades existe la expectativa de que las otras personas engañen regularmente a sus semejantes; el comportamiento es regular, y no obstante conduce a un déficit de confianza.³⁶

Por otra parte, Niklas Luhmann asegura que

...la confianza solamente está implicada cuando la expectativa confiable hace una diferencia para una decisión... [...] La confianza siempre recae en una alternativa crítica, en que el daño resultante de una ruptura de confianza puede ser más grande que el beneficio que se gana de la prueba de confianza asegurada. De aquí que el que confía toma conocimiento de la posibilidad del daño excesivo provocado por la selectividad de las acciones de otros y adopta una posición hacia esa posibilidad.

En este sentido, Luhmann destaca la diferencia entre la confianza y la esperanza: “La confianza refleja la contingencia. Y la esperanza elimina la contingencia”.³⁷

De acuerdo con la sociología fiscal, existen varios conceptos de confianza, que se relacionan con la moral fiscal.³⁸ Por ejemplo, encontramos la con-

³⁴ Voz “confianza”, *Diccionario de la lengua española* (<http://rae.es>), 2020.

³⁵ Fukuyama, Francis, *Trust: Human Nature and the Reconstitution of Social Order*, Nueva York, A Free Press Paperbacks Book, 1995, p. 458.

³⁶ *Idem*.

³⁷ De acuerdo con el autor, “la confianza emerge gradualmente en las expectativas de continuidad que se forman como principios firmes que podemos conducir nuestra vida cotidiana. Pero no todas las expectativas de esta naturaleza implican confianza; solamente aquellas que se preocupan por la conducta lo hacen y, entre las últimas, solamente aquellas a la luz de las cuales uno compromete sus acciones, y si no se cumplen nos harán lamentar nuestra conducta”. Véase Luhmann, Niklas, *Confianza*, México, Universidad Iberoamericana-Anthropos, pp. 40 y 41.

³⁸ En este capítulo no analizaremos el concepto de moral fiscal, pero forma parte de nuestra investigación en la línea de Economía Informal y Derecho.

fianza social densa,³⁹ la confianza social diluida, la confianza política,⁴⁰ así como la confianza en las instituciones o gubernamental.⁴¹ De tal suerte, la confianza ha sido motivo de múltiples estudios. Aquí nos apoyaremos en el enfoque sociológico, lo cual nos permitirá identificar por qué la confianza es un elemento importante para el mexicano en relación con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

¿Tienes alguna opinión sobre las estéticas o cualquier otro negocio que no está dado de alta?

—“*Yo no tengo nada en contra... Desgraciadamente, el gobierno orilla a que uno haga esas cosas, y pues, al fin y al cabo, y está mal que lo diga, pero el que se parte el lomo es uno, y estar dándole lo que estás ganando al gobierno... y que dijeras realmente están haciendo cosas, pero no. Yo nada más porque me puse al día, pero si no, andaría igual*”.

(Hombre, 51 años, Tlalpan, 30 años en el oficio, dueño).

En estudios recientes se ha demostrado que existe una relación positiva entre la confianza social densa y la moral fiscal, en el sentido de que si la red de contactos del contribuyente tiene fuertes creencias y motivaciones para defraudar al fisco lo hará más fácilmente. Esto significa que el contexto importa. De hecho, en este estudio hemos encontrado comportamientos que apoyan esta idea, pues, por ejemplo, hay clientes que no solicitan factura a su peluquero ni éste las expide, así como tampoco todos los proveedores de productos de belleza las exigen. En este sentido, de acuerdo con Giachi, “es

³⁹ La confianza social densa se refiere a la confianza entre conocidos, mientras que la confianza diluida es la confianza en los desconocidos; la confianza generalizada se dirige a la sociedad y las instituciones. Giachi, Sandro, *op. cit.*, p. 76.

⁴⁰ Hetherington y Globetti, siguiendo a Stokes, definen a la confianza política como una orientación general hacia el gobierno, predicada a partir de las expectativas normativas de los individuos sobre las operaciones del gobierno. *Cf.* Hetherington, Marc J. y Globetti, Suzanne, “Political Trust and Racial Policy Preference”, *American Journal of Political Science*, Midwest Political Science Association, vol. 46, núm. 2, abril 2002, p. 254.

⁴¹ Para nosotros, la confianza en las instituciones se traduce en las actuaciones institucionales del sistema tributario. En este sentido, seguimos a Goenaga Ruiz de Zuazu, quien explica: “Cuanto más complejos sean un sistema tributario y la comprensión de su legislación, mayores costes de cumplimiento tenga y de menor calidad sean los sistemas de información a sus contribuyentes, más probabilidades existen de que el fraude fiscal sea mayor, de que los contribuyentes encuentren oportunidades (posibilidades o razones) para incumplir”. Goenaga Ruiz de Zuazu, María, “Medidas sociales para combatir el fraude fiscal en España”, Documento de trabajo 184, Madrid, Fundación Alternativas, 2014, p. 12.

posible que los individuos más motivados para defraudar a hacienda estén relacionados entre sí”⁴².

Se ha demostrado que estos tipos de confianza están vinculados con la moral del contribuyente, y sirven como motivación para el fraude fiscal.⁴³ Aunque este trabajo no se centra en el estudio del fraude tributario, identificamos que sí existen conductas de peluqueros y estilistas que encuadrarían en la noción de fraude fiscal. Pues como señala Giachi, “a mayor desconfianza en el sistema fiscal, menos moral fiscal; a mayor confianza en Hacienda, más moral fiscal”⁴⁴.

1. *Confianza social densa en la red del estilista o peluquero*

Y la cuestión contable y administrativa ¿te la hace alguien o lo estás haciendo tú sola?

—“Sí. Nada más le pido asesoría a mi cuñada de cómo hago y meto mis facturas, porque, pues, yo nunca había tenido un negocio. Y ya ella me dice: pues préstamelas y las checamos, y así”.

Entonces ¿tú realizas las tareas sola?

—“Sí”.

¿Ella no te cobra?

—“No”.

(Mujer, 26 años, Tlalpan, cinco años en el oficio, dueña).

Como dijimos líneas arriba, la cultura contributiva requiere fortalecer el vínculo de confianza entre contribuyentes y la administración tributaria. En el caso de los peluqueros y estilistas entrevistados, se advierte la ausencia de ese elemento de confianza para acercarse a las autoridades fiscales. Por el contrario, se observó que los entrevistados suelen tener más confianza en su contador o en familiares y amigos. Entonces, identificamos que la confianza densa de los estilistas y peluqueros se localiza en su red cercana de apoyo, tanto laboral como familiar, lo que se identifica sociológicamente como capital social en el sentido de utilizarlo para obtener y movilizar distintos tipos de recursos.⁴⁵ Encontramos varios testimonios en donde el capital social se utiliza para acercarse a la institucionalidad; tal es el caso de los entrevistados

⁴² Giachi, Sandro, *op. cit.*, p. 92.

⁴³ *Ibidem*, p. 80.

⁴⁴ *Ibidem*, p. 87.

⁴⁵ Ortiz García Pilar y Portillo Navarro, *op. cit.*, p. 425.

que conocieron el RIF, no por los medios de comunicación, sino por contadores o gente de confianza.

¿Y le pagó a la contadora para que hiciera estos trámites?
—“*En cierta forma, no me cobra... es mi amiga y mi clienta, y yo, por ejemplo, de repente, ahorita que no hemos pagado nada, me he hecho la loca y no le he pagado nada. Lo que pasa que con lo del crédito me he visto muy apretada. Aunque cuando necesita su pedicura, manicura o tinte, le digo: ‘No me pagues, estamos a mano’. Pero últimamente sí le he estado cobrando. Como no estoy pagando nada en Hacienda, me hago la loca, que yo no sé cómo esté llevando a cabo eso, y ya le dije: «Tenemos que arreglar eso contigo, porque ya no sé ni cuánto te debo»”.*

(Mujer, 40 años, Tlalpan, más de diez años en el oficio, dueña).

Las cuestiones contables de tu negocio, ¿las llevas tú?
—“*Las llevo yo, y tengo una persona que es contadora, pero ella lo único que hace es ser gestora, y ella me hace el favor —el favor no, porque yo le pago— de entregar la declaración mensual, la anual, el pago de tesorería... eso ella me lo hace, pero ya le doy todo el libro, con la contabilidad hecha y todo”.*

(Hombre, no menciona edad, Benito Juárez, 25 años en el oficio, dueño).

Desde que se implantó el RIF, se observa que el pago de impuestos en el sector de estéticas y peluquerías se da muchas veces gracias a las redes sociales y familiares del peluquero o estilista, más que a la labor de instituciones como el SAT o la Prodecon. Con respecto a la Prodecon, un organismo descentralizado, no sectorizado de la SHCP,⁴⁶ se puso en marcha en 2011 con el ánimo de defender a los contribuyentes ante la autoridad fiscal. Su ley orgánica establece como facultades la asesoría y orientación al contribuyente; los procedimientos de queja y emisión de recomendaciones; la investigación de problemas sistémicos y prácticas que afecten a grupos o sectores de contribuyentes; los servicios de defensa y representación legal,

⁴⁶ Artículo 2o. de la Ley Orgánica de la Ley de la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente.

y la tramitación de los acuerdos conclusivos.⁴⁷ Al lado de estas atribuciones sustantivas, la Prodecon también tiene la facultad de promover y difundir una nueva cultura contributiva; sin embargo, a partir de 2015 se desmanteló la subprocuraduría de cultura contributiva, para asignarle actividades aisladas y esporádicas dentro de una dirección general adjunta.

Es decir que, en este contexto, las redes sociales cercanas a las personas estilistas o peluqueras vinieron a suplir la acción institucional de la PRODECON, por lo que tienen una influencia relevante en el pago de contribuciones, y a través de ellas tiene lugar un comportamiento a favor de fisco, o no.

¿Quién te ayudó para hacer los trámites?

—“*Mi papá. Es auditor y sabe las trampas fiscales. Por eso busqué la manera de que yo no perdiera tanto, porque como honorarios, el impuesto que tenía que pagar era un poquito más alto. Entonces, como Repeco pagas una cuota fija. Bueno, en aquel tiempo, porque ese régimen ya desapareció*”.

(Mujer, 25 años, Iztapalapa, siete años en el oficio, dueña).

En algunas entrevistas se advirtió que en ocasiones los propios clientes (que casualmente resultaban ser asesores contables o al menos estar informados del nuevo RIF) prestaban asesoría o aconsejaban a los dueños de las estéticas sobre su situación fiscal y el cumplimiento de sus obligaciones. En otros casos, el propio entrevistado incluso solicitó ayuda al entrevistador sobre el pago de las contribuciones.

—“*Tuve una vez [un problema fiscal] y sufrí una clausura. Por eso requerí de un contador, porque muchas veces confías que todo está bien, y no está bien*”.

(Hombre, 53 años, Iztapalapa, 38 años en el oficio, dueño).

¿Cuánto tiempo tienes con tu contadora?

—“*Mira, tengo 27 años que la conozco; antes me cobraba 100 pesos cuando empezamos, y ahora ya no sé cuánto me cobra, porque me dice: ‘es tanto para pagar a Hacienda y es tanto para esto’, y le pregunto: ‘¿Cuánto le debo?’ Y siempre me dice: ‘Luego le digo’. A veces son 500 pesos. Ya no es tanto mi contadora, nos hicimos muy buenas amigas*”.

(Mujer, 51 años, Benito Juárez, 33 años en el oficio, dueña).

⁴⁷ Artículo 5o. de la Ley Orgánica de la Ley de la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente, y el artículo 69 c del Código Fiscal de la Federación.

En este sentido, se comprende que la relación entre el contribuyente y la autoridad fiscal manifiesta una confianza social débil, como explica Slemrod cuando se refiere a la confianza en el gobierno, pues indica que “un consumidor que trata con grandes corporaciones está en la misma posición de tamaño relativo que un ciudadano con respecto a la mayoría de los gobiernos federales”.⁴⁸

2. La confianza social débil y la corrupción

¿Averiguó qué trámites y requisitos debía cumplir?

—“Sí”.

¿Cuáles eran esos trámites?

—*En ese tiempo fue uso de suelo, fue alta en Hacienda, fue visto bueno de bomberos y salubridad. Todo eso se ingresó en la Delegación y me expidieron un permiso.*

¿Usted considera que ese trámite que tuvo que hacer fue engorroso?

—“Sí, porque de hecho me entregaban el permiso, pero ya sabes, con una lana. En ese tiempo no contaba con dinero y me esperé. Fue engorroso, porque venían los bomberos y revisaban, y si veían un cable suelto, se iban y regresaban, y te volvían a checar. Lo que ellos querían, obviamente, era una lana, y siempre les decía que no y regresaban. Igual los de salubridad: venían y revisaban el botiquín, y cosas así”.

(Hombre, 46 años, Iztapalapa, 24 años en el oficio, dueño).

¿Ha tenido que pagar a alguna oficina del gobierno para agilizar algún trámite?

—“No. Hace dos años vinieron para que pagara, que venían no sé de qué secretaría, y no sé, no estoy enterado de eso, y querían que les diera dinero, y yo les dije que no les iba a dar nada. Les dije que si me iban a multar, me dieran una copia de su identificación, y yo iba y me arreglaba con la Delegación, y nunca hicieron eso. Es gente que viene y ya ni les crees... Un día vino Hacienda, pero en ese tiempo todavía no era mío, era de la dueña, y hubo una multa porque en los recibos tenían que tener el RFC”.

(Hombre, 44 años, Iztapalapa, 11 años en el oficio, dueño).

⁴⁸ Slemrod, Joel, “Trust in Public Finance”, Working Paper 9187, septiembre de 2002, p. 4, disponible en: <http://www.nber.org/papers/w9187>.

Hay testimonios extremos, donde la confianza social, ya débil, se rompe por la corrupción. La corrupción es un problema multifactorial, y el concepto al que nos acogemos es el elaborado por Robert Leslie Holmes: “El abuso de un cargo público para obtener una ganancia privada”.⁴⁹ En otros trabajos hemos manifestado que

En México la corrupción es sistémica en el sentido de ser un problema de acción colectiva (*collective action problem*) según la definición de Persson, Rothstein y Teorell; ellos centran su atención en la teoría de la acción colectiva, en la que subrayan, refiriéndose a países con un alto nivel de corrupción; en tales contextos, se asemeja a un problema de acción colectiva: “Más específicamente, parece ser un problema de coordinación donde el equilibrio emerge de las expectativas compartidas sobre el comportamiento de los demás. La implementación de las reformas anticorrupción, por tanto, se convierte en un problema de acción colectiva”.⁵⁰

¿Actualmente te ha venido a visitar gente de la Delegación?
—“*Gracias a Dios, no. Antes era horrible, venían, y pues había que... ‘es que nada más tienes un bote de basura, y necesitas tres’, ‘ah, es que te falta no sé qué’. Aunque tuvieras todo bien, siempre le buscaban y encontraban un motivo para no sé qué. ‘Y la multa es de tanto, y te voy a clausurar’. Y tú haces todo para que no te clausuren, porque pierdes mucho tiempo en ir y arreglar todo. Y pues aprendí, pero había un señor, ya grande, que se molestó porque le pedí su identificación’.*
¿Se molestan si les pides identificación?

—“*Sí. Un día le dije que me presentara su identificación, me dijera de dónde venía y me diera su teléfono. Y que se enoja, y me recordó a toda la familia, y todavía me amenazó diciéndome: ‘En este momento voy a pedir que te clausuren’. Y pues sí, que me clausuren, pero usted identifíquese conmigo. Porque si no eran los trescientos, los doscientos, o no sé qué, y siempre querían dinero. En una ocasión me dijo: ‘Pues dame mil pesos y yo te doy el visto bueno de todo’ (pero es que todo está bien), y me salió, y a mis amigos, todos los que están por aquí, les platiqué, y vinieron y le dieron un billetito de cincuenta pesos. Y como todo es bajo el agua, yo se lo di y se fue muy contento. Cuando vio que eran cincuenta pesos, quiso regresar, pero vio a mis amigos y dijo: ‘No vuelvo a regresar, gracias’, todo enojado’.*

⁴⁹ Leslie Holmes, Robert, *¿Qué es la corrupción?*, México, Grano de Sal, 2019, p. 20.

⁵⁰ Ríos Granados, Gabriela, *op. cit.*, p. XX.

¿Y de dónde venía ése?

—“*De salubridad. Viene uno cada año, que tenemos que estar en... no recuerdo, pero siempre quieren dinero. Me venden un papel para ver si sí estamos en el registro de no sé qué, que no nos sirve para nada, pero cada año vienen y cada año quieren dinero. Eso también es un fastidio, porque ellos no saben que aquí estamos todo el día trabajando, que a veces comemos y a veces ni lo hacemos. Ellos llegan, y a ver, te doy el papel para que lo pegues y no te molesten, y me exigen que lo pegue, y no lo hago, y se enojan. Le hablo a mi contadora y ya ella me dice qué hacer. Pero si no, ella va al instituto donde me están solicitando algo y ella lo hace, sin necesidad de estar pague y pague a gente que nada más viene a extorsionar. Entre enero y febrero vienen los de ese papel*”.

(Mujer, 51 años, Benito Juárez, treita y tres años en el oficio, dueña).

¿Tuvieron que pagar algo para hacer los trámites?

—“*Sí, en la Delegación sí tuvieron que pagarse dos que tres «incentivos» para que esto se movilizara, porque la verdad sí es tedioso. Sí; la verdad, sí se dan incentivos, que no les quiero decir mordidas, pero sí*”.

(Mujer, 25 años, Iztapalapa, siete años en el oficio, dueña).

¿Cuáles son los beneficios de contar con los permisos para tener tu negocio?

—“*Una, que no te molesten. Y otra, que no vengan a tratar de pedirte sobornos*”.

(Hombre, no menciona edad, Benito Juárez, 25 años en el oficio, dueño).

—“*Nos roban y nos roban y nos roban... tienes que pagarle al gobierno por trabajar*”.

(Mujer, 38 años, Iztapalapa, tres días en el oficio, dueña).

Dado que la corrupción en México es sistémica y de acción colectiva, esta variable tiene una influencia significativa en la confianza débil del estilista o peluquero en las instituciones. De tal suerte, si no se fortalecen las instituciones con “anticuerpos” contra la corrupción, la confianza social débil seguirá imperando en el sector. En otros estudios hemos indicado que para resolver el fenómeno de la corrupción en México se requiere, entre

otros factores, un sistema robusto de rendición de cuentas;⁵¹ mientras no se cuente con dicho sistema, la confianza social seguirá siendo diluida.

3. *La confianza social débil y la informalidad*

¿Habías tenido algún otro tipo de negocio antes?
—“*Pues era más como vendedora ambulante... En Toluca... (vendía) paraguas, ropa... en la calle*”.
(Mujer, 43 años, veinte años en el oficio, dueña).⁵²

La confianza social débil en instituciones como en el SAT y la Prodecon también se manifiesta en la reproducción de la informalidad en este sector. En nuestra opinión, la confianza social diluida ha sido caldo de cultivo para la informalidad. La informalidad conduce a más informalidad en el sector.

En algunos testimonios encontramos que las estéticas y peluquerías son una buena salida para encontrar trabajo; sin embargo, la gente se incorpora a un mercado informal, lo que nos hace pensar que la informalidad se realimenta a sí misma; es decir, que gente que proviene de la informalidad termina reproduciendo la informalidad.

—“*Yo trabajé toda mi vida. Yo tuve un negocio de sopes, quesadillas, de vender caldo de camarón y guisados en los mercados de autos. Yo toda la vida he sido chambeadora*”.
(Mujer, 58 años, Iztapalapa, 16 años en el oficio, dueña).

La narrativa de esta persona nos deja ver que, aunque trabajó toda su vida en negocios informales, no ha sido suficiente para salir adelante, y ha tenido que vivir al día cuando por su edad debería estar planeando su retiro.

¿Has tenido algún otro negocio de otro tipo?
—“*Antes tuve una tortería... Mi hija me ayudaba a cuidarla, pero se casó, y ya tuve que quedarme y quitarla... era [un negocio] muy bueno, pero me dedico a una cosa o a la otra*”.
(Mujer, 61 años, Tlalpan, 34 años en el oficio, dueña).

⁵¹ *Ibidem*, p. 85

⁵² La entrevistada no mencionó en qué alcaldía trabajaba, pero señaló vivir en la alcaldía Álvaro Obregón.

4. *Comportamiento del contribuyente ante el sistema tributario: el control social*

¿Por qué no se ha inscrito?

—“*Por desidia*”.

(Hombre, 33 años, Iztapalapa, 13 años en el oficio, dueño).

Ortiz García y Portillo Navarro manifiestan que

...el control social se perfila como otra de las variables en el desarrollo de la moral fiscal y en el comportamiento de los individuos en esta materia. La percepción social sobre el grado de cumplimiento de las normas fiscales —o en un sentido más directo, sobre el fraude por parte de otros— guarda relación con el comportamiento tributario de los ciudadanos, ya que refleja cuestiones intrínsecas, sociales y personales de éstos.⁵³

Observamos esta actitud en un entrevistado, quien refirió que su negocio no está regularizado y no se ha dado de alta ante el SAT “*por desidia*”.⁵⁴ Esa desidia a la que refiere el entrevistado, síntoma de la actitud del contribuyente a defraudar, conlleva varios grados.

¿Por qué no te diste de alta?

—“*Porque no ha habido ocasión o no ha habido necesidad. Porque al ser adscrito, volvemos a lo mismo, tendríamos que ver qué es bueno para uno*”.

(Hombre, 66 años, Iztapalapa, 30 años en el oficio, dueño).

¿Qué ventaja tiene estar inscrito?

—“*Estar al corriente con lo que debe ser como ciudadano, se puede decir, y evitar por ejemplo problemas a futuro, que llegan a venir a inspeccionar, y cosas así*”.

(Mujer, 30 años, Tlalpan, 10 años en el oficio, dueña).

De acuerdo con Ortiz García y Portillo Navarro, la propensión del contribuyente a defraudar depende de la capacidad de maniobra para hacerlo

...siguiendo los más estrictos dictados del deber con la Hacienda Pública o materializando un fraude en cualquiera de sus formas. No obstante, el he-

⁵³ Ortiz García Pilar y Portillo Navarro, María José, *op. cit.*, p. 426.

⁵⁴ Hombre, 33 años, Iztapalapa, 13 años en el oficio, trabajador.

cho de que un contribuyente tenga una actitud permisiva hacia el fraude no implica inequívocamente que vaya a defraudar. Se deberían dar condiciones materiales (como la posibilidad de ocultar la renta) y morales (como la escasa percepción del sentido delictivo de la acción defraudadora).⁵⁵

En algunas narrativas se observa que los entrevistados sólo se darían de alta en Hacienda ante el riesgo de que cierren su estética; es decir, por temor al castigo. Por tanto, se aprecia que permanecen en la informalidad porque el Estado se los permite; la permisibilidad social también tiene peso en su decisión, pues además refieren que no tienen contemplado darse de alta. Se aprecia nítidamente que “la importancia de la legislación penalizadora y la percepción por parte de la población de la existencia de este riesgo por su incumplimiento son elementos moderadores en esta acción”.⁵⁶

5. *Apreciación de estéticas y peluquerías sobre la acción de la institucionalidad: Repeco y RIF*

—“*Si [he escuchado del RIF], es que el gobierno te quiere joder. A mí ni me interesa*”.

(Mujer, 58 años, Iztapalapa, 16 años en el oficio, dueña).

—“*Creo que es fácil, yo lo veo fácil. El problema es salirse de ahí, pero incorporarse es fácil*”.

(Hombre, 50 años, Iztapalapa, 25 años en el oficio, trabajador).

De acuerdo con North, “las instituciones son las reglas del juego en una sociedad o, más formalmente, son las limitaciones ideadas por el hombre que dan forma a la interacción humana. Por consiguiente, estructuran incentivos en el intercambio humano, sea político, social o económico. El cambio institucional conforma el modo en que las sociedades evolucionan a lo largo del tiempo, por lo cual es la clave para entender el cambio histórico”.⁵⁷ Partiendo de la noción de la institucionalidad de North, en este epígrafe se analizará

⁵⁵ Ortiz García, Pilar y Portillo Navarro, María José, *op. cit.*, p. 426.

⁵⁶ *Idem*.

⁵⁷ North C., Douglas, *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*, trad. Agustín Bárcena, México, Fondo de Cultura Económica, edición electrónica, 2014, col. Economía Contemporánea, p. 66.

la apreciación tanto del Repeco como del RIF, así como las reglas del juego que estableció el SAT para incorporar a los trabajadores informales a la formalidad mediante un programa de incentivos fiscales.

El Repeco de la anterior Ley del Impuesto sobre la Renta estaba dirigido a contribuyentes cuyos ingresos no superaran dos millones de pesos al año, quienes recibían facilidades administrativas para el cumplimiento de sus obligaciones fiscales. Como se ha dicho, el Repeco desapareció para ser sustituido por el RIF, cuestión que no advirtieron algunos de los entrevistados, como puede observarse en los siguientes párrafos:

—“*Ahora sí que yo me desconecté. Algo supe de que ya los que estábamos dados de alta como Repeco o algo así, que ya no íbamos a ser Repeco, que íbamos a tener otro régimen, pero yo ya no supe, yo me quedé hasta ahí*”.

(Mujer, 32 años, Benito Juárez, 10 años en el oficio, dueña).

¿Alguna vez sus clientes han llegado a pedir algún comprobante fiscal?

—“*Ninguno*”.

¿Y si lo llegasen a pedir, usted podría entregárselos?

—“*Sí, pero tendría que cobrar yo también el porcentaje*”.

¿Y qué tipo de comprobante le daría?

—“*Una nota de remisión*”.

(Hombre, 50 años, Iztapalapa, 25 años en el oficio, trabajador).

¿A usted le parece bien que tenga que estar pagando?

—“*Ah, sí*”.

¿No le ve ninguna desventaja?

—“*No, pues si estás en regla, estás mucho mejor*”.

(Hombre, 50 años, Iztapalapa, 25 años en el oficio, trabajador).

En los anteriores testimonios observamos que las autoridades fiscales no han dado seguimiento al cumplimiento de las obligaciones tributarias en el RIF. Y un síntoma de esto es la confusión que existe entre los contribuyentes, quienes ignoran si tributan en el RIF o en el Repeco. También se aprecia la desinformación que priva entre los contribuyentes acerca de su situación fiscal.

Un claro ejemplo de estas confusiones se refiere al caso del IVA, el cual no cobran, y en vez de elaborar facturas entregan notas de remisión. Recordemos que el IVA es un impuesto que grava todas las fases de producción de un bien o servicio, trasladándose al consumidor final, por lo que su monto debe reflejarse siempre en el precio del bien o servicio, como lo establece la Ley del IVA.

Algunos entrevistados sí tuvieron conocimiento del paso de un régimen a otro; sin embargo, la transición no fue clara ante los contribuyentes, pues muchos estilistas y peluqueros no entendieron el cambio ni sus implicaciones y beneficios.

De acuerdo con la literatura, la acción institucional promueve o desalienta la informalidad. En este sentido, la burocracia del SAT no favorece que peluqueros y estilistas tengan una percepción positiva de la tributación, a pesar de la intensa campaña de difusión que el SAT y la Prodecon emprendieron durante los primeros años de vigencia del RIF. Los testimonios aquí analizados mostraron que no hubo mucha orientación para realizar los trámites ante el SAT.

—“Yo de eso desconozco mucho, y me desespera. El día que yo fui al SAT fue un ‘despapaye’, porque yo tengo las notas y no las doy; otros compañeros decían que nos iban a salir más caras las notas que el ‘chicle’ que vendemos. Ahí el contador me dijo que no hay problema, pero que si llega a venir una persona, esto va para abajo... Lo que sí, es que la otra vez mi vecina me dijo que si ya me habían venido a ver los del Seguro. Ésos sí vienen con todo y no te perdonan nada... Entonces, el contador está investigando los trámites que tengo que realizar”.

(Mujer, 37 años, Tlalpan, 21 años en el oficio, dueña.)

Esto significa que, para algunos entrevistados, parecen ser más costosos los trámites administrativos y el cumplimiento tributario que el simple giro de la estética. En ese mismo sentido, no saben cómo realizar un trámite ante el SAT.

Y bueno, ¿usted ha realizado algún trámite ante la Secretaría de Hacienda, el SAT?

—“¿Quieres que te diga una cosa? Si sé, pero es un asco, no me interesa, y si quieren cerrar, pues que cierren. Digo, ¿cómo se llama el de Hacienda? ¿Este gordo que parece salchicha? Yo algo de lo que admiro de los europeos, de los turcos, de los musulmanes, es que tienen panta-

lones. Pero aquí el mexicano no repela hasta que se está muriendo de hambre: el rico más rico, y el pobre más pobre”.

(Mujer, 58 años, Iztapalapa, 16 años en el oficio, dueña).

Es evidente que la acción institucional del SAT no ha tenido un impacto positivo en este sector.

—“*Uno está cautivo aquí, uno está con el cuello amarrado. El que no vengan a molestarte por este tipo de cuestiones fiscales es la única ventaja, que no me vayan a perseguir...*”.

(Mujer, 46 años, Benito Juárez, más de diez años en el oficio, dueña).

La falta de planeación financiera es un tema recurrente entre los entrevistados, pues en algunos casos refirieron “*andar endrogándose con las tarjetas, porque hay que pagar colegiaturas*” en vez de, por ejemplo, solicitar créditos para emprendedores, pues el RIF incluía apoyos económicos para quienes se incorporaran a él, tanto para la adquisición de mobiliario como de equipo electrónico para el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Incluso se observó que algunas personas no advierten ventaja alguna en el hecho de pagar impuestos, pues tienen la percepción de que quienes deberían pagar más no lo hacen; es decir, que el sistema tributario mexicano es injusto.

—“*Una no es un gran empresario, es un pequeño negocio. Los que deberían pagar más, no pagan... No es parejo, en el país no está parejo el asunto. Aquí se tiene al pueblo sometido y bien agarrado, y los grandes contribuyentes, éstos sí no pagan. No estoy contenta, pero pues no tengo de otra, es mi trabajo y tengo que seguir adelante*”.

(Mujer, 46 años, Benito Juárez, más de diez años en el oficio, dueña).

Schmolders,⁵⁸ pionero en este tipo estudios, ha demostrado que la acción cooperativa de los contribuyentes es más eficaz que los sistemas tributa-

⁵⁸ De acuerdo con el autor, “tax enforcement is a behavioural problem and any success depends upon co-operation: this means not so much individual tax resistance but not for the hostility of the group or everybody concerned”. *Cfr.* Schmolders, Gunter, “Survey Research in Public Finance, a Behavioural Approach to Fiscal Policy”, *Public Finance*, 25, 1970, pp. 300-306.

rios muy duros o muy débiles, de forma que se obtienen mejores resultados con medidas de control más balanceadas para incentivar el pago de impuestos. Los hallazgos de Schmolders nos llevan entonces a intuir que la falta de acciones cooperativas en México podría ser un factor que incide en la baja cultura contributiva en el país.

Lo anterior explica el poco interés que mostraron los entrevistados en el RIF. De las entrevistas semiestructuradas se desprende que algunos de los peluqueros y estilistas conocieron el RIF por los medios de comunicación masiva. Algunos manifestaron tributar en dicho régimen, y algunos otros, aunque sabían del RIF, no se inscribieron en él, como se aprecia a continuación:

—“*Si [he escuchado del RIF], es que el gobierno te quiere joder. A mí ni me interesa.*”

¿Conoce usted el régimen en el que está dada de alta?

—“*Para qué, tendría que dar todo, ya no tiene caso. Este México ya valió, sólo los narcos y los políticos tienen lana. Si yo ganara como debería ser, yo ya estaría en otro lado*”.

(Mujer, 58 años, Iztapalapa, 16 años en el oficio, dueña).

—“*Nos sacan hasta la huella de la pupila de los ojos y las marcas digitales... Yo habría preferido seguir pagando en la Tesorería, porque uno se bloquea de tanta nota*”.

(Mujer, 71 años, Iztapalapa, más de cincuenta años en el oficio, dueña).

Como puede observarse, estas estilistas externalan su apatía por el RIF, lo que denota que la acción institucional no ha funcionado.

6. *La institucionalidad en la formalidad de la factura fiscal*

—“*Porque como tengo que sacar facturas, tengo que subir el costo, para lo del IVA. Ya no les conviene, y a mí tampoco, porque en el momento en que yo pido factura de mis productos, me cobran el IVA. Una vez que pedí, me subieron casi mil pesos. Entonces, el problema es que tengo que subirle al producto para yo solventar el IVA, y al cliente se le hace muy caro, y ya no le conviene, y a mí tampoco me conviene*”.

(Hombre, 44 años, Iztapalapa, 11 años en el oficio, dueño).

El sistema tributario mexicano se caracteriza por ser excesivamente formal. Es decir que se requiere cumplir una serie de requisitos formales para concretar una deducción, en contraste con países como Estados Unidos y España, donde impera el principio de la buena fe del contribuyente, arraigada en el fuerte control social del pago de contribuciones. En este sentido, observamos que algunos de los entrevistados sólo expiden factura a petición de los clientes. Si los clientes no la piden, los estilistas o peluqueros no la entregan. Incluso, uno de los entrevistados hizo alusión a que, por la confianza mutua, sus clientes no piden factura. Lo mismo ocurre en la compra de tintes y productos de belleza, pues muchas veces no solicitan factura a sus proveedores.

No obstante, algunas marcas profesionales (Paul Michel, Revlon, L'Oreal, Saller, etcétera) sí exigen que estilistas y peluqueros estén dados de alta ante el SAT y lleven un control de las facturas. Una entrevistada señaló que acude directamente con el proveedor para comprar sus productos de belleza porque éstos le expiden factura, y además le otorgan créditos por la compra de productos.

—“Ahorita no he expedido ninguno, porque nadie me lo pide. Pero pues nada más le hablaría a la contadora, le pasaría los datos, y ella se encarga.”

(Hombre, 44 años, Iztapalapa, 11 años en el oficio, dueño).

Se observa así que el costo de oportunidad para emitir facturas o solicitarlas no es muy alto. Algunos ejemplos dan muestra de ello, porque varios entrevistados manifestaron adquirir sus productos en la calle de Alhóndiga, en el Centro Histórico de la Ciudad de México, porque es más barato, aunque no todos los establecimientos expiden factura.

Por otro lado, se ha observado que el sistema tributario mexicano referido al ISR y al IVA permite al contribuyente emitir o no facturas, cuando por ley deberían emitirlos por cualquier actividad económica que realicen. Es común encontrar que peluqueros, estilistas y proveedores emiten facturas, o no, según lo exijan las circunstancias. Es decir, el *ser* del sistema tributario es muy distinto al *deber ser*, dado que la emisión de facturas no es algo opcional o potestativo para los obligados tributarios, sino una obligación fiscal.

En las entrevistas se observó que en México es muy común que el precio de los productos no incluya el IVA, como establece la ley. Los comerciantes usualmente no indican el precio con el IVA incluido. Lo anterior denota un problema estructural grave, pues la no emisión de facturas es

una forma de evadir el pago de impuestos. Más aun, esta circunstancia es de conocimiento de las autoridades fiscales y, sin embargo, no parece que actúen al respecto.

V. CONCLUSIONES

En México se ha explorado poco el sector de estéticas y peluquerías desde la perspectiva de la sociología fiscal, la antropología o la psicología, que permitan evaluar los comportamientos del contribuyente.

Gracias a estas narrativas confirmamos que el pago de impuestos en la Ciudad de México —al menos en el sector estudiado— no es relevante, y un síntoma de esta situación es que en los testimonios se destacó que las personas estilistas o peluqueras no están familiarizadas con el pago de sus contribuciones, como sí lo están con el pago del alquiler de la estética o de los servicios de luz y agua. En este sentido, concluimos que para ellos no es un tema aspiracional ser contribuyente. Por el contrario, las narrativas del contribuyente muestran frustración, enojo y desaliento. También se aprecia que es necesario construir confianza, tanto en las relaciones con las autoridades fiscales como en las que los contribuyentes entablan con su contador.

Las personas parecen no interesarse por los programas fiscales ni por las facilidades administrativas que ofrece el gobierno, pero paradójicamente esperan que el gobierno los ayude económicamente. En otras palabras, los peluqueros y estilistas entrevistados mostraron apatía frente a la acción institucional del Estado, y en algunos casos perciben la inequidad del sistema tributario, que parece beneficiar a los que más tienen.

Asimismo, se observó la ausencia de un proceso social en las personas tras la implantación del RIF; es decir, no hubo un cambio de comportamiento del contribuyente frente al pago de sus contribuciones, lo cual refuerza la idea de la ruptura de la confianza social entre el contribuyente y la administración tributaria.

De estos hallazgos podemos advertir que, en efecto, la cultura contributiva es la base para generar una relación cooperativa entre la administración tributaria y los contribuyentes; al mismo tiempo, la confianza es una variable muy valorada por los estilistas y peluqueros en nuestra cultura contributiva.

La construcción de confianza sigue siendo una asignatura pendiente en la relación jurídica tributaria, que no se resolverá con leyes más severas sino a través del acercamiento de la autoridad tributaria con los peluqueros y estilistas. De igual manera, es necesario reforzar la acción institucional para

generar confianza en las autoridades gubernamentales, que no parece estar arraigada en la Ciudad de México.

Es importante que las autoridades fiscales enfoquen su atención en las redes sociales cercanas a los estilistas y peluqueros para generar incentivos y crear una relación positiva para el pago de las contribuciones.

VI. BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ-GAYOU JUGERSON, Juan Luis, *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*, México, Paidós Ecuador, 2016.
- CASTAÑEDA RODRÍGUEZ, Víctor Mauricio, “La moral tributaria en América Latina y la corrupción como uno de sus determinantes”, *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, México, nueva época, año LX, núm. 224, mayo-agosto de 2015.
- DELGADO LOBO, María Luisa *et al.*, “La educación fiscal en España”, documento núm. 29/05, Madrid, Instituto de Estudios Fiscales, 2001.
- FUKUYAMA, Francis, *Trust: Human Nature and the Reconstitution of Social Order*, Nueva York, A Free Press Paperbacks Book, 1995.
- GARCÍA-JURADO, Alberto, *Globalización y cultura. Un análisis de los factores culturales clave para el éxito de los países y las organizaciones en el entorno global de negocios del siglo XXI*, México, Cultural Integration Consultants, 2001.
- GIACHI, Sandro, “Dimensiones sociales del fraude fiscal: confianza y moral fiscal en la España contemporánea”, *Revista Española de Investigación Sociológica*, Madrid, núm. 145, enero-marzo de 2014.
- GOENAGA RUIZ DE ZUAZU, María, “Medidas sociales para combatir el fraude fiscal en España”, documento de trabajo 184, Madrid, Fundación Alternativas, 2014.
- GÓMEZ GALLARDO, Luz Marina y MACEDO BULEJE, Julio César, “La difusión de la cultura tributaria y su influencia en el sistema educativo peruano”, *Investigación Educativa*, Lima, Sistema tributario y educación, vol. 12, núm. 21, enero-junio de 2008.
- HETHERINGTON, Marc J. y GLOBETTI, Suzanne, “Political Trust and Racial Policy Preference”, *American Journal of Political Science*, Estados Unidos, vol. 46, núm. 2, abril 2002.
- HOFSTEDE, G. H., *Culture Consequences: International Differences in Work-Related Values*, Londres, SAGE Publications, 1984.
- LESLIE HOLMES, Robert, *¿Qué es la corrupción?*, México, Grano de Sal, 2019.

- LEWIS, A., *The Psychology of Taxation*, Oxford, Reino Unido, Martin Robertson, 1982.
- LUHMANN, Niklas, *Confianza*, México, Universidad Iberoamericana-Anthropos.
- MAKSVYTIENĖ, Inga y ŠINKŪNIENĖ, Kristina, “Identification and Estimation of the Influence of General Macroeconomic Factors on Changes in Country’s Tax Culture”, *Ekonomika*, Ucrania, vol. 91, núm. 2, 2012.
- MÉNDEZ PEÑA, María *et al.*, “Cultura tributaria y contribuyentes: datos y aspectos metodológicos”, *Fermentum*, Caracas, año 15, núm. 44, septiembrediciembre de 2005.
- NERRE, Birger, “Tax Culture: A Basic Concept for Tax Politics”, *Economic Analysis & Policy*, vol. 38, núm. 1, marzo de 2008.
- NORTH C., Douglass, *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*, trad. Agustín Bárcena, México, Fondo de Cultura Económica, edición electrónica, 2014.
- ORTIZ GARCÍA, Pilar y PORTILLO NAVARRO, María José, “Moral fiscal en el contexto de crisis socioeconómica en España”, *Política y Sociedad*, Madrid, núm. 55, vol. 2, 2018.
- QUINTANILLA GAVILÁNEZ, Jorge, “La universidad en la cultura tributaria”, *Retos*, Quito, año 2, núm. 3, 2012.
- RÍOS GRANADOS, Gabriela, *El control del gasto público: una visión comparada México-Francia*, México, Thomson-Reuters, 2019.
- RIVERA, Roy y SOJO, Carlos, “Cultura tributaria”, en *El sistema tributario costarricense. Contribuciones al debate nacional*, San José, Contraloría General de la República, 2002.
- ROBLES ROBLES, Armando, “Cultura Tributaria. Algunas pautas a seguir en su creación”, exposición hecha el 10 de mayo de 2002, en la sede de la Asociación Nacional de Empleados Públicos y Privados (ANEP), en la mesa redonda sobre Cultura Tributaria, celebrada en el marco del Pacto Fiscal. Proceso para el análisis y propuesta tributaria del Movimiento Social ANEP, Costa Rica, 2002, disponible en: www.democraciadigital.org/etc/arts/0206cultura.html.
- SCHMOLDERS, Gunter, “Survey Research in Public Finance a Behavioural Approach to Fiscal Policy”, *Public Finance*, 25, 1970.
- SLEMROD Joel, “Trust in Public Finance”, Working Paper 9187, septiembre de 2002, disponible en: www.nber.org/papers/w9187.
- TORGLER, Benno y MURPHY, Kristina, “Tax Morale in Australia: What Shapes it and Has it Changed Over Time?”, *Journal of Australia Taxation*, vol. 7, núm. 2, 2004.

UNESCO, “Cultura y desarrollo: ¿una respuesta a los desafíos del futuro?”, simposio organizado en el marco de la 35a. reunión de la Conferencia General de la UNESCO en cooperación con Sciences Po, con el apoyo del gobierno del Reino de España, París, 10 de octubre de 2009, disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001876/187629s.pdf>.

VALERO, Mary Thais *et al.*, “Ética y cultura tributaria en el contribuyente”, *DAENA: International Journal of Good Conscience*, México, Spenta University México, vol. 5, núm. 1, s. a.

ZAFAR, Ilyas, “Evolution of Tax Culture in Pakistan”, Pakistán, Zafar y Asociados, 2007, disponible en: www.hg.org/article.asp?id=4917.