

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**“ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA
PARA EL FOMENTO DE LA CULTURA TRIBUTARIA
EN LOS ESTUDIANTES DEL NIVEL PRIMARIO”.**

Trabajo de Tesis

Presentado por:

JOSÉ FERNANDO BOLAÑOS BRAN

Previo a optar al Título de:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor

Licenciado Walter Contreras

Guatemala, octubre de 2008

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

Lic. Gustavo Bracamonte Cerón

Consejo Directivo

Representante Docente

Lic. Julio Moreno

Representante de los Egresados

Lic. Ramiro MacDonald Blanco

Representantes Estudiantiles

Edgar Hernández Castro

Oscar Estevens Mencos

Secretario

Lic. Axel Santizo

Tribunal Examinador

Lic. Walter Contreras

M.A. Oscar René Paniagua

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Jairo Alarcón

Lic. Ismael Aníbal Avendaño

M.A. Elías Barahona (suplente)



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 18 de noviembre de 2005
Dictamen Aprobación 290-2005
CT-AKMG/lg

Señor:
José Fernando Bolaños Bran
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio.

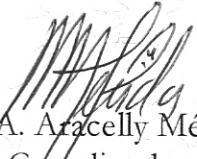
Estimado señor Bolaños:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el punto 2.2 el punto DOS del Acta 14-2005, de sesión celebrada el 18 de noviembre de 2005.

“DOS 2.2. Comisión de Tesis ACUERDA: a) Aprobar al estudiante José Fernando Bolaños Bran. Carné 9319010 el proyecto de tesis Propuesta de estrategia de comunicación para el fomento de la cultura tributaria en los estudiantes del nivel primario b) Nombrar como asesor (a) a Lic. Walter Contreras Alemán”

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora
Comisión de Tesis



AKMG/lg
cc. Comisión de Tesis



Guatemala, 19 de agosto de 2008.
ECC 855-08

Señor (a) (ita)
José Fernando Bolaños Bran
Esc. De Ciencias de la Comunicación

Estimado (a) Señor (a) (ita):

Para su conocimiento y efectos me permito transcribir lo acordado por El Consejo Directivo, en el Inciso 8.16 del Punto OCTAVO del Acta No. 18-08 de sesión celebrada el 14-08-08.

“OCTAVO:...8.16...El Consejo Directivo, con base en el dictamen favorable y lo preceptuado en la Norma Séptima de las Normas Generales Provisionales para la elaboración de Tesis y Examen Final de Graduación vigente, ACUERDA: 1) Nombrar a los profesionales: Lic. Walter Contreras (Presidente), M.A. Amanda Ballina Talento y M.A. Oscar René Paniagua, para que integren el Comité de Tesis que habrá de analizar el trabajo de tesis del (a) estudiante **JOSÉ FERNANDO BOLAÑOS BRAN**, Carné No. 9319010, cuyo título es: “PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL FOMENTO DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN LOS ESTUDIANTES DEL NIVEL PRIMARIO”. El comité contará con quince días calendario a partir de la fecha de recepción del proyecto, para dictaminar acerca del trabajo”.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Lic. Axel A. Santizo E.
Secretario





Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

APROBACIÓN TERNA REVISORA

Guatemala, 8 de septiembre de 2008

Señores
CONSEJO DIRECTIVO
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio M2
Ciudad Universitaria, zona 12

Distinguidos señores:

Por este medio informamos a ustedes que el estudiante **JOSÉ FERNANDO BOLAÑOS BRAN**, carné **93-19010**, ha realizado las correcciones y recomendaciones al TRABAJO DE TESIS, cuyo título es:

"ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA PARA EL FOMENTO DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN LOS ESTUDIANTES DE NIVEL PRIMARIO".

En virtud de lo anterior, se emite **DICTAMEN FAVORABLE**, a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

Atentamente,

M.A. Amanda Ballina Talento
Miembro Comisión Revisora

ID Y ENSEÑAD A TODOS

M.A. Oscar René Paniagua
Miembro Comisión Revisora

Lic. Walter Contreras
Presidente Comisión Revisora

Copia: archivo



Guatemala, 02 de octubre de 2008.
ECC 1,150-08

Señor (a) (ita)
José Fernando Bolaños Bran
Esc. De Ciencias de la Comunicación

Estimado (a) Señor (a) (ita):

Para su conocimiento y efectos me permito transcribir lo acordado por El Consejo Directivo, en el Inciso 5.1 del Punto QUINTO del Acta No. 22-08 de sesión celebrada el 25-09-08.

“QUINTO:...5.1...El Consejo Directivo, ACUERDA: a) Aprobar el trabajo de tesis titulado: “ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA PARA EL FOMENTO DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN LOS ESTUDIANTES DE NIVEL PRIMARIO”, presentado por el (la) estudiante **José Fernando Bolaños Bran**, Carné No. 9319010, con base en el dictamen favorable del comité de tesis nombrado para el efecto; b) Se autoriza la impresión de dicho trabajo de tesis; c) se nombra a los profesionales: Lic. Jairo Alarcón, Lic. Ismael Aníbal Avendaño y M.A. Elías Barahona (suplente), para que con los miembros del Comité de Tesis, Lic. Walter Contreras (Presidente), M.A. Oscar René Paniagua y M.A. Amanda Ballina Talento, para que integren el Tribunal Examinador y d) Se autoriza a la Dirección de la Escuela para que fije la fecha del examen de graduación.”

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Lic. Axel A. Santizo F.
Secretario



AASF/csg

DEDICATORIAS

- A DIOS** Por concederme la gracia de la vida.
- A JESUCRISTO** Por ser mi guía y mi guarda.
- AL ESPIRITU SANTO** Por ser la luz que me acompaña.
- A LA VIRGEN MARIA** Por ser Madre de consuelo y fortaleza.
- A MI ESPOSA KARLA** Porque no tengo palabras para agradecer todo lo que has hecho por mí. Bendito el camino que me trajo contigo, te amo.
- A MIS HIJAS** Bárbara y María Fernanda, por ser mi orgullo, mi vida, mi razón de existir y de superarme. Gracias por llenar de alegría cada día de mi vida.
- A MIS PADRES** Angel y Olga, por darme el ejemplo, el amor y la disciplina necesaria para ser un hombre de bien. Los amo y que Dios los bendiga.
- A MIS HERMANAS** Marielos, Olga, Ana Lucrecia e Irma, por su cariño y apoyo incondicional. Mil gracias.
- A MIS ABUELITAS** Zoila y Alicia (Q.E.P.D.), por sus cuidados, su amor, sus consejos y su bendición. Las amo y las extraño.
- A MIS SUEGROS** Manuel y Olga, por su ejemplo, sus consejos y apoyo. Gracias por permitirme ser su “otro hijo”.
- A MIS CUÑADOS** Erick y Cristian, por ser ejemplo de profesionales y hermanos. Mi cariño y mi respeto.
- A MI FAMILIA** Por su apoyo moral y espiritual.
- A MIS COMPAÑEROS** Jorge, Susan, Ana Lucía y a todos aquellos que formaron parte de mi vida académica y que sin su apoyo no habría podido culminar mi carrera. Gracias.
- A MIS AMIGOS** Juan Pablo, Julio, Marito y Mario, por su amistad y hermandad, porque sé que siempre puedo contar con ustedes.
- EN ESPECIAL** A mi asesor Walter, a la guía de Aracelly, para poder concluir mi etapa académica e iniciar mi carrera profesional.

***Para los efectos legales
únicamente el autor es
responsable del contenido***

ÍNDICE GENERAL

	Página
Resumen	11
Introducción	13
1. MARCO CONCEPTUAL	
1.1 Título del tema	15
1.2 Antecedentes	15
1.3 Justificación	16
1.4 Planteamiento del problema	17
1.5 Alcances y límites	19
2. MARCO TEÓRICO	
2.1 Educación y cultura tributaria	
2.1.1 <i>Educación</i>	20
2.1.2 <i>Cultura</i>	22
2.1.3 <i>Tributación</i>	25
2.1.4 <i>Educación y cultura tributaria</i>	28
2.2 Estrategias de Comunicación Educativa	
2.2.1 <i>Estrategia</i>	35
2.2.2 <i>Comunicación</i>	38
2.2.3 <i>Enseñanza-aprendizaje</i>	43
2.2.4 <i>Estrategias de comunicación</i>	45
2.2.5 <i>Comunicación educativa</i>	51
2.2.6 <i>Estrategias de comunicación educativa</i>	53
2.3 Programas y proyectos de fomento de la educación y cultura tributaria en Latinoamérica	62
2.3.1 <i>Argentina: Programa de Educación Tributaria</i>	63
2.3.2 <i>Bolivia: Programa de Educación Tributaria (PET)</i>	64
2.3.3 <i>Brasil: Programa Nacional de Educação Fiscal (PNEF)</i>	65
2.3.4 <i>Chile: Sitio Web Siieduca</i>	66
2.3.5 <i>Colombia: Plan de Estudios, Metodología y Didáctica para la Formación Escolar</i>	68
2.3.6 <i>Guatemala: Programa de Educación Tributaria</i>	69
2.3.7 <i>Honduras: Programa de Educación Fiscal (PEF)</i>	71
2.3.8 <i>México: Programa de Civismo Fiscal</i>	72
2.3.9 <i>Nicaragua: Proyecto de Fomento de la Educación Tributaria</i>	73

2.3.10	<i>Paraguay: Campaña de Educación Tributaria “Exigí, Juntá y Ganá”</i>	73
2.3.11	<i>Perú: Programa de Educación Tributaria y Aduanera (PETA)</i>	74
2.3.12	<i>República Dominicana: Programa de Educación Tributaria</i>	75
2.3.13	<i>Uruguay: Programa de Educación para la Ciudadanía Participativa y Responsable</i>	76
2.3.14	<i>Venezuela: Proyecto de Educación Tributaria</i>	76
3.	MARCO METODOLÓGICO	
3.1	Método o tipo de investigación	78
3.2	Objetivos	78
3.3	Técnica	79
3.4	Universo	80
3.5	Muestra	80
4.	MARCO OPERATIVO	
4.1	Diagnóstico de estrategias de comunicación educativa para el fomento de la educación y cultura tributaria ejecutadas en Latinoamérica	81
4.1.1	<i>Programas y proyectos de educación y cultura tributaria orientados al Modelo con énfasis en el Contenido</i>	81
4.1.2	<i>Programas y proyectos de educación y cultura tributaria orientados al Modelo con énfasis en el Efecto</i>	97
4.1.3	<i>Programas y proyectos de educación y cultura tributaria orientados al Modelo con énfasis en el Proceso</i>	123
4.2	Análisis comparativo de estrategias de comunicación educativa para el fomento de la educación y cultura tributaria en Latinoamérica	130
4.2.1	<i>Análisis comparativo institucional</i>	130
4.2.2	<i>Análisis comparativo estratégico</i>	132
4.2.3	<i>Análisis comparativo metodológico</i>	136
4.2.4	<i>Análisis comparativo modular</i>	138
4.2.5	<i>Análisis comparativo situacional</i>	139
	Conclusiones	141
	Recomendaciones	144
	Bibliografía	145
	ANEXOS	158

RESUMEN

TÍTULO	“Análisis de estrategias de comunicación educativa para el fomento de la Cultura Tributaria en los estudiantes del nivel primario”
AUTOR	José Fernando Bolaños Bran
UNIDAD ACADÉMICA	Escuela de Ciencias de la Comunicación
UNIVERSIDAD	San Carlos de Guatemala
PROBLEMA INVESTIGADO	¿Por qué en Guatemala se ponen en práctica estrategias de comunicación educativa para el fomento de la cultura tributaria en los estudiantes del nivel primario desarrolladas en otros países de Latinoamérica?

PROCEDIMIENTO PARA OBTENER LA INFORMACIÓN

Se obtuvo información bibliográfica de los programas y proyectos de educación y cultura tributaria de las Administraciones Tributarias de Latinoamérica en la subgerencia de Comunicación Social Externa y la subgerencia de Cultura Tributaria, de la Superintendencia de Administración Tributaria -SAT- de Guatemala. También se consultaron páginas de internet, tanto de las Administraciones Tributarias de Latinoamérica, como de instituciones nacionales e internacionales relacionadas y especializadas en materia tributaria y educativa; y de información en materia de educación y estrategias de comunicación educativa.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

El objetivo final común que persiguen todas las Administraciones Tributarias, incluida Guatemala, con el desarrollo y ejecución de programas y proyectos de fomento de la educación y cultura tributaria en estudiantes del nivel primario, es aumentar la recaudación tributaria a través de la concienciación, promoción y educación de los estudiantes del nivel primario como “futuros contribuyentes”.

Como conclusión se puede afirmar que a pesar de que en Guatemala se ponen en práctica y no se desarrollan estrategias de comunicación educativa propias para el fomento de la educación y cultura tributaria, existe un alto grado de convergencia entre los objetivos, problemas, prioridades, ámbitos educativos de aplicación y modelos de estrategia entre los programas y proyectos de desarrollados en otros países de Latinoamérica, a pesar de contar con contextos socioeconómicos, políticos, educativos, legislativos y culturales diferentes. Además se pudo comprobar que esta convergencia facilita el proceso de ejecución y coadyuvan a minimizar posibles errores basados en las experiencias previas; reducir el tiempo invertido en investigación y prueba; propiciar el intercambio de experiencias y resultados entre los países de Latinoamérica y el establecimiento de un objetivo final común, como lo es aumentar la recaudación tributaria a través de la concienciación, promoción y educación de los estudiantes del nivel primario como “futuros contribuyentes”.

INTRODUCCIÓN

Una parte integral de los valores cívicos y ciudadanos es el conocimiento de los principios básicos de la recaudación tributaria y la importancia que tiene para el desarrollo del país, el pago de los impuestos. El fomento de estos valores permite a largo plazo que la orientación cívica de los estudiantes de nivel primario, se dirija como futuros ciudadanos, hacia el cumplimiento conciente y la aceptación responsable de las obligaciones tributarias. La educación, como principal formadora de cultura, proporciona los conocimientos necesarios para la formación de ciudadanos solidarios, libres y responsables, y dentro de esa formación se encuentran los valores cívicos y ciudadanos, así como sus derechos y obligaciones dentro de la sociedad. Para garantizar que esta formación educativa logre efectivamente la comprensión y asimilación de los conceptos básicos de la tributación y la importancia del pago de impuestos, debe iniciarse desde el nivel primario, porque los niños comprendidos entre los 6 y 12 años tienen una extraordinaria capacidad de aprendizaje, análisis y comprensión.

La formación tributaria, dentro de la educación de nivel primario, debe adecuarse a las leyes y normas vigentes relacionadas con el Sistema Educativo Nacional y responder a las necesidades del Estado y de las Instituciones involucradas en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Para ello se definen tanto la educación, como la cultura y la tributación, para concatenar conceptos claros que permiten analizar las estrategias educativas y de comunicación en materia tributaria tanto a nivel nacional, como latinoamericano.

Al haber establecido que el conocimiento de los principios básicos de la recaudación tributaria y la importancia del pago de impuestos para el desarrollo del país, forman parte integral de los valores cívicos y ciudadanos de una sociedad, se destaca que sólo a través de la educación, especialmente en los niños del nivel primario, es posible considerar que en el futuro la cultura tributaria se encamine plenamente al ejercicio de los derechos ciudadanos, la aceptación

responsable de las obligaciones tributarias y el cumplimiento voluntario. Para crear e implementar programas, proyectos y estructuras educativas orientadas hacia la educación tributaria, es necesario considerar que, gracias al continuo proceso evolutivo de la educación en Guatemala, desde sus inicios precolombinos hasta el nuevo milenio, es posible el desarrollo, la modernización y actualización permanente del sistema educativo nacional, además la inclusión, la participación, la multiculturalidad y el plurilingüismo, de acuerdo con la realidad nacional.

Este desarrollo educativo no solo es producto de su evolución en sí, sino de la investigación científica, pedagógica, humana, social y conductual; de la creación y promulgación de leyes que definen, protegen y establecen la educación como un derecho ciudadano y una obligación del Estado; del establecimiento de programas y proyectos para el desarrollo de los niños tanto en el ámbito de la educación formal como en la informal y a nivel urbano y rural. Todos estos factores coadyuvan a la creación de cultura, una cultura tributaria orientada al cumplimiento de las obligaciones fiscales, que genera conciencia en los niños como ciudadanos en formación, de la importancia del pago de impuesto como la principal herramienta para el desarrollo económico y social de Guatemala.

La formación de conciencia ciudadana, es de suma importancia para el desarrollo de la sociedad, tanto en el ámbito de la convivencia como en el de la responsabilidad social, por ello se realiza este análisis de las diferentes estrategias de comunicación educativa para el fomento de la educación tributaria en estudiantes de educación primaria, realizadas por la mayoría de países de Latinoamérica. Este análisis presenta un diagnóstico de situación que resume los puntos convergentes de los programas; una evaluación de estrategias a través de cuadros comparativos de similitudes y diferencias con lo implementado en Guatemala, para finalmente concluir con la factibilidad de adopción y ejecución, revisión de contenidos y medición de logros en la aplicación de dichas estrategias en el ámbito educativo y fiscal.

1. MARCO CONCEPTUAL

1.1 TÍTULO DEL TEMA

“ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA PARA EL FOMENTO DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN LOS ESTUDIANTES DEL NIVEL PRIMARIO”

1.2 ANTECEDENTES

Históricamente, el pago de impuestos era considerado como una obligación ciudadana ineludible bajo el riesgo de castigo por parte del ente recaudador (*Cacique, Sacerdote, Señor Feudal, Realeza, etc.*). Dicha obligación, siempre generó rechazo entre los ciudadanos por su carácter coercitivo y sus consecuencias económicas directas, ya que no obtenían ningún beneficio por el pago de los mismos.

En la actualidad, el pago de impuestos es el mecanismo que provee al Estado de recursos financieros, que le permiten prestar los servicios públicos para cumplir con sus obligaciones en beneficio del desarrollo social de sus ciudadanos. Pero, la inadecuada utilización de los recursos, la desinformación ciudadana y la situación económica del país, han generado en los ciudadanos un rechazo hacia el pago de impuestos. Dicho rechazo, ha generado una cultura tributaria orientada hacia el incumplimiento de las obligaciones tributarias, la cual se manifiesta en la evasión y elusión fiscal y los bajos niveles de recaudación.

Para reorientar la percepción ciudadana de los impuestos de una obligación coercitiva y punitiva, hacia una contribución consciente y un deber ciudadano, es necesario crear programas y estrategias de comunicación educativa para el fomento de la educación tributaria, que brinden a los ciudadanos los conceptos básicos de la recaudación y la importancia del cumplimiento de las obligaciones tributarias para el desarrollo del país.

1.3 JUSTIFICACIÓN

La importancia de fomentar la cultura tributaria en los estudiantes de nivel primario radica en que, la educación como base de la cultura, proporciona los conocimientos necesarios que forman al futuro ciudadano y lo preparan para su desenvolvimiento social. Dentro de esa formación se encuentran los valores cívicos y ciudadanos, así como sus derechos y obligaciones, como lo son los principios básicos de la recaudación tributaria y la importancia del pago de impuestos. Lo que permitirá en el futuro que su orientación cívica y ciudadana se dirija hacia el cumplimiento consciente y la aceptación responsable de sus obligaciones tributarias

Para las Ciencias de la Comunicación, la importancia del tema radica en que es necesario utilizar los canales adecuados de comunicación educativa, para que el mensaje que se desea transmitir al estudiante sea comprendido y que la enseñanza que se reciba, fomente a futuro el cumplimiento y la aceptación de las obligaciones tributarias.

Para la enseñanza-aprendizaje la importancia del tema radica en que es necesario contar con estrategias de comunicación educativa y herramientas adecuadas que faciliten el proceso de enseñanza sobre el cumplimiento consciente de las obligaciones tributarias que coadyuve al fomento de la cultura tributaria.

Para la educación en general, la importancia del tema radica en la necesidad de ampliar el nivel cognitivo del estudiante de nivel primario y sentar las bases que permitan ampliar su conocimiento en materia tributaria, en los siguientes niveles de educación. Esto contribuirá a fortalecer sus valores cívicos y ciudadanos y coadyuvará en el establecimiento de una cultura tributaria orientada hacia el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias.

Para la Escuela de Ciencias de la Comunicación, la importancia del tema radica en el aporte que se brindará a la educación guatemalteca a nivel primario, que coadyuve a fomentar la cultura tributaria, lo que podrá traducirse en el cumplimiento consciente de las obligaciones tributarias.

1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los impuestos se relacionan con la idea de financiar los servicios públicos que presta o proporciona el Estado, y de ahí la idea de bienestar y desarrollo social y por ende el cumplimiento en el pago de los mismos es definido como una obligación ciudadana. Los impuestos son la principal fuente de recursos del Estado, quién debe utilizarlos en beneficio de los ciudadanos. El incumplimiento del Estado en sus compromisos sociales, la prestación de servicios de mala calidad, la desinformación ciudadana y la situación económica del país, han generado en los guatemaltecos un rechazo hacia el pago de impuestos.

El rechazo de los ciudadanos hacia el pago de impuestos, ha contribuido a generar una cultura de evasión y elusión tributaria, acrecentada tanto por los contribuyentes que no declaran los impuestos indirectos que pagan los consumidores, así como por los contribuyentes que omiten el pago de los impuestos directos, lo que coadyuva a fomentar la percepción del ciudadano hacia el pago de impuestos como una obligación relacionada con el castigo y el control, en la que no obtiene beneficios por el cumplimiento de las obligaciones y en la que quién tiene la obligación no obtiene castigo por la omisión. Esta cultura tiene un elevado impacto en la estabilidad económica, en las estrategias de desarrollo social y en la gobernabilidad del Estado, porque reduce la capacidad ejecutora del mismo y limita el crecimiento económico y la inversión social.

Para cambiar la orientación de la actual cultura tributaria del país, es necesario desarrollar una cultura tributaria, que permita a los ciudadanos concebir las obligaciones tributarias como una contribución al Estado y como un deber cívico y

ciudadano, acorde con los valores democráticos. Para el desarrollo de dicha cultura se requiere del planteamiento de estrategias de comunicación educativas que la Administración Tributaria pueda ejecutar con la finalidad de construir una cultura, orientada al cumplimiento consciente de las obligaciones tributarias.

Siendo la educación la base fundamental de la cultura y el desarrollo de una sociedad, y la población infantil el futuro de la misma, es imprescindible que dichos programas sean orientados a formar en los niños, especialmente del nivel primario, los principios y valores ciudadanos, dentro de los cuales está el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Ello coadyuvaría a generar una conciencia tributaria a lo largo de su preparación académica y al cumplimiento voluntario de sus responsabilidades tributarias.

La problemática detectada es que las instituciones que tienen a su cargo la educación y el fomento de la cultura tributaria, no desarrollan estrategias de comunicación educativa, orientadas a enseñar a los estudiantes del nivel primario, los principios básicos de la recaudación y la importancia del cumplimiento de las obligaciones tributarias, sino que implementan estrategias de comunicación educativa de otros países de Latinoamérica sin tomar en cuenta aspectos socioeconómicos, políticos, educativos, legislativos y culturales propios de Guatemala y que pueden provocar barreras de comunicación en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

¿Por qué en Guatemala se ponen en práctica estrategias de comunicación educativa para el fomento de la cultura tributaria en los estudiantes del nivel primario, desarrolladas en otros países de Latinoamérica?

1.5 ALCANCES Y LÍMITES

1.5.1 Alcances

1.5.1.1 De contenido: Se investigaron las estrategias de comunicación educativa realizadas por la mayoría de países de Latinoamérica, para sus programas y proyectos de fomento de la cultura tributaria en los estudiantes del nivel primario.

1.5.1.2 De cobertura: Se investigaron todos los programas y proyectos de fomento de la cultura tributaria en los estudiantes del nivel primario realizados en Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

1.5.2 Límites

1.5.2.1 De tiempo: La investigación de las estrategias de comunicación educativa realizadas por la mayoría de países de Latinoamérica, para sus programas y proyectos de fomento de la cultura tributaria en los estudiantes del nivel primario, se desarrolló durante los años de 2005 al 2007.

1.5.2.2 De cobertura: No fueron incluidos en la investigación de estrategias de comunicación educativa: Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Panamá y Puerto Rico, por carecer de programas y proyectos de fomento de la cultura tributaria en los estudiantes del nivel primario.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 EDUCACIÓN Y CULTURA TRIBUTARIA

2.1.1 Educación

La educación es un proceso permanente de apropiación del individuo del conocimiento ya producido por la humanidad y de reproducción de nuevos valores, por ello es el instrumento más idóneo y eficaz para lograr un cambio de la sociedad en la que vivimos, hacerla mejor pero, sobre todo crear, seres libre y conocedores de la realidad, capaces de discernir y competir en los diversos procesos de acción, en la esfera tanto pública como privada.

Aunque actualmente no hay un concepto que pueda considerarse universal, la mayoría de las definiciones tradicionales de educación, están enfocadas en la etimología de la palabra (*del latín **educare**: conducir*) que indican una acción de enseñanza o **adoctrinamiento sistemático** que se da a los niños y a los jóvenes por medio de la acción docente de adultos, dentro de un contexto económico, político y social que les permitirá desenvolverse en la sociedad.

Debido al proceso acelerado de globalización en el que Guatemala se encuentra inmerso, la facilidad de acceso a la información y el desarrollo de la tecnología, es necesario que la educación cumpla con las exigencias del mundo moderno, facilitando al estudiante las herramientas y el conocimiento necesario que le permita desarrollarse dentro de la sociedad guatemalteca. Es por ello que el enfoque humanista se hace indispensable para garantizar en los estudiantes la formación de valores humanos, cívicos, sociales y ciudadanos, que no solo coadyuven a mejorar su calidad de vida, sino la de la sociedad guatemalteca.

Bajo esta premisa, Ramis Caldentey (1992: <http://mallorcaweb.net/arc98/Educacion/conceptos.html>) define la educación como un “*Proceso continuado, que interesándose por el desarrollo integral (físico, psíquico y social) de la persona, así como la protección y mejora de su medio natural, le ayuda en el conocimiento, aceptación y dirección de sí misma para conseguir el desarrollo equilibrado de su personalidad y su incorporación a la vida comunitaria del adulto, facilitándole la capacidad de toma de decisiones de una manera consciente, solidaria y responsable*”.

Para comprender el sentido de esta definición, es necesario analizar la educación desde los dos puntos de vista en los que influye directamente: el social y el cultural. Desde el **punto de vista social** la educación se produce siempre en contextos sociales tales como familia, amigos, escuela, asociaciones, etc., Desde el **punto de vista cultural** la educación debe atender a que cada grupo social dispone de su propia cultura que la hace ser peculiar y distinto a otros grupos, por el conjunto de comportamientos, actitudes y valores que conforman su modo de vida y su propia identidad.

La Educación se comparte entre las personas por medio de nuestras ideas, cultura, conocimientos, etc. respetando siempre a los demás. Esta no siempre se da en el aula. Existen tres tipos de Educación: **la formal, no formal e informal**. El resultado de este proceso, se desarrolla a través de las funciones sociales de la educación, y se materializa en la serie de habilidades, conocimientos, actitudes y valores adquiridos, produciendo cambios de carácter social, intelectual, emocional, etc. en la persona que, dependiendo del grado de concienciación, será para toda su vida o por un período determinado, formando parte del recuerdo en el último de los casos. Wikipedia (2008: <http://es.wikipedia.org/wiki/Educaci%C3%B3n>).

Las funciones sociales de la educación se dirigen a tres dimensiones fundamentales: La **función preservadora**, que garantiza la continuidad y cohesión y que permite a la sociedad perdurar más allá de la vida de los miembros

que la conforman; la **función de desarrollo**, que está en correspondencia con la formación de personas críticas y creativas que generen nuevos conocimientos y dan respuesta desde un enfoque histórico cultural a los problemas presentes y futuros transformando y enriqueciendo la sociedad; y la **función de promoción de cultura**, que complementa las de preservar y desarrollar en tanto logra mediar entre una y la otra, haciendo que las personas libres y creadoras que se formen, adaptadas a las normas sociales del grupo, estén preparadas para difundir la nueva cultura que se va creando como una nueva cualidad a lo largo del proceso educativo y permita así que las nuevas actitudes, valores y patrones de conducta de la sociedad no la desestabilicen, si no que la potencien y eleven a un nivel superior. Alemán y Díaz Domínguez (2007: <http://www.monografias.com/trabajos48/educacion-y-desarrollo/educacion-y-desarrollo2.shtml>).

2.1.2 Cultura

Tylor (1995: <http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura>) manifiesta que “La cultura es el conjunto de todas las formas de vida y expresiones de una sociedad determinada. Como tal incluye costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestirse, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias”. Desde otro punto de vista podríamos decir que la cultura es toda la información y habilidades que posee el ser humano. El concepto de cultura es fundamental para las disciplinas que se encargan del estudio de la sociedad, en especial para la antropología y la sociología.

El término cultura proviene del latín **cultura** que significa cuidado del campo o del ganado. Hacia el siglo XIII, el término se empleaba para designar una parcela cultivada, y tres siglos más tarde había cambiado su sentido como estado de una cosa, al de la acción: el cultivo de la tierra o el cuidado del ganado, aproximadamente en el sentido en que se emplea en el español de nuestros días en vocablos como agricultura, apicultura, piscicultura y otros. Cucho (1999:

[http://es.wikipedia.org/wiki/ Cultura](http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura)). Por la mitad del siglo XVI, el término adquiere una connotación metafórica, como el cultivo de cualquier facultad. De cualquier manera, la acepción figurativa de cultura no se extenderá hasta el siglo XVII, cuando también aparece en ciertos textos académicos.

Con la palabra cultura se indica, en sentido general, todo aquello con lo que el hombre afina y desarrolla sus innumerables cualidades espirituales y corporales procurando someter el mismo orbe terrestre con su conocimiento y trabajo hace más humana la vida social, tanto en la familia como en toda la sociedad civil, mediante el progreso de las costumbres e instituciones; finalmente, a través del tiempo expresa, comunica y conserva en sus obras, grandes experiencias espirituales y aspiraciones para que sirvan de provecho a muchos e, incluso, a todo el género humano.

De aquí se sigue que la cultura humana presenta necesariamente un aspecto histórico y social y que la palabra cultura asume con frecuencia un sentido sociológico y etnológico. Así, las costumbres recibidas forman el patrimonio propio de cada comunidad humana. Así también es como se constituye un medio histórico determinado, en el cual se inserta el hombre de cada nación o tiempo y del que recibe los valores para promover la civilización humana.

2.1.2.1 Elementos de la Cultura: La cultura forma todo lo que implica transformación y seguir un modelo de vida. Se dividen en **Concretos o materiales:** fiesta, alimentos, construcciones arquitectónicas, arte plasmado, ropa (*moda*) e instrumentos de trabajo (*herramientas*); y **Simbólicos o espirituales:** creencias (*filosofía y religión*), valores (*ética*), normas y sanciones (*jurídica y moral*), organización social y sistemas políticos, símbolos (*creencias y valores*), arte (*apreciación*), lenguaje (*sistema de comunicación simbólica*) y tecnología y ciencia.

Dentro de toda cultura existen dos elementos intrínsecos que hay que tomar siempre en cuenta: los **Rasgos Culturales**, que son la porción

más pequeña y significativa de la cultura, porque dan el perfil de la sociedad; y los **Complejos Culturales**, porque contienen en sí los rasgos culturales.

2.1.2.2 Variabilidad Cultural: *“Las variaciones y alteraciones culturales, suelen presentarse porque la cultura no es concepto establecido o una definición concreta”*. Wikipedia (2008: <http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura>). Estas variaciones se presentan porque la cultura es un fenómeno dinámico y en esto radica la variabilidad cultural, la cual se manifiesta por una serie de adaptaciones y adaptaciones culturales, ya sea por la evolución de la sociedad tanto en materia educativa como tecnológica y científica. Esta variabilidad afecta a la cultura y le proporciona ese carácter moldeable que no permite encasillarla en una sola definición universal.

En primer lugar esta variabilidad se manifiesta en el **desarrollo técnico**, el cual ha liberado al hombre de arduos trabajos, y lo ha liberado en el tiempo de ejecución de los mismos porque ha incorporado elementos nuevos, pero al mismo tiempo ha destruido comportamientos. Estos comportamientos al ser ligados a un estilo de vida modifican expresiones culturales que eran propias de la sociedad. Ej., de la máquina de escribir a la computadora; de la carta al e-mail.

En segundo lugar la variabilidad cultural se muestra en las **tendencias culturales**. Estas tendencias no son otra cosa que las que dan nota particular a un pueblo, existen pueblos con tendencias ritualistas o ceremoniosos, progresistas, tradicionalistas, etc. En tercer lugar la variabilidad cultural contiene **accidentes históricos**, pueden variar y hacernos mirar desde otro punto a una situación.

En conclusión, se puede decir que no hay un concepto universalmente aceptado de cultura, sino más bien que cada corriente filosófica, cada

estudioso y cada sociedad la define de acuerdo a su contexto histórico, político y social.

2.1.3 Tributación

En la actualidad no hay una teoría general de la tributación reconocida universalmente, pero existen dos doctrinas que abordan la teoría de la tributación y que han tratado de hacerlo satisfactoriamente: **la doctrina publicista y la doctrina contractual**. Otero (1999: <http://www.monografias.com/trabajos/sistributarios/sistributarios/shtml?monosearch>).

La **doctrina publicista**, surgida en Italia y Alemania a mediados del siglo XIX, concibe la tributación como ***una prestación obligatoria, comúnmente en dinero, exigida por el Estado en virtud de su poder de imperio y que da lugar a relaciones jurídicas de derecho público***. Esta concepción vincula la tributación como una obligación unilateral, impuesta coercitivamente, de manera legal por el Estado, en virtud de su derecho de soberanía o del poder del imperio tal cual es aceptada por la doctrina moderna del derecho financiero. La **doctrina contractual**, surgida en Inglaterra a principios del siglo XIX, define la tributación como ***contrato bilateral entre el Estado y los particulares dónde el primero proporciona servicios públicos y los segundos los medios pecuniarios para solventarlos***.

Ambas doctrinas han creado una división entre la jurisprudencia y la economía, debido a que en el ámbito económico es aceptado el hecho que así como el contribuyente debe satisfacer el derecho del Estado de percibir recursos, no es sólo sujeto de deberes y obligaciones en el ámbito tributario sino que puede y debe participar en el control y fiscalización de las obligaciones que se le imputan, ya que a toda obligación corresponde un derecho y el contribuyente es titular de él; y por tanto que la obligación del contribuyente es tributar, el derecho del mismo

es recibir a cambio servicios públicos de buena calidad, los cuales “*per se*” son obligación del Estado.

En contraposición, en el ámbito jurídico, si bien se reconoce el derecho de los contribuyentes se manifiesta que los impuestos no nacen de una relación contractual entre fisco y habitantes sino que es una vinculación de Derecho Público, por lo que no hay un acuerdo de voluntades ya que la imposición de impuestos y su fuerza compulsiva para el cobro son actos de gobierno y potestad pública.

Con base a lo establecido por las leyes guatemaltecas, se define la tributación como “*Prestaciones comúnmente en dinero que el Estado exige en ejercicio de su poder tributario, con el objeto de obtener recursos para el cumplimiento de sus fines*”. Código Tributario (1991: Artículo 9). Asimismo se define el concepto de obligación tributaria como “*un vínculo jurídico, de carácter personal, entre la Administración Tributaria y otros entes públicos acreedores del tributo y los sujetos pasivos de ella. Tiene por objeto la prestación de un tributo, surge al realizarse el presupuesto del hecho generador previsto en la ley y conserva su carácter personal a menos que su cumplimiento se asegure mediante garantía real o fiduciaria, sobre determinados bienes o con privilegios especiales*”. Código Tributario (1991: Artículo 14).

2.1.3.1 Los Tributos: En su conceptualización legal, los tributos son ingresos públicos de Derecho público que consisten en prestaciones pecuniarias obligatorias, impuestas unilateralmente, exigidas por una Administración pública como consecuencia de la realización del hecho imponible al que la Ley vincula el deber de contribuir. Su fin primordial es el de obtener los ingresos necesarios para el sostenimiento del gasto público. Wikipedia (2008: <http://es.wikipedia.org/wiki/Tributo>).

2.1.3.2 Tipos de Tributos: En la mayoría de los sistemas impositivos estatales, se distinguen al menos tres figuras tributarias: el impuesto, la tasa y la contribución especial:

2.1.3.2.1 Impuesto: *“Es un tributo caracterizado por hacer surgir obligaciones generalmente pecuniarias en favor del acreedor tributario regido por Derecho público”*. Wikipedia (2008: <http://es.wikipedia.org/wiki/Impuesto>). No requiere contraprestación directa por parte de la Administración, y surge exclusivamente como consecuencia de la capacidad económica del contribuyente. De esta manera, se puede definir la figura tributaria como una exacción pecuniaria forzosa para los que están en el hecho imponible.

Los impuestos se dividen en dos clases: **directos e indirectos**. Los impuestos **directos** se aplican de forma directa sobre el patrimonio, afectando principalmente los ingresos o pertenencias como la propiedad de autos o casas. También se aplican directamente sobre la renta mediante la aplicación de un porcentaje sobre éstas y el impuesto directo más importante es el impuesto sobre la renta.

Los impuestos **indirectos** afectan a personas distintas del contribuyente, en otros términos, el contribuyente que enajena bienes o presta servicios, traslada la carga del impuesto a quienes los adquieren o reciben. Dentro de éstos se encuentran los impuestos al valor agregado (*IVA, impuesto al consumo de las personas y empresas*) y los impuestos especiales a gasolinas, alcoholes y tabacos.

2.1.3.2.2 Tasa: *“Es un tributo cuyo hecho imponible consiste en la utilización privativa o el aprovechamiento especial del dominio público, la prestación de servicios o la realización de actividades en régimen de derecho público que se refieran, afecten o beneficien de modo particular al obligado tributario, cuando los servicios o actividades no sean de*

solicitud o recepción voluntaria para los obligados tributarios o no se presten o realicen por el sector privado”. Wikipedia (2008: http://es.wikipedia.org/Tasa_%28tributo%29).

2.1.3.2.3 Contribución Especial: *“Son los tributos cuyo hecho imponible consiste en la obtención por el obligado tributario de un beneficio o de un aumento de valor de sus bienes como consecuencia de la realización de obras públicas o del establecimiento o ampliación de servicios públicos”. Wikipedia (2008: http://es.wikipedia.org/wiki/Contribuci%C3%B3n_especial).* Su importancia en el montante global de los ingresos públicos es marginal, aunque llama la atención de los estudiosos por el hecho de que se sustituye el principio de capacidad económica por el del beneficio. Esto es, no paga más el que más tiene, sino que paga más el que más se beneficia por la obra o servicio en cuestión.

2.1.4 Educación y Cultura Tributaria

Al haber definido cultura y tributación, se tiene que la cultura tributaria es el conjunto de valores, creencias y actitudes compartido por una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen, esto se traduce en una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes.

La cultura tributaria es el conocimiento reflexivo del ser humano en cuanto a la bondad del pago de los tributos, lo que le lleva a cumplir natural y voluntariamente con sus obligaciones tributaria. De igual forma, la cultura tributaria es la conciencia o conocimiento de la norma, establecida constitucionalmente, que

obliga a todos los individuos integrantes de la Nación a contribuir, mediante el pago de tributos, en la satisfacción de las necesidades de la colectividad. Agencia Canadiense de Aduanas y Administración Tributaria de Canadá (2003: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ve/2007/ccdg2.html>).

Asimismo, es el conjunto de valores, creencias y actitudes compartido por una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen. Esto se traduce en una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes. Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (2001, <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ve/2007/ccdg2.html>).

La cultura tributaria está hecha de un conjunto heterogéneo de informaciones, prácticas y acontecimientos de referencia vinculados entre sí por la forma en que se articulan alrededor de una representación dominante. Se considera cultura tributaria, aquella cultura que deben tener o poseer los ciudadanos de un determinado entorno para concebir las obligaciones tributarias para con la Nación como un deber propio, es decir, se refleja en la percepción que tienen las personas del cumplimiento fiel de sus obligaciones tributarias contraídas bien sea con la república, el estado o los municipios.

Para obtener una cultura tributaria que logre cambios en el comportamiento de los contribuyentes, se necesita tiempo; es por ello, que no se puede hablar de rapidez o de éxitos en el corto plazo, ya que la adquisición de un determinado comportamiento cultural en aspectos económicos, sociales y políticos es lento, por lo tanto, si la cultura no se cultiva durante años, no se puede improvisar ni suponer. Los valores matriciales más importantes y sobre los cuales hay que crear y acumular una cultura tributaria son:

- 2.1.4.1 Pacto Social:** las instituciones sociales, los estados, los poderes, los gobiernos, los partidos, los sistemas tributarios, que no se mueven en la dirección de crear un nuevo modelo de sociedad, se ven a sí mismo crecientemente aislados, faltos de credibilidad y legitimidad, ya que los ciudadanos comunes se resisten a solo ser administrados y aspiran ser actores responsables de la nueva sociedad.
- 2.1.4.2 La Sociedad como Proyecto:** un segundo rasgo estructural creciente, estrechamente relacionado con el anterior es la percepción creciente de la sociedad como proyecto, puesto que a la misma se le percibe como un proyecto de todos y entre todos sus miembros sin exclusión.
- 2.1.4.3 Dinámica:** percibir la realidad como un proyecto implica percibirla como una realidad no construida, sino en continua construcción. La dinámica de la información, del control, de la gestión y de la participación no se detendrá y esto es lo que hace ver que la sociedad como proyecto tenga una nueva dinámica.
- 2.1.4.4 La Información y el Conocimiento:** los anteriores rasgos estructurales no se darían sin la existencia de la multiplicación de la información y del conocimiento, puesto que los ciudadanos modernos demandan tener más y mejor información y conocimientos, con ellos se sienten en mayor capacidad de reivindicar y garantizar sus derechos.
- 2.1.4.5 Participación:** tiene que ver con la participación que deben tener los ciudadanos en la concepción, diseño, planeación y conducción de la sociedad como proyecto, así como, en la definición y elaboración de las políticas tributarias y en la decisión del sistema tributario que se necesita.

La cultura tributaria entendida como el universo de representaciones sobre los impuestos y sus relaciones con el compromiso individual y la acción pública es un fenómeno social, por lo tanto, muy sensible a las transformaciones económicas y políticas del país. La cultura tributaria no es el conocimiento que tienen los ciudadanos sobre sus responsabilidades contributivas y su acción correspondiente, sino la forma en que construyen una imagen de los impuestos a partir de una combinación de información y experiencia sobre la acción y el desempeño del Estado.

Desde el punto de vista práctico, la preocupación que subyace en las consideraciones sobre la cultura tributaria es potenciar una **moral** contributiva y solidaria, que permita resolver los problemas impositivos en un contexto en el que los ciudadanos no siempre ofrecen el aval requerido para propulsar los cambios recomendados. En este sentido, cabe señalar que la principal **palanca** cultural para modificar la indiferencia respecto al sostenimiento financiero del Estado es generar un cambio en las representaciones de los ciudadanos acerca del sistema tributario y su rol en el financiamiento del Estado. Cortázar Velarde (2002: P. 8).

La cultura tributaria, entendida como el conjunto de imágenes, valores y actitudes de los individuos sobre el tema de los impuestos y el conjunto de prácticas desarrolladas a partir de estas representaciones, permite rehacer el marco de interpretación que ponen en juego los ciudadanos respecto a este tema en relación con las políticas oficiales. El análisis de la cultura tributaria muestra cómo los individuos incorporan una cierta visión, que sirve de referencia para sus prácticas en el tema de los impuestos.

Temas como el de la valoración social del incumplimiento tributario responden, en gran medida, a las representaciones colectivas en torno a la administración tributaria y al rol del Estado y su relación con los ciudadanos, y que por lo tanto, es preciso actuar sobre esas representaciones. La cultura tributaria está hecha de un conjunto heterogéneo de informaciones, prácticas y acontecimientos de referencia

vinculados entre sí por la forma en que se articulan alrededor de una representación dominante. Por otra parte, hablar de cultura tributaria implica referirse a cómo los ciudadanos se representan el mundo político y a cómo participan en él.

Existe un conjunto de representaciones que son compartidas por los ciudadanos en un determinado contexto. Estos elementos constituyen la base de las representaciones de la cultura tributaria y se pueden observar desde tres dimensiones: la vida cotidiana, los servicios sociales y la gestión tributaria; cada una de ellas exige un análisis específico y articulado. Los impuestos son algo diferente como tarea del recaudador, como obligación del ciudadano y como materialización o no de servicios sociales.

La formación de la cultura tributaria está estrechamente referida a la calidad de la información disponible sobre lo político y a su implicación en la visión de la ciudadanía sobre el Estado y sus instituciones. Los individuos informados sobre lo político tienden a mostrar mayor información sobre lo tributario. La calidad del conocimiento sobre los impuestos autoriza a pensar que se trata especialmente del resultado de la transacción tributaria, donde el contribuyente sabe lo que paga y reconoce las razones del pago. Por otro lado, los ámbitos institucionales particulares no son transparentes, con la excepción del vínculo municipio-impuesto territorial, que constituye una relación entre impuesto-institución-territorio que posiblemente es relevante en la ponderación ulterior del uso de los recursos y su efecto en la legitimación del sistema institucional.

En la mayoría de países, la cultura tributaria parte del reconocimiento de que hay injusticia en la contribución y en el cobro; se cree que los ricos pagan poco y los pobres mucho. Para una minoría dominan las ideas de racionalidad en el cobro y la contribución. La cultura tributaria se mueve en medio de una tensión entre el acto penalizado de evasión y la invocación de ***circunstancias atenuantes de diferentes tipos***.

Si pagar impuestos es un hecho individual de trascendencia social, entonces la cultura tributaria es la variable que engloba ambas dimensiones. En la mayoría de países la cultura tributaria apenas puede considerarse como una posibilidad aún bastante incipiente en los horizontes de la relación Ciudadano-Estado. Esa cultura no se decreta, no se despliega ni madura a instancias del poder estatal porque desde ese ámbito se concibe, entiende e identifica sólo con el pago de impuestos. De manera que la receta desde el Estado, luce así: cultura tributaria = pagar impuestos.

La observación de la realidad y vida social apunta hacia otras consideraciones e intenciones porque muy distintos serían los componentes, significados y relaciones que esa cultura tendría entre/para los ciudadanos contribuyentes en un sistema democrático, vale decir, donde funcionen las instituciones públicas, los servicios públicos, el aparato jurídico, la justicia, las garantías y seguridad ciudadana, el estado de derecho, etc. Méndez Peña (1998: http://www2.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s0798-30692005000300004&lng=es&nrm=iso&ting=es).

La cultura tributaria implica conocimiento de deberes y derechos ciudadanos. En ese orden de ideas, si la Política Fiscal estuviera enmarcada en una política de estado, de eficiencia, de transparencia y de austeridad, podría decirse que se está en presencia de un posible desarrollo de una verdadera cultura tributaria; esa cultura que le dice al individuo por qué tiene que pagar impuestos y cuál es el destino de estos.

Sin embargo, los ciudadanos guatemaltecos observan por ejemplo, la pésima administración de los recursos por parte de los entes del sector público en sus distintos niveles, la falta de transparencia y de rendición de cuentas, la proliferación de denuncias de hechos graves de corrupción que no llegan a ninguna parte, la carencia y mala calidad de los servicios públicos, etc., razones que motivan al contribuyente a evadir sus responsabilidades y obligaciones

tributarias en detrimento de la recaudación y por ende del desarrollo del Guatemala. La cultura es una riqueza, un capital social que tiene su lógica, pero que si no se la cultivó desde el principio, no se puede improvisar ni suponerla. Es un capital que hay que crearlo y fomentarlo con el tiempo.

La educación es la herramienta fundamental para crear cultura, es necesario enseñar el valor, la razón de la necesidad de contribuir con el Estado, cumpliendo con los principios que guían todo esquema tributario justo y eficaz: el Principio de Legalidad, que manifiesta que no hay tributos si no están definidos y contemplados en una Ley; el Principio de Igualdad y Generalidad, que indica que todos los ciudadanos son iguales ante la ley; y el Principio de Proporcionalidad o Capacidad de Pago, que garantiza que cada contribuyente debe pagar proporcionalmente a sus ingresos (*el que gana más, paga más y el que gana menos, paga menos*). León (2004: <http://www.ups.edu.ec/emprendedor/publicaciones/emprendedor1/contenidospdf/cultura/%20tributaria.pdf>).

Para crear una sólida cultura tributaria, orientada al cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias, es necesario enfocar la educación tributaria a crear una conexión con los valores éticos y morales; rescatar al individuo y su conciencia social como categorías supremas; otorgarle sentido de responsabilidad, civismo, pertenencia, humanismo, contribución y valoración del trabajo; así como establecer un vínculo estrecho de corresponsabilidad entre ciudadanos y Estado.

Se puede decir que con la educación tributaria se pretende que los individuos de la sociedad involucrados en el proceso, tomen conciencia en cuanto al hecho de que es un deber constitucional aportar al Estado y comunicar a esa colectividad que las razones fundamentales de la tributación son el proporcionar a la Nación los medios necesarios para que éste cumpla con su función primaria como lo es la de garantizar a la ciudadanía servicios públicos eficaces y eficientes.

2.2 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA

2.2.1 Estrategia

El término estrategia es de origen griego: **estrategia**, **estrategos** o el arte del general en la guerra, procede de la fusión de dos palabras: **stratos** (*ejército*) y **agein** (*conducir, guiar*). En la mayoría de diccionarios se define la estrategia como el arte de dirigir operaciones militares, habilidad para dirigir. Se confirma la referencia sobre el surgimiento en el campo militar, se refiere a la manera de derrotar a uno o a varios enemigos en el campo de batalla. Es sinónimo de rivalidad, competencia.

El concepto **estrategia** se introduce en el campo académico en 1944 con la teoría de los juegos por Von Newman y Morgenstern, y en el campo de la teoría de la dirección se anuncia en Estados Unidos de América en el año 1962 y expuesto en el libro de Igor Ansoff de 1965, **Estrategias Corporativas**. Surge el concepto de estrategia en el campo de la pedagogía, entronizado con diferentes matices (*estrategia educativa, estrategia metacognitiva, estrategia de aprendizaje, etc.*) y abordado por primera vez en 1987 por el autor Chawich C. B; posteriormente en 1993 por el autor Serra R; en 1995 por los autores Betancourt, Riveira A., Sevillano M. L., Ortiz E., Mariño M., y Augier A.; y finalmente en 1996 por Labarrera S. A.

En la literatura internacional, para referirse a la estrategia, erróneamente se emplean los términos Planeación Estratégica, Dirección Estratégica, Gestión Estratégica, Administración Estratégica, Formulación Estratégica y su equivalente en inglés, Strategic Management. En tal sentido se debe expresar que según la esencia y los pasos de los modelos revisados, el término adecuado es Formulación o Planeación Estratégica pues sólo abordan esta fase, la ejecución y el control, aunque se mencionan como fases no se integran desde la formulación, lo que ha traído consigo que no se logre la integración del nivel estratégico con el táctico y el operativo en el ciclo funcional de dirección.

2.2.1.1 La integración de los niveles estratégico, táctico y operativo: De acuerdo a los estudios realizados, la ejecución de la estrategia ha sido la fase menos tratada por los investigadores, así como las variables que influyen en la efectividad de ésta. Igualmente la integración del nivel estratégico con el táctico y el operativo. Para ampliar los elementos expuestos anteriormente a continuación se muestra el resultado de la investigación sobre la temática con tres elementos esenciales: Valoración de los términos claves empleados en las definiciones sobre el concepto estrategia; Evaluación de modelos diseñados por diferentes autores y criterios de expertos.

El concepto de estrategia ha sido objeto de múltiples interpretaciones, de modo que no existe una única definición. No obstante, es posible identificar cinco concepciones alternativas que si bien compiten, tienen la importancia de complementarse:

2.2.1.1.1 Estrategia como plan: Un curso de acción conscientemente deseado y determinado de forma anticipada, con la finalidad de asegurar el logro de los objetivos de la empresa. Normalmente se recoge de forma explícita en documentos formales conocidos como planes.

2.2.1.1.2 Estrategia como táctica: Una maniobra específica destinada a dejar de lado al oponente o competidor.

2.2.1.1.3 Estrategia como pauta: La estrategia es cualquier conjunto de acciones o comportamiento, sea deliberado o no. Definir la estrategia como un plan no es suficiente, se necesita un concepto en el que se acompañe el comportamiento resultante. Específicamente, la estrategia debe ser coherente con el comportamiento.

2.2.1.1.4 Estrategia como posición: La estrategia es cualquier posición viable o forma de situar a la empresa en el entorno, sea directamente competitiva o no.

2.2.1.1.5 Estrategia como perspectiva: La estrategia consiste, no en elegir una posición, sino en arraigar compromisos en las formas de actuar o responder; es un concepto abstracto que representa para la organización lo que la personalidad para el individuo.

Las estrategias son tanto planes para el futuro como patrones del pasado, por ello los enfoques clásicos del concepto de estrategia la definen como un *“proceso a través del cual el estratega se abstrae del pasado para situarse mentalmente en un estado futuro deseado y desde esa posición tomar todas las decisiones necesarias en el presente para alcanzar dicho estado.”* Bagur (1999: P. 12).

De esta definición se destaca el concepto de estrategia como un plan puramente racional y formal que se define hacia el futuro con total prescindencia del pasado. Bajo esta misma línea de pensamiento, Sallenave (1998: P. 87) expone que *“la existencia de dos enfoques antagónicos en los modelos intelectuales estratégicos, para inclinarse finalmente por el segundo de ellos: el **Enfoque de preferencia**, que afirma que el futuro es la **continuación del presente, que, a su vez, es la prolongación del pasado**; y el **Enfoque prospectivo**, que manifiesta que el futuro no es necesariamente la prolongación del pasado. La estrategia puede concebirse independientemente del pasado”*.

En estas conceptualizaciones no se niega la importancia de mirar hacia el futuro y de impulsar visiones creativas, pero se introduce un concepto clave: la existencia de patrones de comportamiento organizacional que

dependen en gran medida de las experiencias pasadas. La experiencia que surge de las acciones pasadas -deliberadas o no- no dejan de hacerse sentir, proyectándose hacia el futuro.

2.2.1.2 El aprendizaje estratégico: Ningún estratega ***piensa unos días y trabaja otros***, por el contrario está en constante sincronización ***ideas – acción*** sin perjudicar el lazo vital de retroalimentación que las une. Este concepto implica que de alguna forma ***todos los niveles de una organización son estrategas***. La noción de que la estrategia es algo que debe generarse en los altos niveles, muy lejos de los detalles de la actividad diaria, es una de las más grandes falacias de la administración estratégica convencional. Mintzberg y Quinn (1993: <http://monografias.com/trabajos11/henrym/henrym.shtml?monosearch>).

Mientras una estrategia exclusivamente deliberada impide el aprendizaje una vez que ha sido formulada, una estrategia emergente lo promueve y estimula. En efecto, el aprendizaje se da sobre la marcha, sin embargo ha de tenerse en cuenta que así como las estrategias deliberadas impiden el aprendizaje, el desarrollo de estrategias de forma exclusivamente emergente impide el control.

2.2.2 Comunicación

La comunicación es un fenómeno inherente a la relación grupal de los seres vivos por medio del cual éstos obtienen información acerca de su entorno y son capaces de compartirla haciendo partícipes a otros de esa información. La comunicación es un proceso de interrelación entre dos (o más) personas donde se transmite una información desde un emisor que es capaz de codificarla en un código definido hasta un receptor el cual decodifica la información recibida, todo eso en un medio físico por el cual se logra transmitir, con un código en convención entre emisor y

receptor, y en un contexto determinado. El proceso de comunicación emisor-mensaje-receptor, se torna bivalente cuando el receptor logra codificar el mensaje, lo interpreta y lo devuelve al emisor originario, quien ahora se tornará receptor.

Etimológicamente, la palabra comunicación deriva del latín **communicare**, que puede traducirse como "poner en común, compartir algo". En los seres humanos, la comunicación es un acto propio de su actividad psíquica, derivado del lenguaje y del pensamiento, así como del desarrollo y manejo de las capacidades psicosociales de relación con el otro. Permite al individuo conocer más de sí mismo, de los demás y del medio exterior mediante el intercambio de mensajes principalmente lingüísticos que le permiten influir y ser influidos por las personas que lo rodean. Wikipedia (2008: <http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n>).

La comunicación puede ser verbal y no verbal, lo que comprende un **todo** donde los diferentes sentidos de percepción del hombre actúan para decodificar e interpretar lo escuchado, pues puede ser claro, que llegue la información, pero, **¿es lo que se quiere transmitir?** o el receptor, **¿es el que verdaderamente puede descifrar la información?**, allí los canales entonces juegan un papel importante así como la disposición de transmitir la información de la mejor manera para ser entendido correctamente.

La comunicación puede definirse como un intercambio, interrelación, como diálogo, como vida en sociedad, todo ello relacionado indiscutiblemente con las necesidades productivas del hombre y no puede existir sin el lenguaje. Comunicación es pensamiento compartido y no puede existir pensamiento sin palabra. A través de símbolos (*gráficos o verbales*) se emite un mensaje por medio de un canal hacia un receptor, en un esfuerzo por compartir la información. Este mensaje debe incluir códigos que sean comunes tanto al emisor como al receptor para que el objetivo del acto de emisión del mensaje se cumpla, o sea, para hacer eficaz la comunicación.

2.2.2.1 Elementos de la comunicación: Según la Teoría de la Comunicación o Información, el proceso de comunicación se integra por los elementos que intervienen en la transmisión de un mensaje o información, Wikipedia (2008:<http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n>), estos elementos son:

2.2.2.1.1 Fuente: Es el lugar de donde emana la información, los datos, el contenido que se enviará, en conclusión: de donde nace el mensaje primario.

2.2.2.1.2 Emisor o codificador: Es el punto (*persona, organización...*) que elige y selecciona los signos adecuados para transmitir su mensaje; es decir, los codifica para poder llevarlo de manera entendible al receptor. En el emisor se inicia el proceso comunicativo.

2.2.2.1.3 Receptor, Perceptor o decodificador: Es el punto (*persona, organización...*) al que se destina el mensaje, realiza un proceso inverso al del emisor ya que en él está el descifrar e interpretar lo que el emisor quiere dar a conocer. Existen dos tipos de receptor, el pasivo que es el que sólo recibe el mensaje, y el receptor activo o perceptor ya que es la persona que no sólo recibe el mensaje sino que lo percibe y lo almacena. El mensaje es recibido tal como el emisor quiso decir, en este tipo de receptor se realiza el *feed-back* o retroalimentación.

2.2.2.1.4 Código: Es el conjunto de reglas propias de cada sistema de signos y símbolos que el emisor utilizará para transmitir su mensaje, para combinarlos de manera arbitraria porque tiene que estar de una manera adecuada para que el receptor pueda captarlo.

2.2.2.1.5 Mensaje: Es el contenido de la información (*contenido enviado*): el conjunto de ideas, sentimientos, acontecimientos

expresados por el emisor y que desea transmitir al receptor para que sean captados de la manera que desea el emisor. El mensaje es la información.

2.2.2.1.6 Canal: Es el medio a través del cual se transmite la información-comunicación, estableciendo una conexión entre el emisor y el receptor. Mejor conocido como el soporte material o espacial por el que circula el mensaje.

2.2.2.1.7 Referente: Realidad que es percibida gracias al mensaje. Comprende todo aquello que es descrito por el mensaje.

2.2.2.1.8 Situación: Es el tiempo y el lugar en que se realiza el acto comunicativo.

2.2.2.1.9 Interferencia o barrera (*Ruido*): Cualquier perturbación que sufre la señal en el proceso comunicativo, se puede dar en cualquiera de sus elementos. Son las distorsiones del sonido en la conversación, o la distorsión de la imagen de la televisión, la alteración de la escritura en un viaje, la afonía del hablante, la sordera del oyente, la ortografía defectuosa, la distracción del receptor, el alumno que no atiende aunque esté en silencio.

2.2.2.1.10 Retroalimentación o realimentación (*mensaje de retorno*): Es la condición necesaria para la interactividad del proceso comunicativo, siempre y cuando se reciba una respuesta (*actitud, conducta*) sea deseada o no. Logrando la interacción entre el emisor y el receptor. Puede ser positiva (*cuando fomenta la comunicación*) o negativa (*cuando se busca cambiar el tema o terminar la comunicación*). Si no hay realimentación, entonces solo hay información más no comunicación.

2.2.2.2 Funciones de la comunicación:

2.2.2.2.1 Informativa: Tiene que ver con la transmisión y recepción de la información. A través de ella se proporciona al individuo todo el caudal de la experiencia social e histórica, así como proporciona la formación de hábitos, habilidades y convicciones. En esta función el emisor influye en el estado mental interno del receptor aportando nueva información.

2.2.2.2.2 Afectivo-valorativa: El emisor debe otorgarle a su mensaje la carga afectiva que el mismo demande, no todos los mensajes requieren de la misma emotividad, por ello es de suma importancia para la estabilidad emocional de los sujetos y su realización personal. Gracias a esta función, los individuos pueden establecerse una imagen de sí mismo y de los demás.

2.2.2.2.3 Reguladora: Tiene que ver con la regulación de la conducta de las personas con respecto a sus semejantes. De la capacidad autorreguladora y del individuo depende el éxito o fracaso del acto comunicativo. Ejemplo: una crítica permite conocer la valoración que los demás tienen de nosotros mismos, pero es necesario asimilarse, proceder en dependencia de ella y cambiar la actitud en lo sucedido.

2.2.2.3 Niveles de comunicación:

2.2.2.3.1 Nivel Neutro: constituido por relaciones secundarias, es decir, comunicaciones superficiales que permiten la interrelación entre personas a través de las apariencias, la simulación.

2.2.2.3.2 Nivel de Roles: caracterizado por los roles o papeles sociales que desempeñan las personas, en sus vidas profesionales, laborales o familiares.

2.2.2.3.3 Nivel de Funciones: el nivel de roles lleva a niveles de funciones de acuerdo con esos roles, así como sus funciones como padre dentro de la familia se diferencian de las funciones que cumplen los hijos, etc.

2.2.2.3.4 Nivel de Personalidad: incluye tanto el nivel del interior como el exterior de la personalidad, ubicándose el primero en relaciones que se dan en el ámbito social y el segundo está referido a las comunicaciones que suponen manifestaciones de la intimidad del sujeto en la que están involucrados los sentimientos y emociones.

2.2.3 Enseñanza-aprendizaje

Como ya se ha definido en el capítulo anterior, educar es un proceso y como tal lleva implícita la idea del avance, del progreso, y la educación de los individuos implica el final conseguido, o sea hablamos de la acción social (*educar*) sobre los individuos (*seres sociales*) capacitándolos (*desarrollo de capacidades*) para comprender su realidad y tener capacidad de transformarla de manera consciente, equilibrada y eficiente que les permita actuar como personas responsables socialmente. Por ello la educación es el resultado del proceso educativo que implica preparación para transformar una realidad desde los conocimientos, habilidades, valores y capacidades que se adquieran en cada etapa y a lo largo de la vida.

La educación influye tanto a nivel social como cultural, es por ello que la educación fundamentalmente comparte y transmite conocimientos entre las personas, ya sea formal, no formal e informalmente. Es importante mencionar que las funciones sociales de la educación (*preservación, desarrollo y promoción de la*

cultura), materializan el proceso de formación educativa que producirá los cambios de carácter social, intelectual, emocional y cognitivo de la persona en formación.

Pero este proceso educativo, sin importar su ámbito y su orientación, no es posible sin tomar en cuenta al elemento principal de transmisión del conocimiento: el educador, quién es el factor esencial en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Es en el ámbito formal de la educación donde se manifiesta más concretamente la función del educador, ya que la estructura educativa de la escuela en sus distintos niveles permite el desarrollo sistemático del educando y la evaluación periódica de la adquisición y comprensión de los conocimientos adquiridos.

2.2.3.1 Proceso de enseñanza-aprendizaje

La escuela es la institución a la cual la sociedad le ha encomendado la misión de conducir el proceso educativo para la formación de las nuevas generaciones. Esto justifica la necesidad de atender cómo debe prepararse el docente para cumplir tan importante actividad. La escuela actual está comprometida con la creación de condiciones esencialmente comunicativas que favorezcan un clima de confianza, reflexión, crítica, investigación en el aula. Caminar hacia modelos educativos humanistas de desarrollo integral de la personalidad de los estudiantes requiere transformar la dinámica del proceso de enseñanza y aprendizaje, para lo cual la clase es la forma fundamental de organización.

La preparación del docente en una didáctica para el cambio es el reto para el abandono de los métodos tradicionales de enseñanza, y para ello el profesor no debe ser un simple dictador o impartidor de clases, debe ser ante todo un gran educador y formador, no debe enseñar sino dirigir el proceso de educación de la personalidad de sus estudiantes, dirigir el aprendizaje de los estudiantes, y saber conceptualizarlo como un proceso cognitivo y afectivo.

La enseñanza-aprendizaje es considerado como un proceso de modificación relativamente permanente del modo de actuación del estudiante, que modela y remodela su experiencia en función de su adaptación a los contextos en los que se concreta el ambiente con el que se relaciona, ya sea en la escuela o en la comunidad; modificación que es producida como resultado de su actividad y su comunicación, y que no se puede atribuir solamente al proceso de crecimiento y maduración del individuo. Ocaña Ortiz (2005: <http://www.monografias.com/trabajos26/aprendizaje-desarrollador/aprendizaje-desarrollador.Shtml?monosearch>).

2.2.4 Estrategias de comunicación

La estrategia de comunicación, dentro del proceso de comunicación, es fundamental para garantizar la consecución de objetivos; es una herramienta básica que debe desarrollarse previo a la ejecución de acciones para la solución de problemas de comunicación, tanto del comunicador hacia el receptor como del receptor hacia el comunicador. No existe una única definición de la estrategia de comunicación, porque la estrategia es variable, adaptable y modificable de acuerdo a las necesidades específicas de comunicación que deban ser satisfechas. Más que estrategia, puede decirse que son **estrategias**, porque una sola puede no responder a todas las necesidades de comunicación, por lo que es necesario ejecutar acciones de acuerdo con una serie de variables propias del problema a solucionar.

La estrategia de comunicación, puede ser un plan de acción, una serie de tácticas comunicacionales, una pauta a seguir dentro del proceso de comunicación, una postura del comunicador ante el receptor, una perspectiva de opinión o todas ellas. Para poder definir una estrategia de comunicación adecuada y funcional, debe clasificarse en **concreta, estructurada, planificada e integrada**.

La estrategia de comunicación **concreta**, resuelve problemas de comunicación específicos generados por una situación en particular, que se considera tanto ruido en la comunicación hacia el receptor, como distorsión en la retroalimentación del mensaje emitido. Por ejemplo, una persona desea comunicar un mensaje específico a cierto grupo de personas, pero no cuenta con el tiempo suficiente para transmitirlo personalmente a todo el grupo ni con los recursos para transmitirlo masivamente. Para solucionar el problema, una estrategia de comunicación concreta puede ser transmitir el mensaje a un número reducido del grupo y que estos repliquen el mensaje a los miembros restantes.

La estrategia de comunicación **estructurada**, está orientada a resolver varios problemas de comunicación generados por una o más situaciones en particular. Esta estrategia está conformada por tácticas y acciones que pueden desarrollarse secuencialmente por fases o paralelamente. Por ejemplo, una entidad financiera está siendo objeto de una campaña desinformativa a través de rumores sobre su estabilidad económica, esto ha generado desconfianza entre sus clientes y la pérdida de algunos de ellos. Para atender este problema, una estrategia de comunicación estructurada en fases puede ser: desmentir públicamente el rumor, garantizar a los clientes la estabilidad económica de la entidad, solicitar el apoyo público de sus principales clientes, obtener el respaldo oficial de las entidades estatales reguladoras y solicitar las acciones legales correspondientes contra los responsables de la campaña.

La estrategia de comunicación **planificada**, es aquella en la que sus acciones están orientadas no solo a resolver el problema sino a prevenirlo. Retomando el ejemplo anterior, una vez que se ha desmentido totalmente el rumor, la entidad financiera puede aplicar una estrategia de comunicación planificada dirigida a prevenir este tipo de campañas a través de una política de contacto permanente, directo y abierto con sus clientes, así como una política de transparencia en la gestión de la entidad mediante la publicación periódica de sus estados financieros y de resultados.

La estrategia de comunicación **integrada**, es la que está formada por varias estrategias con diferente orientación, pero dirigidas hacia la consecución del mismo objetivo. Por ejemplo, una institución pública desea utilizar un nuevo sistema de atención y servicio, pero desconoce la situación de su imagen institucional ante el grupo objetivo (receptores) y teme que la ejecución pueda ser negativa.

Para solucionar este problema, una estrategia de comunicación integrada contempla diversos aspectos en el ámbito de la comunicación, para facilitar la ejecución, tales como: *Relaciones Interinstitucionales* con las instituciones relacionadas con la realización del nuevo sistema; *Relaciones Públicas* con los medios de comunicación y grupos de presión para generar una opinión pública favorable; *Comunicación Interna* para que el personal de la institución esté al tanto de la ejecución del nuevo sistema; *Encuestas de Servicio* para determinar el grado de satisfacción de los usuarios con el actual sistema de servicio, y *Publicidad* para dar a conocer el nuevo sistema a los usuarios.

2.2.4.1 El proceso estratégico: El proceso para el desarrollo de una estrategia de comunicación se divide en tres fases, la primera fase consiste en determinar los elementos de la **comunicación eficiente “7 C’s”**; la segunda fase es la elaboración del **diagnóstico de comunicación**; y la tercera fase es el diseño de la **estrategia de comunicación**.

La fase de la **comunicación eficiente**, también conocida como las “7 C’s”, está integrada por siete aspectos importantes que deben ser definidos para establecer las bases de la estrategia a desarrollar:

2.2.4.1.1 Credibilidad: Debe establecerse cuál es el nivel de credibilidad tanto del comunicador como del mensaje, porque la falta de credibilidad de cualquiera de los dos elementos, puede propiciar de inicio el fracaso de la estrategia.

2.2.4.1.2 Contexto: El mensaje que se ha de transmitir debe de estar acorde con el contexto en el que desenvuelve el receptor, para evitar la generación de ruido en el proceso comunicación y garantizar que la estrategia de comunicación esté acorde con la realidad.

2.2.4.1.3 Contenido: Dentro del mensaje deben mencionarse todos los aspectos que se consideren de vital importancia para el receptor, para disminuir el riesgo de transmitir información incompleta o fraccionada.

2.2.4.1.4 Claridad: El mensaje debe ser claro, conciso y concreto; evitando ser redundante o retórico, para garantizar que el mensaje llegué al receptor con la mayor fidelidad y eliminar todo ruido o distorsión.

2.2.4.1.5 Continuidad y consistencia: A este respecto, es necesario que el mensaje sea transmitido lo suficiente como para que receptor tenga el tiempo no solo de recibirlo, sino decodificarlo, analizarlo y comprenderlo.

2.2.4.1.6 Canales de comunicación: Deben seleccionarse los canales de comunicación idóneos para el tipo de mensaje que desea transmitirse.

2.2.4.1.7 Capacidad del auditorio: En este sentido, debe considerarse la capacidad del auditorio para la recepción y decodificación del mensaje.

La siguiente fase del proceso estratégico es la elaboración del diagnóstico de comunicación, que consiste en el análisis comunicacional y de situación de la persona o institución con relación al

tipo de mensaje que desea transmitir a un grupo objetivo determinado, para la resolución de un problema específico.

El diagnóstico de comunicación se desarrolla, como todo proceso analítico, dentro del ámbito de la planeación estratégica, con especial énfasis en la comunicación. Wikipedia (2008: http://es.wikipedia.org/wiki/Planeaci%C3%B3n#Etapas_de_la_Planeaci.C3.B3n). El diagnóstico debe iniciar con la definición de las etapas de la planeación estratégica: Identificación del problema, desarrollo de alternativas, elección de la alternativa más conveniente y ejecución del plan. Este proceso analítico y definitorio puede complementarse con el auxilio de dos herramientas de análisis, aplicables en el ámbito de la comunicación: la regla publicitaria **AIDA** (*Atención, Interés, Deseo y Acción*) y el análisis **FODA** (*Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas*).

Con relación a la regla **AIDA**, Wikipedia (2008: <http://es.wikipedia.org/wiki/AIDA>), puede aplicarse comunicacionalmente definiendo como llamar la atención del grupo objetivo (*receptor*); como despertar su interés por el mensaje; como propiciar el deseo de recibir el mensaje; y cuál debe ser la acción a tomar para transmitir el mensaje y obtener la retroalimentación. En cuanto al análisis **FODA**, Wikipedia (2008: <http://es.wikipedia.org/wiki/FODA>), es una metodología de estudio de situación, que permite identificar las Fortalezas y Oportunidades del comunicador ante el problema de comunicación, así como determinar las Debilidades y Amenazas que pueden afectar la transmisión del mensaje al grupo objetivo (*receptor*).

Finalmente, una vez establecidos y definidos todos los elementos que integran el proceso de análisis, y que dan como resultado un diagnóstico de situación comunicacional, se procede a diseñar la estrategia de comunicación que permita solucionar el problema

comunicacional. Este diseño, siguiendo las bases de la planeación estratégica, debe establecer una temporalidad (*corto, mediano o largo plazo*); debe determinarse la frecuencia de uso (*específico, técnico o permanente*); y debe tener una amplitud acorde al tipo de problema comunicacional a solucionar (*estratégico, táctico, operativo o normativo*).

2.2.4.2 La estrategia de comunicación

La estrategia de comunicación definida para la resolución del problema comunicacional, debe presentarse a manera de proyecto, con los antecedentes del problema, el resultado del diagnóstico de comunicación, las actividades a desarrollar y el cronograma de ejecución. Planeación Estratégica (2005: http://www.google.com.gt/search?hl=es&lr=&q=tipos+de+estrategias+de+comunicacion&revid=1676169626&sa=X&oi=revisions_inline&resnum=0&ct=broad-revision&cd=3). La adecuada presentación de la estrategia es clave, tanto para su ejecución como para su evaluación, en este aspecto es importante definir los aspectos claves de la presentación de la estrategia de comunicación:

2.2.4.2.1 Público objetivo: Exige tener definido el perfil del público en base a características cuantitativas de tipo socio-demográfico y económico, y las de tipo cualitativo como sus estilos de vida, valores, hábitos, aspiraciones;

2.2.4.2.2 Identificación del problema: Definir el problema que se desea solucionar a través de la estrategia de comunicación;

2.2.4.2.3 Posición: Analizar el posicionamiento de la institución para definir el punto de partida en la ejecución de la estrategia de comunicación;

2.2.4.2.4 Beneficio/solución: Establecer cuál es el beneficio que obtendrá el comunicador y la solución que obtendrá el receptor;

2.2.4.2.5 Prioridad: Definir la acción primordial o más importante, clave para la ejecución de la estrategia de comunicación;

2.2.4.2.6 Prueba (*Reason why*): Justificar la razón de la estrategia de comunicación y el por qué de su diseño e ejecución;

2.2.4.2.7 Presentación: Establecer las directrices a seguir en la ejecución de la estrategia de comunicación, así como los aspectos tácticos, técnicos, administrativos, financieros y logísticos;

2.2.4.2.8 Punto de diferencia: Demostrar por qué la estrategia de comunicación es diferente a otras estrategias realizadas para la resolución del mismo problema o de problemas similares; y

2.2.4.2.9 Plataforma de difusión: Definir los medios y canales a través de los cuales se ejecutará la estrategia de comunicación.

2.2.5 Comunicación educativa

Con frecuencia se afirma que educación y comunicación son procesos inseparables, visto desde la concepción de que no hay hecho educativo sin que no medie una acción comunicativa que no tenga una influencia educativa en algún sentido. Para analizar estos vínculos se establece la distinción que se da entre estos dos niveles básicos: el no propositivo y el propositivo, este último caracterizado por una intención, un objetivo expreso de llevar a cabo determinados procesos comunicacionales como: transmitir, informar, compartir, debatir, etcétera; donde se infiere con toda intencionalidad que en el desarrollo

del proceso de enseñanza aprendizaje este es determinante, tanto para la efectiva calidad de este proceso como para la formación de los profesionales de la educación.

La Comunicación Educativa es algo más, pues trasciende los marcos escolares y penetra en toda la sociedad. Debe ser entendida como aquella comunicación que estimula el mejoramiento humano. La comunicación educativa constituye un sistema abierto que garantiza la distribución y redistribución de las funciones de los participantes, el intercambio de los roles para la solución de problemas, la aspiración a comprender la posición del otro, el tener puntos de vista diferentes que enriquezcan el diálogo y el debate, de ahí que se hable de una comunicación simétrica haciéndose evidente la necesidad de planificar, organizar y dirigir un proceso comunicativo pedagógico que enfatice en el papel activo-creativo del estudiante donde al profesor se le asigna la misión de dirigir el mismo, a través de su guía, facilitación y orientación, a partir de las necesidades, intereses e inquietudes de sus estudiantes, que lo escuche y respete como sujeto, que considere sus criterios y opiniones como un ser individual, enriquecido en el proceso social. Razón y Palabra (2006: <http://razonypalabra.org.mx/antecedentes/n13/carac13.html>).

La Comunicación Educativa se concibe entonces como la práctica y la teoría pedagógica basada en todas las formas de estudiar, aprender y enseñar a todos los niveles y en toda circunstancia, la historia, la creación, la utilización y la evaluación de los medios de comunicación en la sociedad, su repercusión social, las consecuencias de la comunicación como artes plásticas y técnicas, así como el lugar que ocupan los medios de comunicación al mediatizar el contexto social: la participación, la modificación que producen en el modo de percibir, el papel del trabajo creador y el acceso a ellos. La educación vista desde el campo de la comunicación y la cultura, más allá del campo tecnológico material, impugna y reformula el convencionalismo de las mentalidades y saberes operativos, abriendo

la razón instrumental al sentido ideológico propio de sistemas abiertos. Se trata de una cuestión epistemológica y también política.

La Comunicación Educativa es por tanto un espacio pluridisciplinario fundamentado en la Teoría de la Comunicación y la Pedagogía, que tiene por áreas preferenciales de interés la Psicología Social, la Sociología, las Ciencias Cognitivas, la Economía, la Estética, la Tecnología Educativa y la Proxémica, entre otros campos de estudio, en la investigación de las formas de aprendizaje y enseñanza de, a través, con y sobre los medios de información, a partir del contexto determinado históricamente por las relaciones materiales de producción y reproducción social.

2.2.6 Estrategias de comunicación educativa

2.2.6.1 Características generales

El modelo básico del proceso de comunicación (*casi mecánico donde hay emisor, receptor, mensaje y donde cualquier otra cosa es considerada como **ruído** y no queda analizada*) es insuficiente para comprender el fenómeno de la comunicación y diseñar una estrategia de comunicación, es necesario recurrir a un modelo sistémico en materia de comunicación educativa. Hernández González (2007: <http://monografias.com/trabajos46/comunicacioneducativa/comunicacion-educativa.shtml>). Para ello es importante analizar las características distintivas de la comunicación educativa y que no se encuentran en otros tipos de comunicación:

2.2.6.1.1 Está institucionalizada: la escuela como institución define cómo es la comunicación, como deben hacerse las interacciones e intercambios, etc.

2.2.6.1.2 Es intencional: Esta característica se expresa y concretiza mediante el currículum, porque este define la línea de influencia en la acción de enseñar del profesor, los materiales didácticos y las condiciones ambientales. Como tal expresa intenciones explícitas pero también intenciones implícitas. Hay intenciones académicas al enseñar ciertos contenidos, pero también se enseñan formas de disciplina y organización de la vida en el aula, etc., y, en general, intenciones por transmitir determinadas ideologías.

2.2.6.1.3 Es forzada u obligada: no presupone una participación espontánea y voluntaria, pero incluye siempre algún grado de imposición.

2.2.6.1.4 Es grupal: con lo cual la comunicación no es lineal (*de docente a alumno*) sino que muchos se comunican con muchos (*alumnos entre sí, alumnos con docentes, etc.*).

2.2.6.2 Elementos de la estrategia de comunicación educativa:

2.2.6.2.1 La fuente de información: Las dos principales son el currículum educativo y el profesor. El currículum educativo provee información al profesor, y éste a los alumnos. Secundariamente también están los libros, los mapas, etc. A su vez, en la determinación del currículum intervienen la comunidad social. El profesor no informa tal cual lo que prescribe el currículum: tiene un cierto margen de libertad para dotar de significados concretos a los contenidos curriculares, más bien abiertos y abstractos.

2.2.6.2.2 Los mensajes didácticos: En la orquestación de la vida del aula, el profesor pone en juego además del conocimiento académico, mensajes acerca de las actividades a realizar por los alumnos y mensajes sobre las formas adecuadas de participación en el momento

oportuno. Para estos dos últimos se usan vías analógicas y metacomunicacionales.

2.2.6.2.3 El destinatario: Es el alumno, quien, al aprender, interactúa con el profesor negociando significados. Cada alumno interviene en este proceso según su historia personal, por lo que cada uno traerá cosas diferentes a la lección.

2.2.6.2.4 El contexto: Está el contexto interno del aula y el contexto institucional, que engloba al primero y lo condiciona. Las clases, el contexto interno son ambientes comunicativos diferenciados, o sea, tienen reglas propias acerca de cómo y cuándo participar. Las aulas se pueden definir como ambientes donde profesores y alumnos desarrollan significados compartidos para las actividades, con lo cual los procesos de enseñanza-aprendizaje son evolutivos. ´

2.2.6.3 Niveles de comunicación en la estrategia de comunicación educativa:

2.2.6.3.1 El nivel intrapersonal: Nivel donde ocurre el procesamiento interno de los significados por parte de los sujetos. Aquí las señales se transforman en unidades significativas y son elaboradas cognitivamente generando luego respuestas (*conductas*).

2.2.6.3.2 El nivel interpersonal: Se define por los intercambios que realizan los individuos y por las relaciones mutuas que establecen. Debe lograrse aquí una sintonía entre sujetos que no se han elegido entre sí. En este nivel aparecen los niveles de contenido y de relaciones (*simétricas o complementarias*).

2.2.6.3.3 El nivel organizacional: La comunicación se produce en el contexto de una institución más amplia que define el lugar de cada uno

y lo que de él se espera para el mantenimiento de la organización. Esta es a su vez fuentes de significados.

2.2.6.4 Dimensiones formales de la estrategia de comunicación educativa

2.2.6.4.1 La sintaxis: Es la organización sintáctica de los signos dentro del mensaje, y es portadora de significados, sobre todo los vinculados con la definición de las relaciones entre los sujetos. La sintaxis permite ciertos mensajes y otros no, y además se le pueden atribuir significados diferentes. La sintaxis suele ser una vía de inculcación ideológica, por su intervención no evidente.

2.2.6.4.2 La semántica: Se refiere a los significados propiamente dichos, entendidos como la relación de los signos con las cosas a que se refieren. Hay significados explícitos pero también implícitos.

2.2.6.4.3 La pragmática: Se ocupa de la forma en que la comunicación afecta el pensamiento y la conducta de las personas. La comunicación educativa es intencional y se propone influir sobre los alumnos, generando nuevos significados en ellos. El profesor también modifica sus esquemas de pensamiento y su conducta, es decir, también es afectado por la dimensión pragmática.

La Teoría de la Mediación Social permite interpretar y sistematizar la diversidad de elementos que se constituyen en el proceso educativo pues brinda elementos para concebir la Comunicación Educativa y a la Educación como actividades mediadoras y a las instituciones educativas y a los medios de comunicación como instancias mediadoras. La Teoría Social de la Comunicación permite identificar a los elementos comunicativos que intervienen en el proceso educativo, lo cual explica cómo se producen y cambian las afectaciones entre comunicación y sociedad.

Se parte del principio de que toda Estrategia de Comunicación Educativa requiere de teorías que sirvan de sustento teórico (*pedagógico y de aprendizaje*) en la elaboración de la misma. La aportación de cada una de las teorías permite conformar el Modelo de Estrategia:

- i. El diseño de la Estrategia tiene como propósito fundamental propiciar aprendizajes, no mecánicos ni por repetición sino significativos, para lo cual fue necesario apoyarse en los principios y las aportaciones del Aprendizaje Significativo.
- ii. En las Estrategias se propone promover una forma diferente de vinculación entre el actor coordinador y los actores miembros del grupo y los contenidos y el grupo y la tarea para lo cual es necesario recurrir a los principios del Aprendizaje Grupal.
- iii. En las estrategias se propone fomentar la interacción de los actores en el salón de clase a partir de la participación y el diálogo para que puedan expresar sus necesidades e intereses para apropiarse no de un conocimiento acumulado sino de un saber reflexivo y es la Comunicación Participativa quien proporcionará los elementos para el logro de esta formulación.
- iv. Es evidente la necesidad de atender el desfase en que se encuentra el lenguaje de la escuela en relación con el lenguaje de los medios de comunicación. Y si se considera que el hombre en ninguna época histórica tuvo tantas posibilidades tecnológicas para comunicarse, los medios de comunicación plantean una gama de alternativas para emitir y recibir información, estos medios de comunicación junto con otros inventos tecnológicos, han sido capaces de alterar las formas de vida dentro de la sociedad.

- v. La Educación Integral es la teoría pedagógica que brinda elementos para entender la práctica educativa tanto a nivel social como individual, en la estrategia se retoman los principios de esta teoría para alcanzar un objetivo específico: lograr el desarrollo armónico de las tres áreas que conforman la naturaleza humana; el área afectiva, intelectual y psicomotora de los actores miembros del grupo.

2.2.6.5 Ámbitos de aplicación de la estrategia de comunicación educativa:

2.2.6.5.1 Ámbito de la Educación Formal: Se define la educación formal, como el proceso integral correlacionado que abarca desde la educación primaria hasta la educación secundaria, y conlleva una intención deliberada y sistemática que se concretiza en un currículo oficial y se aplica en calendario y horario definido. En este ámbito la estrategia de comunicación educativa está orientada a reforzar los contenidos de las Currículas educativas o a integrar nuevos contenidos, a través de modificaciones curriculares dentro del Sistema Educativo.

2.2.6.5.2 Ámbito de la Educación No Formal: Se entiende por educación no formal toda actividad educativa, organizada y sistemática realizada fuera del marco del ámbito oficial, para facilitar determinadas clases de aprendizaje a subgrupos particulares de la población. En este ámbito la estrategia de comunicación educativa está dirigida a reforzar los contenidos de las Currículas educativas y promover nuevos contenidos, a través de actividades lúdicas y de ocio (*teatro, concursos, exposiciones, eventos, etc.*).

2.2.6.5.3 Ámbito de la Educación Informal: La educación informal es un proceso de aprendizaje continuo y espontáneo que se realiza fuera del marco de la educación formal y la educación no formal, como hecho social no determinado, de manera intencional. Los aprendizajes están determinados por situaciones cotidianas del contacto social, en su

mayoría no son organizados o administrados por una estrategia educativa determinada, son experiencias que se dan en ámbitos más relajados que los escolarizados. En este ámbito la estrategia de comunicación educativa está orientada a promover información específica a través de los medios (*Internet, TV, radio, etc.*) que son canal de comunicación entre el grupo objetivo (*receptores*).

2.2.6.6 Modelos de estrategias de comunicación educativa

Hernández González (2007: <http://www.monografias.com/trabajos46/comunicacion-educativa/comunicacion-educativa.shtml>) propone que “*para el desarrollo y/o análisis de estrategias de comunicación educativa, pueden utilizarse tres modelos fundamentales que contienen los elementos básicos tanto educativos como comunicacionales, que potencian su ejecución: el Modelo con énfasis en el Contenido, el Modelo con énfasis en el Efecto, y el Modelo con énfasis en el Proceso*”.

2.2.6.6.1 Modelo con énfasis en el Contenido: El Modelo con énfasis en el contenido es una comunicación como transmisión de información o conocimientos. Dicta ideas, no las intercambia; acatamiento al autoritarismo; se fomenta el individualismo y la competencia (*premio-castigo*); Educando mente dogmática (*Recibe fórmulas*). Presenta un esquema de transmisión de información directo, que se aplica especialmente en el ámbito de la educación formal:

EL COMUNICADOR:

Emite
Habla
Escoge el contenido de los mensajes
Es siempre el que sabe

EL PERCEPTOR:

Recibe
Escucha
Lo recibe como información
Es el que no sabe

El Modelo con énfasis en el Contenido se caracteriza por los siguientes elementos:

- i. Comunicación como transmisión de información o conocimientos:
 - (*Quien, Que, Cuando, Donde, Como, Por qué*)
 - Cantidad de información a transmitir
 - Capacidad del canal de comunicación
 - Proceso de codificación para convertir un mensaje en señal
 - Efectos del ruido
- ii. Fuente: Técnicas de comunicación, Conocimiento, Actitudes, Sistema Social y Cultural.
- iii. Mensaje: Elemento, Estructura, Contenido, Tratamiento y Código
- iv. Canal: Vista, Oído, Tacto, Olfato y Gusto
- v. Receptor: Técnicas de Comunicación, Actitudes, Nivel de Conocimientos y Situación Sociocultural

2.2.6.6.2 Modelo con énfasis en el Efecto: El Modelo con énfasis en el Efecto es una comunicación bidireccional, donde el proceso de retroalimentación es fundamental y se da a través de la interacción del comunicador con los perceptores. Presenta un esquema de transmisión de información efecto-resultado, que se aplica especialmente en el ámbito de la educación no formal e informal. El Modelo con énfasis en el Efecto se caracteriza por los siguientes elementos:

- i. Se considera el modelo clásico de comunicación.
- ii. Se basa en la comunicación persuasiva (convencer, manejar, condicionar al individuo, para influir sobre las actitudes y reforzar la conducta deseada).
- iii. La comunicación como difusión de innovaciones.
- iv. Este modelo busca los medios y las técnicas más impactantes de penetración y persuasión.
- v. Se basa en el conductismo, en la relación estímulo – respuesta.

- vi. La recompensa juega un papel fundamental en las técnicas educativas de este modelo. Determina la creación de nuevos hábitos en el individuo.
- vii. Debe provocar un efecto y producir un resultado.

2.2.6.6.3 Modelo con énfasis en el Proceso: El Modelo con énfasis en el Proceso es una comunicación bidireccional donde el perceptor es el elemento fundamental del proceso de comunicación. Presenta un esquema de transmisión de información horizontal, basado en la educación formal y no formal. El Modelo con énfasis en el Proceso se caracteriza por los siguientes elementos:

- i. Se centra en la persona, en su contexto y análisis como un proceso múltiple y plural.
- ii. Parte del análisis de las causas y condiciones sociales, económicas e históricas fundamentales para generar procesos de transformación personal y social.
- iii. Promueve el intercambio de conocimientos, la participación activa y la problematización.
- iv. Dialogo constante. Comunicación horizontal.
- v. Integra ocho elementos de la comunicación: Fuente, Contexto, Marco de referencia, Emisor, Perceptor, Códigos, Medios y recursos, Mensaje y Referente.

2.3 PROGRAMAS Y PROYECTOS DE FOMENTO DE LA EDUCACIÓN Y CULTURA TRIBUTARIA EN LATINOAMERICA

La formación de conciencia ciudadana, es de suma importancia para el desarrollo de la sociedad, tanto en el ámbito de la convivencia como en el de la responsabilidad social. Dentro de esta conciencia ciudadana, la educación tributaria juega un papel importante, ya que contribuye a fortalecer la recaudación de impuestos. Cada país de Latinoamérica, y esencialmente las Administraciones Tributarias, han reconocido que los problemas comunes que merman la recaudación tributaria: la evasión y elusión fiscal, el contrabando, la informalidad comercial y la piratería, pueden ser combatidos desde el punto de vista social, haciéndole ver a los ciudadanos la importancia del cumplimiento de las obligaciones tributarias y generando en ellos un sentimiento de rechazo hacia quienes incumplen con dichas obligaciones.

El reconocimiento de la importancia de la educación tributaria en los ciudadanos, especialmente en los niños y jóvenes, posibilita la ejecución de estrategias, programas y proyectos orientados a fomentar una cultura tributaria de responsabilidad ciudadana que coadyuve en el mejoramiento sustancial de la recaudación tributaria. Estas Administraciones Tributarias han desarrollado sus programas de educación tributaria, de acuerdo a sus sistemas y ámbitos educativos, legislación tributaria, organización del Estado y capacidad de recursos tanto económicos, como humanos y tecnológicos.

Para tener una visión completa de las situaciones que propiciaron la creación y desarrollo de programas y proyectos de educación y cultura tributaria, así como sus objetivos y contenidos, es necesario conocer cada uno de ellos. A continuación se presentan los Programas y Proyectos de Educación y Cultura Tributaria ejecutados a la fecha en Latinoamérica, por orden alfabético.

2.3.1 Argentina: Programa de Educación Tributaria



Frente a los cambios producidos en el orden político, social, económico y cultural, ocurridos durante la década de los noventa, la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), advirtió la necesidad de redefinir los vínculos con la población en general y con el universo de contribuyentes en particular. En este contexto, la Subdirección General de Recursos Humanos aprobó en 1998 la puesta en marcha del “*Programa de Educación Tributaria*” a través de la Dirección de Capacitación de la AFIP.

Este programa está orientado a generar una nueva cultura tributaria en la población, mediante el trabajo con los ciudadanos “*en formación*”, para concienciar a la población en edad escolar sobre el sentido social que tiene los impuestos y reafirmar una ciudadanía responsable. El Programa de Educación Tributaria se subdivide en dos grandes áreas de trabajo: la Educación Formal y la Educación No Formal.

En el ámbito de la educación formal se involucra a los docentes, como elemento fundamental de la educación, para que participen activamente tanto en el desarrollo de materiales como en la elaboración de propuestas educativas que favorezcan la ejecución del programa. En este contexto han desarrollado actividades de capacitación a docentes, actualización curricular y la ejecución de un sitio web interactivo (www.afip.gov.ar).

En el ámbito de la educación no formal, se ha incluido el Programa de Educación Tributaria en espacios de concurrencia masiva de niños en edad escolar con distintas estrategias educativas que formen parte, a su vez, de ese espacio particular. Así se permite maximizar el contacto directo entre la AFIP y su público objetivo, construyendo de este modo una mirada integrada de los ciudadanos en formación. Dentro del ámbito de la educación no formal han desarrollado una serie de actividades de participación infanto-juvenil, tales como espacios de juego,

visitas a escuelas, divulgación del programa de educación tributaria en espacios televisivos infantiles, participación en ferias, publicaciones varias, concursos y juegos virtuales para computadora.

2.3.2 Bolivia: Programa de Educación Tributaria (PET)



Como parte de su política institucional, es que el Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) desde hace varias gestiones, inicialmente a través de su Unidad de Comunicación Social y Relaciones Públicas, posteriormente a través de la Gerencia Nacional de Servicio al Contribuyente, lleva adelante un Programa de Educación Tributaria (PET), el cual se dedica a una serie de acciones pedagógicas que permitan articular contenidos tributarios con la organización curricular escolar, así como implemente actividades extracurriculares de apoyo a la educación formal.

La ausencia de vinculación entre el curriculum escolar del sistema escolar boliviano con elementos culturales de carácter tributario, así como la ausencia de información en los textos educativos de conceptos sobre lo que significan los impuestos, demandó la formulación de una propuesta que cubra esas deficiencias y satisfaga las expectativas de motivar en los estudiantes, futuros contribuyentes, una conciencia tributaria.

La Subsecretaria de Tributación estableció, conjuntamente con la Subsecretaria de Preescolar, Primaria y Secundaria, un acuerdo de intenciones para generar experiencias desde la escuela, que permitieran al educando la comprensión, formación de criterios y otros componentes, que orientaran al comportamiento de los futuros contribuyentes en materia tributaria, la propuesta se llamó: Programa de Educación Tributaria (PET).

El objetivo principal del PET es contribuir a la formación y desarrollo de una conciencia tributaria, en la perspectiva que las nuevas generaciones asuman iniciativas de cooperación y solidaridad con todos los bolivianos, dentro de un marco de respeto a la Ley, una comprensión cabal de la razón de las obligaciones tributarias y un conocimiento pleno de los derechos y deberes que les asisten como ciudadanos.

La educación tributaria es un proceso pedagógico permanente, y permite que los educandos, sean capaces de adquirir conocimientos tributarios, comprenderlos, y lo principal, traducirlos en comportamientos que incluyan valores y actitudes que les conduzca a una mejor participación ciudadana. Para lograr este objetivo se debe, entre otras cosas incorporar al currículo escolar, el tratamiento de la problemática tributaria, buscando la experiencia de valores y la formación cívica.

La misión general de este Programa es contribuir al reconocimiento, interpretación y potenciamiento de una cultura democrática, y la afirmación de una conciencia tributaria, a partir de una acción educativa cuyos destinatarios son los niños y jóvenes de la escuela primaria y secundaria. A través del PET se pretende superar la desinformación e incomprensión existente, en los grandes sectores de la ciudadanía sobre los hechos y procesos vinculados a la obligación tributaria, la provisión de servicios básicos, la seguridad y el bienestar de la población boliviana y el papel del Estado en el ordenamiento social, económico y político de la nación.

2.3.3 Brasil: Programa Nacional de Educação Fiscal (PNEF)



La Secretaría da Receita Federal do Brazil do Ministério da Fazenda (Secretaría de Prescripción Federal de Brasil del Ministerio de Hacienda), ha promovido el Programa Nacional de Educación Fiscal PNEF desde el año 1988, como una importante herramienta para construir la conciencia ciudadana respecto de los principios que deben seguirse para la construcción de un sistema tributario justo,

capaz de cumplir su papel como instrumento de la política de distribución de los impuestos, y desarrollar un sentimiento colectivo de rechazo social a los actos de malversar el dinero público.

El PNEF tiene como objetivo fundamental el promover e institucionalizar la educación fiscal para el pleno ejercicio de la ciudadanía, y entre sus objetivos específicos se encuentran: divulgar información que posibilite la construcción de la conciencia ciudadana alrededor del papel social de los tributos y de los presupuestos públicos; demostrar a la sociedad los efectos lesivos de la evasión fiscal, el contrabando, la informalidad y la piratería; incentivar el acompañamiento de la sociedad para la buena aplicación de los recursos públicos; y crear condiciones para una relación armoniosa entre el Estado y los ciudadanos.

2.3.4 Chile: Sitio Web Siieduca



El Servicio de Impuestos Internos (SII) es el ente responsable de administrar el sistema de tributos internos de Chile, además de facilitar y fiscalizar el cumplimiento tributario, buscando continuamente la reducción de los costos de cumplimiento y mantener informados a los contribuyentes. Uno de los ejes de acción se centra en la modernización del Estado mediante la administración tributaria en línea, para así fortalecer el cumplimiento tributario y fomentar el desarrollo económico de Chile y su gente.

Por ello hace uso intensivo de las nuevas tecnologías de la información y de las comunicaciones, tanto para mejorar la atención como para promover los principios de transparencia y probidad. El principal interés del SII es crear conciencia de la importancia del cumplimiento tributario como un bien social, para que los contribuyentes perciban la justicia y equidad que con ello se consigue. Para eso se ha comprometido a cumplir con estándares de calidad, integridad y profesionalismo.

Dentro de las acciones tomadas por el SII, está la promoción de la educación tributaria como una de las principales herramientas para garantizar a futuro, el cumplimiento tributario. En este contexto, los niños representan el primer paso hacia ese futuro y es por ello que una de las primeras acciones se encaminó a desarrollar un programa de educación tributaria para estudiantes de nivel primario. En 1995, el Servicio de Impuestos Internos y el Ministerio de Educación de Chile, con apoyo de la UNESCO, desarrolló el programa de educación tributaria “*Aprendo que, al pagar los impuestos, ayudo a muchas personas*”. Dicho programa se basó en una guía docente para el análisis de material impreso y discusión grupal en clase.

Posteriormente, y en cumplimiento de los objetivos de modernización tecnológica y fomento de la administración tributaria en línea (vía Internet) el Servicio de Impuestos Internos (SII) ha creado el Sitio Web “*Siieduca*” que ofrece un nuevo servicio a través de Internet, esta vez destinado al mundo de la educación. La intención es contribuir en la formación de los estudiantes, a través de situaciones prácticas y aplicadas a la vida cotidiana, para así generar puentes de comunicación con quienes serán los nuevos y futuros usuarios de nuestros servicios. Los destinatarios específicos: docentes, estudiantes, padres y apoderados, cuentan con un espacio de navegación especialmente orientado, en contenidos y en gráfica, para satisfacer sus necesidades de información, materiales y diversión.

El Sitio Web de Siieduca se compone en su estructura de cuatro vínculos específicos: niños, profesores, familia y participación interactiva. El vínculo para niños, denominado “*Planeta Siieduca*”, contiene juegos interactivos con personajes infantiles que se desarrollan tanto en la ciudad como en el colegio, además de un área de videos relacionados con temas tributarios; el vínculo para profesores contiene actividades (fichas de trabajo), planificaciones y material complementario (pauta de observación); el vínculo para la familia contiene información sobre los impuestos, historia del SII y los servicios que presta; y finalmente el vínculo de participación interactiva contiene información sobre concursos para niños, una sección de opinión y preguntas y un glosario de términos tributarios.

2.3.5 Colombia: Plan de Estudios, Metodología y Didáctica para la Formación Escolar



A través de la Secretaría de Desarrollo Institucional de la DIAN y la Subsecretaría de Desarrollo Humano del Grupo de Cultura Tributaria, se creó en 1998 el “*Plan de Estudios, Metodología y Didáctica para la Formación Escolar*” del Programa de Educación en Cultura Tributaria. Su objetivo principal es fortalecer los programas dirigidos a formar nuevos ciudadanos, afianzando los valores de responsabilidad, participación, solidaridad, cooperación y un alto sentido de pertenencia a la comunidad nacional.

El “*Plan de Estudios, Metodología y Didáctica para la Formación Escolar*”, establece lineamientos curriculares en materia de educación en cultura tributaria, para la formación de escolares en el área de ciencias sociales. Los temas incluidos dentro de este plan van dirigidos a docentes de ciencias sociales desde preescolar hasta el grado 11. El proyecto pedagógico del Programa de Cultura Tributaria de la DIAN se basa en la formación de manera progresiva, de los valores propios de la convivencia y ejercicio cabal de la forma de participación ciudadana y se basa en los principios de formación para la autonomía, formación para la construcción del conocimiento y los valores, y formación por la acción.

El principio de formación para la autonomía, se encamina a la formación de personas que comprendan el papel que juega la tributación y dinámica social. Ser autónomo y responsable debe ser el ideal de todo ciudadano, lo cual significa que asuma su compromiso de manera integral, siendo un demócrata convencido y que su participación contribuya al adecuado funcionamiento del Estado y a la fiscalización de las acciones de este.

El principio de formación para la construcción del conocimiento y los valores, pretende fomentar la construcción de conceptos y valores asociados a los diferentes contenidos teóricos y prácticos del ámbito tributario. Teniendo claro que

para la construcción de conceptos, es necesario fomentar el desarrollo de procedimientos, rutinas y esquemas de pensamiento y acción que conduzcan a la producción de conceptos y categorías. El principio de formación por la acción, concibe la educación como un proceso a través del cual se intenta cambiar, activamente, el sentido de la experiencia con el objetivo, no de permitir que los estudiantes descubran los conceptos, sino por el contrario de que éstos sean contruidos por la acción del sujeto.

Finalmente, el fundamento de la didáctica del “*Plan de Estudios, Metodología y Didáctica para la Formación Escolar*”, se orienta por los fundamentos teóricos del constructivismo, concepción que sostiene que el aprendizaje se realiza gracias a la construcción intersubjetiva de los conocimientos y no por la transmisión de información. Esta debe ser asimilada por los estudiantes en forma reconstructiva, para lo cual se resalta el papel activo que juegan los alumnos y los maestros en el proceso enseñanza-aprendizaje.

2.3.6 Guatemala: Programa de Educación Tributaria



2.3.6.1 Ministerio de Finanzas Públicas

Mediante el Acuerdo Gubernativo No. 542-94, se creó el Programa de Educación Fiscal. El objetivo de dicho programa era “incorporar en la Estructura Curricular del Nivel Primario, Educación Básica y de las carreras de Enseñanza Media, módulos de Educación Fiscal para que los alumnos adquirieran conciencia tributaria y conocimientos sobre finanzas públicas”. También acordó que el Ministerio de Finanzas Públicas y el Ministerio de Educación debían integrar una comisión técnica, que sería la encargada del desarrollo de los contenidos de dicho programa.

En julio de 1995 fue presentado el “Programa de Educación Fiscal” para ser incluido en la Currícula Estudiantil de los Niveles Primario, Secundario y Diversificado a partir del ciclo escolar 1996. Dicho programa entró en vigencia a partir de Enero de 1996, pero fue objetado por los maestros pues adujeron carecer de la capacitación adecuada para impartir los contenidos planteados en el documento y que ello podía generar confusión en los estudiantes.

El Ministerio de Educación no logró llegar a un acuerdo con los maestros, el Ministerio de Finanzas no tenía las herramientas necesarias para realizar una capacitación masiva de maestros; y estos a su vez no estaban dispuestos a dar parte de su tiempo en la misma, además de demandar entre otros aspectos, un aumento salarial. Debido a ello y próximo a realizarse las elecciones generales para el período 1996-2000, el Programa de Educación Fiscal quedó en suspenso.

2.3.6.2 Superintendencia de Administración Tributaria -SAT-

Mediante el Decreto Legislativo No. 1-98, se creó la Superintendencia de Administración Tributaria y dentro de sus funciones está la de *“asesorar al Estado en materia de política fiscal y legislación tributaria, y proponer por conducto del Organismo Ejecutivo las medidas legales necesarias para el cumplimiento de sus fines”*. Para cumplir con esta función, es necesario fomentar una cultura tributaria orientada al cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes, para facilitar la recaudación y proveer los recursos que el Estado necesita para el cumplimiento de sus obligaciones.

En el año 2003 se promovió un concurso infantil entre los hijos menores de edad de los trabajadores de la SAT, para la creación de una mascota que sería la base para el desarrollo de un programa de educación tributaria. A raíz de dicho concurso, se creó el personaje

“Tributín”, un personaje robot que invitaba a los niños a conocer los principios básicos de la tributación en Guatemala. En julio de 2005, como parte del nuevo enfoque de trabajo de la SAT planteado por la Superintendente en funciones, Licenciada Carolina Roca, se creó el “Programa Permanente de Cultura Tributaria”, cuya misión es generar propuestas para el fomento de la cultura tributaria a nivel educativo en todos los niveles y a nivel de capacitación.

Este programa inició un proceso de investigación en materia educativa y tributaria que permitiera desarrollar un programa de educación tributaria funcional, acorde al contexto nacional y educativo. Se contó con la participación, tanto del Ministerio de Finanzas Públicas como del Ministerio de Educación a nivel nacional; y en el ámbito internacional se obtuvo la cooperación de otras Administraciones Tributarias de Latinoamérica, quienes proporcionaron sus experiencias en materia de educación tributaria.

En el 2006, el Programa Permanente de Cultura Tributaria realizó el lanzamiento oficial del “Programa de Educación Tributaria”, el cual se basa en tres grandes áreas para el fomento de la cultura tributaria en los niños y jóvenes guatemaltecos: el Área de Promoción, el Área de Divulgación y el Área de Educación.

2.3.7 Honduras: Programa de Educación Fiscal



El 15 de Agosto de 2007, el gobierno de la República Honduras, con la participación de la Secretaría de Educación, la Secretaría de Finanzas, la Dirección Ejecutiva de Ingresos, el Tribunal Superior de Cuentas, las Alcaldías Municipales, los Gremios Magisteriales, la Empresa Privada, y la Sociedad Civil, inauguró el Programa de Educación Fiscal.

Este programa tiene como objetivo principal, el contribuir a la creación de un nuevo modelo de sociedad, que tenga como esencia la equidad tributaria y la justicia social, logrando construir una ciudadanía consciente del rol socioeconómico del tributo y comprometida en una vigilancia activa del gasto gubernamental, promoviendo el fortalecimiento de la educación, en los niños, niñas, jóvenes y adultos, como instrumento de transformación social involucrando activamente a los docentes.

El Programa de Educación Fiscal se conforma de 5 módulos: 1. Enseñanza Fundamental, dirigida a los niños y niñas del nivel de Educación Básica; 2. Enseñanza Media, dirigida al nivel de Educación Secundaria; 3. Funciones Públicas, para los funcionarios públicos; 4. Universidades Públicas y Privadas, para estudiantes universitarios; y 5. Sociedad en General, dirigido al público en general.

Bajo esta premisa se busca centrar las bases de una nueva ciudadanía, involucrando a instituciones gubernamentales, gremios magisteriales y organizaciones de la sociedad civil para la refundación de nuevos compromisos. Asimismo se conformará el Grupo Nacional de Educación Fiscal, que coordinará la ejecución del Programa a nivel nacional.

2.3.8 México: Programa de Civismo Fiscal



El Programa de Civismo Fiscal que se perfila en el sector educativo, consiste en llevar a cabo actividades de formación de valores en los escolares, y abarca desde la educación básica hasta la educación superior. La etapa inicial del Programa, se ha organizado por niveles educativos, desde la educación primaria hasta la educación profesional. En cada uno de los niveles educativos se han desarrollado

actividades que apoyan la labor docente y coadyuvan en la enseñanza de los contenidos curriculares oficiales.

A su vez, la planeación del Programa, en la segunda etapa, se prevé la realización de actividades dirigidas a aquellos sectores de la población que no se pueden captar en los espacios educativos. En este sentido, se refiere a agrupaciones, asociaciones civiles, sindicatos, etcétera. Finalmente, en la tercera etapa, el programa pretende, como un complemento integral de las vertientes anteriores, fomentar actitudes y competencias cívicas al interior de la Administración Tributaria, a efecto de lograr un cambio en la visión y confianza en los contribuyentes.

2.3.9 Nicaragua: Proyecto de Fomento de la Educación Tributaria



La Dirección General de Ingresos en coordinación con el Ministerio de Educación de Nicaragua, continúan desarrollando el proyecto de “Fomento de la Educación Tributaria”, ahora con estudiantes de secundaria. Dicho proyecto que se implementó en el 2004, pretende cubrir 13 centros escolares autónomos de séptimo a noveno grado como un plan piloto. Se formalizará en su totalidad a fines del 2008 en todos los centros escolares del país, planificando utilizar la misma estrategia para alumnos del décimo al onceavo grado

2.3.10 Paraguay: Campaña de Educación Tributaria “Exigí, Juntá y Ganá”



La Subsecretaría de Estado de Tributación, con el apoyo y la cooperación del Ministerio de Educación y Cultura, ha realizado Campañas de Educación Tributaria en los Colegios Oficiales de Enseñanza Media del país, con el propósito de instalar en las comunidades educativas la conciencia de sus obligaciones tributarias. El objetivo es promover los principios de legalidad en los directivos, padres y alumnos

de los colegios oficiales de toda la geografía nacional, a través de la exigencia de la emisión de boletas legales por las operaciones comerciales. Se espera formar una mayor conciencia tributaria que ayude a mejorar la formalización de la economía, con los consiguientes beneficios para el fisco y, por extensión, para la ciudadanía en general.

El objetivo fundamental de esta campaña fue formar a los alumnos y alumnas de la media del país, a identificar la autenticidad de las facturas legales, generando así, el hábito en personas mayores del entorno y en ellos mismos, respecto de la exigencia de estas facturas legales en todo tipo de compras de servicios y productos, a través de la recolección de comprobantes legales de pago, otorgando los premios a los alumnos, profesores e instituciones que más comprobantes recolectaran.

2.3.11 Perú: Programa de Educación Tributaria y Aduanera (PETA)

A través de la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Públicas, la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), ha desarrollado el “Programa de Educación Tributaria y Aduanera (PETA)” dirigido a la población infantil en edad escolar sobre los principios básicos de la tributación en el Perú, su importancia y el trabajo que realiza el SUNAT. El programa de Educación Tributaria tiene como objetivos principales: Desarrollar conciencia ciudadana y tributaria en la población para promover el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias; sensibilizar a la población para que rechace la evasión y el contrabando; y contribuir a la formación en valores ciudadanos.

Los profesores son considerados aliados estratégicos por que ejercen un efecto multiplicador en sus alumnos, abordando la dimensión social de los impuestos de modo que contribuyan a consolidar actitudes positivas de la vida social, especialmente en el área de las responsabilidades ciudadanas y tributarias. La

currícula del Programa de Educación Tributaria contiene una serie de acciones orientadas a fomentar en los estudiantes la participación; la comprensión de los deberes como acciones que favorecen la vida social; la responsabilidad individual en las decisiones colectivas; y actitudes ciudadanas favorables a la tributación.

2.3.12 República Dominicana: Programa de Educación Tributaria



En el Plan de Trabajo del 2006, la DGII plantea como uno de sus objetivos estratégicos “*crear mecanismos eficientes de información al contribuyente y a la sociedad en general*”, y sobre esa base ha retomado este programa, creando el Departamento de Educación Tributaria y Coordinación de Servicios, con la cooperación del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Con la creación de este Departamento, se da inicio a la segunda fase del PET, con lo cual la DGII pretende ampliar el alcance de la educación tributaria y continuar la promoción de una conciencia tributaria en los contribuyentes y futuros contribuyentes.

La Dirección General de Impuestos Internos (DGII), mediante su Departamento de Educación Tributaria, ha desarrollado una serie de acciones para promover la conciencia tributaria en la sociedad dominicana. Estas acciones están encaminadas al logro del objetivo general del PET que es “*crear una conciencia tributaria en la sociedad dominicana, mediante acciones de información, orientación y educación a contribuyentes y precontribuyentes, sobre temas tributarios y la importancia de pagar impuestos*”.

Los objetivos específicos del PET son: desarrollar actividades de capacitación dirigidas a los contribuyentes, con el propósito de ofrecer orientación e información sobre la aplicación de las leyes, las normas tributarias y para facilitar el cumplimiento de sus obligaciones fiscales; y realizar acciones que promuevan la conciencia tributaria, mostrando la importancia del pago de los impuestos a los

futuros contribuyentes, incluidos estudiantes de educación básica, media y del nivel universitario, con la finalidad de reforzar el sentido de responsabilidad social y desarrollar una cultura de cumplimiento tributario.

2.3.13 Uruguay: Programa de Educación para la Ciudadanía Participativa y Responsable



El objetivo de promover la participación ciudadana y responsable de los estudiantes a través de la educación, comienza a orientar las líneas estratégicas de la DGI en las acciones definidas para los años 2003 y 2004. El tema comienza a introducirse en la organización a fines del año 2003, en las Jornadas de Capacitación, como el tema “*Algunos cambios necesarios: Creación de una Cultura Tributaria*”.

El Programa de Educación para la Ciudadanía Participativa y Responsable tiene como objetivo general “promover la conciencia fiscal en la sociedad”. Este objetivo se logra a través del fomento de la participación ciudadana en los futuros contribuyentes. Para la consecución de este objetivo general, se han definido tres objetivos específicos: Fomentar valores y actitudes como la solidaridad, justicia, equidad y responsabilidad en niños y jóvenes; Promover la responsabilidad y la participación ciudadana de esos niños y jóvenes en la vida social de su comunidad, con una visión crítica y preactiva; y Facilitar la comprensión de la función socio-económica de los tributos.

2.3.14 Venezuela: Proyecto de Educación Tributaria



En 1999 se desarrolló, para el Ministerio de Educación de Venezuela, el proyecto de educación tributaria “Inserción de la materia tributaria en la educación básica y media diversificada” por parte de la División de Educación Tributaria y Asistencia al Contribuyente de la Oficina de Divulgación Tributaria del SENIAT. El objetivo

general de dicho proyecto es desarrollar en el alumno elementos cognoscitivos y valores de comportamiento que le permitan convertirse en un ciudadano que cumple con sus obligaciones tributarias de manera espontánea.

El Papel de Trabajo sobre la inserción de la Materia Tributaria en la Educación Básica y Media Diversificada contiene valores de comportamiento que se relacionan directamente con el cumplimiento de obligaciones tributarias; conocimientos básicos de la materia tributaria y las definiciones que la sustentan; y conocimientos generales sobre cada tributo. El Contenido Educativo se divide en dos niveles: la Educación Básica (tres etapas de tres años cada una), en la que se promueve la formación de valores y conocimientos básicos de la materia tributaria; y la Educación Media Diversificada (dos años), en la que se promueven conocimientos generales sobre cada tributo.

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 MÉTODO O TIPO DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación acerca del **análisis de estrategias de comunicación educativa para el fomento de la cultura tributaria en los estudiantes del nivel primario** es de tipo descriptivo analítico.

3.2 OBJETIVOS

3.2.1 General

Analizar las diversas estrategias de comunicación educativa, aplicadas en algunos países de Latinoamérica y orientadas a enseñar a los estudiantes del nivel primario, los principios básicos de la recaudación y la importancia del cumplimiento de las obligaciones tributarias.

3.2.2 Específicos

- Investigar y conocer a fondo, los programas y proyectos en materia de educación tributaria desarrollados en Guatemala y Latinoamérica.
- Analizar los contenidos de los programas para diagnosticar su situación actual y la factibilidad de su aplicación.
- Analizar y diagnosticar los modelos de comunicación educativa aplicados en la ejecución de los programas y proyectos.
- Elaborar un cuadro comparativo de los programas en materia de educación tributaria, desarrollados en Guatemala y Latinoamérica.

3.3 TÉCNICA

3.3.1 Diagnóstico de Comunicación

Se realizó un diagnóstico comunicacional de las estrategias de comunicación educativa utilizadas por las Administraciones Tributarias de Latinoamérica para la promoción y fomento de los programas y proyectos de educación y cultura tributaria. Para realizar el diagnóstico comunicacional se aplicó la estructura básica de la estrategia de comunicación; los ámbitos de aplicación; y las tácticas y herramientas que la componen, para determinar el modelo de estrategia de comunicación que le corresponde de acuerdo al contenido de cada programa y proyecto de educación y cultura tributaria.

3.3.2 Análisis Comparativo

Con base en los resultados obtenidos en el diagnóstico de comunicación, efectuado a los programas y proyectos de educación y cultura tributaria realizados por las Administraciones Tributarias de Latinoamérica, se realizó un análisis comparativo a nivel institucional, estratégico, metodológico, modular y situacional:

3.3.2.1 Análisis Comparativo Institucional

El análisis comparativo institucional realizado, permitió identificar el lugar que ocupan las Administraciones Tributarias en el Estado; el mensaje que desean transmitir y el objeto de los proyectos y programas de educación y cultura tributaria que impulsan.

3.3.2.2 Análisis Comparativo Estratégico

El análisis comparativo estratégico realizado, facilitó la identificación en los programas y proyectos de educación y cultura tributaria del público objetivo al que se dirigen; el problema que propició su creación; el beneficio/solución que persiguen, la prioridad que rige su desarrollo y el punto de diferencia que los distingue de otros programas y proyectos similares.

3.3.2.3 Análisis Comparativo Metodológico

El análisis comparativo metodológico realizado, presenta los ámbitos educativos y el orden de importancia que ocupan en los programas y proyectos de educación y cultura tributaria, así como la principal táctica o herramienta que utilizan para su difusión.

3.3.2.4 Análisis Comparativo Modular

El análisis comparativo modular realizado, muestra la orientación de los programas y proyectos de educación y cultura tributaria hacia un modelo de estrategia de comunicación educativa en particular, de acuerdo a sus contenidos y objetivos.

3.3.2.5 Análisis Comparativo Situacional

El análisis comparativo situacional realizado, permitió determinar la situación del programa de cultura tributaria de Guatemala con relación a los programas y proyectos de educación y cultura tributaria ejecutados en Latinoamérica.

3.4 UNIVERSO

Es conformado por todos los programas y proyectos de educación y cultura tributaria desarrollados en Latinoamérica.

3.5 MUESTRA

La muestra está conformada por los proyectos de educación y cultura tributaria realizados a la fecha en Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

4. MARCO OPERATIVO

4.1 DIAGNÓSTICO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA PARA EL FOMENTO DE LA EDUCACIÓN Y CULTURA TRIBUTARIA, EJECUTADAS EN LATINOAMÉRICA

Para facilitar la comprensión del diagnóstico de las estrategias de comunicación educativa aplicadas para la divulgación de los programas y proyectos de educación y comunicación educativa ejecutadas en Latinoamérica, se presentan éstas a continuación por tipo de modelo de estrategia de comunicación educativa, de acuerdo a su orden de presentación en el marco teórico de este trabajo de investigación.

4.1.1 Programas y Proyectos de Educación y Cultura Tributaria orientados al Modelo con Énfasis en el Contenido

4.1.1.1 Bolivia: Programa de Educación Tributaria (PET)



4.1.1.1.1 Diagnóstico Institucional

- **Fuente:** Servicio de Impuestos Nacionales -SIN-
- **Situación Institucional:** Entidad de carácter estatal, descentralizada con autonomía funcional, económica, financiera, técnica y administrativa, con personalidad jurídica, patrimonio y recursos propios.
- **Mensaje:** Programa de Educación Tributaria -PET-
- **Objeto:** Contribuir a la formación y desarrollo de una conciencia tributaria, en la perspectiva que las nuevas generaciones asuman iniciativas de cooperación y solidaridad con la sociedad boliviana, dentro de un marco de respeto a la ley; una comprensión cabal de la razón de las obligaciones tributarias y un conocimiento pleno de los derechos y deberes que les asisten como ciudadanos.

4.1.1.1.2 Diagnóstico Estratégico

- **Público Objetivo:** Población en edad escolar, entre 6 a 17 años (*niveles primario y secundario*).
- **Identificación del Problema:** Desinformación e incompreensión existente, en los grandes sectores de la ciudadanía sobre los hechos y procesos vinculados a la obligación tributaria, la provisión de servicios básicos, la seguridad y el bienestar de la población boliviana y el papel del Estado en el ordenamiento social, económico y político de la nación.
- **Posición:** El SIN identificó la ausencia de vinculación entre el curriculum escolar del sistema escolar boliviano con elementos culturales de carácter tributario, así como la ausencia de información en los textos educativos de conceptos sobre lo que significan los impuestos, y demandó la formulación de una propuesta que cubra esas deficiencias y satisfaga las expectativas de motivar en los estudiantes, futuros contribuyentes, una conciencia tributaria.
- **Beneficio/Solución:** Contribuir al reconocimiento, interpretación y potenciamiento de una cultura democrática, y la afirmación de una conciencia tributaria, a partir de una acción educativa cuyos destinatarios son los niños y jóvenes de la escuela primaria y secundaria.
- **Prioridad:** Desarrollar, en el ámbito de la educación formal, una serie de acciones pedagógicas que permitan articular contenidos tributarios con la organización curricular escolar como objetivo primario; y en el ámbito de la Educación No Formal, realizar actividades extracurriculares de apoyo a la educación formal.

- **Prueba:** El PET contribuye a la formación y desarrollo de una conciencia tributaria, en la perspectiva que las nuevas generaciones asuman iniciativas de cooperación y solidaridad con la sociedad boliviana, dentro de un marco de respeto a la ley; una comprensión cabal de la razón de las obligaciones tributarias y un conocimiento pleno de los derechos y deberes que les asisten como ciudadanos.
- **Presentación:** La estrategia de comunicación está establecida dentro del programa operativo del SIN; el desarrollo de acciones en el ámbito de la educación formal se realiza con el apoyo de la Subsecretaria de Pre-escolar, Primaria y Secundaria y el desarrollo de acciones en el ámbito de la educación no formal se realiza por parte del SIN.
- **Punto de Diferencia:** La estrategia de comunicación educativa del PET genera experiencias desde la escuela, que permite al educando la comprensión, formación de criterios y otros componentes, que orientan el comportamiento de los futuros contribuyentes en materia tributaria.
- **Plataforma de Difusión:** Para la difusión del PET se utiliza una plataforma mixta de medios, integrada por materiales impresos (*guías curriculares, presentaciones, textos educativos, etc.*); materiales promocionales (*útiles escolares*); medios alternativos (*Internet*); y espacios de ocio (*concursos, talleres y visitas guiadas*).

4.1.1.1.3 Diagnóstico Metodológico

- **Ámbito(s):**
 - **Educación Formal:** Involucrar a los docentes, como elemento fundamental de la educación, así como expertos en materia tributaria, como la parte técnica legal del sistema tributario, para

que participen activamente tanto en el desarrollo de contenidos como en la planificación y ejecución de una reforma educativa que favorezca la ejecución del programa.

- **Educación No Formal:** Producción de materiales informativos así como el desarrollo de actividades extra aulas y de carácter lúdico para coadyuvar a la ejecución del programa.
- **Educación Informal:** Desarrollar herramientas que propicien la interactividad en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

- **Tácticas/Herramientas:**

- **Educación Formal:** Actualización curricular; Textos de Educación Tributaria; Proyectos de Investigación en materia tributaria, Documentos y Obras sobre la Historia de los impuestos; Presentaciones Técnicas Presenciales y Evaluaciones de conocimiento.
- **Educación No Formal:** Concursos, Visitas guiadas, Pasantías y Juegos Didácticos Tributarios.
- **Educación Informal:** Sitio Web de Educación Tributaria (<http://www.impuestos.gov.bo/>).

4.1.1.1.4 Diagnóstico Modular

- Utiliza la comunicación educativa para la transmisión de información y conocimientos en el ámbito de la educación formal como objetivo primario:
 - Involucra a los docentes, quienes son capacitados en materia tributaria para transmitir los conocimientos a los alumnos del nivel primario y secundario en las escuelas. Cuentan con el apoyo de material didáctico y guías curriculares de contenido, lo que les permitirá contribuir al reconocimiento, interpretación y

potenciamiento de una cultura democrática, y la afirmación de una conciencia tributaria.

- Guías curriculares con contenidos en materia tributaria y de conciencia ciudadana.
 - El canal de comunicación en la educación formal es el docente; en la educación no formal las actividades lúdicas y en la educación informal el internet.
 - El proceso de enseñanza-aprendizaje se basa en educación formal, no formal e informal, y los contenidos son adaptados según el ámbito en el que se desarrollan.
 - El ruido que puede generarse en la educación formal es la incorrecta enseñanza de los aspectos tributarios; en la educación no formal la falta de interés y participación de los alumnos y en la educación informal la carencia de tecnología para acceder a la información.
-
- Las fuente de información son: en materia tributaria, el Servicio de Impuestos Nacionales; en adaptación pedagógica, el Ministerio de Educación, en la Estrategia de Comunicación Educativa, el PET; y en la experiencia didáctica, el docente, dentro del contexto socioeconómico y cultural de Bolivia.
 - El mensaje transmitido es el reconocimiento, interpretación y potenciamiento de una cultura democrática, y la afirmación de una conciencia tributaria, a partir de la acción educativa.

- Intervienen en el proceso educativo como canales primarios para el procesamiento de la información: la vista como sentido primario, el oído como sentido secundario y finalmente el tacto como sentido complementario; de acuerdo al ámbito en el que se desarrolle el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- El receptor es el estudiante de nivel primario y secundario, directamente a través del proceso de enseñanza-aprendizaje de la educación formal; la participación en las actividades lúdicas de la educación no formal; y la interactividad con las herramientas tecnológicas de la educación informal.

4.1.1.2 Colombia: Plan de Estudios, Metodología y Didáctica para la Formación Escolar



4.1.1.2.1 Diagnóstico Institucional

- **Fuente:** Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales -DIAN-
- **Situación Institucional:** Dependencia del Estado adscrita al Ministerio de Hacienda y Crédito Público de Colombia.
- **Mensaje:** Programa de Educación en Cultura Tributaria “*Plan de Estudios, Metodología y Didáctica para la Formación Escolar*”.
- **Objeto:** fortalecer los programas dirigidos a formar nuevos ciudadanos, afianzando los valores de responsabilidad, participación, solidaridad, cooperación y un alto sentido de pertenencia a la comunidad nacional.

4.1.1.2.2 Diagnóstico Estratégico

- **Público Objetivo:** Población en edad escolar, entre 6 a 17 años (niveles primario y secundario).

- **Identificación del Problema:** Establecer lineamientos curriculares en materia de educación en cultura tributaria, para la formación de escolares en el área de ciencias sociales.
- **Posición:** El “*Plan de Estudios, Metodología y Didáctica para la Formación Escolar*” promovido por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, se basa en la formación de manera progresiva, de los valores propios de la convivencia y ejercicio cabal de la forma de participación ciudadana y se basa en los principios de formación para la autonomía, formación para la construcción del conocimiento y los valores, y formación por la acción.
- **Beneficio/Solución:** Formar ciudadanos autónomos y responsables, lo que significa que deben asumir su compromiso de manera integral, siendo un demócrata convencido y que su participación contribuya al adecuado funcionamiento del Estado y a la fiscalización de las acciones de este.
- **Prioridad:** La formación de manera progresiva, a través de la educación formal, de los valores propios de la convivencia y ejercicio cabal de la forma de participación ciudadana, orientados al cumplimiento de las obligaciones ciudadanas tales como la tributación.
- **Prueba:** El Plan de Estudios es necesario para introducir a los niños en el conocimiento de sus derechos y deberes ciudadanos. El diseño de la estrategia permite enfocar lineamientos curriculares en el ámbito de la educación formal.
- **Presentación:** La estrategia de comunicación educativa del Plan de Estudios establece los lineamientos curriculares en materia de

educación en cultura tributaria, para la formación de escolares en el área de ciencias sociales, que comprendan el papel que juega la tributación y dinámica social.

- **Punto de Diferencia:** La estrategia de comunicación educativa del Plan de Estudios, se orienta por los fundamentos teóricos del constructivismo, concepción que sostiene que el aprendizaje se realiza gracias a la construcción intersubjetiva de los conocimientos y no por la transmisión de información.
- **Plataforma de Difusión:** Para la difusión del Plan de Estudios se utiliza una plataforma específica de materiales impresos (textos educativos y guías curriculares).

4.1.1.2.3 Diagnóstico Metodológico

- **Ámbito(s):**
 - **Educación Formal:** El “*Plan de Estudios, Metodología y Didáctica para la Formación Escolar*” contiene una serie de lineamientos curriculares dirigidos a docentes de ciencias sociales desde preescolar hasta el grado 11.
- **Tácticas/Herramientas:**
 - **Educación Formal:** Publicación de libros de texto educativos dirigidos a estudiantes de los niveles básico y secundario.

4.1.1.2.4 Diagnóstico Modular

- Utiliza la comunicación educativa para la transmisión de información y conocimientos en el ámbito de la educación formal como objetivo primario:

- Involucra a los docentes y alumnos, quienes cuentan con el apoyo de material didáctico y guías curriculares de contenido, lo que les permitirá reconocer e identificar los valores propios de la convivencia y ejercicio cabal de la forma de participación ciudadana, orientados al cumplimiento de las obligaciones ciudadanas tales como la tributación.
 - Guías curriculares con contenidos en materia tributaria y de conciencia ciudadana.
 - El canal de comunicación en la educación formal es el docente.
 - El proceso de enseñanza-aprendizaje se basa en educación formal, y los contenidos son adaptados para introducir a los niños en el conocimiento de sus derechos y deberes ciudadanos.
 - El ruido que puede generarse en la educación formal es la incorrecto seguimiento y aplicación de los lineamientos curriculares.
- Las fuente de información son: en materia tributaria, la DIAN; en adaptación pedagógica, el Ministerio de Educación, en la Estrategia de Comunicación Educativa, el Plan de Estudios; y en la experiencia didáctica, a través de los lineamientos curriculares educativos enmarcados en el contexto socioeconómico y cultural colombiano.
 - El mensaje transmitido la importancia de la formación de escolares en el área de ciencias sociales, para que comprendan el papel que juega la tributación y dinámica social en el desarrollo socioeconómico del país.

- Intervienen en el proceso educativo como canales primarios para el procesamiento de la información: la vista como sentido primario, el oído como sentido secundario y finalmente el tacto como sentido complementario; de acuerdo al ámbito en el que se desarrolle el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- El receptor es el estudiante de nivel primario y secundario, directamente a través del proceso de enseñanza-aprendizaje de la educación formal.

4.1.1.3 Nicaragua: Proyecto de Fomento de la Educación Tributaria



4.1.1.3.1 Diagnóstico Institucional

- **Fuente:** Dirección General de Ingresos -DGI-
- **Situación Institucional:** Dependencia del Estado adscrita al Ministerio de Hacienda y Crédito Público de Nicaragua.
- **Mensaje:** Proyecto “Fomento de la Educación Tributaria”.
- **Objeto:** fomentar la cultura tributaria en los estudiantes de nivel primario y secundario.

4.1.1.3.2 Diagnóstico Estratégico

- **Público Objetivo:** Población en edad escolar, entre 6 a 17 años (niveles primario básico y secundario).
- **Identificación del Problema:** No hay una identificación clara del problema en el Proyecto, pero su desarrollo y ejecución sugiere que el problema es el desconocimiento, por parte de los estudiantes, de la importancia del cumplimiento de las obligaciones tributarias.

- **Posición:** La Dirección General de Ingresos no define su posición con relación al Proyecto, pero la continuación del proceso de ejecución supone que considera de suma importancia la educación tributaria para el fomento de una cultura de cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias.
- **Beneficio/Solución:** El Proyecto no muestra un beneficio/solución concreto, por su contenido la generalidad indica que puede ser modificar la currícula estudiantil para la inclusión de la educación tributaria dentro de la educación formal para crear conciencia en los estudiantes sobre la importancia del cumplimiento de las obligaciones tributarias.
- **Prioridad:** La educación tributaria en niños del nivel primario básico y nivel secundario.
- **Prueba:** El Proyecto no muestra un contenido específico, sino avances en el nivel educativo primario básico y su consecuente ejecución en los siguientes niveles educativos. El diseño del Programa de Educación Tributaria se desarrolla exclusivamente en el ámbito de la educación formal.
- **Presentación:** No hay una presentación formal del Proyecto, tanto en su contenido programático, como en su proceso de ejecución en el ámbito de la educación formal.
- **Punto de Diferencia:** No presenta punto de diferencia en la estrategia de comunicación educativa del Proyecto.
- **Plataforma de Difusión:** No especifica una plataforma de difusión. Debido a que se desarrolla en el ámbito de la educación formal, es

posible que involucre medios impresos (materiales educativos y guías curriculares).

4.1.1.3.3 Diagnóstico Metodológico

- **Ámbito(s):**
 - **Educación Formal:** El Proyecto no define formalmente su ejecución, sino que sugiere por su contenido, que esta se desarrolla en el ámbito de la educación formal.

- **Tácticas/Herramientas:**
 - **Educación Formal:** No especifica las herramientas empleadas para su difusión, el ámbito en el que se desarrolla sugiere la utilización de libros de texto y guías curriculares.

4.1.1.3.4 Diagnóstico Modular

- El Proyecto no muestra un contenido específico, sino presenta los logros alcanzados en un período de ejecución, sin ahondar en detalles técnicos, estadísticos y educativos. Por el tipo de resultados expuestos, se interpreta que el proyecto se desarrolló en el ámbito educativo formal, por lo que se define como un modelo de estrategia con énfasis en el contenido.

4.1.1.4 Venezuela: Proyecto de Educación Tributaria



4.1.1.4.1 Diagnóstico Institucional

- **Fuente:** Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria -SENIAT-
- **Situación Institucional:** Dependencia del Estado adscrita al Ministerio del Poder Popular para las Finanzas de la República Bolivariana de Venezuela.

- **Mensaje:** Proyecto de Educación Tributaria “Inserción de la materia tributaria en la educación básica y media diversificada”.
- **Objeto:** desarrollar en el alumno elementos cognoscitivos y valores de comportamiento que le permitan convertirse en un ciudadano que cumple con sus obligaciones tributarias de manera espontánea.

4.1.1.4.2 Diagnóstico Estratégico

- **Público Objetivo:** Población en edad escolar, entre 6 a 17 años (niveles básico y medio diversificado).
- **Identificación del Problema:** Es necesario fomentar una cultura tributaria orientada al cumplimiento espontáneo de las obligaciones tributarias, desarrollando en el alumno, elementos cognoscitivos y valores de comportamiento ciudadano.
- **Posición:** El Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria ha creado el Proyecto de Educación Tributaria sobre la “Inserción de la Materia Tributaria en la Educación Básica y Media Diversificada”, que contiene valores de comportamiento para el cumplimiento de obligaciones tributarias; conocimientos básicos de la materia tributaria; y conocimientos generales sobre cada tributo.
- **Beneficio/Solución:** Fomentar la educación tributaria en el ámbito de la educación formal para crear conciencia tributaria en los niños y jóvenes.
- **Prioridad:** La inserción de la materia tributaria en la educación básica y media diversificada.

- **Prueba:** El Proyecto de Educación Tributaria es necesario para una cultura tributaria orientada al cumplimiento espontáneo de las obligaciones tributarias. El diseño del Proyecto de Educación Tributaria se desarrolla en los ámbitos de la educación formal y no formal.
- **Presentación:** La ejecución del Proyecto de Educación Tributaria se divide en dos niveles: la Educación Básica (tres etapas de tres años cada una), en la que se promueve la formación de valores y conocimientos básicos de la materia tributaria; y la Educación Media Diversificada (dos años), en la que se promueven conocimientos generales sobre cada tributo.
- **Punto de Diferencia:** El Proyecto de Educación Tributaria reconoce la importancia de la promover valores ciudadanos que favorezcan la educación tributaria y el fomento del cumplimiento espontáneo de las obligaciones tributarias.
- **Plataforma de Difusión**
Para la difusión del Proyecto de Educación Tributaria se utiliza una plataforma mixta de medios, integrada por materiales impresos (textos educativos y guías curriculares); y espacios de ocio (concursos, obras y visitas guiadas).

4.1.1.4.3 Diagnóstico Metodológico

- **Ámbito(s):**
 - **Educación Formal:** El Proyecto de Educación Tributaria promueve la inserción de la educación tributaria dentro de la currícula estudiantil, a través de reformas curriculares.
 - **Educación No Formal:** Promover la educación extracurricular, con actividades de participación infantil y juvenil que

complementen el desarrollo formal del Proyecto de Educación Tributaria.

- **Tácticas/Herramientas:**
 - **Educación Formal:** Cuadernillos Tributarios y actualizaciones curriculares.
 - **Educación No Formal:** Concursos infantiles y juveniles con fines publicitarios institucionales; obras teatrales musicales; debates de conocimientos tributarios; visitas dirigidas a las sedes del SENIAT; investigaciones y redacción de ensayos y programas de pasantías.

4.1.1.4.4 Diagnóstico Modular

- Utiliza la comunicación educativa para la transmisión de información y conocimientos en el ámbito de la educación formal como objetivo primario:
 - Involucra a los docentes, quienes son capacitados en materia tributaria para transmitir los conocimientos a los alumnos del nivel primario y secundario en las escuelas. Cuentan con el apoyo de material didáctico y guías curriculares de contenido, lo que les permitirá contribuir al reconocimiento, interpretación y potenciamiento de una cultura democrática, y la afirmación de una conciencia tributaria.
 - Guías curriculares con contenidos en materia tributaria y de conciencia ciudadana.
 - El canal de comunicación en la educación formal es el docente; en la educación no formal las actividades lúdicas y en la educación informal el internet.

- El proceso de enseñanza-aprendizaje se basa en educación formal, no formal e informal, y los contenidos son adaptados según el ámbito en el que se desarrollan.
 - El ruido que puede generarse en la educación formal es la incorrecta enseñanza de los aspectos tributarios; en la educación no formal la falta de interés y participación de los alumnos y en la educación informal la carencia de tecnología para acceder a la información.
- Las fuente de información son: en materia tributaria, el Servicio de Impuestos Nacionales; en adaptación pedagógica, el Ministerio de Educación, en la Estrategia de Comunicación Educativa, el Programa de Educación Tributaria PET; y en la experiencia didáctica, el docente, dentro del contexto socioeconómico y cultural de Bolivia.
 - El mensaje transmitido es el reconocimiento, interpretación y potenciamiento de una cultura democrática, y la afirmación de una conciencia tributaria, a partir de la acción educativa.
 - Intervienen en el proceso educativo como canales primarios para el procesamiento de la información: la vista como sentido primario, el oído como sentido secundario y finalmente el tacto como sentido complementario; de acuerdo al ámbito en el que se desarrolle el proceso de enseñanza-aprendizaje.
 - El receptor es el estudiante de nivel primario y secundario, directamente a través del proceso de enseñanza-aprendizaje de la educación formal; la participación en las actividades lúdicas de la educación no formal; y la interactividad con las herramientas tecnológicas de la educación informal.

4.1.2 Programas y Proyectos de Educación y Cultura Tributaria orientados al Modelo con Énfasis en el Efecto

4.1.2.1 Argentina: Programa de Educación Tributaria



4.1.2.1.1 Diagnóstico Institucional

- **Fuente:** Administración Federal de Ingresos Públicos -AFIP-
- **Situación Institucional:** Dependencia del Estado adscrita al Ministerio de Economía de Argentina.
- **Mensaje:** Programa de Educación Tributaria.
- **Objeto:** Generar una nueva cultura tributaria en la población, mediante el trabajo con los ciudadanos “*en formación*”, para concienciar a la población en edad escolar sobre el sentido social que tiene los impuestos y reafirmar una ciudadanía responsable.

4.1.2.1.2 Diagnóstico Estratégico

- **Público Objetivo:** Población en edad escolar, entre 6 a 17 años (*niveles primario y secundario*).
- **Identificación del Problema:** Concienciar a la población en edad escolar sobre el sentido social que tiene los impuestos y reafirmar el concepto de ciudadanía responsable.
- **Posición:** La AFIP advirtió la necesidad de redefinir los vínculos con la población en general y con el universo de contribuyentes en particular.
- **Beneficio/Solución:** Fomentar una nueva cultura tributaria orientada al cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias y coadyuvar al mejoramiento de la recaudación.

- **Prioridad:** Desarrollar acciones en el ámbito de la Educación Formal, como objetivo primario y en el ámbito de la Educación No Formal, como apoyo institucional.
- **Prueba:** El Programa de Educación Tributaria es necesario para crear una nueva cultura tributaria que propicie a futuro en los “ciudadanos en formación” el cumplimiento voluntario y responsable de las obligaciones tributarias. El diseño de la estrategia permite enfocar acciones específicas en los ámbitos educativos formales y no formales, lo que facilita su ejecución, valoración y evaluación.
- **Presentación:** La estrategia de comunicación está establecida dentro del programa operativo de la Administración Federal de Ingresos Públicos; el desarrollo de acciones en el ámbito de la educación formal se realiza con el apoyo del Ministerio de Educación Federal y de las Provincias y el desarrollo de acciones en el ámbito de la educación no formal se realiza por parte de la AFIP e instituciones públicas y privadas relacionadas.
- **Punto de Diferencia:** La estrategia de comunicación educativa del Programa de Educación Tributaria es la respuesta a los cambios producidos en el orden político, social, económico y cultural, ocurridos durante la década de los noventa en Argentina.
- **Plataforma de Difusión:** Para la difusión del Programa de Educación Tributaria se utiliza una plataforma mixta de medios, integrada por materiales impresos (*guías curriculares, historietas, revistas infantiles, etc.*); medios masivos (*Radio, Televisión y Prensa*); medios alternativos (*Internet y Juegos Virtuales*); y espacios de ocio (*teatro, concursos, exposiciones, etc.*).

4.1.2.1.3 Diagnóstico Metodológico

- **Ámbito(s):**
 - **Educación Formal:** Involucrar a los docentes, como elemento fundamental de la educación, para que participen activamente tanto en el desarrollo de materiales como en la elaboración de propuestas educativas que favorezcan la ejecución del programa.
 - **Educación No Formal:** Insertar el Programa de Educación Tributaria en espacios de concurrencia masiva de niños en edad escolar con distintas estrategias educativas que formen parte, a su vez, de ese espacio particular.
 - **Educación Informal:** Desarrollar herramientas que propicien la interactividad en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

- **Tácticas/Herramientas:**
 - **Educación Formal:** Capacitación a docentes; Cuadernillos de Actividades para alumnos; y Actualización curricular.
 - **Educación No Formal:** Juegos Didácticos ("*Tribukit*"); Espacios de Juego; Obras de Teatro (*AFIP va a la escuela*); Divulgación del Programa en espacios televisivos; Participación en Ferias; Publicaciones varias (*historietas y revistas infantiles*); y Concursos.
 - **Educación Informal:** Sitio Web de Educación Tributaria (<http://www.afip.gov.ar/et/>) y Juegos educativos para PC.

4.1.2.1.4 Diagnóstico Modular

- Educa a través de las acciones en el ámbito de la educación formal y persuade a través de las acciones en el ámbito de la educación no formal.

- Utiliza técnicas educativas formales, medios de comunicación masivos y alternativos y tácticas de enseñanza-aprendizaje lúdicas.

- Las técnicas educativas y de enseñanza aprendizaje están orientadas al estímulo-respuesta, a través del otorgamiento de créditos escolares, premios y méritos ciudadanos por participación.
- La población en edad escolar percibe el beneficio transmitido por la estrategia y fortalece la creación de la cultura tributaria orientada al cumplimiento voluntario y responsable de las obligaciones tributarias.
- La población en edad escolar percibe la importancia del pago de los impuestos y de la conciencia ciudadana y está anuente a participar activamente en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

4.1.2.2 **Brasil: Programa Nacional de Educação Fiscal (PNEF)**



4.1.2.2.1 **Diagnóstico Institucional**

- **Fuente:** Secretaría da Receita Federal.
- **Situación Institucional:** Dependencia del Estado adscrita al Ministério da Fazenda do Brazil.
- **Mensaje:** Programa Nacional de Educación Fiscal -PNEF-
- **Objeto:** promover e institucionalizar la educación fiscal para el pleno ejercicio de la ciudadanía.

4.1.2.2.2 **Diagnóstico Estratégico**

- **Público Objetivo:** Población en edad escolar, entre 6 a 17 años (*niveles primario y secundario*).
- **Identificación del Problema:** Construir la conciencia ciudadana respecto de los principios que deben seguirse para la construcción de un sistema tributario justo, capaz de cumplir su papel como instrumento de la política de distribución de los impuestos, y

desarrollar un sentimiento colectivo de rechazo social a los actos de malversar el dinero público.

- **Posición:** La Receita Federal ha promovido el PNEF como una importante herramienta para construir la conciencia ciudadana.
- **Beneficio/Solución:** Fomentar el ejercicio pleno de la ciudadanía y la búsqueda permanente del control social.
- **Prioridad:** La educación, como agente transformador de la sociedad; la ciudadanía, como incentivo a la participación individual y colectiva; la ética, como respeto a los principios universales; y la política, como el ejercicio del buen gobierno.
- **Prueba:** El PNEF es necesario para construir la conciencia ciudadana respecto de los principios que deben seguirse para la construcción de una ciudadanía responsable y un sistema tributario justo. El diseño de la estrategia permite enfocar acciones específicas en todos los ámbitos educativos.
- **Presentación:** La estrategia de comunicación educativa del PNEF enfatiza el ejercicio pleno de la ciudadanía y la búsqueda permanente del control social; presenta las cuestiones tributarias y de finanzas públicas; crea un programa desvinculado de campañas de carácter recaudatorio; combate la corrupción; establece un carácter de permanencia (*programa de Estado*); e inserta el contenido programático en los grados curriculares, de forma transversal.
- **Punto de Diferencia:** La estrategia de comunicación educativa del PNEF reconoce la importancia de la promover la cultura tributaria en los estudiantes del nivel primario y secundario, para garantizar en el futuro, ciudadanos responsables.

- **Plataforma de Difusión:** Para la difusión del PNEF se utiliza una plataforma mixta de medios, integrada por materiales impresos (*textos educativos y guías curriculares*); medios alternativos (*Internet, Juegos Virtuales y Presentaciones presenciales*); y espacios de ocio (*concursos, visitas guiadas y pasantías*).

4.1.2.2.3 Diagnóstico Metodológico

- **Ámbito(s):**
 - **Educación Formal:** El PNEF contiene una serie de herramientas educativas que han posibilitado su desarrollo y ejecución.
 - **Educación No Formal:** Promover la educación extracurricular, con actividades de participación infantil que favorezcan la ejecución del PNEF.
 - **Educación Informal:** Desarrollar herramientas que propicien la interactividad en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- **Tácticas/Herramientas:**
 - **Educación Formal:** Publicación de libros de texto educativos dirigidos a estudiantes de los niveles básico y secundario.
 - **Educación No Formal:** Publicación de revistas periódicas con temas tributarios dirigidos a niños y jóvenes.
 - **Educación Informal:** Sitio Web de Educación Tributaria (<http://leazinho.receita.fazenda.gov.br>).

4.1.2.2.4 Diagnóstico Metodológico

- Educa a través de las acciones en el ámbito de la educación formal; persuade a través de las acciones en el ámbito de la educación no formal; y propicia la participación espontánea a través de las acciones en el ámbito de la educación informal.

- Utiliza técnicas educativas formales, medios de comunicación masivos y alternativos y tácticas de enseñanza-aprendizaje lúdicas.
- Las técnicas educativas y de enseñanza aprendizaje están orientadas al estímulo-respuesta, a través de la participación activa de los estudiantes.
- La población en edad escolar percibe el beneficio transmitido por la estrategia, acerca de la importancia de la contribución justa y equitativa de todos, lo que coadyuva a formar en el estudiante la responsabilidad ciudadana y el rechazo a las malas prácticas ciudadanas.
- La población en edad escolar percibe la importancia de la participación ciudadana individual y colectiva; de la ética como respeto a los principios universales; y de la política, como el ejercicio del buen gobierno, lo que propicia su anuencia a la participación activa en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

4.1.2.3 Chile: Sitio Web Siieduca



4.1.2.3.1 Diagnóstico Institucional

- **Fuente:** Servicio de Impuestos Internos -SII-
- **Situación Institucional:** Dependencia del Estado adscrita al Ministerio de Hacienda de Chile.
- **Mensaje:** Sitio Web “Siieduca”.
- **Objeto:** Modernización tecnológica y fomento de la administración tributaria en línea.

4.1.2.3.2 Diagnóstico Estratégico

- **Público Objetivo:** Población en edad escolar, entre 6 a 17 años (niveles primario y secundario).
- **Identificación del Problema:** Construir la conciencia ciudadana respecto de los principios que deben seguirse para la construcción de un sistema tributario justo, capaz de cumplir su papel como instrumento de la política de distribución de los impuestos, y desarrollar un sentimiento colectivo de rechazo social a los actos de malversar el dinero público.
- **Posición:** El SII reconoce la importancia de la educación tributaria como una de las principales herramientas para garantizar a futuro, el cumplimiento tributario.
- **Beneficio/Solución:** Contribuir en la formación de los estudiantes, a través de situaciones prácticas y aplicadas a la vida cotidiana, para así generar puentes de comunicación con quienes serán los nuevos y futuros usuarios de los servicios.
- **Prioridad:** La educación, mediante la promoción de conciencia tributaria en línea (Internet) a través de la realización de un Sitio Web.
- **Prueba:** La creación de conciencia de la importancia del cumplimiento tributario como un bien social, es necesario para fortalecer el cumplimiento voluntario; fomentar el desarrollo económico; mejorar la atención al contribuyente; y promover principios de transparencia y probidad. El diseño de la estrategia enfoca acciones específicos en el ámbito de la educación informal.

- **Presentación:** La estrategia de comunicación educativa del Sitio Web Siieduca se compone en su estructura de cuatro vínculos específicos: niños, profesores, familia y participación interactiva.
- **Punto de Diferencia:** La estrategia de comunicación educativa del Sitio Web Siieduca promueve la modernización tecnológica y fomento de la administración tributaria en línea (vía Internet), orientada a la educación, proporcionando un espacio de navegación web especialmente orientado, en contenidos y en gráfica, para satisfacer las necesidades de información, materiales y diversión de los estudiantes.
- **Plataforma de Difusión:** Para la difusión del Programa de Educación Tributaria se utiliza una plataforma de medios alternativos (Internet).

4.1.2.3.3 Diagnóstico Metodológico

- **Ámbito(s):**
 - **Educación Informal:** Utilización de herramientas que propicien la interactividad en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- **Tácticas/Herramientas:**
 - **Educación Informal:** El Sitio Web Siieduca (<http://www.siieduca.cl/index/html>) que contiene juegos interactivos con personajes infantiles; área de videos relacionados con temas tributarios; actividades para docentes (fichas de trabajo), planificaciones y material complementario (pauta de observación); información sobre los impuestos, historia del SII y los servicios que presta; concursos para niños; sección de opinión y preguntas y glosario de términos tributarios.

4.1.2.3.4 Diagnóstico Modular

- Fomenta la educación espontánea y voluntario a través de las herramientas proporcionadas en el ámbito de la educación informal.
- Utiliza tácticas de enseñanza-aprendizaje lúdicas a través de medios alternativos (Internet).
- Las técnicas educativas y de enseñanza aprendizaje están orientadas a la participación voluntaria y espontánea, proporcionando un espacio virtual educativo e informativo, tanto para los distintos niveles educativos, como para docentes y contribuyentes en general.
- La población en edad escolar percibe la importancia de la modernización tecnológica en el proceso educativo y aprende acerca de las ventajas de los servicio de la administración tributaria en línea (vía Internet).
- La población en edad escolar entiende la importancia de la conciencia ciudadana y los principios que deben seguirse para la construcción de un sistema tributario justo y propicia el desarrollo del sentimiento colectivo de rechazo social a los actos de malversar el dinero público.

4.1.2.4 México: Programa de Civismo Fiscal



4.1.2.4.1 Diagnóstico Institucional

- **Fuente:** Servicio de Administración Tributaria -SAT-
- **Situación Institucional:** Dependencia del Estado adscrita a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público de México.
- **Mensaje:** Programa de Civismo Fiscal.

- **Objeto:** llevar a cabo actividades de formación de valores en los escolares.

4.1.2.4.2 Diagnóstico Estratégico

- **Público Objetivo:** Población en edad escolar, entre 6 a 17 años (niveles básico y medio superior); estudiantes universitarios (nivel superior); docentes y familia.
- **Identificación del Problema:** La falta de educación tributaria en los estudiantes favorece la desinformación, el desinterés y la desconfianza por todos los aspectos tributarios, lo que promueve una cultura de evasión.
- **Posición:** El SAT ha creado el Programa de Civismo Fiscal, con el fin de planear y normar acciones y contenidos en materia de educación tributaria dirigidas a los estudiantes de todos los niveles educativos.
- **Beneficio/Solución:** Coadyuvar en la enseñanza de los contenidos curriculares oficiales del Sistema Educativo Mexicano; integrar en el proceso educativo a las agrupaciones, asociaciones civiles, sindicatos, etcétera; y crear un complemento integral de las vertientes anteriores.
- **Prioridad:** Los niveles educativos, desde la educación primaria hasta la educación profesional; sectores de la población que no se pueden captar en los espacios educativos; y lograr un cambio en la visión y confianza en los contribuyentes.
- **Prueba:** El Programa es necesario para una cultura tributaria orientada al cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias. El diseño del Programa de Educación Tributaria se desarrolla en los ámbitos de la educación formal, no formal e informal.

- **Presentación:** El Programa se perfila en el sector educativo, llevando a cabo actividades de formación de valores en los escolares, y abarca desde la educación básica hasta la educación superior.
- **Punto de Diferencia:** El Programa reconoce la importancia fomentar actitudes y competencias cívicas al interior de la Administración Tributaria, a efecto de lograr un cambio en la visión y confianza en los contribuyentes.
- **Plataforma de Difusión:** Para la difusión del Programa se utiliza una plataforma mixta de medios, integrada por materiales impresos (textos educativos); medios masivos (publicaciones en prensa, radio y televisión); medios alternativos (Internet, Juegos Virtuales y de mesa); y espacios de ocio (concursos, exposiciones y talleres).

4.1.2.4.3 Diagnóstico Metodológico

- **Ámbito(s):**
 - **Educación Formal:** El Programa de Civismo Fiscal contiene una serie de herramientas educativas que favorecen la educación tributaria en el sector educativo.
 - **Educación No Formal:** Promover la educación extracurricular, con actividades de participación que favorezcan la ejecución del Programa de Civismo Fiscal.
 - **Educación Informal:** Desarrollar herramientas que propicien la interactividad en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- **Tácticas/Herramientas:**
 - **Educación Formal:** Material didáctico y de apoyo a la docencia; y guías educativas para docentes y estudiantes.

- **Educación No Formal:** Juegos de mesa; visitas guiadas a las instalaciones del SAT; actividades recreativas, dinámicas y juegos referentes a la materia fiscal; y conferencias y talleres fiscales.
- **Educación Informal:** Sitio Web del Programa de Civismo Fiscal (http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/sitio_aplicaciones/web_civismo07b/index.html); textos de educación tributaria digitales; juegos interactivos; historietas; y videos educativos.

4.1.2.4.4 Diagnóstico Modular

- Educa a través de las acciones en el ámbito de la educación formal; sensibiliza a través de las acciones en el ámbito de la educación no formal y propicia la participación voluntaria y espontánea a través de las acciones en el ámbito de la educación informal.
- Utiliza técnicas educativas formales, medios de comunicación masivos y alternativos y tácticas de enseñanza-aprendizaje lúdicas.
- Las técnicas educativas y de enseñanza aprendizaje están orientadas a la educación y concienciación, a través de las herramientas educativas formales, no formales e informales que proporciona.
- La población en edad escolar percibe el beneficio transmitido por la estrategia y fortalece la cobertura educativa en materia tributaria que propicia un cambio en la visión y confianza de los estudiantes como futuros contribuyentes.
- La población en edad escolar percibe la importancia de la participación en el proceso de enseñanza-aprendizaje en materia de educación tributaria, como parte integral en el desarrollo de valores cívicos y ciudadanos que coadyuvan a promover una cultura de cumplimiento de las obligaciones tributarias.

4.1.2.5 Paraguay: Campaña de Educación Tributaria “Exigí, Juntá y Ganá”



4.1.2.5.1 Diagnóstico Institucional

- **Fuente:** Subsecretaría de Estado de Tributación -SET-
- **Situación Institucional:** Dependencia del Estado adscrita al Ministerio de Hacienda de Paraguay.
- **Mensaje:** Campaña de Educación Tributaria en Colegios Oficiales “Exigí, Juntá y Ganá”.
- **Objeto:** promover los principios de legalidad en los directivos, padres y alumnos de los colegios oficiales de toda la geografía nacional, a través de la exigencia de la emisión de boletas legales por las operaciones comerciales.

4.1.2.5.2 Diagnóstico Estratégico

- **Público Objetivo:** Población en edad escolar, entre 12 a 17 años (Educación Media), docentes y directores de colegios oficiales.
- **Identificación del Problema:** Necesidad de instalar en las comunidades educativas, la conciencia de sus obligaciones tributarias.
- **Posición:** La SET reconoce la importancia de fomentar la cultura tributaria así como los principios de legalidad y compromiso social.
- **Beneficio/Solución:** Premios en efectivo para los estudiantes, docentes y directores de colegios y escuelas oficiales que participan en la Campaña Tributaria.
- **Prioridad:** Formar a los alumnos y alumnas de la media del país, a identificar la autenticidad de las facturas legales, generando así, el hábito en personas mayores del entorno y en ellos mismos, respecto de la exigencia de estas facturas legales en todo tipo de

compras de servicios y productos, a través de la recolección de comprobantes legales de pago.

- **Prueba:** La Campaña es necesaria para es promover los principios de legalidad en los directores, padres y alumnos. El diseño de la Campaña de Educación Tributaria se desarrolla en el ámbito de la educación no formal.
- **Presentación:** La Campaña está diseñada para instalar en las comunidades educativas la conciencia de sus obligaciones tributarias y los principios de legalidad, a través de la exigencia de la emisión de boletas legales por las operaciones comerciales.
- **Punto de Diferencia:** La Campaña está orientada a promover una mayor conciencia tributaria que ayude a mejorar la formalización de la economía, con los consiguientes beneficios para el fisco y, por extensión, para la ciudadanía en general.
- **Plataforma de Difusión:** Para la difusión de la Campaña se utiliza una plataforma mixta de medios, medios masivos (publicaciones en prensa, radio y televisión); y espacios de ocio (concursos).

4.1.2.5.3 Diagnóstico Metodológico

- **Ámbito(s):**
 - **Educación No Formal:** Promover concursos dirigidos a alumnos, profesores y directores de colegios oficiales.
- **Tácticas/Herramientas:**
 - **Educación No Formal:** Concursos dirigidos a alumnos, profesores y directores de colegios oficiales, otorgando premios en efectivo para quienes recolecten más comprobantes legales de compra.

4.1.2.5.4 Diagnóstico Modular

- Persuade a través de las acciones en el ámbito de la educación no formal.
- Utiliza medios de comunicación masivos y alternativos y tácticas de enseñanza-aprendizaje lúdicas.
- Las técnicas de enseñanza aprendizaje están orientadas al estímulo-respuesta, a través del otorgamiento de premios en efectivo para los estudiantes, docentes y directores de colegios y escuelas oficiales ganadores.
- La población en edad escolar percibe un beneficio económico establecido en la estrategia y aprende acerca de las obligaciones tributarias y los principios de legalidad, a través de la exigencia de la emisión de boletas legales por las operaciones comerciales.
- La población en edad escolar aprende a identificar la autenticidad de las facturas legales y este proceso de enseñanza-aprendizaje genera el hábito respecto de la exigencia de estas facturas legales en todo tipo de compras de servicios y productos, a través de la recolección de comprobantes legales de pago.

4.1.2.6 Perú: Programa de Educación Tributaria y Aduanera -PETA-



4.1.2.6.1 Diagnóstico Institucional

- **Fuente:** Superintendencia Nacional de Administración Tributaria -SUNAT-
- **Situación Institucional:** Dependencia Descentralizada del Estado adscrita al Ministerio de Economía y Finanzas de Perú.

- **Mensaje:** Programa de Educación Tributaria y Aduanera -PETA-
- **Objeto:** Generar propuestas para el fomento de la cultura tributaria a nivel educativo en todos los niveles y a nivel de capacitación.

4.1.2.6.2 Diagnóstico Estratégico

- **Público Objetivo:** Población en edad escolar, entre 6 a 17 años (niveles primario y secundario).
- **Identificación del Problema:** Es necesario fomentar una cultura tributaria orientada al cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes, para que los alumnos y docentes ubiquen de un lado, la relación entre el Estado y la sociedad, y de otro, la tributación como uno más de los deberes ciudadanos.
- **Posición:** La SUNAT ha creado el Programa de Educación Tributaria y Aduanera PETA, para desarrollar en los alumnos, actitudes favorables hacia la tributación, enmarcando la enseñanza en el horizonte de la ciudadanía, la vinculación de los valores, las obligaciones ciudadanas con la sociedad y el funcionamiento del Estado
- **Beneficio/Solución:** Sensibilizar a los estudiantes acerca de la importancia de los impuestos a través de herramientas educativas formales y lúdicas.
- **Prioridad:** El PETA, está dirigido a la población infantil en edad escolar, para enseñar sobre los principios básicos de la tributación en el Perú, su importancia y el trabajo que realiza el SUNAT.
- **Prueba:** El Programa de Educación Tributaria y Aduanera es necesario para promover los valores ciudadanos, entre ellos la

educación tributaria. El diseño del Programa de Educación Tributaria y Aduanera se desarrolla en los ámbitos de la educación formal, no formal e informal.

- **Presentación:** El PETA pretende desarrollar conciencia ciudadana y tributaria en la población para promover el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias; sensibilizar a la población para que rechace la evasión y el contrabando; y contribuir a la formación en valores ciudadanos.
- **Punto de Diferencia:** El PETA propone una estructura temática basada en la perspectiva de educación a partir de la ciudadanía.
- **Plataforma de Difusión:** Para la difusión del PETA se utiliza una plataforma mixta de medios, integrada por materiales impresos (textos educativos); medios alternativos (Internet, Juegos Virtuales y de mesa); y espacios de ocio (concursos, exposiciones y talleres).

4.1.2.6.3 Diagnóstico Metodológico

- **Ámbito(s):**
 - **Educación Formal:** El PETA contiene una serie de herramientas educativas que han facilitado su ejecución y establecimiento dentro de la currícula estudiantil.
 - **Educación No Formal:** Promueve la educación extracurricular, con actividades interactivas que fomentan la participación infantil y favorecen la ejecución del PETA.
 - **Educación Informal:** Utiliza herramientas tecnológicas que propician la interactividad en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

- **Tácticas/Herramientas:**
 - **Educación Formal:** Convenios interinstitucionales con el Ministerio de Educación; inclusión de contenidos en los planes curriculares regionales; cursos para docentes; réplica en los alumnos de inicial primaria y secundaria.
 - **Educación No Formal:** Red de colegios; videos de educación tributaria; educadores fiscales; revistas e historietas; y guías tributarias; manuales didácticos para estudiantes y docentes; láminas educativas; juegos de mesa; folletos didácticos; títeres y canción infantil.
 - **Educación Informal:** Sitio Web de Educación Tributaria (<http://www.sunat.gov.pe/comunidadEducativa/index.html>).

4.1.2.6.4 Diagnóstico Modular

- Educa a través de las acciones en el ámbito de la educación formal; persuade a través de las acciones en el ámbito de la educación no formal y propicia la participación interactiva de los estudiantes a través de las herramientas educativas informales.
- Utiliza técnicas educativas formales, medios de comunicación masivos y alternativos y tácticas de enseñanza-aprendizaje lúdicas.
- Las técnicas educativas y de enseñanza aprendizaje están orientadas al estímulo-respuesta, a través de la sensibilización en materia tributaria mediante actividades lúdicas y de participación escolar.
- La población en edad escolar percibe el beneficio y la importancia de aprender los principios básicos de la

tributación en el Perú, así como conoce y asimila el trabajo que realiza el SUNAT.

- La población en edad escolar percibe la importancia del rechazo a la evasión y el contrabando, y participa en el proceso de enseñanza-aprendizaje de formación en valores ciudadanos.

4.1.2.7 República Dominicana: Programa de Educación Tributaria



4.1.2.7.1 Diagnóstico Institucional

- **Fuente:** Dirección General de Impuestos Internos -DGII-
- **Situación Institucional:** Dependencia del Estado adscrita a la Secretaría de Estado de Finanzas de la República Dominicana.
- **Mensaje:** Programa de Educación Tributaria.
- **Objeto:** Crear una conciencia tributaria en la sociedad dominicana, mediante acciones de información, orientación y educación a contribuyentes y precontribuyentes, sobre temas tributarios y la importancia de pagar impuestos.

4.1.2.7.2 Diagnóstico Institucional

- **Público Objetivo:** Población en edad escolar, entre 6 a 17 años (niveles primario y secundario); contribuyentes y población en general.
- **Identificación del Problema:** Es necesario realizar un Programa de Educación Tributaria orientado a desarrollar actividades de capacitación dirigidas a los contribuyentes; realizar acciones que promuevan la conciencia tributaria en los futuros contribuyentes, con la

finalidad de reforzar el sentido de responsabilidad social y desarrollar una cultura de cumplimiento tributario.

- **Posición:** La Superintendencia de Administración Tributaria ha creado el Programa de Educación Tributaria como un mecanismo eficiente de información al contribuyente y a la sociedad en general.
- **Beneficio/Solución:** Orientar, informar y capacitar a los contribuyentes en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales; promover la conciencia tributaria, reforzando el sentido de responsabilidad social; y desarrollar una cultura de cumplimiento tributario en los futuros contribuyentes.
- **Prioridad:** Promover la conciencia tributaria, reforzar el sentido de responsabilidad social y desarrollar una cultura de cumplimiento tributario en los futuros contribuyentes.
- **Prueba:** El Programa es necesario para ampliar el alcance de la educación tributaria y promover la conciencia tributaria en los contribuyentes y futuros contribuyentes. El diseño del Programa se desarrolla en los ámbitos de la educación formal, no formal e informal.
- **Presentación:** El Programa se desarrolla en dos grandes líneas de acción: una dirigida a los contribuyentes y otra para precontribuyentes o estudiantes de escuelas, colegios y universidades.
- **Punto de Diferencia:** El Programa pretende contribuir a crear una conciencia tributaria nacional en niños, jóvenes y en los contribuyentes y la sociedad en general.

- **Plataforma de Difusión:** Para la difusión del Programa de Educación Tributaria se utiliza una plataforma mixta de medios, integrada por materiales impresos (textos educativos); medios alternativos (Internet, Juegos Virtuales y de mesa); y espacios de ocio (concursos, exposiciones y talleres).

4.1.2.7.3 Diagnóstico Metodológico

- **Ámbito(s):**
 - **Educación Formal:** El Programa de Educación Tributaria contiene una serie de herramientas educativas que han posibilitado su desarrollo y ejecución.
 - **Educación No Formal:** Promover la educación extracurricular, con actividades de participación infantil, juvenil y de contribuyentes en general para favorecer la ejecución del Programa.
 - **Educación Informal:** Desarrollar herramientas que propicien la interactividad en el proceso de enseñanza-aprendizaje, utilizando el Internet como herramienta de soporte informativo.
- **Tácticas/Herramientas:**
 - **Educación Formal:** Guías educativas para estudiantes y docentes.
 - **Educación No Formal:** Charlas y presentaciones; revistas e historietas educativas; juegos de mesa; guías informativas; talleres y encuentros con temas tributarios; concursos educativos y centro de documentación.
 - **Educación Informal:** Sitio Web de Educación Tributaria (<http://www.dgiieduca.gov.do/>), juegos virtuales para PC; guías e historietas educativas digitales; CD y Videos informativos y de conciencia tributaria; ferias y exposiciones; y secciones informativas en el Sitio Web de la DGII (<http://www.dgii.gov.do/index.html>).

4.1.2.7.4 Diagnóstico Modular

- Facilita la educación a través de las acciones en el ámbito de la educación formal; promueve la sensibilización a través de las acciones en el ámbito de la educación no formal y propicia la concienciación a través de las herramientas educativas informales.
- Utiliza técnicas educativas formales, medios de comunicación masivos y alternativos y tácticas de enseñanza-aprendizaje lúdicas.
- Las técnicas educativas y de enseñanza aprendizaje están orientadas al estímulo-respuesta, a través la promoción de actividades extracurriculares de participación infantil, juvenil y de contribuyentes en general.
- La población en edad escolar asimila el beneficio propuesto por la estrategia y participa en la promoción de conciencia tributaria.
- La población en edad escolar refuerza su sentido de responsabilidad social y participa de manera interactiva en el desarrollo de una cultura de cumplimiento tributario.

4.1.2.8 Uruguay: Programa de Educación para la Ciudadanía Participativa y Responsable



4.1.2.8.1 Diagnóstico Institucional

- **Fuente:** Dirección General Impositiva -DGI-
- **Situación Institucional:** Dependencia del Estado adscrita al Ministerio de Economía y Finanzas del Uruguay.

- **Mensaje:** Programa de Educación para la Ciudadanía Participativa y Responsable.
- **Objeto:** promover la conciencia fiscal en la sociedad.

4.1.2.8.2 Diagnóstico Estratégico

- **Público Objetivo:** Población en edad escolar, entre 6 a 17 años (niveles primario y secundario).
- **Identificación del Problema:** La necesidad de promover valores de responsabilidad ciudadana que favorezcan el establecimiento de una cultura tributaria orientada al cumplimiento voluntario en los niños y jóvenes.
- **Posición:** La DGI ha creado el Programa de Educación para la Ciudadanía Participativa y Responsable como parte de la Reforma Tributaria.
- **Beneficio/Solución:** Fortalecer la educación tributaria y los valores ciudadanos en los niños y jóvenes.
- **Prioridad:** Fomentar valores y actitudes como la solidaridad, justicia, equidad y responsabilidad en niños y jóvenes; promover la responsabilidad y la participación ciudadana de esos niños y jóvenes en la vida social de su comunidad, con una visión crítica y preactiva; y facilitar la comprensión de la función socio-económica de los tributos.
- **Prueba:** El Programa es necesario para dar a conocer a los niños y jóvenes, la importancia de la responsabilidad y la participación ciudadana. El diseño del Programa se desarrolla en los ámbitos de la educación formal, no formal e informal.

- **Presentación:** El Programa se desarrolla en tres aspectos: el fomento de valores y actitudes; la promoción de la responsabilidad y participación ciudadana en niños y jóvenes; y la comprensión de la función de los tributos.
- **Punto de Diferencia:** El Programa es producto de las Jornadas de Capacitación “*Algunos cambios necesarios: Creación de una Cultura Tributaria*”.
- **Plataforma de Difusión:** Para la difusión del Programa se utiliza una plataforma mixta de medios, integrada por materiales impresos (textos educativos); medios masivos (publicaciones en prensa, radio y televisión); medios alternativos (Internet, Juegos Virtuales y de mesa); y espacios de ocio (concursos, exposiciones y talleres).

4.1.2.8.3 Diagnóstico Metodológico

- **Ámbito(s):**
 - **Educación Formal:** El Programa propone contenidos curriculares en el sistema educativo, para el fomento de la educación tributaria.
 - **Educación No Formal:** Promover la educación extracurricular, con actividades de participación infantil que favorezcan la ejecución del Programa.
 - **Educación Informal:** Desarrollar herramientas que propicien la interactividad en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- **Tácticas/Herramientas:**
 - **Educación Formal:** Material didáctico y libros de texto; y guías educativas para docentes y estudiantes.

- **Educación No Formal:** Historietas; Talleres de Capacitación; Charlas informativas; y visitas guiadas a estudiantes a las instalaciones de la DGI.
- **Educación Informal:** Sitio Web de Educación Tributaria (<http://www.dgi.gub.uy/wdgi/hgxpp001?6,4,155,O,S,0,MNU;E;14;9;MNU,;>); stands en exposiciones; juegos interactivos; y Campañas de sensibilización tributaria.

4.1.2.8.4 Diagnóstico Modular

- Educa a través de las acciones en el ámbito de la educación formal y persuade a través de las acciones en el ámbito de la educación no formal y propicia la participación interactiva a través de acciones en el ámbito de la educación informal.
- Utiliza técnicas educativas formales, actividades de interacción presencial y tácticas de enseñanza-aprendizaje lúdicas.
- Las técnicas educativas y de enseñanza aprendizaje están orientadas al estímulo-respuesta, a través de la participación presencial e interactiva de los estudiantes.
- La población en edad escolar percibe el beneficio transmitido por la estrategia y esto propicia la formación de responsabilidad y participación ciudadana de los estudiantes en la vida social de su comunidad.
- La población en edad escolar percibe la importancia del pago de los impuestos y de la conciencia ciudadana y está anuente a participar activamente en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

4.1.3 Programas y Proyectos de Educación y Cultura Tributaria orientados al Modelo con Énfasis en el Proceso

4.1.3.1 Guatemala: Programa Permanente de Cultura Tributaria



4.1.3.1.1 Diagnóstico Institucional

- **Fuente:** Superintendencia de Administración Tributaria -SAT-
- **Situación Institucional:** Dependencia Descentralizada del Estado adscrita al Ministerio de Finanzas Públicas de Guatemala.
- **Mensaje:** Programa Permanente de Cultura Tributaria.
- **Objeto:** Generar propuestas para el fomento de la cultura tributaria a nivel educativo en todos los niveles y a nivel de capacitación.

4.1.3.1.2 Diagnóstico Estratégico

- **Público Objetivo:** Población en edad escolar, entre 6 a 17 años (niveles primario y secundario); población indígena del área rural; contribuyentes y población en general.
- **Identificación del Problema:** Es necesario fomentar una cultura tributaria orientada al cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes, para facilitar la recaudación y proveer los recursos que el Estado necesita para el cumplimiento de sus obligaciones.
- **Posición:** La SAT ha creado el Programa Permanente de Cultura Tributaria como una unidad que desarrollará programas de capacitación y educación tributaria.
- **Beneficio/Solución:** Utilización de herramientas de promoción, educación y divulgación en materia de cultura tributaria.

- **Prioridad:** La educación tributaria en niños del nivel primario; la orientación tributaria en jóvenes del nivel secundario y diversificado; y la capacitación tributaria de contribuyentes y ciudadanos en general.
- **Prueba:** El Programa es necesario para una cultura tributaria orientada al cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias. El diseño del Programa de Educación Tributaria se desarrolla en los ámbitos de la educación formal, no formal e informal.
- **Presentación:** El Programa se basa en tres grandes áreas para el fomento de la cultura tributaria en los niños y jóvenes guatemaltecos: el Área de Promoción, el Área de Divulgación y el Área de Educación.
- **Punto de Diferencia:** El Programa reconoce la importancia de la promover la cultura tributaria en los niños, para que desde temprana edad se familiaricen con el concepto de los impuestos y la importancia de pago de los mismos.
- **Plataforma de Difusión:** Para la difusión del Programa se utiliza una plataforma mixta de medios, integrada por materiales impresos (textos educativos); medios masivos (publicaciones en prensa, radio y televisión); medios alternativos (Internet, Juegos Virtuales y de mesa); y espacios de ocio (concursos, exposiciones y talleres).

4.1.3.1.3 Diagnóstico Metodológico

- **Ámbito(s):**
 - **Educación Formal:** Propiciar reformas a las Currículas educativas del nivel primario, secundario y diversificado para la inclusión de la educación tributaria dentro de los contenidos programáticos.

- **Educación No Formal:** Promover la educación extracurricular, con actividades de participación infantil que coadyuven a la ejecución del Programa.
 - **Educación Informal:** Desarrollar herramientas que propicien la interactividad en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- **Tácticas/Herramientas:**
- **Educación Formal:** Cuadernillos Tributarios y actualizaciones curriculares.
 - **Educación No Formal:** Concursos infantiles a nivel departamental, Lotería Tributaria, Obras de Teatro, Folletos informativos, juegos didácticos de mesa; Capacitación en materia tributaria; cartillas tributarias y publicaciones varias.
 - **Educación Informal:** Sitio Web de Educación Tributaria (<http://portal.sat.gob.gt/ct/portal/>); juegos virtuales para PC; publicaciones de cápsulas tributarias e historietas en prensa, radio y televisión; y videos formativos.

4.1.3.1.4 Diagnóstico Modular

- El Programa se centra en la persona por grupo objetivo: niños y jóvenes entre 6 y 17 años, la población indígena del área rural; los contribuyentes y la población en general, para promover la educación y cultura tributaria orientada al cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias.
- Proyecta desarrollar el Programa a nivel de promoción, divulgación y educación, lo que permitirá generar procesos de transformación personal y social, tanto a nivel educativo como tributario.
- Promueve el intercambio informativo y educativo entre los actores del ámbito tributario, educativo y comercial, tanto en el proceso de enseñanza-aprendizaje presencial como interactivo.

- Genera una comunicación directa tanto de la SAT a través de las dependencias que tienen relación estrecha con los contribuyentes, como de estos hacia ella y entre ellos mismos.
- Integra todos los elementos de proceso de comunicación elemental, para garantizar la transmisión del mensaje, su comprensión y aplicación.

4.1.3.2 Honduras: Programa de Educación Fiscal



4.1.3.2.1 Diagnóstico Institucional

- **Fuente:** Dirección Ejecutiva de Ingresos -DEI-
- **Situación Institucional:** Dependencia Descentralizada del Estado adscrita a la Secretaría de Finanzas de Honduras.
- **Mensaje:** Programa de Educación Fiscal.
- **Objeto:** contribuir a la creación de un nuevo modelo de sociedad, que tenga como esencia la equidad tributaria y la justicia social, logrando construir una ciudadanía consciente del rol socioeconómico del tributo y comprometida en una vigilancia activa del gasto gubernamental, promoviendo el fortalecimiento de la educación, en los niños, niñas, jóvenes y adultos, como instrumento de transformación social involucrando activamente a los docentes.

4.1.3.2.2 Diagnóstico Estratégico

- **Público Objetivo:** Población en edad escolar, entre 6 a 17 años (niveles primario y secundario); funcionarios públicos, estudiantes universitarios y público en general.
- **Identificación del Problema:** Necesidad de fomentar una cultura tributaria orientada al cumplimiento voluntario de las obligaciones

tributarias por parte de los contribuyentes, para facilitar la recaudación y proveer los recursos que el Estado necesita para el cumplimiento de sus obligaciones.

- **Posición:** La Dirección Ejecutiva de Ingresos ejecutará el Programa de Educación Fiscal, con el propósito de formar en la población hondureña una cultura de cumplimiento de responsabilidades fiscales.
- **Beneficio/Solución:** Ejecutar un Programa de Educación Fiscal que permita formar en la población, una cultura de cumplimiento voluntario de las responsabilidades fiscales.
- **Prioridad:** Promover en materia tributaria la educación en niños del nivel primario; la orientación en jóvenes del nivel secundario; la capacitación de funcionarios públicos; la especialización de los estudiantes universitarios; y la participación ciudadana de los contribuyentes y ciudadanos en general.
- **Prueba:** El Programa de Educación Tributaria es necesario para una cultura tributaria orientada al cumplimiento voluntario de las responsabilidades fiscales, lo que permitirá mejorar la recaudación y reducir los niveles de evasión fiscal. El diseño del Programa de Educación Fiscal se desarrolla en los ámbitos de la educación formal, no formal e informal.
- **Presentación:** El Programa de Educación Fiscal se conforma de 5 módulos: 1. Enseñanza Fundamental, dirigida a los niños y niñas del nivel de Educación Básica; 2. Enseñanza Media, dirigida al nivel de Educación Secundaria; 3. Funciones Públicas, para los funcionarios

públicos; 4. Universidades Públicas y Privadas, para estudiantes universitarios; y 5. Sociedad en General, dirigido al público en general.

- **Punto de Diferencia:** El Programa de Educación Fiscal reconoce la importancia de centrar las bases de una nueva ciudadanía, involucrando a instituciones gubernamentales, gremios magisteriales y organizaciones de la sociedad civil para la refundación de nuevos compromisos.
- **Plataforma de Difusión:** El Programa de Educación Fiscal está en proceso de ejecución, por lo que no se ha definido una plataforma específica de difusión. Se propone una estrategia de medios impresos (materiales didácticos, guías curriculares y libros de texto) y medios masivos (Prensa, Radio y TV).

4.1.3.2.3 Diagnóstico Metodológico

- **Ámbito(s):**
 - **Educación Formal:** El Programa de Educación Fiscal pretende incorporar la Educación Fiscal en el Currículo Nacional Básico y el Sistema Educativo Nacional, así como incluir el tema de Educación Fiscal en el Programa Nacional de Educación en Valores.
 - **Educación No Formal:** Se pretende ejecutar el Programa de Educación Fiscal en todas las instituciones gubernamentales y descentralizadas del Estado; y proveer de materiales educativos e informativos a todos los Centros Educativos del país.
 - **Educación Informal:** Realizar campañas anuales de promoción del Programa en medios de comunicación masivos.

- **Tácticas/Herramientas:**
 - **Educación Formal:** Actualizaciones curriculares y libros de texto.
 - **Educación No Formal:** Materiales educativos e informativos impresos.
 - **Educación Informal:** Promoción del Programa de Educación Fiscal en medios masivos (Prensa, Radio y TV).

4.1.3.2.4 Diagnóstico Modular

- El Programa de Educación Fiscal pretende centrarse en la persona por grupo objetivo: niños, jóvenes, funcionarios públicos, estudiantes universitarios, contribuyentes y ciudadanos en general.
- Proyecta desarrollar el Programa de Educación Fiscal de acuerdo al grupo objetivo, estableciendo un proceso de enseñanza-aprendizaje acorde al contexto socioeconómico hondureño, lo que permitirá generar procesos de transformación personal y social.
- Manifiesta promover el intercambio informativo y educativo entre los grupos objetivo, a través de la interrelación de sus integrantes y un proceso escalonado de enseñanza-aprendizaje.
- Pretende generar una comunicación directa tanto de la Dirección Ejecutiva de Ingresos hacia sus grupos objetivo, como de estos hacia ella y entre ellos mismos.
- Propone integrar todos los elementos de proceso de comunicación elemental, para garantizar la transmisión del mensaje, su comprensión y aplicación.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA PARA EL FOMENTO DE LA EDUCACIÓN Y CULTURA TRIBUTARIA EN LATINOAMÉRICA

Con base en el resultado del diagnóstico comunicacional realizado, a las estrategias de comunicación educativa ejecutadas en Latinoamérica, en los programas y proyectos para el fomento de la educación y cultura tributaria, se realizó un análisis comparativo de dichas estrategias en los ámbitos institucional, estratégico, metodológico, modular y situacional, que mostró los siguientes resultados:

4.2.1 Análisis Comparativo Institucional

País	Administración Tributaria	Situación Institucional	Mensaje	Objeto
Argentina	Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP)	Dependencia adscrita al Ministerio de Economía	Programa de Educación Tributaria	Concienciación
Bolivia	Servicio de Impuestos Nacionales (SIN)	Dependencia descentralizada	Programa de Educación Tributaria (PET)	Educación
Brasil	Secretaría da Receita Federal	Dependencia adscrita al Ministério da Fazenda	Programa Nacional de Educación Fiscal (PNEF)	Educación
Chile	Servicio de Impuestos Internos (SII)	Dependencia adscrita al Ministerio de Hacienda	Siieduca	Participación
Colombia	Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN)	Dependencia adscrita al Ministerio de Hacienda y Crédito Público	Plan de Estudios, Metodología Didáctica para la Formación Escolar	Educación
Guatemala	Superintendencia de Administración Tributaria (SAT)	Dependencia descentralizada	Programa Permanente de Cultura Tributaria	Concienciación
Honduras	Dirección Ejecutiva de Ingresos (DEI)	Dependencia descentralizada adscrita a la Secretaría de Finanzas	Programa de Educación Fiscal	Educación

México	Servicio de Administración Tributaria (SAT)	Dependencia adscrita a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público	Programa de Civismo Fiscal	Concienciación
Nicaragua	Dirección General de Ingresos (DGI)	Dependencia adscrita al Ministerio de Hacienda y Crédito Público	Proyecto Fomento de la Educación Tributaria	Educación
Paraguay	Secretaría de Estado de Tributación (SET)	Dependencia adscrita al Ministerio de Hacienda	Campaña de Educación Tributaria	Participación
Perú	Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT)	Dependencia descentralizada adscrita al Ministerio de Economía y Finanzas	Programa de Educación Tributaria y Aduanera (PETA)	Concienciación
República Dominicana	Dirección General de Impuestos Internos (DGII)	Dependencia adscrita a la Secretaría de Estado de Finanzas	Programa de Educación Tributaria	Concienciación
Uruguay	Dirección General Impositiva (DGI)	Dependencia adscrita al Ministerio de Economía y Finanzas	Programa de Educación para la Ciudadanía Participativa y Responsable	Concienciación
Venezuela	Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT)	Dependencia adscrita al Ministerio del Poder Popular para las Finanzas	Proyecto de Educación Tributaria	Educación

4.2.1.1.1 Situación Institucional

El análisis comparativo institucional reveló, con relación a la situación institucional de las Administraciones Tributarias de Latinoamérica, que tienen a su cargo la ejecución de programas y proyectos de fomento de la educación y cultura tributaria, que el **80%** son dependencias adscritas a Secretarías y Ministerios de Finanzas; y el **20%** restante son dependencias descentralizadas que funcionan dentro del Estado pero con un alto grado de autonomía, entre ellas Guatemala.

4.2.1.1.2 Mensaje

De igual manera, con relación al tipo de mensaje que proyectan en materia de educación y cultura tributaria las Administraciones Tributarias de Latinoamérica, el

10% lo ha presentado a nivel de Campaña; el 20% lo ha desarrollado a nivel de Proyecto; y el 70% restante lo ha realizado a nivel de Programa, incluida Guatemala.

4.2.1.1.3 Objeto

Finalmente, con relación al objeto de los programas y proyectos de educación y cultura tributaria, ejecutados por las Administraciones Tributarias de Latinoamérica, el 40% tiene por objeto la concienciación ciudadana, como es el caso de Guatemala; el 20% la participación ciudadana; y el 40% restante la educación ciudadana

4.2.2 Análisis Comparativo Estratégico

País	Público Objetivo	Problema	Beneficio/ Solución	Prioridad	Punto de Diferencia
Argentina	Estudiantes (Nivel Primario y Secundario)	Falta de conciencia tributaria	Fomento de cultura tributaria orientada al cumplimiento voluntario	Incluir contenidos tributarios en los programas educativos	Estrategia desarrollada en el contexto político y socio-económico de los años 90.
Bolivia	Estudiantes (Nivel Primario y Secundario)	Desinformación e incomprensión en materia tributaria	Reconocimiento de la cultura democrática y afirmación de conciencia tributaria	Acciones pedagógicas para incluir contenidos tributarios en la currícula escolar	Estrategia genera experiencias desde la escuela
Brasil	Estudiantes (Nivel Primario y Secundario)	Falta de conciencia tributaria	Fomentar el ejercicio de la ciudadanía y la búsqueda del control social	La educación, la ciudadanía, la ética y la política	Estrategia promueve la cultura tributaria para garantizar ciudadanos responsables
Chile	Estudiantes del nivel primario y secundario, profesores, familia y público en general	Falta de conciencia ciudadana	Contribuir en la formación de los estudiantes	La educación interactiva en línea a través de Internet	Estrategia promueve la modernización tecnológica y los servicios tributarios en línea vía Internet

Colombia	Estudiantes (Nivel Primario y Secundario)	Falta de lineamientos curriculares en materia de educación tributaria	Formación de ciudadanos autónomos y responsables	La formación de valores de participación ciudadana	Estrategia favorece el aprendizaje a través de construcción interactiva de conocimientos
Guatemala	Estudiantes del nivel primario y secundario, población indígena y contribuyentes	Cultura tributaria orientada al no cumplimiento de las obligaciones tributarias	Utilizar herramientas de promoción, educación y divulgación en materia de cultura tributaria	La educación, la orientación y la capacitación	Estrategia promueve la familiarización de los conceptos tributarios
Honduras	Estudiantes del nivel primario y secundario, funcionarios públicos, estudiantes universitarios y público en general	Cultura tributaria orientada al incumplimiento de las responsabilidad fiscal	Formar una cultura de cumplimiento voluntario de las responsabilidad fiscal	La educación, la orientación, la especialización, la capacitación y la participación ciudadana	Estrategia centra las bases de una nueva ciudadanía para la refundación de nuevos compromisos
México	Estudiantes del nivel básico, medio superior y superior, docentes y familia	Desinterés, desinformación y desconfianza en los aspectos tributarios	Coadyuvar en la enseñanza e integrar en el proceso educativo a grupos de presión	La educación formal en todos los niveles y sectores de la población que no se captan en los espacios educativos	Estrategia fomenta actitudes y competencias cívicas
Nicaragua	Estudiantes del nivel primario básico y secundario	Falta de conocimiento de la importancia del cumplimiento de las obligaciones tributarias	Modificar la currícula estudiantil para la inclusión de la educación tributaria dentro de la educación formal	La educación tributaria en los niveles educativos primario básico y secundario	N/A
Paraguay	Estudiantes del nivel medio, docentes y directores de escuelas y colegios	Falta de conciencia de las obligaciones tributarias	Premiar en efectivo la participación de estudiantes, docentes y directores en la Campaña	Generar el hábito de exigir facturas legales en toda compra de servicios y productos a través de la	Estrategia promueve la conciencia tributaria en los actores del ámbito educativo

	oficiales		Tributaria	recolección de comprobantes legales de pago	nacional
Perú	Estudiantes (Nivel Primario y Secundario)	Falta de conocimiento de la relación Estado y Sociedad y la tributación como deber ciudadano	Sensibilizar acerca de la importancia de los impuestos a través de herramientas educativas formales y lúdicas	Enseñar sobre los principios básicos de la tributación en el Perú, su importancia y el trabajo que realiza el SUNAT	Estrategia propone una estructura temática basada en la perspectiva de educación a partir de la ciudadanía
República Dominicana	Estudiantes del nivel primario y secundario, contribuyentes y población en general	Falta de conciencia tributaria y de responsabilidad social	Orientar acerca del cumplimiento de las obligaciones fiscales, promover la conciencia tributaria y desarrollar una cultura de cumplimiento tributario	Promover la conciencia tributaria, la responsabilidad social y una cultura de cumplimiento tributario en los futuros contribuyentes	Estrategia contribuye a crear una conciencia tributaria nacional
Uruguay	Estudiantes (Nivel Primario y Secundario)	Falta de promoción de valores de responsabilidad ciudadana	Fortalecer la educación tributaria y los valores ciudadanos	Fomentar valores y promover la responsabilidad y participación ciudadana	Estrategia producto de estudio y consenso social
Venezuela	Estudiantes del nivel básico y medio diversificado	Falta de fomento de cultura tributaria de cumplimiento espontáneo	Fomentar la educación tributaria en el ámbito de la educación formal	Inserción de la materia tributaria en la educación básica y media diversificada	Estrategia favorece la promoción de valores ciudadanos y la educación tributaria

4.2.2.1.1 Problema

El análisis comparativo estratégico mostró, con relación al problema que originó la ejecución de programas y proyectos de fomento de educación y cultura tributaria, por parte de las Administraciones Tributarias de Latinoamérica, que el **35%** identificó como principal problema la falta de conciencia tributaria; el **15%** desinformación ciudadana en materia tributaria; el **5%** la falta de lineamientos

curriculares en sus sistemas educativos; el **15%** el incumplimiento manifiesto de las obligaciones tributarias por parte de los ciudadanos, como es el caso de Guatemala; y el **30%** restante la falta de promoción, fomento y conocimiento tributario en los ciudadanos.

4.2.2.1.2 Beneficio/Solución

De igual manera, con relación al beneficio/solución propuesto en los programas y proyectos de fomento de educación y cultura tributaria, el **50%** ofrece como beneficio/solución a corto plazo, el fomento y promoción de cultura tributaria, incluida Guatemala; el **15%** la afirmación de la conciencia tributaria a mediano plazo; y el **35%** restante la formación educativa de futuros contribuyentes a largo plazo.

4.2.2.1.3 Prioridad

Asimismo, con relación a la prioridad de los programas y proyectos de educación y cultura tributaria, el **30%** estableció como prioridad la inclusión de contenidos tributarios en la currícula estudiantil; el **55%** la educación y formación tributaria participativa, entre ellas Guatemala; y el **15%** restante la promoción y fomento de la conciencia tributaria.

4.2.2.1.4 Punto de Diferencia

Finalmente, con relación al punto de diferencia manifestado en los programas y proyectos de educación y cultura tributaria, el **20%** indica que la diferencia de su programa o proyecto radica en el contexto político y socioeconómico que propició su ejecución; el **30%** la educación formal como factor de desarrollo; el **15%** la formación de ciudadanía responsable y participativa; el **5%** la modernización tecnológica en materia tributaria; y el **30%** restante la sensibilización y concienciación como factor educativo, particularmente Guatemala.

4.2.3 Análisis Comparativo Metodológico

País	Ámbitos Educativos (*)			Tácticas/Herramientas (+)		
	Formal	No Formal	Informal	Formales	No Formales	Informales
Argentina	1	2	3	Actualización Curricular	Actividades Educativas Lúdicas	Sitio Web
Bolivia	1	2	3	Actualización Curricular	Actividades Educativas Extra-Curriculares	Sitio Web
Brasil	1	2	3	Libros de Texto	Material Informativo	Sitio Web
Chile	X	X	1	X	X	Sitio Web
Colombia	1	X	X	Libros de Texto	X	X
Guatemala	2	1	3	Cuadernillos Tributarios	Actividades Educativas Lúdicas	Historietas en Prensa, Radio y TV
Honduras	1	2	3	Actualización Curricular	Materiales Educativos e Informativos	Campañas Promocionales
México	2	1	3	Libros de Texto	Actividades Educativas Extra-Curriculares	Sitio Web
Nicaragua	1	X	X	Libros de Texto	X	X
Paraguay	X	1	X	X	Concursos estudiantiles	X
Perú	3	1	2	Actualización Curricular	Actividades Educativas Extra-Curriculares	Sitio Web
República Dominicana	3	1	2	Libros de Texto	Actividades Educativas Extra-Curriculares	Sitio Web
Uruguay	2	3	1	Libros de Texto	Talleres de Capacitación	Sitio Web
Venezuela	1	2	X	Actualización Curricular	Actividades Educativas Lúdicas	X

(*) Orden de Importancia, (+) Táctica/Herramienta Fundamental

4.2.3.1.1 Ámbito Educativo

El análisis comparativo metodológico presentó, con relación al ámbito educativo primario de aplicación de los programas y proyectos de fomento de educación y cultura tributaria, que el **50%** aplica su metodología educativa en el ámbito de la educación formal; el **35%** en el ámbito de la educación no formal, como es el caso de Guatemala; y el **15%** restante en el ámbito educativo informal.

Seguidamente, con relación al ámbito educativo secundario de aplicación, el **20%** aplica su metodología educativa en el ámbito de la educación formal, incluida Guatemala; el **35%** en el ámbito de la educación no formal; el **15%** en el ámbito de la educación informal; y el **30%** restante no tiene ámbito educativo secundario.

Posteriormente, con relación al ámbito educativo terciario de aplicación, el **15%** aplica su metodología en el ámbito educativo formal; el **5%** en el ámbito educativo no formal; el **40%** en el ámbito de la educación informal, entre ellas Guatemala; y el **35%** restante no tiene ámbito educativo terciario.

4.2.3.1.2 Táctica/Herramienta Principal

De igual manera, con relación a la utilización de tácticas/herramientas en el ámbito educativo formal, para la ejecución de los programas y proyectos de fomento de educación y cultura tributaria, el **35%** utiliza como táctica la actualización curricular; el **50%** utiliza como herramienta los libros de texto, al igual que Guatemala; y el **15%** restante no utiliza ninguna táctica/herramienta en el ámbito de la educación formal.

Asimismo, con relación a la utilización de tácticas/herramientas en el ámbito educativo no formal, el **20%** utiliza como táctica el desarrollo de actividades educativas de carácter lúdico, entre ellas Guatemala; el **30%** realiza actividades educativas extra-curriculares; el **15%** utiliza material educativo e informativo; el **15%** lleva a cabo actividades de participación y capacitación; y el **20%** restante no utiliza ninguna táctica/herramienta en el ámbito de la educación no formal.

Finalmente, con relación a la utilización de tácticas/herramientas en el ámbito educativo informal, el **55%** utiliza como herramienta el Internet a través de Sitios Web; el **15%** utiliza medios masivos y alternativos de comunicación, incluida Guatemala; y el **30%** restante no utiliza ninguna táctica/herramienta en el ámbito de la educación informal.

4.2.4 Análisis Comparativo Modular

País	Modelo de Estrategia de Comunicación Educativa		
Argentina	X	Énfasis en el Efecto	X
Bolivia	Énfasis en el Contenido	X	X
Brasil	X	Énfasis en el Efecto	X
Chile	X	Énfasis en el Efecto	X
Colombia	Énfasis en el Contenido	X	X
Guatemala	X	X	Énfasis en el Proceso
Honduras	X	X	Énfasis en el Proceso
México	X	Énfasis en el Efecto	X
Nicaragua	Énfasis en el Contenido	X	X
Paraguay	X	Énfasis en el Efecto	X
Perú	X	Énfasis en el Efecto	X
República Dominicana	X	Énfasis en el Efecto	X
Uruguay	X	Énfasis en el Efecto	X
Venezuela	Énfasis en el Contenido	X	X

4.2.4.1.1 Modelo de Estrategia de Comunicación Educativa

El análisis comparativo modular indicó, con relación al modelo de estrategia de comunicación educativa al que están orientados los programas y proyectos de fomento de educación y cultura tributaria, que el **30%** ha realizado un modelo de estrategia de comunicación educativa con énfasis en el contenido; el **55%** ha realizado el modelo con énfasis en el efecto; y el **15%** restante el modelo con énfasis en el proceso, particularmente el caso de Guatemala.

4.2.5 Análisis Comparativo Situacional

País	Objeto de la Estrategia	Problema	Prioridad	Ámbito Educativo Principal	Modelo de Estrategia	Situación/ Definición
Argentina	Concienciación	Falta de conciencia tributaria	Contenidos Tributarios en Currícula Educativa	Formal	Énfasis en el Efecto	En funcionamiento / Plenamente Establecido
Bolivia	Educación	Desinformación Tributaria	Contenidos Tributarios en Currícula Educativa	Formal	Énfasis en el Contenido	En funcionamiento / Plenamente Establecido
Brasil	Educación	Falta de conciencia tributaria	Educación y Formación Tributaria Participativa	Formal	Énfasis en el Efecto	En funcionamiento / Plenamente Establecido
Chile	Participación	Falta de conciencia tributaria	Educación y Formación Tributaria Participativa	Informal	Énfasis en el Efecto	En funcionamiento / Plenamente Establecido
Colombia	Educación	Falta de Lineamientos Curriculares	Promoción y Fomento de Conciencia Tributaria	Formal	Énfasis en el Contenido	En actualización / Concluido y en proceso de revisión
Guatemala	Concienciación	Incumplimiento de Obligaciones Tributarias	Educación y Formación Tributaria Participativa	No Formal	Énfasis en el Proceso	En realización / Proceso de establecimiento
Honduras	Educación	Incumplimiento de Obligaciones Tributarias	Educación y Formación Tributaria Participativa	Formal	Énfasis en el Proceso	En desarrollo / Ejecutado parcialmente
México	Concienciación	Desinformación Tributaria	Educación y Formación Tributaria Participativa	Informal	Énfasis en el Efecto	En funcionamiento / Plenamente Establecido
Nicaragua	Educación	Falta de Promoción, Fomento y Conocimiento Tributario	Educación y Formación Tributaria Participativa	Formal	Énfasis en el Contenido	En actualización / Concluido y en proceso de revisión
Paraguay	Participación	Falta de Conciencia Tributaria	Educación y Formación Tributaria Participativa	No Formal	Énfasis en el Efecto	En funcionamiento / Plenamente Establecido
Perú	Concienciación	Falta de Promoción, Fomento y	Educación y Formación Tributaria	No Formal	Énfasis en el Efecto	En funcionamiento / Plenamente

		Conocimiento Tributario	Participativa			Establecido
República Dominicana	Concienciación	Falta de Conciencia Tributaria	Promoción y Fomento de Conciencia Tributaria	No Formal	Énfasis en el Efecto	En funcionamiento / Plenamente Establecido
Uruguay	Concienciación	Falta de Promoción, Fomento y Conocimiento Tributario	Promoción y Fomento de Conciencia Tributaria	Informal	Énfasis en el Efecto	En funcionamiento / Plenamente Establecido
Venezuela	Educación	Falta de Promoción, Fomento y Conocimiento Tributario	Contenidos Tributarios en Currícula Educativa	Formal	Énfasis en el Contenido	En actualización / Concluido y en proceso de revisión

4.2.5.1.1 Situación/Definición

El análisis comparativo situacional, con relación a la situación actual de los programas y proyectos de fomento de educación y cultura tributaria, ejecutados por la Administraciones Tributarias de Latinoamérica muestra que, el **70%** de los programas y proyectos se encuentran actualmente en funcionamiento, lo que indica que están plenamente establecidos; el **5%** están en ejecución, lo que manifiesta que están en proceso de establecimiento, como es el caso particular de Guatemala; el **20%** están siendo actualizados, lo que indica que han sido concluidos y están en proceso de revisión; y el **5%** restante están en desarrollo, lo que muestra que han sido ejecutados parcialmente.

CONCLUSIONES

- La mayoría de Administraciones Tributarias de Latinoamérica, que tienen bajo su cargo el desarrollo y ejecución de programas y proyectos de fomento de la educación y cultura tributaria, forman parte integral del aparato de Estado y por ende, cuentan con el apoyo directo tanto del gobierno central, como de los ministerios relacionados con la educación, la economía y las finanzas públicas. Esto ha facilitado tanto la ejecución de dichos programas y proyectos, así como ha coadyuvado a lograr la mayoría de los objetivos planteados.
- La Superintendencia de Administración Tributaria SAT de Guatemala, por ser una dependencia descentralizado con un alto grado de autonomía, no cuenta con el apoyo directo del aparato de Estado y debe realizar consensos con los ministerios relacionados con la educación, la economía y las finanzas públicas para desarrollar programas y proyectos de fomento de la educación y cultura tributaria. Esto ha motivado a que la SAT tenga que apoyarse en programas y proyectos de otras Administraciones Tributarias de Latinoamérica, para tener un soporte formal que coadyuve a la labor de consenso ante las otras dependencias del Estado y que facilite tanto la aprobación como la ejecución de dichos programas y proyectos.
- La mayor parte de Administraciones Tributarias han concebido el fomento de la educación y cultura tributaria en los estudiantes de nivel primario como una necesidad de carácter permanente, y por tal razón es que lo han desarrollado a nivel de Programa, para que forme parte integral de sus funciones formales.
- La concienciación, la participación y la educación ciudadana, son los principales objetivos que se pretenden lograr con la ejecución de programas y proyectos de educación y cultura tributaria, particularmente en los estudiantes de nivel primario como “ciudadanos en formación”.

- La falta de conciencia tributaria es el problema principal al que se enfrentan las Administraciones Tributarias de Latinoamérica.
- El fomento y promoción de la cultura tributaria a corto plazo, en los estudiantes del nivel primario, es el principal beneficio/solución que plantean las Administraciones Tributarias de Latinoamérica en sus programas y proyectos.
- La educación y formación tributaria participativa en los estudiantes del nivel primario, es la prioridad en la mayoría de programas y proyectos ejecutados por las Administraciones Tributarias de Latinoamérica.
- Tanto la educación formal como factor de desarrollo y la sensibilización y concienciación como factor educativo son el punto de diferencia que manifiestan los programas y proyectos de educación y cultura tributaria de las Administraciones Tributarias de Latinoamérica.
- La mayoría de las Administraciones Tributarias de Latinoamérica, han desarrollado los programas y proyectos de fomento de la educación y cultura tributaria en los niños de nivel primario, en los ámbitos educativos formal, no formal e informal. Estos ámbitos varían en nivel de importancia y aplicación de acuerdo al contenido formal de dichos programas y proyectos.
- Los libros de texto, las actividades lúdicas y extra-curriculares así como el uso de internet a través de sitios web, son las principales tácticas/herramientas empleadas por las Administraciones Tributarias en los programas y proyectos de fomento de la educación y cultura tributaria en los niños de nivel primario.
- El modelo con énfasis en el efecto, es el modelo de estrategia de comunicación educativa más utilizado, en los programas y proyectos de fomento de la educación y cultura tributaria en los estudiantes del nivel primario. Esto se debe a que la mayoría de programas y proyectos están plenamente establecidos y han pasado por un proceso evolutivo a partir de su planteamiento inicial.

- En Guatemala se utiliza el modelo con énfasis en el proceso, como modelo de estrategia de comunicación educativa, porque la Superintendencia de Administración Tributaria SAT, obvió el proceso evolutivo que conlleva un modelo con énfasis en el efecto, para poder avanzar al siguiente nivel de comunicación educativa y no rezagarse ante las demás Administraciones Tributarias de Latinoamérica en el fomento de la educación y cultura tributaria.
- La mayor parte de los programas y proyectos de fomento de la educación y cultura tributaria en los estudiantes del nivel primario, están en funcionamiento y plenamente establecidos.
- El programa permanente de cultura tributaria de Guatemala, está en proceso de establecimiento, porque a pesar de estar orientado hacia el modelo con énfasis en el proceso, todavía utiliza aspectos claves tanto del modelo con énfasis en el contenido, como del modelo con énfasis en el efecto.
- En Guatemala se implementan estrategias de comunicación educativa para el fomento de la educación y cultura tributaria en los estudiantes del nivel primario desarrolladas en otros países de Latinoamérica porque existe una convergencia entre los objetivos, problemas, prioridades, ámbitos educativos de aplicación y modelos de estrategia de los programas y proyectos de Latinoamérica, lo que facilita el proceso de ejecución y coadyuvan a minimizar posibles errores basados en las experiencias previas; reducir el tiempo invertido en investigación y prueba; propiciar el intercambio de experiencias y resultados entre los países de Latinoamérica y el establecimiento de un objetivo final común, como lo es aumentar la recaudación tributaria a través de la concienciación, promoción y educación de los estudiantes del nivel primario como “futuros contribuyentes”.

RECOMENDACIONES

- Que la Superintendencia de Administración Tributaria realice intercambios periódicos de información con las otras Administraciones Tributarias de Latinoamérica, para mantener una constante actualización y revisión de los contenidos y modelos de estrategia de comunicación educativa de los programas y proyectos de fomento de la educación y cultura tributaria, que garantice tanto su vigencia como la consecución de los objetivos planteados.
- Involucrar activamente a los Ministerios de Educación, Economía, Finanzas Públicas y Cultura tanto en el proceso de desarrollo y revisión de contenidos como en el proceso de ejecución y promoción de los programas y proyectos de fomento de la educación y cultura tributaria en los niños de nivel primario, que se proyecten realizar tanto a corto como largo plazo.
- Fomentar la participación del sector educativo público y privado, para el establecimiento de nuevas tácticas y herramientas que coadyuven a la consecución de los objetivos planteados en el programa permanente de cultura tributaria.
- Que el sector educativo superior y los colegios de profesionales en materia educativa, económica-financiera y cultural, propongan contenidos, modelos, tácticas y herramientas que fortalezcan los programas y proyectos ejecutados para el fomento de la educación y cultura tributaria en los estudiantes del nivel primario.
- Que la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, integre dentro de la currícula académica de los estudiantes, el estudio, desarrollo y aplicación de la comunicación educativa; el diagnóstico de comunicación; el análisis comunicacional; y la estrategia de comunicación; como herramientas fundamentales que fortalezcan su preparación académica y los prepare para su desenvolvimiento profesional.

BIBLIOGRAFÍA

1. **Administración Federal de Ingresos Públicos -AFIP-**
“Programa de Educación Tributaria”
División Educativa Tributaria, Dirección de Capacitación,
Subdirección General de Recursos Humanos
Argentina, 2005
2. **Administración Federal de Ingresos Públicos -AFIP-**
“Programa de Educación Tributaria Virtual”
(<http://www.afip.gov.ar/et/>)
Consultado el 18 de mayo de 2007
3. **Agencia Canadiense de Aduanas y Administración Tributaria de Canadá**
“Estrategias e Instrumentos para el incremento de la Eficacia y la Eficiencia de la Administración Tributaria: La Promoción de la Ética Pública por la Administración Tributaria”
37 Asamblea General del Centro Interamericano de Administraciones Tributarias -CIAT-, México 2003
(<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ve/2007/ccdg2.htm>)
Consultado el 27 de julio de 2007
4. **Alemán, Pedro Alfonso y Díaz Domínguez, Teresa**
“La Educación como Factor de Desarrollo”
Centro de Estudios de Ciencias de la Educación Superior, Universidad del Pinar del Río, Cuba 2007
(<http://www.monografias.com/trabajos48/educacion-y-desarrollo/educacion-y-desarrollo2.shtml>)
Consultado el 20 de junio de 2007
5. **Avilez, José**
“Relaciones Humanas, Públicas y la Comunicación”
Argentina 2004
(<http://www.monografias.com/trabajos12/relahuma/relahuma.shtml?monosearch>)
Consultado el 18 de agosto de 2007
6. **Bagur, Bernardino**
“Conceptualización de la Estrategia”
Revista de Administración de Empresas
Ediciones Arindo, S.A. Argentina 1999

- 7. Centro Interamericano de Administraciones Tributaria –CIAT-**
“La Administración Tributaria al Servicio del Ciudadano”
Sevilla, España 2001
(<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ve/2007/ccdg2.html>)
Consultado el 17 de septiembre de 2007
- 8. Cuche, Denys**
“La noción de Cultura en las Ciencias Sociales”
Editorial Nueva Visión, Buenos Aires, Argentina 1999
(<http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura>)
Consultado el 30 de noviembre de 2007
- 9. Congreso de la República de Guatemala**
“Constitución Política de la República de Guatemala”
Guatemala, 1985
- 10. Congreso de la República de Guatemala**
“Código Tributario”
Decreto 6-91 del Congreso de la República de Guatemala
Guatemala, 1991
- 11. Congreso de la República de Guatemala**
“Ley Educativa contra la Discriminación”
Decreto 81-2002 del Congreso de la República de Guatemala
Guatemala, 2002
- 12. Congreso de la República de Guatemala**
“Ley de Desarrollo Social”
Decreto 42-2000 del Congreso de la República de Guatemala
Guatemala, 2000
- 13. Congreso de la República de Guatemala**
“Ley de Educación Nacional”
Decreto 12-91 del Congreso de la República de Guatemala
Guatemala, 1991
- 14. Congreso de la República de Guatemala**
“Ley de Fomento de la Educación Ambiental”
Decreto 74-96 del Congreso de la República de Guatemala
Guatemala, 1996

- 15. Congreso de la República de Guatemala**
“Ley de los Consejos de Desarrollo Urbano y Rural”
Decreto 11-2002 del Congreso de la República de Guatemala
Guatemala, 2002
- 16. Congreso de la República de Guatemala**
“Ley General de Descentralización”
Decreto 14-2002 del Congreso de la República de Guatemala
Guatemala, 2002
- 17. Congreso de la República de Guatemala**
“Ley Marco de los Acuerdos de Paz”
Decreto 52-2005 del Congreso de la República de Guatemala
Guatemala, 2005
- 18. Congreso de la República de Guatemala**
“Ley Orgánica de la Superintendencia de Administración Tributaria -SAT-”
Decreto 1-98 del Congreso de la República de Guatemala
Guatemala, 1998
- 19. Corredor Corrales, Melvy Yolimer y Díaz García, William José**
“La Cultura Tributaria Municipal: Diagnóstico en la Parroquia El Valle del municipio bolivariano del Distrito Capital”
Universidad Central Marta Abreu de las Villas, Santa Clara, Cuba 2003
(<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ve/2007/ccdg2.html>)
Consultado el 13 de enero de 2008
- 20. Cortázar Velarde, Juan Carlos**
“Estrategia Educativa para el Desarrollo de una Cultura Tributaria en América Latina: Experiencias y Líneas de Acción”
Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo -CLAD-
Revista y Democracia No. 17, Caracas, Venezuela 2002
- 21. Dirección Ejecutiva de Ingresos -DEI-**
“Programa de Educación Fiscal”
Secretaría de Educación
Honduras, 2007
(http://www.se.gob.hn/index.php?a_News&id_cate=10)
Consultado el 17 de febrero de 2008

- 22. Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales -DIAN-**
“Educación en Cultura Tributaria: Plan de Estudios, Metodología y Didáctica para la Formación Escolar”
Grupo de Cultura Tributaria, Subsecretaría de Desarrollo Humano
Secretaría de Desarrollo Institucional
Colombia, 1999
- 23. Dirección General de Impuestos -DGI-**
“Programa de Educación para la Ciudadanía Participativa y Responsable”
Uruguay, 2007
([http://www.dgi.gub.uy/wdgi/hgxpp001?6,4,155,O,S,0,MNU;E;14;9;MNU;,\)](http://www.dgi.gub.uy/wdgi/hgxpp001?6,4,155,O,S,0,MNU;E;14;9;MNU;,)
Consultado el 11 de enero de 2008
- 24. Dirección General de Impuestos Internos -DGII-**
“Programa de Educación Tributaria”
República Dominicana, 2007
(<http://www.dgii.gov.do/et/index.html>)
Consultado el 9 de enero de 2008
- 25. Dirección General de Ingresos -DGI-**
“Principales Logros 2002-2004”
Centro de Documentación
Nicaragua, 2004
(<http://www.dgi.gob.ni/documentos/Plogros>)
Consultado el 11 de junio de 2007
- 26. Filmus D. y Frigerio, G.**
“Educación, Autoritarismo y Democracia. Tema: Democratización de la Educación: Proceso y Perspectivas”
FLACSO, Buenos Aires, Argentina 2000
(<http://www.monografias.com/trabajos28/educacion-instrumento-gobernabilidad/educacion-instrumento-gobernabilidad.shtml?monosearch>)
Consultado el 11 de enero de 2008
- 27. Gobierno de la República de Guatemala**
“Creación de la Dirección General de Educación Bilingüe -DIGEBI-”
Acuerdo Gubernativo 726-95
Guatemala, 1995

- 28. Gobierno de la República de Guatemala**
“Creación del Viceministerio de Educación Bilingüe e Intercultural”
Acuerdo Gubernativo 526-2003
Guatemala, 2003
- 29. Gobierno de la República de Guatemala**
“Generalización de la Educación Bilingüe Multicultural e Intercultural”
Acuerdo Gubernativo 22-2004
Guatemala, 2004
- 30. Gobierno de la República de Guatemala**
“Programa de Educación Fiscal”
Acuerdo Gubernativo 542-94
Guatemala, 2004
- 31. González Orellana, Carlos**
“Historia de la Educación en Guatemala”
Universidad de San Carlos de Guatemala
Editorial Universitaria, Sexta Edición, Guatemala 2007
- 32. Hernández González, Lázaro Silvio y Morales Mas, Carlos Vladimir**
“Selección de Estudios de Comunicación Educativa”
Cuba 2007
(<http://www.monografias.com/trabajos46/comunicacion-educativa/comunicacion-educativa.shtml>)
Consultado el 21 de enero de 2008
- 33. Interiano, Carlos**
“Semiología y Comunicación”
Ediciones Paz, Guatemala 1995
- 34. Josa, Cristina; Nava, Fabiola; Parra, Mariana; Ferrer, Mary Carmen; y Villasmil, Virginia**
“Los Tributos”
Venezuela 2004
(<http://www.monografias.com/trabajos11/tribven/tribven.shtml?monosearch>)
Consultado el 6 de julio de 2007

- 35. Lamizet, Bernard**
“La Mediatan Politique”
Universidad Católica de Louvain, Francia 1998
(http://documentos.cgr.go.cr/content/jaguar/documentos/libro_blanco/cap7.pdf)
Consultado el 19 de noviembre de 2007
- 36. León, Carlos**
“Cultura Tributaria”
Revista El Emprendedor Salesiano, Ecuador 2004
(<http://www.ups.edu.ec/emprendedor/publicaciones/emprendedor1/contenidospdf/cultura%20tributaria.pdf>)
Consultado el 11 de diciembre de 2007
- 37. Lévi-Strauss, Claude**
“Antropología Estructural”
Editorial Eudeba, Buenos Aires, Argentina 1977
(<http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura>)
Consultado el 9 de octubre de 2007
- 38. Méndez Peña, María; Morales González, Nelson y Aguilera Dugarte, Oscar**
“Cultura Tributaria y Contribuyentes: Datos y aspectos metodológicos”
Revista Venezolana de Socioeconomía On-Line, Venezuela 1998
(http://www2.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid_S0798-30692005000300004&Ing=es&nrm=iso&ting=es)
Consultado el 28 de junio de 2007
- 39. Ministerio de Educación de Chile**
“Aprendo que, al pagar los impuestos, ayudo a muchas personas”
Servicio de Impuestos Internos, SII
Chile 1995
- 40. Ministerio de Educación de Guatemala**
“Currículum Nacional Base -CNB-”
Dirección de Calidad y Desarrollo Educativo -DICADE-
Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural -DIGEBI-
Guatemala, 2007

- 41. Ministerio de Educación de Guatemala**
“Declara de interés educativo la incorporación del Programa de Educación Fiscal en la estructura curricular del Nivel Primario y Medio del Sistema Nacional de Educación”
Acuerdo Ministerial 276 del Ministerio de Educación
Guatemala, 1995
- 42. Ministerio de Educación de Guatemala**
“Educación”
Acuerdo Ministerial 35 del Ministerio de Educación
Guatemala, 1995
- 43. Ministerio de Educación de Guatemala**
“Marco General de la Transformación Curricular”
Comisión Consultiva para la Reforma Educativa
Dirección de Calidad y Desarrollo Educativo -DICADE-
Guatemala, 2007
- 44. Ministerio de Educación de Guatemala**
“Programa de Educación Fiscal”
Libro de Texto Docente
Guatemala, 1995
- 45. Mintzberg, Henry y Quinn, J.B.**
“El Proceso Estratégico”
Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, México 1993
(<http://www.monografias.com/trabajos11/henrym/henrym.shtml?monosearch>)
Consultado el 7 de marzo de 2008
- 46. Ortiz Ocaña, Alexander Luis**
“Aprendizaje desarrollador: una estrategia pedagógica para educar instruyendo”
Centro de Estudios Pedagógicos y Didácticos, Colombia 2005
(<http://www.monografias.com/trabajos26/aprendizaje-desarrollador/aprendizaje-desarrollador.shtml?monosearch>)
Consultado el 4 de diciembre de 2007

- 47. Otero, Sergio Omar**
“Estudio sobre Sistemas Tributarios Fiscales”
Argentina 1999
(<http://www.monografias.com/trabajos/sistributarios/sistributarios.shtml?monosearch>)
Consultado el 16 de julio de 2007
- 48. Pacheco, Margaret; Rodríguez, Francisco; y Zoa, Zhady**
“La comunicación, niveles y las relaciones humanas (Componente Docente)”
Universidad Nacional Abierta, Venezuela 2005
(<http://www.monografias.com/trabajos25/comunicacion/comunicacion.shtml?monosearch>)
Consultado el 18 de noviembre de 2007
- 49. Planeación Estratégica**
“Tipos de Estrategia de Comunicación”
Planeación Estratégica, Argentina 2005
(http://www.google.com.gt/search?hl=es&lr=&q=tipos+de+estrategias+de+comunicacion&revid=1676169626&sa=X&oi=revisions_inline&resnum=0&ct=broad-revision&cd=3)
Consultado el 5 de abril de 2008
- 50. Ramis Caldentey, Antoni**
“Educación: Definición y Conceptos”
Universidad de Mallorca, España, Octubre 1992
(<http://mallorcaweb.net/arc98/Educacion/conceptos.html>)
Consultado el 11 de enero de 2008
- 51. Razón y Palabra**
“Comunicación Educativa”
Revista Razón y Palabra, México 2006
(<http://razonypalabra.org.mx/anteriores/n13/carac13.html>)
Consultado el 19 de julio de 2007
- 52. Rico Gallegos, Pablo**
“Elementos teóricos y metodológicos para la investigación educativa”
Universidad Pedagógica Nacional, México 2005
(<http://www.monografias.com/trabajos35/teorias-pedagogicas/teorias-pedagogicas2.shtml?monosearch>)
Consultado el 20 de agosto de 2007

- 53. Ronda Pupo, Guillermo A.**
“De la Estrategia a la Dirección Estratégica. Un acercamiento a la integración de los niveles estratégico, táctico y operativo”
Ronda Pupo, Guillermo A.
Ministerio de Educación Superior, Cuba 2004
(<http://www.monografias.com/trabajos13/tacope/tacope2.shtml?monosearch>)
Consultado el 22 de septiembre de 2007
- 54. Sallenave, Jean Paul**
“Gerencia y Planeación Estratégica”
Grupo Editorial Norma, México 1998
- 55. Secretaria do Receita Federal da Ministério da Fazenda**
“Programa Nacional de Educação Fiscal -PNEF-”
Escola de Administração Fazendária
Gerência do Programa de Educação Fiscal, GEREFF
Brasil, 2007
- 56. Secretaria do Receita Federal da Ministério da Fazenda**
“Programa Nacional de Educação Fiscal Virtual”
(<http://leaozinho.receita.fazenda.gov.br/>)
Consultado el 22 de noviembre de 2007
- 57. Secretaria do Receita Federal da Ministério da Fazenda**
“Programa Nacional de Educação Fiscal”
Seminario Internacional de Educación Cívico-Tributaria
Programa Eurosocial Fiscal
Brasil, 2007
(http://www.eurosocialfiscal.org/uploads/documentos/20071013_171031_Brasil_-_Programa_Nacional_de_Educação_Fiscal.ppt)
Consultado el 22 de noviembre de 2007
- 58. Servicio de Impuestos Nacionales -SIN-**
“Programa de Educación Tributaria -PET-“
Gerencia Nacional de Servicio al Contribuyente
Unidad de Comunicación Social y Relaciones Públicas
Bolivia, 2004
(<http://www.impuestos.gov.bo/informacion/Pet/index.php>)
Consultado el 28 de enero de 2008

- 59. Servicio de Administración Tributaria -SAT-**
“Programa de Civismo Fiscal”
Secretaría de Hacienda y Crédito Público
México, 2007
(http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/sitio_aplicaciones/web_civismo07b/index.html)
Consultado el 9 de marzo de 2008
- 60. Servicio de Impuestos Internos -SII-**
“Portal Siieduca”
Chile, 2007
(<http://www.siieduca.cl/index.html>)
Consultado el 8 de marzo de 2008
- 61. Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria -SENIAT-**
“Educación Tributaria: Papel de Trabajo sobre la inserción de la materia tributaria en la Educación Básica y Media Diversificada”
División de Educación Tributaria y Asistencia al Contribuyente
Oficina de Divulgación Tributaria
Venezuela, 1999
- 62. Sierra Caballero, Francisco**
“El Objeto-Problema de la Comunicación Educativa. De la interdisciplinariedad a la apertura compleja del campo de la investigación”
Universidad Veracruzana, México 2006
(<http://www.manje.net/biblioteca/objeto.html>)
Consultado el 3 de febrero de 2008
- 63. Subsecretaría de Estado de Tributación -SET-**
“Campaña de Educación Tributaria: Exigí, Juntá y Ganá”
Paraguay, 2007
(http://www.set.gov.py/campana/edu_tributaria)
Consultado el 5 de septiembre de 2007
- 64. Superintendencia de Administración Tributaria -SAT-**
“Tributín”
Revista Infantil de la Superintendencia de Administración Tributaria
Guatemala, 2003

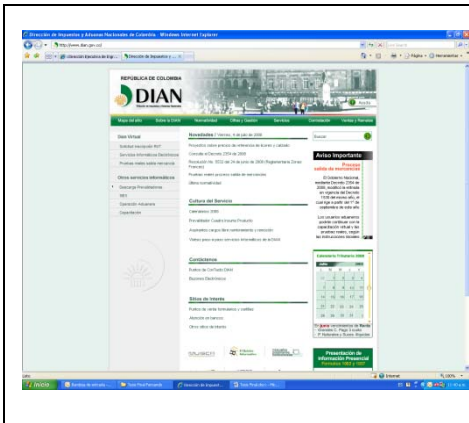
- 65. Superintendencia de Administración Tributaria -SAT-**
“Programa Permanente de Cultura Tributaria de Guatemala”
(<http://portal.sat.gob.gt/ct/portal/index.php>)
Consultado el 7 de enero de 2008
- 66. Superintendencia de Administración Tributaria -SAT-**
“Cultura Tributaria en Guatemala”
Programa Permanente de Cultura Tributaria
Guatemala, 2007
- 67. Superintendencia Nacional de Administración Tributaria -SUNAT-**
“Programa de Educación Tributaria y Aduanera -PETA-”
Perú, 2007
(<http://www.sunat.gob.pe/educandonos/EducacionTributaria/index.html>)
Consultado el 11 de agosto de 2007
- 68. Tylor, Edward B.**
“La Ciencia de la Cultura”
Editorial Anagrama, Barcelona, España 1995
(<http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura>)
Consultado el 6 de noviembre de 2007
- 69. Unión Europea**
“Presentación del Programa de Educación Fiscal de Honduras”
Europe AID
Programa Eurosocial Fiscal
Unión Europea, 2007
(http://www.eurosociaalfiscal.org/index.php/documentos/resultadobusqueda_publicos)
Consultado el 3 de febrero de 2008
- 70. Uzcategui, Angee; Ríos, Yurelys; Gómez Rómulo; y Arévalo, José**
“La comunicación”
Instituto Universitario Politécnico, Venezuela 2006
(<http://www.monografias.com/trabajos33/la-comunicacion/la-comunicacion.shtml> monosearch)
Consultado el 10 de agosto de 2007

- 71. Veliz, Carlos E.**
"Cultura"
Universidad de los Andes ULA, Mérida, Venezuela 2001
(<http://www.monografias.com/trabajos11/cultu/cultu.shtml?monosearch>)
Consultado el 27 de septiembre de 2007
- 72. Watzlawick, Paul**
"Teoría Pragmática de la comunicación humana"
Estados Unidos 1981
(http://es.wikipedia.org/wiki/Paul_Watzlawick)
Consultado el 19 de octubre de 2007
- 73. White, Leslie A.**
"La energía y la evolución de la cultura"
Editorial McGraw-Hill, Madrid, España 1992
(<http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura>)
Consultado el 17 de diciembre de 2007
- 74. Wikipedia**
"Análisis DAFO – FODA"
(<http://es.wikipedia.org/wiki/FODA>)
Consultado el 29 de marzo de 2008
- 75. Wikipedia**
"Comunicación"
(<http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n>)
Consultado el 29 de marzo de 2008
- 76. Wikipedia**
"Contribución Especial"
(http://es.wikipedia.org/wiki/Contribuci%C3%B3n_especial)
Consultado el 29 de marzo de 2008
- 77. Wikipedia**
"Cultura"
(<http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura>)
Consultado el 29 de marzo de 2008

- 78. Wikipedia**
"Educación"
(<http://es.wikipedia.org/wiki/Educaci%C3%B3n>)
Consultado el 29 de marzo de 2008
- 79. Wikipedia**
"Impuesto"
(<http://es.wikipedia.org/wiki/Impuesto>)
Consultado el 29 de marzo de 2008
- 80. Wikipedia**
"Pedagogía"
(<http://es.wikipedia.org/wiki/Pedagog%C3%Ada>)
Consultado el 29 de marzo de 2008
- 81. Wikipedia**
"Planeación"
(http://es.wikipedia.org/wiki/Planeaci%C3%B3n#Etapas_de_la_Planeaci.C3.B3n)
Consultado el 29 de marzo de 2008
- 82. Wikipedia**
"Regla AIDA"
(<http://es.wikipedia.org/wiki/AIDA>)
Consultado el 29 de marzo de 2008
- 83. Wikipedia**
"Tasa"
(http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_%28tributo%29)
Consultado el 29 de marzo de 2008
- 84. Wikipedia**
"Tributo"
(<http://es.wikipedia.org/wiki/Tributo>)
Consultado el 29 de marzo de 2008

ANEXOS

	<p>http://www.afip.gov.ar/et/</p> <p>Sitio Web del Programa de Educación Tributaria Administración Federal de ingresos Públicos AFIP</p> <p>Argentina, 2008</p> 
	<p>http://www.impuestos.gov.bo/Informacion/Pet/index.php</p> <p>Sitio Web del Programa de Educación Tributaria Servicio de Impuestos Nacionales SIN</p> <p>Bolivia, 2008</p> 
	<p>http://leaozinho.receita.fazenda.gov.br/</p> <p>Sitio Web del Programa Nacional de Educación Fiscal Secretaría da Receita Federal do Brazil</p> <p>Brasil, 2008</p> 
	<p>http://www.siieduca.cl/</p> <p>Sitio Web de educación tributaria Servicio de Impuestos Internos Sii</p> <p>Chile, 2008</p> 



<http://www.dian.gov.co/>

Sitio Web de Administración Tributaria

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales
DIAN

Colombia, 2008



<http://portal.sat.gov.gt/ct/portal/>

Sitio Web de Cultura Tributaria

Superintendencia de Administración Tributaria
SAT

Guatemala, 2008

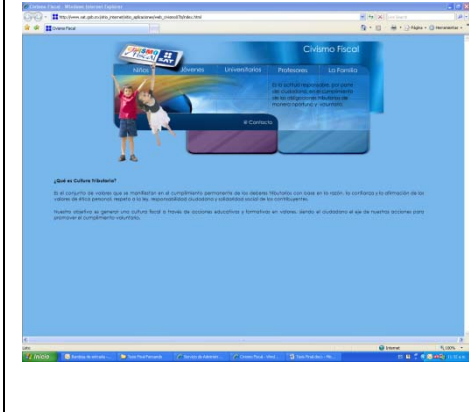


<http://www.dei.gov.hn/index.php#>

Sitio Web de Administración Tributaria

Dirección Ejecutiva de Ingresos
DEI

Honduras, 2008



http://www.sat.gov.mx/sitio_internet/sitio_aplicaciones/web_civismo07b/index.html

Sitio Web de Civismo Fiscal

Servicio de Administración Tributaria
SAT

México, 2008





<http://www.dgi.gob.ni/>

Sitio Web de Administración Tributaria

Dirección General de Ingresos
DGI

Nicaragua, 2008

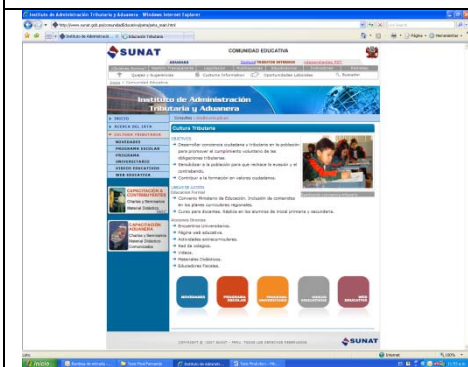


<http://www.set.gov.py/>

Sitio Web de Administración Tributaria

Subsecretaría de Estado de Tributación
SET

Paraguay, 2008



http://www.sunat.gob.pe/comunidadEducativa/peta/peta_main.html

Sitio Web de Programa de Educación Tributaria y Aduanera

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria **SUNAT**

Perú, 2008



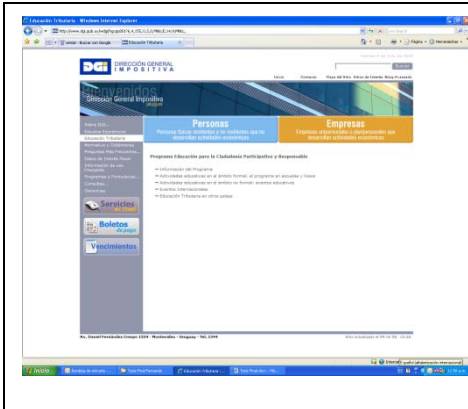
<http://www.dgiieduca.gov.do/>

Sitio Web de Programa de Educación Tributaria

Dirección General de Impuestos Internos
DGII

República Dominicana, 2008





<http://www.dgi.gub.uy/wdgi/hgcpp001?6,4,155,O,S,0,MNU;E;14;9;MNU;>

Sitio Web de Programa de Educación para la Ciudadanía Participativa y Responsable

Dirección General Impositiva
DGI



Uruguay, 2008



http://www.seniat.gob.ve/portal/page/portal/PORTAL_SENIAT

Sitio Web de Administración Tributaria

Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria
SENIAT



Venezuela, 2008

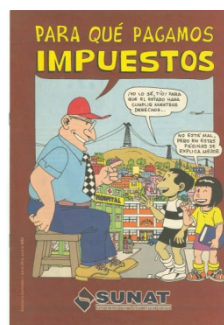
Argentina



México



Perú



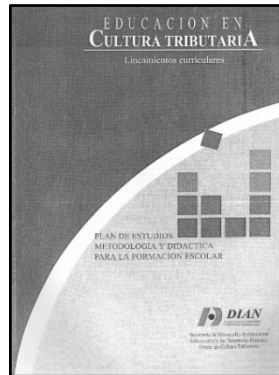
Guatemala



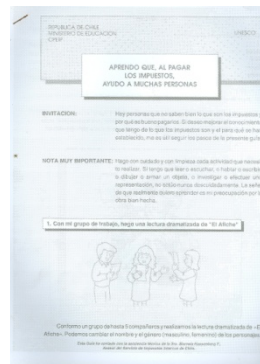
Brasil



Colombia



Chile



Bolivia

